



Zachowanie różnorodności handlu i usług na rynku wewnętrznym

BIULETYN POLSKIEJ IZBY HANDLU

Nr 18 (09/2014)

Marki własne na stronie Izby

Polska Izba Handlu
we współpracy z firmą
Cobalt Spark – nowym
członkiem Izby uruchomiła
na stronie Izby zakładkę
[MARKI WŁASNE](#)

Znajdziecie tam państwo
zbiór informacji dot. marek
własnych.



Zachęcamy zarówno do jej
śledzenia jak i do nadsyłania
własnych informacji na
temat rozwiązań w tym
zakresie wprowadzanych
Państwa firmach oraz do
nadsyłania opinii i uwag.
Chcielibyśmy, aby miejsce to
stało się aktywnym forum
wymiany poglądów na temat
znaczenia i rozwoju marek
własnych.

Jak dotąd jest to pierwsza tego
typu baza wiedzy na stronie
organizacji działającej na rzecz
handlu.

Słowo wstępne



**Waldemar Nowakowski, Prezes
Polskiej Izby Handlu:** Polska Izba
Handlu złożyła do Rzecznika Praw
Obywatelskich wnioski o wystąpienie
do Trybunału Konstytucyjnego o
zbadanie zgodności z Konstytucją RP
zmiany Art. 119 § 1 w Kodeksie
Wykroczeń. Dotyczy to zwiększenia
progu wartości od jakiej kradzież jest
uznawana za przestępstwo – zgodnie z

obowiązującą od listopada 2013 roku nowelizacją, kradzież poniżej ¼
minimalnego wynagrodzenia (obecnie 420zł) to tylko wykroczenie. Jest to
niezgodne z Konstytucją RP, która w bezdyskusyjny sposób zakłada ochronę
własności obywateli, nie wartościując jej.

Wniosek taki złożyliśmy po konsultacjach z firmami handlowymi, na których
regulacja ta ma bezpośredni wpływ, to oni w praktyce najbardziej
doświadczają następstw tej zmiany. Złodzieje stali się bardziej zuchwali,
rabunek z kalkulatorem w rękę stał się bardziej opłaczalny, bo kara za kradzież
400zł jest porównywalna z mandatem drogowym. Arbitralne ustalenie, że
przestępstwo w przypadku kradzieży zaczyna się od ¼ najniższego
wynagrodzenia jest nieuzasadnione – kradzież zawsze pozostaje kradzieżą,
niezależnie czy jest to 1/4 czy np. 3/8 wynagrodzenia.

Wniosek jest dostępny na stronie internetowej Izby www.pih.org.pl

Szanowni Państwo,

*zależy nam, aby dowiedzieć się co jest istotne dla naszych członków.
Prosimy zatem o przesyłanie informacji o ważnych dla rozwoju
polskiego handlu sprawach, o problemach z jakimi Państwo mają do
czynienia w codziennej pracy. Chcielibyśmy uwzględnić Państwa uwagi
w planie pracy Izby.*

*Ponadto, jeżeli w Państwa przedsiębiorstwach mają miejsce wydarzenia
którymi chcieliby Państwo się podzielić zachęcamy do przekazywania
wiadomości. Będziemy z przyjemnością o nich informować na łamach
naszego biuletynu czy poprzez naszą stronę internetową - prosimy o
kontakt z biurem prasowym Izby.*

Waldemar Nowakowski, Prezes PIH

Szczyt Gospodarczy Europe - Africa Business Summit

8-9 października, Warszawa

Zapraszamy na Szczyt Gospodarczy wszystkich przedsiębiorców, którzy chcą rozpocząć biznes w Afryce.



- Jak ze średniego przedsiębiorstwa w Polsce stać się globalną firmą na kontynencie afrykańskim?
- Jakie są możliwości finansowania inwestycji?
- Gdzie znaleźć oferty projektów publicznych i prywatnych?
- Jak zabezpieczyć się przed nieuczciwymi praktykami?

Głównym zadaniem i misją Szczytu jest przeprowadzenie przedsiębiorcy przez cały proces budowania działalności gospodarczej w Afryce.

Wśród prelegentów znajdzie się między innymi: dr Jan Kulczyk – właściciel międzynarodowej grupy inwestycyjnej Kulczyk Investments, Horst Köhler – Prezydent Republiki Federalnej Niemiec w latach 2004-2010, Dariusz Kacprzyk – Prezes Zarządu Banku Gospodarstwa Krajowego, Gerald Mahinda – Dyrektor Zarządzający Kellog Sub-Saharan Africa, Frank Nweke II – Dyrektor Generalny Nigerian Economic Summit Group oraz prezesi firm działających na rynku afrykańskim.

www.iese.edu/europeafrica

Marki własne



O markach własnych mówi się w Polsce coraz więcej. Nikogo już nie trzeba przekonywać, że dla sieci handlowych, ale i dużych dystrybutorów, jest to bardzo atrakcyjny obszar działania pozwalający na długofalowy rozwój. Rynek marek własnych w Polsce rośnie dynamicznie i wszystko wskazuje na to, że trend ten utrzyma się jeszcze przez kilka lat. Bardzo prawdopodobne jest osiągnięcie nasycenia rynku na poziomie ok. 40% udziału marek własnych.

Aby jednak poważnie myśleć o rozwijaniu marki własnej nie wystarczą już umiejętności kupieckie i oferowanie 'przeciętnych produktów w niższej cenie – najlepiej w opakowaniu imitującym lidera kategorii'. Polski konsument jest coraz bardziej wymagający, świadomy swoich potrzeb, oczekujący od marek znacznie więcej niż niskiej ceny. Oczywiście aspekt cenowy nadal pozostaje jednym z głównych czynników decydujących o zakupie w przypadku marek własnych zdecydowanie powinniśmy jednak mówić o relacji jakości do ceny, niż o samej cenie, jako kluczowej wartości dla konsumenta.

Polacy (mimo deklaracyjnych, negatywnych opinii dotyczących sytuacji gospodarczej w Polsce) są gotowi płacić nieco więcej za produkty, którym ufają. A na liście produktów godnych zaufania coraz częściej znajdują się marki własne. Pytanie, które dzisiaj powinny sobie zadać osoby zarządzające marką własną brzmi: jak wykorzystać ten sprzyjający czas? Bardziej niż na pozyskaniu nowych, marki własne powinny skoncentrować się na utrzymaniu obecnych Klientów – zdecydowanie powinniśmy dzisiaj mówić o budowaniu lojalności konsumentów wobec marek własnych. Ponad 95% z nas deklaruje przecież, że kupuje marki własne.

Bez względu na przyjętą strategię markowania („store brands” czy „retailer brands”) marka własna, która ma ambicję rozwijać się przynajmniej w tempie wzrostu rynku, musi być zarządzana strategicznie.

Już od października, na stronie www.pih.org.pl oraz w biuletynie ukazywać się będą praktyczne opracowania dotyczące strategicznego zarządzania marką własną. Zachęcamy również wszystkich członków Izby do współtworzenia tej sekcji.

Opiekunem merytorycznym działu 'marki własne' oraz osobą kontaktową w tym obszarze jest Dorota Kałowska – ekspert Polskiej Izby Handlu ds. marek własnych.



Dorota Kałowska – ekspert ds. marki własnej Polskiej Izby Handlu, strateg i partner w Cobalt Spark.

Od 16 lat zajmuje się doradztwem Klientom w zakresie wdrażania i zarządzania marką. Od blisko 10 lat współpracuje również z sieciami handlowymi w zakresie wdrażania marek własnych i projektowania opakowań. Autorka wielu publikacji na temat zarządzania marką i efektywnego wykorzystania opakowań w budowaniu wartości marki. Aktywny trener prowadzący szkolenia zarówno dla brand managerów jak i osób zarządzających markami własnymi.

Szkolenia PIH

W ramach naszej oferty szkoleń zapewniamy:

- dobrze wykwalifikowanych trenerów
- pracę w grupach nie większych niż 30 osób
- certyfikaty uczestnictwa w szkoleniach dla wszystkich uczestników
- w przypadku wybranych szkoleń wstęp do audytu

Oferujemy:

- **Szkolenia wyjazdowe** - (dedykowane dla konkretnych firm, jak i otwarte) organizowane w wybranych ośrodkach na terenie kraju – zwykle szkolenia dwudniowe.
- **Szkolenia on-site** - wygodne i tanie rozwiązanie dla firm, umożliwiające przeszkolenie pracowników bezpośrednio w siedzibie firmy.

**PEŁNA OFERTA
NASZYCH SZKOLEŃ
DOSTĘPNA na
www.pih.org.pl**

Izba w mediach

220 publikacji dot. Polskiej Izby Handlu w prasie i Internecie w sierpniu br. (od początku roku **1714** publikacje)

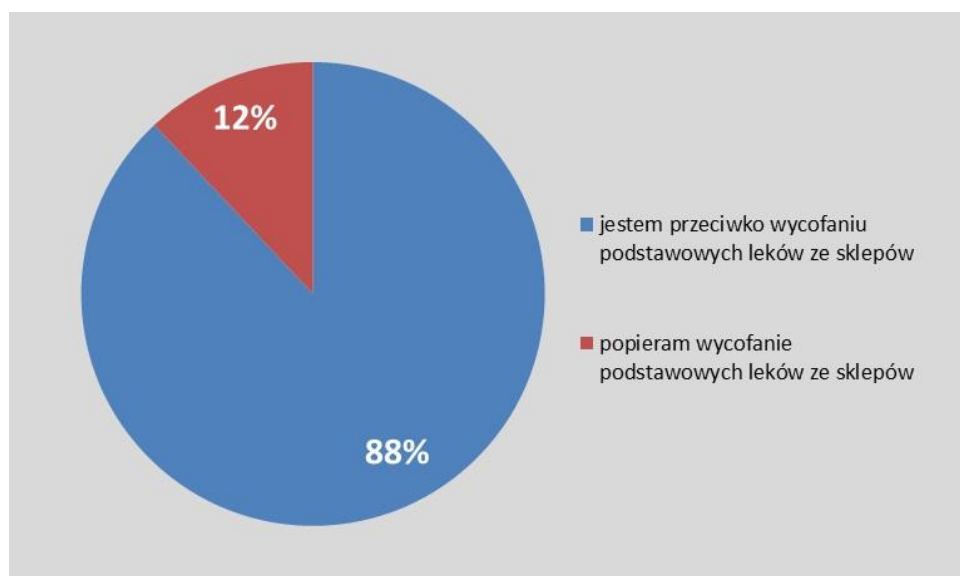
Fundacja Polskiego Handlu



Fundacja Polskiego Handlu przeprowadziła ankietę: „Czy potrzebne są nam podstawowe leki w sklepach?„ (sierpień 2014). Na pytania odpowiedziało 49 konsumentów: 88% było przeciwko wycofaniu leków ze sklepów, pozostałe 12% popierało takie rozwiązanie. Respondenci wskazywali, że leki w sklepach są potrzebne, bo są bardziej dostępne niż w aptekach.

GŁOS KLIENTA: CZY POTRZEBNE NAM SĄ PODSTAWOWE LEKI W SKLEPACH?

1. Co sądzisz o propozycji zakazu sprzedaży w sklepach podstawowych leków, dostępnych bez recepty?



2. Dlaczego jesteś za/przeciw zakazowi sprzedaży leków w sklepach?

Dostępność podstawowych leków w sklepach jest konieczna. Boli nas głowa, mamy chore gardło, czujemy, że coś nas "rozkłada" - nie zawsze mamy blisko do apteki, sklep osiedlowy w tym momencie rozwiązuje problem. Podstawowe leki powinny być zatem dostępne w sklepach, a nie tylko w aptekach.

[Popieram zakaz sprzedaży leków w sklepach] ponieważ dostęp do nich jest nazbyt ułatwiony, a przez to są one stosowane zbyt często, nie jednokrotnie bez potrzeby.

Mieszkam w małej miejscowości, jest jedna apteka z wysokimi cenami, wolę więc kupić taniej leki w sklepie. Apteka jest zamykana o 16, więc podstawowe leki w sklepach czynnych dłużej są nieraz ratunkiem.

**PEŁNE WYNIKI ANKIETY DOSTĘPNE SĄ NA STRONIE FUNDACJI
www.fundacijapolskiegohandlu.org**

Dane PIH dot. sprzedaży w lipcu 2014

Według danych Polskiej Izby Handlu sprzedaż detaliczna w lipcu 2014 roku w stosunku do lipca 2013 spadła o 4% , w stosunku do czerwca 2014 wzrosła o 2%.



Podane dane są szacunkowe i opierają się na sondażu przeprowadzonym wśród właścicieli handlowych sieci detalicznych FMCG małego i średniego formatu, członków PIH (z wyłączeniem dyskontów i hipermarketów), stanowiących łącznie ok. 20 proc. rynku

Wspieraj polskich rolników – jedz jabłka



Razem bezpieczniej – działaj albo będziesz się dostosowywał

Tym razem kilka zdań na temat mało znanego, a jakże ważnego programu **Razem bezpieczniej**. Jego celem jest ograniczenie skali zjawisk i zachowań, które budzą powszechny sprzeciw i poczucie zagrożenia.

Jest on zgodny z przyjętym przez Radę Ministrów dokumentem **Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015**, a jednym z jego priorytetów jest **Budowa zintegrowanej wspólnoty społecznej i jej bezpieczeństwo**. Podstawą prawną funkcjonowania programu Razem bezpieczniej jest uchwała Nr 218/2006 Rady Ministrów z dnia 18 grudnia 2006 roku oraz uchwała zmieniająca (uchwała Nr 218/2006 Rady Ministrów z dnia 18 grudnia 2006 roku Nr 109/2012 z dnia 29 czerwca 2012 roku).

Do najważniejszych obszarów wymagających podjęcia działań w ramach programu należy zaliczyć: bezpieczeństwo w miejscach publicznych i w miejscu zamieszkania, przemoc w rodzinie, bezpieczeństwo w szkole, bezpieczeństwo w środkach komunikacji publicznej, bezpieczeństwo w ruchu drogowym, **bezpieczeństwo w działalności gospodarczej**, ochrona dziedzictwa narodowego. **Bezpieczeństwo w działalności gospodarczej** to, w myśl programu, ochrona małej i średniej przedsiębiorczości przed wymuszeniami, napadami i przestępczością pospolitą, oraz zorganizowanie przejrzystej komunikacji między Policją, a przedsiębiorcami w celu w pełni bezpiecznego prowadzenia uczciwej i efektywnej działalności gospodarczej. W każdej jednostce Policji od 2007 roku istnieją ogólnodostępne punkty informacyjne dla obywateli, w których można uzyskać informacje na temat: sposobu składania zawiadomienia o przestępstwie, sposobu postępowania, gdy jest się świadkiem przestępstwa lub wykroczenia, sposobów zapobiegania przestępczości, praw ofiary przestępstwa itp.

Podstawowym warunkiem skuteczności programu **Razem bezpieczniej** jest wymiana doświadczeń w dziedzinach, których dotyczy program, a także korzystanie z zasobów **Banku Dobrych Praktyk**, który stanowi bazę sprawdzonych inicjatyw dotyczących poprawy bezpieczeństwa.



Adam Suliga
Ekspert Polskiej Izby Handlu

Zachęcamy do zapoznania się z nową zakładką na stronie Izby [BEZPIECZNY SKLEP](#) - znajdziecie tam Państwo bazę informacji dot. bezpieczeństwa, ofertę szkoleń oraz audytów również zgodnych ze standardami ISO.

Przedsiębiorco wystąp do agenta rozliczeniowego o aneks do umowy dot. obniżki interchange

Od 01 lipca br. opłata interchange (należność za wykonywanie operacji kartami płatniczymi) w Polsce wynosi 0,5% (wcześniej ok. 1,3%). Obniżenie to wynik ustawowej regulacji, o którą zabiegała Polska Izba Handlu wraz z innymi organizacjami (m.in. POHID i FROB).

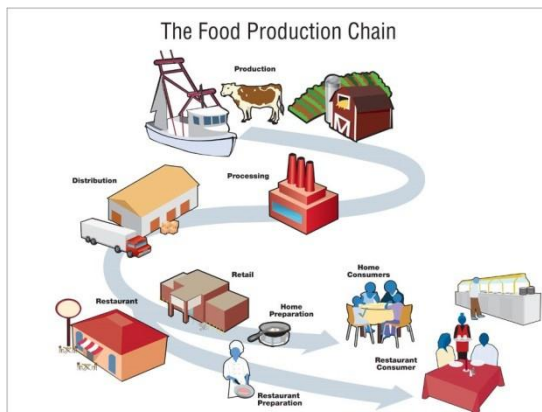
Zmniejszenie opłaty interchange dla przedsiębiorcy może nie nastąpić



automatycznie, należy zadbać o to, aby obniżka interchange nie została zrekompensowana wzrostem marży agenta rozliczeniowego. **Firmy muszą podpisać odpowiedni aneks do umowy z agentem rozliczeniowym, aby odczuć skutki niższych opłat interchange.**

Według ankiety przeprowadzonej przez FROB we współpracy z PIH (16.06 – 9.07.14) aż 78% sprzedawców po 1 lipca nie otrzymało od agentów rozliczeniowych propozycji nowych warunków opłat za transakcje kartowe. Niestety prawie 70% firm nie zwróciło się o zmianę warunków umów do swoich agentów rozliczeniowych.

Program Farm to Fork PL 2015



Program Farm to Fork PL 2015 to praktyczny program edukacyjny wzorowany na kursach MBA, dotyczący branży fresh food. Uczestnictwo w nim pozwoli Państwu stać się lepszymi menadżerami i liderami w firmie. Program przeznaczony jest dla przedsiębiorców, menadżerów i profesjonalistów pracujących w firmach branży Farm to Fork.

Uczestników programu zapraszamy na sesje edukacyjne oraz spotkania w Polsce i Holandii, podczas zaplanowanych spotkań zapewnimy Państwu możliwość zapoznania się z rozwiązaniami, jakie stosują w zakresie żywności świeżej Państwa koledzy z przemysłu rolniczego, produkcji, logistyki, sprzedaży oraz gastronomii.

Co zyskacie Państwo biorąc udział w programie Farm to Fork PL?

- aktualną wiedzę na temat zagadnień dotyczących łańcucha dostaw świeżej żywności
- waiarygodne informacje dotyczące przyzwyczajzeń konsumentów w Polsce
- strategię pozwalającą na zachowanie reputacji firmy w przypadku afer żywnościowych oraz zwrotów produktów
- zapoznanie się z korzyściami ekonomicznymi wynikającymi ze stosowania modelu 3 P People, Planet, Profit
- możliwość spotkania z ekspertami z Polski oraz Holandii

Organizatorzy i liderzy ekspedycji

Program Edukacyjny Fresh Food powstał z inicjatywy Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie oraz holenderskiego Uniwersytetu Nyenrode. Program organizowany jest w języku polskim, jednakże znajomość języka angielskiego w mowie i w piśmie jest zalecana.

Organizacja

Program F2F będzie odbywał od stycznia do kwietnia 2015. Więcej informacji możecie Państwo uzyskać kontaktując się z p. **Otto van Veen** lub **Marią Keizer-Czosnek** pod numerem telefonu 0048 30 653 169 266 lub adresem mailowym: info@farm2fork.pl. Będziemy również obecni na VII Forum Rynku Spożywczego i Handlu organizowanym w Warszawie w dniach 15-16 października przez wydawnictwo portalspozywczy.pl



Otto van Veen