

**Biuletyn
Polskiej Izby Handlu
Nr 65/12/2019**



Słowo wstępne



**Waldemar Nowakowski,
Prezes Polskiej Izby Handlu**

W nowym roku, w nowej kadencji Sejmu z pewnością pojawi się wiele nowych pomysłów na usprawnianie gospodarki. Mamy nadzieję, że będą one wprowadzane rozważnie i powoli, tak aby przedsiębiorcy mieli czas na dostosowanie się do przepisów.

Dzisiaj możemy powiedzieć o już wprowadzonych zmianach, których skutki odczujemy w 2020 roku. Są to: **rozszerzenie zakazu handlu w niedziele**, wprowadzenie (po wieloletnich monitach Polskiej Izby Handlu i innych organizacji branżowych) **elektronicznego rejestru sprawców kradzieży oraz ustawy o marnowaniu żywności**, która niestety nie jest przejrzysta i wymaga licznych poprawek.

Z uwagą także obserwujemy sytuację związaną z podatkiem handlowym i kolejnym jego odroczeniem. Jest to zrozumiałe od strony prawnej z uwagi na brak decyzji Sądu Unii Europejskiej. Jednak nie jest oczekiwaną sytuacją przez środowisko handlu niezależnego, które liczy na zapowiadany efekt wyrównania szans przez wspomniany podatek.

Ważną i niepokojącą sytuacją jest także zmiana w ustawie o zarządzie sukcesyjnym przedsiębiorstwem osoby fizycznej. Polega na wprowadzeniu rozwiązania, iż osoba, która przejmuje przedsiębiorstwo po zmarłym (po zakończeniu zarządu sukcesyjnego), ma obowiązek sporządzić spis z natury. W spisie z natury mają znaleźć się także środki trwałe

(nieruchomości, maszyny, samochody, itd.). Całość należy opodatkować VAT. Nie ma znaczenia, czy spadkobierca kontynuuje działalność zmarłego przedsiębiorcy. Efektywnie oznacza to wprowadzenie opodatkowania od dziedziczenia firmy w wysokości do 23%. Warto zauważyć, że przed zmianami w ustawie o VAT wynikających z wprowadzenia ustawy o zarządzie sukcesyjnym nie było tego problemu. Trzeba też podkreślić, iż w ślad za tym rozwiązaniem wydana już została stosowna interpretacja Ministerstwa Finansów. Z tego względu warto, aby przedsiębiorcy planujący sukcesję wzięli pod uwagę związane z tym koszty oraz obecny stan prawny. Polska Izba Handlu będzie bez wątpienia prowadzić rozmowy w tej sprawie z przedstawicielami władz.

Więcej na ten temat [tutaj](#).

Rok 2020 upływać będzie bez wątpienia w atmosferze dyskusji i konsultacji dotyczących wdrażania dyrektyw związanych z gospodarką odpadami i według wszelkiego prawdopodobieństwa systemu kaucyjnego. Piszemy o tym w naszym Biuletynie.

„Biuletyn Polskiej Izby Handlu” PR 19242

Bezpłatne ogólnopolskie czasopismo handlu detalicznego, hurtowego i usług wydawane i publikowane 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;

Red. naczelny: Maciej Ptaszyński, Red. prowadząca: Joanna Chilicka. 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: Joanna Chilicka joanna.chilicka@pih.org.pl

Niech Święta Bożego Narodzenia będą spokojne, a ich atmosfera wyjątkowa. Życzymy spełnienia marzeń pod choinką.

Wykorzystajmy te chwile na odpoczynek przed noworocznymi wyzwaniami. Niech plany na przyszły rok będą obiecujące, a ich realizacja satysfakcjonująca.

Zarząd Polskiej Izby Handlu



25 lat Lewiatana

Waldemar Nowakowski, prezes Polskiej Izby Handlu, 14 listopada wziął udział w Gali Jubileuszowej z okazji 25-lecia Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan.

Składamy wyrazy uznania z wkład w rozwój polskiego handlu i życzymy dalszych sukcesów.



Do 31 grudnia wpis do Rejestru BDO

Przedsiębiorcy, którzy obecnie prowadzą sklepy lub hurtownie i oferują torby na zakupy z tworzywa sztucznego, objęte opłatą recyklingową, muszą złożyć wniosek o wpis do Rejestru BDO do 31 grudnia 2019 r.

Więcej dowiesz się [tutaj](#).

Produkt polski

Polska Izba Handlu jest partnerem kampanii Ministerstwa Rolnictwa „[Produkt polski – kupuj świadomie](#)”. Aby ułatwić konsumentom identyfikację produktów wytworzonych z polskich surowców, w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi opracowano znak „Produkt polski” i zasady jego stosowania.



Bezpieczna transakcja

Polska Izba Handlu jest też partnerem kampanii prowadzonej przez Ministerstwo Finansów „[Bezpieczna transakcja](#)”. Poruszane są kwestie czym jest bezpieczna transakcja, jak działa karuzela VAT, jak dochować należytej staranności, co to jest Mechanizm Podzielonej Płatności, wykaz podatników VAT i inne.



BEZPIECZNA TRANSAKcja

Alkohol – nie w legalnej sprzedaży leży problem

Stwierdzenie, że alkohol jest istotnym elementem oferty handlowej małych i średnich sklepów jest truizmem. Podobnym zresztą jak stwierdzenie, iż każde ograniczenie w legalnej sprzedaży jest krokiem w kierunku rozwoju szarej strefy.

Niemniej jednak ciągle pojawiają się pomysły na to, jak zmniejszyć legalną sprzedaż alkoholu czy to w zakresie oferty produktowej, ceny lub dostępności, tak w ujęciu geograficznym jak i prawnym. W tym ostatnim przypadku chodzi o kolejne utrudnienia w uzyskiwaniu koncesji na sprzedaż alkoholu.

Jest to o tyle kuriozalne, że w dzisiejszych czasach naprawdę z jednej strony nie ma żadnego problemu z pozyskaniem dowolnego produktu bez względu na to czy legalne sklepy są w pobliżu czynne czy nie. Z drugiej strony wszystkie te pomysły uderzają w legalny handel, w polskich przedsiębiorców nawiązujących codziennie często nierówną walkę konkurencyjną z dyskontami.

Za nieodpowiedzialne spożycie alkoholu odpowiedzialny jest ułamek konsumentów i dlatego tym bardziej nieuzasadnione i nieproporcjonalne wydają się środki, które angażuje się w utrudnienia dla legalnych przedsiębiorców, chcących sprzedawać ten legalny produkt.



Niektóre media i środowiska naiwnie podchwytują tę narrację, twierdzącą jakoby różnego rodzaju ograniczenia w legalnej sprzedaży alkoholu miały przyczynić się do zmniejszenia jego spożycia. Nic bardziej mylnego.

Rozwiązania są zupełnie gdzie indziej. Budowanie kultury spożycia alkoholu w sposób odpowiedzialny nie opiera się na wyłączeniu stref, gdzie w normalnych godzinach nie można go kupić, nieuzasadnionym podwyższaniu cen czy zmniejszaniu dostępności do określonych części oferty produktowej albo negowaniu istnienia najważniejszych kanałów sprzedaży. To długi proces, w którym powinni brać udział zarówno przedstawiciele instytucji publicznych, jak i przedsiębiorstwa zaangażowane w sprzedaż alkoholu. Bezwzględnie powinno się przestrzegać zasady dostępności alkoholu tylko dla osób pełnoletnich. Jako najszerza reprezentacja handlu mówimy o tym od lat – każdy powinien mieć obowiązek pokazać dowód osobisty przy zakupie alkoholu. Nie powinno być akceptacji społecznej dla zachowań nieodpowiedzialnych zwłaszcza związanych z prowadzeniem pojazdów. Konsekwencje dla osób zakłócających spokój po spożyciu alkoholu mają być nieuchronne. Narzędzia do tego istnieją tylko nie są wykorzystywane. Zamiast tego przerzuca się odpowiedzialność na legalny handel i płacących w Polsce podatki przedsiębiorców. Nakazuje się im wprowadzać wymyślne i wyraźnie nieskuteczne rozwiązania ograniczające działanie sklepów.

Przecież nikt nie myśli chyba poważnie, że zablokowanie sprzedaży alkoholu w określonej strefie w sklepach sprawi, że na granicy tej strefy ktoś przestanie alkohol sprzedawać. Klient który nie kupi go w legalnym sklepie będzie mógł zamówić go przez taksówkę, pójść do baru, którego ograniczenie już nie dotyczy czy w ostateczności kupić go nielegalnie.

Maciej Ptaszyński,
dyrektor generalny Polskiej Izby Handlu

Jak powinien wyglądać system kaucyjny

W związku rozpoczęciem prekonsultacji w Ministerstwie Klimatu na temat wprowadzenia systemu kaucyjnego za opakowania wydaje się istotne aby, przy pracach nad rozwiązaniami dotyczącymi kaucji za opakowania zwrócić uwagę na wyrównywanie szans małych sklepów. Jeśli wszystkie działania będą ukierunkowane na ułatwienie oddawania butelek szklanych i PET przez duże sieci handlowe, to mali polscy przedsiębiorcy stracą istotną grupę klientów.

Interesującym kierunkiem przedstawionym przez Ministerstwo Klimatu jest umożliwienie odebrania kaucji za opakowania w PSZOK – to dobry kierunek z uwagi na ułatwienie klientom sklepów w mniejszych miejscowościach odzyskania kaucji.

Ważnym elementem wdrażania systemu byłoby dofinansowanie samoobsługowych maszyn do odbioru opakowań PET/szklanych, jeżeli takie zostałyby wprowadzone – ewentualne wsparcie powinno być ukierunkowane na średnie/mniejsze sklepy, których właścicielami są polscy przedsiębiorcy.

Kaucje na szklane, plastikowe lub aluminiowe opakowania jednorazowe powinny być co najmniej takie same jak dla opakowań zwrotnych. Obecnie dochodzi do absurdalnych sytuacji, że producenci premiąją duże sieci poprzez oferowanie zbliżonej ceny za napój i opakowanie bezzwrotne do ceny napoju w opakowaniu zwrotnym – ale bez ceny kaucji. Np. cena za puszkę napoju w dużej zagranicznej sieci 1,99 zł w porównaniu do sklepu zrzeszonego w sieci polskiej sieci handlowej – cena 2,79 + kaucja za butelkę 0,50 zł = 3,29 zł.

Zgodnie z założeniami systemu zaprezentowanymi podczas wrześniowego spotkania w Ministerstwie Klimatu producent wprowadza na rynek produkt w opakowaniu z kaucją. Sklepy sprzedają te produkty i pobierają kaucję. Następnie mają ją przekazać do

regulatora. Konsument może oddać puste opakowanie z powrotem do sklepu lub do punktu zbiórki odpadów opakowaniowych i odebrać kaucję. Opakowanie, które trafi do sklepu, ten będzie musiał przekazać do punktu zbiórki. Z tego punktu odpady po opakowaniach jednorazowego użytku mają trafiać do recyklerów, a opakowania wielokrotnego użytku do firm, które wprowadzają je na rynek. Przy czym odbiór tych opakowań ma być obowiązkiem firmy wprowadzającej artykuły na rynek. Za oddane opakowanie regulator zwracać będzie kaucję sklepowi lub punktowi zbiórki. Kaucja za niezwrócone opakowania ma pozostać u regulatora na rozwój systemu kaucyjnego.

Koncepcja ta jakkolwiek bardzo interesująca i na pewno godna uwagi z punktu widzenia handlu tworzy także pewne pytania o kwestie organizacyjne.

1. Kto ponosi koszt transportu odpadów z jednostki handlowej do PSZOK ?
2. Jak długi czas jest przewidywany na zwrot kaucji sklepowi ?

Z punktu widzenia handlu istotne są także dwa aspekty.

1. Które opakowania mają być objęte systemem kaucyjnym ?
2. Jak pogodzić rozwiązania technologiczne – wielkość ewentualnych urządzeń do odbioru opakowań z ograniczonymi rozmiarami sklepów lub też w przypadku braku takich urządzeń z możliwością składowania opakowań na terenie placówek handlowych?

Maciej Ptaszyński,
dyrektor generalny Polskiej Izby Handlu



Sprzedaż w listopadzie w sklepach maľoformatowych do 300 m2

Według CMR Panel i Polskiej Izby Handlu, w listopadzie 2019 r. całkowita wartość sprzedaży w sklepach maľoformatowych do 300 m2 była o 7,5% wyższa niż rok wcześniej, choć liczba transakcji utrzymała się na poziomie sprzed roku. W porównaniu z październikiem br. liczba paragonów obniżyła się aż o 14%, co przełożyło się na spadek wartości sprzedaży o 10%.

Dynamika sprzedaży w sklepach maľoformatowych do 300 m2 w listopadzie 2019 r.: -10% mdm , +7,1% rdr

Niższe temperatury i dwa dodatkowe dni wolne sprawiły, że w listopadzie większość kategorii sprzedawała się znacznie słabiej niż w październiku. Spadki odnotowały m.in. piwo oraz napoje – liczba paragonów, na których występowały wody czyste, spadła w porównaniu z październikiem o 20%, a liczba paragonów z napojami gazowanymi była niższa o 15%. Jak co roku jesienne chłody przyczyniły się do wzrostu popytu na wina grzane (w listopadzie wartość ich sprzedaży była o prawie 80% wyższa niż miesiąc wcześniej) czy miód (wzrost o 15%). Jesienią i zimą, kiedy klienci rzadziej wpadają do sklepów maľoformatowych po drobne zakupy dokonywane pod wpływem impulsu (jak np. jak piwo, puszka napoju czy lody), rośnie średnia wartość paragonu. Tak też było i w tym roku – w listopadzie 2019 r. klienci wydawali na zakupy w sklepach maľoformatowych do 300 m2 średnio 16,08 zł, o 5,2% więcej niż w październiku i o 8,9% więcej niż w upalnym czerwcu.

W takim samym okresie roku poprzedniego dynamika sprzedaży w sklepach maľoformatowych rdr wyniosła: +4,1%

Według CMR Panel i Polskiej Izby Handlu, w porównaniu z listopadem 2018 r. średnia wartość transakcji wzrosła o 7,1%. Średnia liczba opakowań w koszyku była tylko nieznacznie wyższa niż rok wcześniej, zatem za wzrostem tym stoją w dużej mierze wyższe ceny. W listopadzie br. wzrosty cen o kilka procent odnotowały niemal wszystkie kategorie spożywcze, w tym m.in. piwo, papierosy, słodyczne, jajka, mąka i makarony. W czołówce produktów których ceny poszły w górę najbardziej utrzymuje się cukier – średnio za kilogram klienci sklepów maľoformatowych w listopadzie 2019 r. płacili o 16% więcej niż rok wcześniej.

W listopadzie 2019 r. wyraźne wzrosty w porównaniu z ubiegłym rokiem zarówno w liczbie transakcji, jak i w wartości sprzedaży zaraportowano m.in. dla napojów energetyzujących (wydatki na nie były o 29% wyższe niż przed rokiem), whisky oraz inne alkohole mocne, jak gin czy brandy, a także dania gotowe, pasty kanapkowe i różnego rodzaju zdrowe przekąski (jak musy owocowe, chipsy owocowe i warzywne czy bakalie).

W supermarketach 301-2500 m2 (z wyłączeniem dyskontów) w listopadzie 2019 obroty były o -8,6% niższe niż w październiku. Natomiast sprzedaż rdr w supermarketach to -2,6%.

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 Panel 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

50. Zjazd Delegatów Krajowego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Spożywców „Społem”

W dniach 19-20 listopada 2019 roku w Uzdrowisku Jutrzenka Medical Spa przy ul. Brzozowej w Wieńcu-Zdroju odbył się jubileuszowy 50 Zjazd Delegatów Krajowego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Spożywców „Społem”, w którym uczestniczyło 225 delegatów ze spółdzielni zrzeszonych w Związku, 30 gości oraz 125 przedstawicieli firm współpracujących ze spółdzielniami.

W dniu 19 listopada Zarząd Związku zorganizował powitalny wieczór, który rozpoczęli Przewodniczący Rady Nadzorczej KZRSS „Społem” Adam Sosnowiec oraz Prezes Zarządu KZRSS „Społem” Ryszard Jaśkowski, witając wszystkich przedstawicieli Spółdzielni Spożywców, organizacji działających pod szyldem „Społem”, a także przybyłych gości m.in. Adama Abramowicza - Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców, Andrzeja Wojciechowicza – Eksperta Komisji Europejskiej FMCG-BC, Mathiasa Fiedlera – Prezydenta Euro Coop, Mieczysława Grodzkiego - Prezesa Zarządu Krajowej Rady Spółdzielczej, Krzysztofa Grzędziela - właściciela Spółki „Uzdrowisko Wieniec” Sp. z o.o.

Wyświetlony został film dokumentalny przedstawiający dorobek Spółdzielni Spożywców „Społem”, a następnie wręczone zostały odznaczenia „Zasłużony Działacz Ruchu Spółdzielczego” i pamiątkowe dyplomy dla przedstawicieli najstarszych Spółdzielni. W dalszej części wieczoru wystąpił zespół muzyczny PECTUS, a do tańca grał zespół „ŻUKI”.

W dniu 20 listopada podczas obrad 50 Zjazdu Delegatów „Społem” głos zabrał m.in.: Mathias Fiedler - Euro Coop President który przedstawił ciekawą prezentację na temat spółdzielczości europejskiej. Wyświetlono film dokumentalny, którego tematem były wydarzenia związane z obchodami 150-lecia Spółdzielczości Spożywców w Polsce. Odczytano też listy z życzeniami dla uczestników Zjazdu m.in.: od Jarosława Kaczyńskiego – Prezesa PiS, Władysława Kosiniaka-Kamysza – Prezesa PSL, Anny Bulki – Prezesa Zarządu Fundacji Rozwoju Spółdzielczości Uczniowskiej w Krakowie i Bogdana Agustyna – Prezesa Związku w latach 1981-1990.

Zjazd jako najwyższy organ Związku rozpatrzył wszystkie sprawy objęte porządkiem obrad, podjął 11 uchwał, w tym uchwałę programową na kolejne 4 lata oraz dokonał wyboru członków Rady Nadzorczej Związku.



Konkurs STENA CIRCULAR ECONOMY AWARD – Lider Gospodarki Obiegu

Duże przedsiębiorstwo, jednoosobowa firma, startup. Każdy może projektować i produkować tak, by ograniczyć ilość odpadów. Często proste działania, jak akcja „Przyda się”, za którą w zeszłym roku Stena Recycling nagrodziła IKEA tytułem Lidera GOZ, najlepiej pokazują, czym jest gospodarka cyrkularna. Jeśli w Waszych firmach powstają rozwiązania zgodne z tą ideą, podzielcie się nimi. Ruszyła III edycja konkursu Stena Circular Economy Award. Informacje i zgłoszenia pod linkiem: <https://www.stenarecycling.pl/stena-circular-economy-award/>

Działania zgodne z ideą gospodarki obiegu zamkniętego, są coraz częściej priorytetem dla firm reprezentujących różne kategorie przedsiębiorstw, od międzynarodowych korporacji po lokalne startupy. Rosnące zainteresowanie rozwiązaniami gospodarki cyrkularnej to zarówno wyraz chęci sprostania wymogom stawianym przez prawo i konsumentów, jak również przyjęcie odpowiedzialności wobec społeczeństwa i środowiska. GOZ to szereg korzyści m.in. efektywne wykorzystanie materiałów, ograniczenie ilości odpadów i ich wpływu na środowisko, innowacyjne modele biznesowe, nowe miejsca pracy i budowanie przewagi konkurencyjnej.

Dla Stena Recycling, która od początku swojej działalności troszczy się o środowisko i zasoby naturalne, to potwierdzenie, że zainicjowany dwa lata temu konkurs „STENA CIRCULAR ECONOMY AWARD – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego” spełnia swoją edukacyjną rolę. Konkurs skierowany do biznesu i środowiska naukowego nagradza rozwiązania oparte na modelu biznesowym zgodnym z GOZ oraz działania na rzecz promocji idei GOZ.

W Stena Recycling doceniamy aktywną działalność firm członkowskich Polskiej Izby Handlu w obszarze Gospodarki Obiegu Zamkniętego. Zapraszamy do wzięcia udziału w III edycji konkursu „STENA CIRCULAR ECONOMY AWARD – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego” firmy stowarzyszone w Izbie. Wierzymy, że tegoroczna edycja zaowocuje wieloma inspirującymi zgłoszeniami.

Jak wziąć udział?

Uczestnicy mogą zgłaszać się w trzech kategoriach:

1. dla przedsiębiorstw, które wdrożyły praktyki GOZ,
2. dla przedsiębiorstw, które wdrożyły działania promujące GOZ,
3. dla studentów, którzy zaproponują wdrożenie GOZ przydatne dla biznesu lub akcję społeczną promującą ideę GOZ.

Zgłoszenia konkursowe przyjmowane będą do 31 stycznia 2020. Zwycięzcy zostaną ogłoszeni w kwietniu 2020 r. podczas gali podsumowującej trzecią edycję konkursu.

Nagrodą dla zwycięskich przedsiębiorstw jest możliwość wybrania z oferty Stena Recycling usługi środowiskowej lub szkoleniowej m.in. audytu środowiskowego, planu ekoedukacji, szkolenia środowiskowego czy dotyczącego transportu odpadów niebezpiecznych. Zwycięzcy w kategorii studenckiej otrzymają laptopy oraz grant w wysokości 10 000 zł na realizację projektu edukacyjnego z obszaru GOZ. Przedsiębiorstwa i uniwersytety zostaną także wyróżnione certyfikatem dobrych praktyk.

Partnerami konkursu są: Polska Izba Handlu, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Konfederacja Lewiatan, Akademia Leona Koźmińskiego, Polska Izba Gospodarki Odpadami, Organizacja Odzysku Opakowań „Rekopol”, Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza oraz Kampania 17. Celów.



Rozwijaj swój biznes dzięki leasingowi!

O leasingu słyszał prawie każdy i prawie każdy kojarzy go z samochodami. Zupełnie niesłusznie! Wyleasingować można prawie wszystko.

Przenieśmy się jednak na chwilę do Ciebie...

Możliwe, że właśnie:

- otwierasz pierwszy lub kolejny sklep, magazyn lub halę produkcyjną a wózek widłowy to jedno z głównych narzędzi w Twojej pracy;
- pracownicy lub/i dostawcy, a może nawet inspektor BHP, oczekują od Ciebie wymiany wysłużonego sprzętu;
- dynamiczny rozwój Twojego biznesu i związana z tym zwiększona ilość dostaw, wymaga dokupienia kolejnych maszyn...

Koniec końców, czytając ten artykuł zapewne masz pomysł na rozwój swojej firmy, poprawę jakości eksploatowanego dotychczas sprzętu lub dotrzymanie kroku konkurencji, ale zastanawiasz się:

skąd wziąć pieniądze na realizację swoich planów...

... i dochodzisz do wniosku, że:

- nie chcesz od razu inwestować wszystkich swoich oszczędności - bardzo słusznie;
- nie masz zdolności kredytowej i bank odmówi Ci udzielenia pożyczki - tak to działa i nieprędko się zmienia;
- albo co prawda masz możliwość uzyskania kredytu, ale jego koszty są wysokie (zamiast Ciebie na Twoim pomysłcie i ciężkiej pracy zarobi głównie bank - lepiej nie!)

Na szczęście już teraz możesz skorzystać z bezkonkurencyjnego leasingu 101% na wózki widłowe PROMAG. Trzech partnerów: AssetLife, Pekao Leasing i PROMAG, połączyło swoje siły, aby stworzyć dla Ciebie wyjątkową ofertę!

Warunki:

- Leasing 101% na 35 miesięcy
- Leasing 102% na 47 miesięcy
- 10% opłaty wstępnej
- Ubezpieczenie majątkowe ze składką roczną 0,555% wartości netto wózka
- Ubezpieczenia OC dla pojazdów wolnobieżnych z roczną składką 380 zł

Rodzaje dostępnych wózków:

- widłowe elektryczne i spalinowe (benzyna/gaz)
- wysokiego składowania
- podnośnikowe elektryczne

Koszt pieniądza w przedstawionej propozycji, to zaledwie 1% dla umowy zawartej na okres 35 lub 2% dla umowy zawartej na okres 47 miesięcy. Zatrzymaną dzięki temu gotówkę można zainwestować w działania przynoszące wyższą stopę zwrotu lub w rozwój.

Minimalizując ryzyko transakcji poprzez wybór leasingu jako formy finansowania, przy jednoczesnej maksymalizacji wynikających z tego korzyści podatkowych, można uniknąć wielu niemiłych niespodzianek, a z drugiej strony zaoszczędzić sporo pieniędzy i czasu.

Wszystkie szczegóły dotyczące finansowania wózków widłowych w ofercie „Leasing 101%” można sprawdzić tutaj:

<https://assetlife.pl/poradnik/Leasing-101%25-na-wozki-widlowe-PROMAG-53>

INTERMARCHÉ UMOĆNIŁO POZYCJĘ LIDERA NA RYNKU PRZYMARKETOWYCH STACJI PALIW

We wrześniu 2019 r. sieć Intermarché otworzyła sklep i stację paliw w Przemkowie w województwie dolnośląskim. Mieszkańcy tego miasta zyskali dostęp do 10 tysięcy artykułów pochodzących także od lokalnych dostawców, w tym bogatego asortymentu produktów świeżych. Nowy supermarket Intermarché to również dodatkowe miejsca pracy i dochody do budżetu miasta pochodzące z lokalnie odprowadzanych podatków.

Szeroki asortyment sklepu Intermarché w Przemkowie przy ul. Szprotawskiej 2 z pewnością zainteresuje nie tylko zmotoryzowanych mieszkańców tego miasta. Od teraz mają oni dostęp do produktów świeżych z kategorii owoce i warzywa, jak również najwyższej jakości mięs i wędlin w atrakcyjnych cenach. W pobliżu sklepu, którego powierzchnia wynosi 565 m², zlokalizowany jest parking mieszczący 50 aut.

– *Intermarché w Przemkowie jest 30. supermarketem tej sieci działającym w województwie dolnośląskim. Jestem przekonany, że mieszkańcy Przemkowa przekonali się już do oferty naszego sklepu, tak bogatej w produkty świeże dostarczane przez lokalnych i sprawdzonych dostawców. Cieszymy się również, że w jego pobliżu otworzyliśmy 68. stację paliw z szyldem Intermarché – mówi Maciej Ćwikliński, Prezes Zarządu Dyrekcji Handlowej Intermarché.*

Otwarta w Przemkowie stacja paliw Intermarché, potwierdza pozycję lidera sieci w tym sektorze. Oferuje ona wysokiej jakości paliwa w atrakcyjnych cenach – benzynę Pb95, Pb 98 oraz olej napędowy – dostarczane przez Orlen Paliwa Sp. z o.o. Intermarché zapowiada intensywne prace nad tym, by docelowo oferować takie usługi przy każdym supermarkecie, gdzie tylko będzie to możliwe.

Grupa Muszkietarów na rzecz lokalnych społeczności

Jedną z korzyści płynących z otwarcia nowego supermarketu Intermarché lub Bricomarché są akcje społeczne organizowane dla mieszkańców. Zaangażowanie w tym zakresie jest na stałe wpisane w strategię Grupy Muszkietarów. Opiera się ono na założeniu, że znajomość lokalnych społeczności, wśród których żyją i pracują właściciele sklepów Intermarché i Bricomarché, pozwala im lepiej poznać i odpowiadać na ich potrzeby. Do najważniejszych działań prospołecznych Grupy Muszkietarów można zaliczyć organizację bezpłatnych badań mammograficznych w ramach kampanii „Muszkietarowie dla Polek”, współpracę z Fundacją WWF na rzecz promowania świadomości związanej z dbaniem o otaczający nas świat flory i fauny, a także akcje Fundacji Muszkietarów – „Place Zabaw – Muszkietarowie” i „Wakacje z Muszkietarami”.



WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ

ZAPRASZAMY

PRZEDSTAWICIELI SEKTORA HANDLU DO UDZIAŁU W PRACACH SEKTOROWEJ RADY DS. KOMPETENCJI W HANDLU

Celem projektu "Sektorowej Rady ds. Kompetencji w Handlu" jest dopasowanie systemu edukacji do potrzeb systemu gospodarczego i zbudowanie kompetencji pożądanых w handlu, aby kwalifikacje zdobywane w szkołach, na uczelniach, podczas kursów i szkoleń odpowiadały na realne potrzeby pracodawców.

Lider Projektu

KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA
CENTRUM PROMOCJI SP. Z O.O.

Konsorcjanci

KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA
STOWARZYSZENIE FORUM DIALOGU
GOSPODARCZEGO
KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY
SPOŁDZIELNI SPOŻYWCÓW SPOŁEM

ZADANIA DO ZREALIZOWANIA PRZEZ SEKTOROWĄ RADĘ DS. KOMPETENCJI W HANDLU:

- rekomendowanie rozwiązań/zmian legislacyjnych w obszarze edukacji i dostosowanie do potrzeb rynku pracy
- włączenie Sektorowej Ramy Kwalifikacji w Handlu do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji
- współpraca w zakresie porozumień edukacyjnych

- określenie obszarów badawczych odnoszących się do kompetencji w sektorze, w którym działa Rada
- przekazywanie informacji o zapotrzebowaniu na kompetencje do instytucji edukacyjnych i rynku pracy
- przekazywanie informacji o potrzebach danego sektora w obszarze kompetencji do partnerów społecznych identyfikujących potrzeby rozwojowe przedsiębiorstw
- opracowanie i aktualizacja rekomendacji dotyczących zapotrzebowania na kompetencje w danym sektorze
- uwzględnienie sytuacji pracowników znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, w tym powyżej 50 roku życia lub o niskich kwalifikacjach

System edukacyjny jest często niedopasowany do potrzeb systemu gospodarczego. Przedsiębiorcy potrzebują odpowiednio wykwalifikowanych pracowników, aby ROZWÓJ ich firm był możliwy.

Zapotrzebowanie na kompetencje zmienia się wraz z rozwojem technologicznym oraz sposobem zarządzania w handlu, jak i zmianą pokoleniową. To pracodawcy są nieocenionym źródłem WIEDZY o tym, co warto zmienić w systemie EDUKACJI, aby ten odpowiadał na aktualne potrzeby rynku pracy.

Katalizatorem tych wszystkich działań będzie Sektorowa Rada ds. Kompetencji w Handlu, odpowiedzialna za współpracę z pracodawcami i jednostkami edukacji formalnej i poza formalnej, oraz za wyznaczanie kierunku zmian.

**ANDRZEJ WOJCIECHOWICZ
ANIMATOR PROJEKTU**