



## Nowoczesność z tradycjami

### BIULETYN POLSKIEJ IZBY HANDLU

Nr 11 (02/2014)

Przekaż 1% podatku, by  
wspierać polski handel



Zachęcamy do przekazywania  
1% podatku na Fundację  
Polskiego Handlu.

FPH wspiera polski handel  
tradycyjny w drodze do  
nowoczesnej gospodarki.

**KRS: 0000338741**

Fundacja była zaangażowana w  
kwestie związane z  
podniesieniem progu od  
którego kradzież jest uznawana  
za przestępstwo, zajmowała się  
także wspieraniem małych  
formatów handlu, prowadziła  
kampanie charytatywne -  
zadania te będzie kontynuować  
w partnerstwie z Polską Izbą  
Handlu.

Przekazując 1% podatku na  
FPH wspierasz handel  
tradycyjny w Polsce!



#### Słowo wstępne:



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

Na rynku potrzebne są wszystkie formaty handlu, nie możemy zawężać pola wyboru konsumentowi, nie możemy doprowadzić do sytuacji, gdy nie będzie sklepów innych niż dyskonty – a do tego obecnie zmierzamy, do monopolizacji na polu handlu. Nie jest normalnym, gdy np. w miejscowości liczącej niecałe 17 000 mieszkańców znajduje się pięć sklepów dyskontowych, a mniejsze placówki bez szans na konkurowanie upadają. Jest to przykład Olecka, jednak

takich miast jest w Polsce wiele. Co więcej dyskonty będą pojawiać się również w segmencie mniejszych formatów.

Potrzebne jest sporządzanie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego – uwzględniających zrównoważony rozwój wszystkich formatów handlu oraz niezbędne jest przeprowadzanie analiz wpływu nowo powstałych i planowanych podmiotów handlu na rynek lokalny. Jeżeli obecnie nie zatroszczymy się o formę polskiego handlu, postawimy wkrótce nas samych i przyszłe pokolenia w sytuacji braku możliwości dokonywania swobodnych wyborów konsumenckich.

15 stycznia 2014 skierowaliśmy do Premiera, Marszałków Sejmu i Senatu oraz Przewodniczących Klubów Parlamentarnych pismo z apelem o działania ws. niekontrolowanego rozwoju dyskontów, które zaburzają równowagę w polskim handlu detalicznym.

#### 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.

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 PIH.

Waldemar Nowakowski, Prezes PIH

**Zapraszamy mazowieckie firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw z branży handlu do bezpłatnego udziału w projekcie.**



Sprawdź

[www.50plus.pih.org.pl](http://www.50plus.pih.org.pl)

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

**Cel:** Utrzymanie aktywności zawodowej i nadanie nowych kompetencji kobietom powyżej 50 roku życia zatrudnionym w sektorze handlu.

**Pomysł:** Doceniając wysoką wartość doświadczonych pracowników oraz ich praktyczną wiedzę chcemy wspólnie wypracować nowoczesne rozwiązanie, które dzięki odpowiedniej strategii i szkoleniom pozwoli wykorzystać umiejętności kobiet 50+ do wspierania rozwoju młodszych pracowników.

**Dla kogo?** Projekt skierowany jest do małych i średnich przedsiębiorstw handlowych działających na terenie województwa mazowieckiego, zatrudniających kobiety powyżej 50 r.ż.

**Kto?** Projekt realizujemy w partnerstwie: Stowarzyszenie Nasza Inicjatywa, Polska Izba Handlu, SPOŁEM WSS Śródmieście oraz Consorzio SIR Solidarieta' In Rete (Włochy).

Spotkaniem informacyjno – szkoleniowym rozpoczęto działania wdrożeniowe innowacyjnego rozwiązania w zakresie zarządzania personelem w przedsiębiorstwach handlowych sektora MSP. 14 stycznia 2014 zespół projektowy przeprowadził pierwsze szkolenia szczegółowo zapoznające kadrę kierowniczą z istotą projektu.

Ryszard Jaśkowski wiceprezes KZRSS Społem rozpoczął spotkanie podkreślając zapotrzebowanie na rozwiązania, które aktywizują pracowników 50+.

Paweł Radomski konsultant projektu, podczas warsztatów wskazał, że kluczem do rozwoju jest przełamywanie barier i odejście od schematycznego myślenia. Zaznaczył, iż obecnie żyjemy w starzejącym się społeczeństwie i pracowników 50+ będzie coraz więcej, dlatego należy rozwijać ich umiejętności. Dodatkowo wpływ osób starszych na młodych jest nieoceniony – przekazują im swoje doświadczenie, a także kształtują postawy – zwłaszcza wobec braku zawodowych szkół handlowych. Paweł Radomski pokazał jakie projekt może przynieść dla firmy korzyści społeczne i ekonomiczne.

Koordynator merytoryczny projektu dr Beata Buchelt zaprezentowała produkt finalny projektu, czyli „Strategię Zarządzania Talentami Wiedzy Kobiety 50+”. Określiła, iż pojęcie talent to unikalna wiedza i umiejętności, które Kobiety 50 + mogą przekazać młodszy pokoleniom. Dr Beata Buchelt omówiła także poszczególne etapy projektu.

Kolejnego dnia odbyły się indywidualne konsultacje dla poszczególnych firm, które biorą udział w projekcie.

#### Konferencja informacyjna dot. projektu Kobiety 50 +



od lewej:  
Maciej Ptaszyński,  
dr Beata Buchelt,  
Dagmara Staniszevska,  
Anna Tylkowska,  
Paweł Radomski

W ramach upowszechniania projektu Kobiety 50+ 21 stycznia 2014 odbyła się konferencja informacyjna w Centrum Prasowym PAP. Ekspertsi określili cele projektu oraz jego założenia. Anna Tylkowska prezes WSS Społem Śródmieście zaznaczyła, że pracownicy powyżej 50 roku życia są często podstawą przedsiębiorstw, w wypadku reprezentowanej przez nią placówki osoby 50+ to niemal 50% personelu.

Dagmara Staniszevska koordynator projektu zaprosiła do bezpłatnego udziału w nim mazowieckie firmy z sektora MSP z branży handlu.

Styczeń 2014

594 publikacje dot. Polskiej Izby Handlu w prasie i Internecie

Konferencja „Przedsiębiorstwa handlowe w okresie spowolnienia gospodarki”

Maciej Ptaszyński wziął udział w panelu eksperckim podczas konferencji organizowanej przez Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur 27 stycznia 2014. Rozmawiano o relacjach przedsiębiorstw w kanałach dystrybucji żywności.



II Ogólnopolski Kongres Płatności Bezgotówkowych

*W kierunku większej przejrzystości, konkurencyjności i innowacyjności polskiego rynku płatności - pod takim hasłem 29 stycznia 2014 w Warszawie odbył się kongres dot. płatności bezgotówkowych na którym byli obecni przedstawiciele Polskiej Izby Handlu.*



VIII KONGRES „What’s going on in Retailing?!”

Maciej Ptaszyński wygłosi prelekcję podczas kongresu dot. handlu detalicznego, który odbędzie się w 11 – 12 marca 2014 w Warszawie.

Spółdzielnie Społem w rankingach największych przedsiębiorstw w naszym kraju



„Rzeczpospolita” 3 grudnia br., opublikowała „Listę 2000. Polskie przedsiębiorstwa”, prezentując w niej osiągnięte w ubiegłym roku wyniki finansowe 2000 największych przedsiębiorstw w naszym kraju. Na liście tej znalazło się 5 Spółdzielni Społem.

„Puls Biznesu” 30 grudnia br. opublikował Ranking Ogólnopolski „Gazeta Biznesu 2013”. W rankingu tym znalazło się 19 spółdzielni Społem. O miejscu firmy w rankingu decydował procentowy wzrost jej przychodów w latach 2010-2012. Informacje o firmach, które posłużyły do opracowania rankingu, zebrała wywiadownia gospodarcza „Coface”.

Świąteczny spadek sprzedaży w małym handlu

Według danych Polskiej Izby Handlu sprzedaż detaliczna w grudniu 2013 roku w stosunku do grudnia 2012 spadła o 4 %, natomiast w stosunku do listopada 2013 wzrosła o 16%.



- Duży wzrost sprzedaży w grudniu każdego roku jest normalną zmianą sezonową, wynikającą oczywiście z czasu świątecznego. Jednak nasi członkowie podkreślali, że

świąteczna sprzedaż w tym roku wypadła zdecydowanie gorzej w stosunku do roku poprzedniego. Polska Izba Handlu reprezentuje mniejsze formaty handlu, które w ubiegłym roku odnotowywały w większości spadki zysków, na co z pewnością ma wpływ rozwój dyskontów. Co ciekawe sprzedawcy zrzeszeni w PIH obserwują wzrost sprzedaży produktów świeżych, które konsumenci widać wolą kupować w mniejszych sklepach – komentuje Joanna Chilicka rzeczniczka prasowa Polskiej Izby Handlu.

- Gorsza sprzedaż świąteczna wynika ze znacznego zwiększenia konkurencji, jednak nie cenowej, ale ilościowej – obecnie mamy po prostu większą ilość punktów handlowych do których udają się klienci – dodaje Anna Tylkowska Prezes WSS Społem Śródmieście.

Prognoza opiera się na sondażu przeprowadzonym wśród właścicieli handlowych sieci detalicznych FMCG małego i średniego formatu zrzeszonych w Polskiej Izbie Handlu (z wyłączeniem dyskontów i hipermarketów), stanowiących łącznie ok. 20 proc. rynku.

Bezpłatne szkolenia Polskiej Izby Handlu  
Sklep convenience – przyszłość dla małych i średnich placówek handlowych

Polska Izba Handlu w styczniu 2014 przeprowadziła szkolenia w Poznaniu, Białymstoku, Opolu, Przemysłu oraz w Gorzowie Wielkopolskim – uczestniczyło w nich 206 osób.

W lutym 2014 planowane są szkolenia w Mrągowie i Łodzi – harmonogram jest dostępny na stronie [www.pih.org.pl](http://www.pih.org.pl)

Nowy członek PIH – marka Verdict, która daje możliwość weryfikacji potencjalnych partnerów biznesowych

Polska Izba Handlu obserwując trendy rozwoju usług dla biznesu zdecydowała się umożliwić swoim odwiedzającym korzystanie z platformy Verdict, która oferuje klientom biznesowym i indywidualnym atrakcyjne cenowo, proste i łatwo dostępne raporty na temat kondycji firm, instytucji, stowarzyszeń.



Teraz można sprawdzić: Czy firmie nie grozi upadłość? Jakiego limitu kredytowego jej udzielić? Kto nią zarządza?

Platforma Verdict dostępna jest na stronie głównej PIH [www.pih.org.pl](http://www.pih.org.pl)

Bisnode jest liderem branży informacji gospodarczej.

Rozwiązania Bisnode pomagają ponad 200 000 firm maksymalizować sprzedaż, minimalizować ryzyko i podejmować trafne decyzje biznesowe.

**Weryfikacja parterów biznesowych zmniejsza ryzyko nietrafnej inwestycji!**

Nowy Członek Polskiej Izby Handlu – Targi Kielce



Wśród organizatorów wystaw z Europy Środkowo – Wschodniej audytowanych przez CENTREX, Targi Kielce znalazły się na drugiej pozycji pod względem liczby wystawców i trzeciej biorąc pod uwagę wynajętą powierzchnię wystawienniczą. Do Targów Kielce należy 22% udziału w polskim rynku targowym. Jednego z dwóch liderów rynku wystawienniczego w Polsce odwiedza rocznie ponad 210 000 gości z 56 krajów oraz 6 000 wystawców, którzy prezentują produkty na 185 000 m<sup>2</sup> wynajętej powierzchni wystawienniczej.

Spółka posiada 7 w pełni wyposażonych hal wystawienniczych, w tym najnowocześniejszy w Polsce pawilon wystawienniczy - halę E oraz duże zewnętrzne tereny wystawowe - dysponuje 90 000 m<sup>2</sup> powierzchni wystawienniczej, w tym 36 000 m<sup>2</sup> w pawilonach. Targi Kielce to organizator nie tylko ponad 70 wystaw i 600 konferencji rocznie, ale także ważny mecenas kultury i sportu, sponsor Klubu Vive Targi Kielce – trzeciej drużyny Europy, wielokrotnego mistrza Polski w piłce ręcznej oraz klubu Korona Kielce.

W ośrodku organizowane są imprezy biznesowe o znaczeniu międzynarodowym, jak między innymi wspomniany już Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego MSPO, Targi Budownictwa Drogowego AUTOSTRADA-POLSKA, Targi Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych PLASTPOL. To również tutaj odbywają się niszowe wystawy o wyjątkowym charakterze np. SACROEXPO i NECROEXPO.

### 25-26 czerwca 2014 Kielce – Targi Private Label

W 2014 roku Targi Kielce wychodzą naprzeciw rynkowi marek własnych. Pod koniec czerwca odbędą się tam pierwsze targi Private Label w Polsce. W programie spotkań biznesowych znajdzie się również specjalistyczna konferencja. Wystawa będzie jedną z nielicznych w Europie międzynarodowych platform biznesowych dla przemysłu marek własnych, miejscem spotkań producentów, odbiorców hurtowych i najważniejszych sieci handlowych z całego Starego Kontynentu.

Dzięki skoncentrowaniu w jednym miejscu wszystkich podmiotów zainteresowanych działaniami w tym sektorze, targi Private Label będą najlepszym miejscem do prezentacji najnowszej gamy produktów, nawiązania szerokich sieci kontaktów biznesowych oraz podpisania intratnych kontraktów. Produkty i usługi oferowane pod markami własnymi, czyli takie które najczęściej wytwarzane są na zamówienie dużych firm i sieci handlowych, są zwykle tańszymi alternatywami dla dobrze znanych lokalnych lub międzynarodowych marek. Istnieją jednak i takie, które pozycjonowane są jako marki luksusowe.

Po więcej szczegółów o tych targach zapraszamy na [www.markiwlasne.pl](http://www.markiwlasne.pl) oraz [www.targikielce.pl](http://www.targikielce.pl).