



Zachowanie różnorodności handlu i usług na rynku wewnętrznym

BIULETYN POLSKIEJ IZBY HANDLU

Nr 20 (11/2014)

Szkolenia PIH

Zachęcamy do zapoznania się z ofertą szkoleń Polskiej Izby Handlu, jest ona dostępna na [naszej stronie](#).

Od listopada ponownie są wolne terminy na szkolenia handlowe:

Zasady ekspozycji produktów na półce sklepowej – merchandising w małych i średnich przedsiębiorstwach handlowych

Zasady i cele prowadzenia promocji w małych i średnich placówkach handlowych

Koszt szkolenia to 2200 zł + VAT za grupę do 30 osób.

Cena zawiera szkolenie i materiały szkoleniowe dla całej grupy.

Szkolenie realizowane jest u klienta.

Kontakt:
joanna.chilicka@pih.org.pl

Więcej informacji o naszych szkoleniach na stronie 4.

Słowo wstępne



Waldemar Nowakowski, Prezes Polskiej Izby Handlu: Prokurator generalny Andrzej Seremet przedstawił projekt zmian w Kodeksie Wykroczeń: jeżeli skradzione rzeczy będą warte mniej niż 10 zł sprawca może zostać ukarany jedynie upomnieniem.

Środowisko handlu w Polsce nie akceptuje wprowadzenia do Kodeksu Wykroczeń zapisu, który ustanawiałby normą odstąpienie od karania w przypadku kradzieży poniżej 10 zł. Wyjątkowe, incydentalne zdarzenia, np. osób chorych psychicznie kradnących batonika za 1 zł powinny być rozpatrywane indywidualnie, jako szczególny przypadek. Ale nie można czynić z tego normy, czym byłoby dodanie takiego zapisu do Kodeksu Wykroczeń. Skąd zresztą wzięła się kwota 10 zł, dlaczego nie 50?

W zamyśle prokuratury projekt ma nie dotyczyć notorycznych złodziei – a jak to zweryfikować skoro nie ma efektywnego systemu rejestrowania wykroczeń? Polska Izba Handlu wraz z innymi organizacjami od wielu miesięcy zabiega o stworzenie takiego rejestru wykroczeń. To jest zmiana w prawie, która wymaga pilnej uwagi, a nie kolejne zapisy ułatwiające pracę złodziejom. Czy zatem będzie można codziennie rano brać ze sklepu bułki za darmo, narażając się jedynie na upomnienie? Bo przecież takie wykroczenie nie zostanie nigdzie zarejestrowane

Polska Izba Handlu wysłała w tej sprawie pisma do Ministra Sprawiedliwości, Ministra Spraw Wewnętrznych i przewodniczących klubów parlamentarnych.

Lewiatan świętuje XX-lecie działalności



Z okazji XX-lecia działalności Polskiej Sieci Handlowej LEWIATAN w imieniu Polskiej Izby Handlu składamy gratulacje i życzymy wielu dalszych sukcesów

Zarząd Polskiej Izby Handlu

Izba w mediach

48 publikacji dot. Polskiej Izby Handlu w prasie i Internecie w październiku br. (od początku roku **1811** publikacji)

Dane PIH dot. sprzedaży we wrześniu 2014

Według danych Polskiej Izby Handlu sprzedaż detaliczna we wrześniu 2014 roku w stosunku do września 2013 wzrosła o 4,5%, w stosunku do sierpnia 2014 wzrosła o 1%.



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.

Komisja sejmowa

9 października br. **Maciej Ptaszyński** uczestniczył w podkomisji stałej w Sejmie ds. zdrowia publicznego dot. aktualnego stanu wiedzy o e-papierosach.



W mojej ocenie...

Zapraszamy do zapoznania się z nowym cyklem artykułów w biuletynie Polskiej Izby Handlu:

„W mojej ocenie...”

gdzie czołowi managerowie polskiego handlu, będą przedstawiać swoje spojrzenie na problematykę i sytuację współczesnego detalicznego handlu w naszym kraju.

W tym miesiącu zachęcamy do zapoznania się z punktem widzenia p. **Krzysztofa Waligórskiego, Prezesa Intermarche Polska.**



Polski rynek detaliczny to wciąż burzliwy sektor, w którym natężenie walki konkurencyjnej rośnie z każdym rokiem. Skala przeobrażeń, jaką przeszedł w ostatnich 10 latach przerosła wyobrażenia większości z nas. Przeszliśmy w tym czasie od fazy silnych i stosunkowo łatwych wzrostów, rozwoju ekstensywnego i wyraźnego podziału ról na supermarkety, hipermarkety, dyskonty i handel tradycyjny, do zaniku granic między formatami sprzedaży, wykorzystania kanałów internetowych, aplikacji mobilnych, wykształcenia się smart shopperów i multiformatowości. 10 lat temu było łatwiej – wystarczyło mieć dobre ceny, promocje i telewizję.

Dziś dogonienie standardu rynkowego daje jedynie szansę na ograniczenie spadków sprzedaży, a wzrostu musimy szukać w wyróżnikach: gamie, usługach, lokalizacji, indywidualizacji oferty, komunikacji. Największym dramatem sieci handlowych jest dziś trwająca wojna cenowa, zjawisko najbardziej szkodliwe dla każdej branży. Każdy chce być tani, atrakcyjny, mieć najlepsze promocje. To błędne koło, z którego wypadają słabsi, często bardzo atrakcyjni dla klientów detaliści, a pozostają wyłącznie najsilniejsi, dyktujący warunki, niekoniecznie korzystne dla branży i rynku.

Polski rynek handlu detalicznego bardzo silnie utrzymuje blisko 50 procentowy dualizm – tandem handlu tradycyjnego i nowoczesnego. Wynika to z przyzwyczajień i oczekiwań Polaków. Jako konsumenci szukamy dobrych, świeżych i zdrowych produktów, jednocześnie przyciągają nas niskie ceny i promocje, a uzupełnieniem tego jest wygoda i bliskość. I tak polski smart shopper wybiera się do dyskontów po produkty pierwszej potrzeby, w sklepach osiedlowych chętnie kupuje pieczywo, mięso, wędliny, a w supermarketach poszukuje wyboru, urozmaicenia. Od lat obserwuję różne rynki europejskie, poszukuję inspiracji i kierunków rozwoju. Polski klient jest inny niż nasi zachodni sąsiedzi. Cechuje nas dużo większa świadomość konsumencka i zdrowy rozsądek.

W poszukiwaniu wzrostu, sieci tracą tożsamość formatów, które reprezentują. Supermarkety stają się dyskontowe, dyskonty rozwijają ofertę supermarketową, hipermarkety odchodzą na drugi, trzeci plan. Uważam, że stoimy obecnie przed kolejną rewolucją na rynku detalicznym, która będzie odpowiedzią na potrzeby polskiego klienta. Rewolucją, która sprawi, że nie będzie potrzebny wspomniany dualizm i dzielenie zakupów pomiędzy różnych detalistów. Przyszłość należeć będzie do tej sieci, która wsłucha się w oczekiwania konsumentów i wyjdzie z nową, szerokorozumianą, propozycją.

Rada Konsultacyjna



20 października br. odbyło się posiedzenie Rady Konsultacyjnej ds. Handlu i Usług przy Ministrze Gospodarki. Polską Izbę Handlu reprezentował dyrektor Maciej Ptaszyński.

Przedmiotem posiedzenia Rady był stan prac nad stworzeniem rejestru wykroczeń nad którym pracuje między innymi Polska Izba Handlu i Polska Organizacja Handlu i dystrybucji. Temat ten został zreferowany przez p. dyr. Karola Steca z POHiD. Ponadto dyskutowano na temat zmian w ustawie o podatkach i opłatach lokalnych oraz o problematyce związanej ze zmianami w sprzedaży paliw. Kolejne posiedzenie zaplanowano na 20 listopada br. Będzie ono dotyczyło problematyki interchange oraz inicjatywy samoregulacyjnej w zakresie łańcucha dostaw. Więcej na ten temat na stronie 6 Biuletynu.

Spotkanie w Komendzie Głównej Policji

6 października br. przedstawiciele Polskiej Izby Handlu oraz Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji wzięli udział w spotkaniu w Komendzie Głównej Policji, dot. skutków zmian w prawie, zgodnie z którymi kradzież poniżej ¼ minimalnego wynagrodzenia (obecnie 420zł) to tylko wykroczenie.

Polska Izba Handlu na posiedzeniu Komisji Trójstronnej dotyczącym delegowania pracowników

Przedstawiciele Polskiej Izby Handlu (dyr. Maciej Ptaszyński oraz eksperci Sebastian Filipek-Kaźmierczak i Radosław Gałka) wzięli udział 14 października br. w połączonym posiedzeniu Zespołu problemowego Trójstronnej Komisji ds. prawa pracy i układów zbiorowych oraz zespołu problemowego Trójstronnej Komisji ds. ubezpieczeń społecznych.



Tematem posiedzenia były postulaty zgłaszane przez Polską Izbę Handlu dotyczące delegowania pracowników. Głównym wątkiem spotkania była sporna kwestia obowiązku realizowania obrotów w kraju na poziomie 25% przez firmy świadczące usługi pracy transgranicznej, a co za tym idzie, kwestię zasad opłacania przez te firmy składek na ubezpieczenie społeczne.

W spotkaniu wzięli udział m.in. przedstawiciele Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej (z ministrami Radosławem Mleczeko i Markiem Bucioem), zarządu ZUS, PKPP Lewiatan. Podczas spotkania podjęto decyzję o kontynuacji dialogu pomiędzy Ministerstwem Pracy, ZUS a przedstawicielami pracodawców w celu bieżącego rozwiązywania pojawiających się problemów związanych z delegowaniem pracowników, działań na rzecz jednolitej interpretacji przepisów oraz współpracy w związku z planowaną implementacją dyrektywy o delegowaniu pracowników. Polska Izba Handlu bierze udział w dialogu społecznym związanym z problematyką delegowania pracowników od 2012 roku.



Szkolenia PIH

W ramach naszej oferty szkoleń zapewniamy:

- doświadczonych trenerów
- pracę w małych grupach
- certyfikaty uczestnictwa
- w przypadku wybranych szkoleń wstęp do audytu



Oferujemy szkolenia w zakresie wybranych aspektów handlu detalicznego oraz dla działów IT.

- **Szkolenia wyjazdowe** - (dedykowane dla konkretnych firm, jak i otwarte) organizowane w wybranych ośrodkach na terenie kraju.

- **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 KONKURENCYJNE CENY



Skuteczny System Bezpieczeństwa... czyni nasz biznes bezpiecznym



23-24 października br. w Tarnowie Podgórnym odbyła się druga edycja szkolenia organizowanego przez Polską Izbę Handlu pt. **Skuteczny System Bezpieczeństwa... czyni nasz biznes bezpiecznym**. W szkoleniu wzięło udział 18 osób z 13 firm. Jak dotąd w obu edycjach szkolenia (poprzednia odbyła się w Mielcu) wzięło udział 36 osób z 22 firm.

Podstawowym tematem szkolenia było bezpieczeństwo w handlu i logistyce, które musi być zapewniane nie tylko w największych, ale również w średnich i najmniejszych przedsiębiorstwach. Ponadto szkolenie dotyczyło zagadnień związanych z audytami bezpieczeństwa, poruszono również zagadnienia z zakresu zatrzymania obywatelskiego oraz przybliżono uczestnikom założenia programu **Razem Bezpieczniej**, w który PIH planuje włączyć się od 2015 roku.

Prowadzący szkolenie – ekspert PIH **p. Adam Suliga** w sposób wyczerpujący przedstawił m.in informacje związane z ryzykiem operacyjnym w odniesieniu do sieci retail, założenia do ustawy o monitoringu wizyjnym, przeprowadził case study – budowanie skutecznego systemu bezpieczeństwa.

Partner strategiczny szkolenia Grupa **Juventus** zaprezentowała rozwiązanie Biznes Security - Tworzenie Zintegrowanego Systemu Bezpieczeństwa w praktyce. Ponadto uczestnicy szkolenia mogli zapoznać się z rozwiązaniami w zakresie systemów GPS do śledzenia pojazdów oraz w aplikacjach bezpieczeństwa (firma Keratronik) oraz zapoznać się z oprogramowaniem służącym do zarządzania bezpieczeństwem w firmach (firma Adinfo).

Uczestnicy bardzo wysoko ocenili jakość i organizację szkolenia. Podobnie też wszyscy jego uczestnicy uznali je za przydatne w swojej pracy i poleciliby je innym osobom.

Cykl szkoleń „Skuteczny System Bezpieczeństwa... czyni nasz biznes bezpiecznym” realizowany przez PIH ma na celu zapoznanie sieci handlowych, przedsiębiorstw produkcyjnych, logistycznych oraz właścicieli sklepów z problematyką bezpieczeństwa oraz możliwymi rozwiązaniami służącymi do jego poprawy, szczególnie w kontekście zmiany w Kodeksie Wykroczeń podnoszącej próg wykroczenia przy kradzieży z 250 zł do ¼ najniższego wynagrodzenia.

Kolejne bezpłatne szkolenie „Skuteczny System Bezpieczeństwa... czyni nasz biznes bezpiecznym” w rozszerzonym zakresie tematycznym odbędzie się w styczniu 2015. Z uwagi na ograniczoną liczbę miejsc osoby zainteresowane już teraz prosimy o kontakt z biurem Polskiej Izby Handlu lub pod adresem email:

joanna.chilicka@pih.org.pl

Nowe zasady etykietowania środków spożywczych

Nowe przepisy mają obowiązywać od 13 grudnia br., są następstwem wprowadzania nowych jednolitych zasad w Unii Europejskiej, dotyczących etykietowania środków spożywczych oraz informowania konsumentów na temat żywności. Towary wprowadzone na rynek lub opatrzone etykietą przed 13 grudnia, które nie spełniają wymogów tego rozporządzenia, mogą pozostać w obrocie do czasu wyczerpania zapasów.

Swobodny przepływ bezpiecznej żywności to ważny aspekt rynku wewnętrznego UE. Przepisy te mają zapewnić konsumentom możliwość dokonywania świadomych wyborów i uniemożliwienie praktyk, które mogłyby wprowadzić klientów w błąd. Rozporządzenie zakłada m.in. zapewnienie większej przejrzystości etykiet i umieszczanie tam bardziej wyczerpujących informacji.



Więcej informacji o zmianach w materiałach z seminarium pt. „Nowe wyzwanie dla przedsiębiorstw z sektora spożywczego – znakowanie środków spożywczych po 13 grudnia 2014 r.”, zorganizowanego 8.10.14 przez PARP dostępne [na stronie PIH](#)

Gama w Społem receptą na wzrost sprzedaży!



80 spółdzielni Społem z całego kraju współpracuje w ramach Partnerskiego Serwisu Detalicznego (spółki dedykowanej współpracy ze spółdzielniami), ponad 650 sklepów spożywczych na bazie, których rozwija się sieć Gama. Cała grupa PSD w roku 2013 uzyskała 5 % wzrostu sprzedaży detalicznej w sklepach branży spożywczej, a liderzy uzyskali nawet kilkanaście procent wzrostu. W roku 2014 wzrosty sprzedaży na sklepach sieci Gama sięgają powyżej 4 %. Receptą na konkurencyjny rynek i kryzys gospodarczy jest dla Społem dynamiczny rozwój ogólnopolskiej, nowoczesnej, zestandaryzowanej sieci pod wspólnym logo Gama – Tradycyjnie dobry wybór, która obecnie liczy 222 sklepy a na koniec roku zamknie się liczbą 240 sklepów.

Gama to spółdzielcza sieć sklepów spożywczych, której właścicielami marki są Spółdzielnie Społem i PSD. Tym samym spółdzielnie mają bezpieczeństwo funkcjonowania pod nową marką i dostosowują funkcjonujące w dobrych lokalizacjach sklepy do standardów sieciowych.

Sklepy przemodelowane pod logo Gama podnoszą standardy, uzyskują lepsze wskaźniki, wzrosty sprzedaży i pozyskują nowych klientów. W projekcie została wykorzystana wiedza i doświadczenie partnerów spółdzielczych, PSD i Grupy Eurocash. Przestrzeń handlowa została zagospodarowana zgodnie z ruchem klienta i jego potrzebą dokonywania zakupów w komforcie i odpowiednim doborze asortymentu. W Gamach postawiono na stoiska produktów świeżych: owoce i warzywa, mięso i wędliny czy pieczywo, którego producentami są spółdzielnie, oferują szeroki asortyment i najlepszą jakość na rynku. Gama ma ustaloną wspólną strategię cenową, dysponuje narzędziami sprzedażowymi i oferuje klientom na stałe niskie ceny najpotrzebniejszych produktów. W sklepach Gama spółdzielnie zdecydowały się wzmocnić kadrę kierowniczą, która jest specjalnie szkolona i przygotowywana do zarządzania placówkami detalicznymi, personel w Gamie również podlega obowiązkowym, cyklicznym szkoleniom, a kierownicy sklepów wspólnie z pracownikami PSD i Tajemniczym Klientem pilnują utrzymywania wysokich standardów obsługi klienta.

Gamy pojawiły się w 2013 i 2014 roku w reklamie telewizyjnej ogólnopolskiej i mediach regionalnych w związku z Mega Loterią dedykowaną dla konsumentów przy udziale sklepów wszystkich sieci z Grupy Eurocash.



Sklep Gama w miejscowości Orneta

Inicjatywa samoregulacyjna w zakresie łańcucha dostaw

Nieuczciwe praktyki handlowe w łańcuchach dostaw stały się na tyle istotnym problemem, że proponuje się jego rozwiązanie poprzez wprowadzenie jednolitego, restrykcyjnego aktu prawnego. Alternatywą jest wypracowanie w krajach UE kompromisu wśród uczestników łańcucha dostaw, wspólne przyjęcie dobrych praktyk i powstrzymanie się od niewłaściwych działań. Stały się one przedmiotem prac Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w 2005 r., który podkreślił problem i skrytykował jego negatywne aspekty. W rezultacie utworzono przy Forum Wysokiego Szczebla do spraw Poprawy Funkcjonowania Łańcucha Dostaw Żywności – platformę ekspertów ds. praktyk w zakresie umów zawieranych między przedsiębiorstwami. W ramach platformy opracowano zbiór zasad dotyczących praktyk w łańcuchu dostaw, które przedstawione zostały w Zielonej Księdze w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw produktów spożywczych i niespożywczych między przedsiębiorstwami. Wspomniane działania na forum UE powinny stać się dla handlu i producentów bodźcem do działań na rzecz poprawy relacji w łańcuchu dostaw w celu uniknięcia regulacji rynku za pomocą dyrektyw i rozporządzeń.

Na podst. IBRKK

Wyższy standard bezpieczeństwa

Jako pionierzy w branży w listopadzie 2012 w ramach struktury firmy Juventus stworzyliśmy Departament Bezpieczeństwa Biznesu. Jest to komórka z zakresem i celami wykraczającymi poza standardowe działanie agencji ochrony, której celem jest walka ze stratami w firmach. W związku z naszą działalnością rozpoczęliśmy ścisłą współpracę z Polską Izbą Handlu w ramach wspólnie organizowanego cyklu szkoleń „Skuteczny system bezpieczeństwa... czyni nasz Biznes bezpiecznym”.

Pomagamy zminimalizować poziom strat, poznajemy i analizujemy potrzeby organizacji, następnie oceniamy stan bezpieczeństwa jej obiektów, mienia i procesów. Przedstawiamy kompleksową propozycję rozwiązań mających na celu podniesienie poziomu bezpieczeństwa i zwiększenie efektywności.



Nasi specjaliści przez wiele lat zdobywali doświadczenie zarówno na stanowiskach menadżerów ds. bezpieczeństwa w międzynarodowych korporacjach, jak również w działalności rynkowej. Doskonale znają „obydwie strony medalu”. Szef departamentu jest jedyną w Polsce osobą w branży ochrony, która posiada rekomendacje i referencje UEFA EURO 2012 w zakresie Safety & Security.

Rozwiązujemy różnorodne problemy związane z nierzetelnymi kontrahentami, nieuczciwymi pracownikami, kradzieżami, deficytami magazynowymi, nadużyciami logistycznymi i innymi działaniami mającymi wpływ na szkodę firmy w tym wywiady śledcze oraz inne niestandardowe usługi. Każda taka sytuacja wymaga rzetelnej, obiektywnej i indywidualnej analizy.

Przeprowadzamy audyty bezpieczeństwa oraz realizujemy usługę Biznes Security <http://www.juventus.pl/pl/bezpieczenstwo-biznesu>.

Naszymi klientami są również firmy, które nie napotkały jeszcze sytuacji kryzysowej, ale mają świadomość korzyści wdrożenia przemyślanej polityki bezpieczeństwa i „uszczelnienia” firmy. Często łatwe do wdrożenia i niekoniecznie drogie rozwiązania pozwalają zwiększyć rentowność firmy na poziomie, który potrafi zaskoczyć najbardziej świadomych menadżerów.

Marta Kwestorowska, Juventus



X Kongres Gospodarki Polskiej

Dyrektor Izby Maciej Ptaszyński
uczestniczył w

X Kongresie Gospodarki Polskiej – „Biznes – samorząd – nauka”

zorganizowanym
30 października br. przez
**Kongregację Przemysłowo
Handlową.**



Na Kongresie dyskutowano o
sposobach promocji produktu
lokalnego oraz sytuacji małych i
średnich przedsiębiorców
handlowych.

Uczestnicy mogli wysłuchać
licznych interesujących
prezentacji dotyczących m.in.
możliwości rozwoju firm
rodzinnych i finansowania
biznesu przez Unię Europejską.
W dyskusji wzięli udział liczni
parlamentarzyści. Kongresowi
towarzyszyła m.in. wystawa
artystyczna.

Podczas Kongresu wręczono
statuetki Syzyfa Roku 2013 oraz
nagrody Gepardów Biznesu.

Wręczono także odznaczenia
państwowe. Prezes Kongregacji
Przemysłowo Handlowej dr Jan
Rakowski został odznaczony
złotym Krzyżem Zasługi.

Sukces II Forum Branży Kosmetyczno - Chemicznej

Ponad 150 osób wzięło udział w II Forum Branży Kosmetyczno-Chemicznej – konferencji producentów i handlu, która odbyła się 26 października br. w hotelu Courtyard Marriott w Warszawie.

Spotkanie zgromadziło właścicieli i menedżerów z firm kosmetycznych oraz przedstawicieli zarządów, a także osoby odpowiedzialne za zamówienia w sieciach handlowych. Forum zdominowały tematy dotyczące trendów konsumenckich i wyzwań, jakie stoją przed branżą kosmetyczną w świecie zdominowanym przez internetowe środki przekazu, w których musi zachodzić błyskawiczna interakcja z konsumentem. Ogromnym zainteresowaniem cieszyły się prelekcje z analizami kategorii rynku kosmetycznego oraz wskazujące kierunki rozwoju handlu w nowoczesnej, odpowiadającej współczesnemu konsumentowi formule. Nie zabrakło analiz ekonomicznych na temat ryzyka gospodarczego i pozycji Polski i polskiej branży kosmetycznej na świecie.

Forum odbyło się pod honorowym patronatem wicepremiera, ministra gospodarki, Janusza Piechocińskiego. Patronat nad Forum objęły także organizacje branżowe: Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, Polskie Stowarzyszenie Producentów Kosmetyków i Środków Czystości, **Polska Izba Handlu** oraz Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji.

Partnerami konferencji były firmy i marki: Get Response, Lirene Dermoprogram, Drogerie Polskie, Verona Products Professional, Tenex, Dermo Future, CD, Batiste, Ocean Trade, Constace Carroll, Feather Finish, Laboratorium Floslek, MB Profil i MB Post, Aureus International Trade, Ardor Luxury Air Freshener, Biały Jeleń, Quiz Cosmetics, Rekopol Organizacja Odzysku i Adsystem Systemy Wystawiennicze.

Relacja z forum ukaże się w najbliższym wydaniu
„**Wiadomości Kosmetycznych**”.



Jak zabezpieczyć informacje w firmach przed wyciekami?

21 października br. w siedzibie Polskiej Izby Handlu odbyło się szkolenie

Jak zabezpieczyć informacje w firmach przed wyciekami ?

Tematyka szkolenia obejmowała:

- Wprowadzenie do tematyki związanej z bezpieczeństwem informacji. System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji.
- Jak działają hakerzy? Przykłady najbardziej prawdopodobnych zagrożeń i ryzyk związanych z bezpieczeństwem danych w systemach IT.
- Regulacje prawne czyli o tym co zrobić by nie mieć problemów i nie ponieść konsekwencji.
- Analiza najczęstszych błędów zidentyfikowanych w trakcie audytów bezpieczeństwa.

Szkolenie prowadziła firma Locos – członek Polskiej Izby Handlu



Zachęcamy do zapoznania się z ofertą szkoleń dostępną na [stronie PIH](#)

Bezpieczeństwo to mit

Coraz częściej dochodzi do incydentów (np. wyciek danych z Giełdy Papierów Wartościowych S.A.), które wpływają na nasze codzienne życie a także funkcjonowanie naszych firm. Każdy przestój, każda strata kosztuje a my coraz bardziej zwracamy uwagę na nasze podejście do prywatności, bezpieczeństwa danych, bezpieczeństwa nas samych. Publikowane informacje na temat kolejnych włamań, wycieków informacji powodują, że wiele osób zastanawia się co zrobić, by poczuć się bezpieczniej.

Dawniej sposób ochrony był bardzo prosty i zawężał się jedynie do posiadania programu antywirusowego. Obecnie to zdecydowanie nie wystarcza. Same wirusy, już teraz określa się mianem złośliwego kodu (malware) ponieważ dawno wykroczyły poza ramy zdefiniowanej definicji. Ataki na systemy teleinformatyczne są coraz bardziej rozbudowane, przemyślane i stanowią intratny przemysł dla cyberprzestępców. Od lat wiadomo, iż najstabszym ogniwem pozostaje człowiek. Błędy jakie popełnia prowadzą do tego, iż nawet najlepsze oprogramowanie, sprzęt czy też system ochronny nie pozwoli nam w pełni czuć się bezpiecznym.



By przetrwać musimy cały czas być czujnymi. W dzisiejszym świecie bezpieczeństwo musimy poprawiać dzień po dniu. Nigdy nie osiągniemy pełni bezpieczeństwa, ponieważ pełne bezpieczeństwo to tylko iluzja. To co możemy zrobić to doprowadzić do stanu godnego zaufania ale zawsze, mimo stosowania najdroższych systemów, najlepszych praktyk, zawsze trzeba czegoś więcej a i tak zawsze pozostaje ryzyko tzw. szczątkowe. Elastyczność kolejnych norm, metodyk, standardów czy najlepszych praktyk jest oczywista i wymusza naszą ciągłą pracę i analizy. Nie pozostaje nic innego, jak tylko wdrażać systemy zarządzania bezpieczeństwem informacji we wszelkiego rodzaju firmach, instytucjach czy przedsiębiorstwach, które (najlepiej potwierdzone przez niezależnych audytorów) ukażą nam, jak wiele luk jeszcze istnieje i jak wiele pracy jeszcze musimy dokonać. To podejście musi stać się podstawą – szkieletem bezpieczeństwa, wokół którego będziemy budować kolejne procesy. Bezpieczeństwo jest procesem a nie produktem i o tym powinniśmy pamiętać. Procesem, który trwa i przechodzi niezliczone deformacje ale przede wszystkim stanowi podstawę, dzięki której nasza firma przetrwa incydent.

Pytanie tylko – czy wiemy jaki jest obecnie poziom bezpieczeństwa naszych danych i jak często to sprawdzamy?

Piotr Błaszczak, Locos



Spotkanie w MSW

28 października br. dyrektor Polskiej Izby Handlu Maciej Ptaszyński oraz ekspert bezpieczeństwa PIH p. Adam Suliga wzięli udział w spotkaniu w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych poświęconemu programowi Razem Bezpieczniej.

„Program „Razem bezpieczniej” ma ograniczyć skalę zjawisk i zachowań, które budzą powszechny sprzeciw i poczucie zagrożenia. Jest on zgodny z przyjętym przez Radę Ministrów dokumentem „Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015”. Jednym z jego priorytetów jest „Budowa zintegrowanej wspólnoty społecznej i jej bezpieczeństwa”, w której realizację w pełni wpisuje się program „Razem bezpieczniej”. W dokumencie tym wskazuje się, że „przy współpracy z lokalnymi społecznościami należy dążyć do tworzenia efektywnych lokalnych systemów bezpieczeństwa oraz wspierać działania na rzecz poprawy bezpieczeństwa lokalnego, w szczególności mając na celu ograniczenie najbardziej dokuczliwej dla obywateli przestępczości pospolitej”. Program, realizowany przy właściwej diagnozie zagrożeń i oczekiwań społecznych, obejmować może wiele obszarów i być otwarty na wszelkie inicjatywy instytucjonalne i obywatelskie. Tak zbudowane bezpieczeństwo będzie traktowane przez społeczeństwo jako dobro wspólne.*

*z opisu programu na www.razembezpieczniej.msw.gov.pl
Polska Izba Handlu analizuje możliwość wzięcia udziału w tym programie w roku 2015.

Ujęcie obywatelskie

Jakie prawa przysługują ofierze czynu zabronionego?

Art. 243. § 1 KPK. Każdy ma prawo ująć osobę na gorącym uczynku przestępstwa lub w pościgu podjętym bezpośrednio po popełnieniu przestępstwa, jeżeli zachodzi obawa ukrycia się tej osoby lub nie można ustalić jej tożsamości.

§ 2. Osobę ujętą należy niezwłocznie oddać w ręce Policji.

Przepisy te dotyczą również działań niekwalifikowanych pracowników ochrony (nie mają oni innych praw niż każdy z nas). Inaczej sprawa wygląda w przypadku kwalifikowanych pracowników ochrony, którzy mogą np. legitymować osoby znajdujące się w obszarze chronionym.

W obiektach handlowych kradzieże dokonywane są przez personel zatrudniony tam bezpośrednio i pośrednio (tzw. „kradzieże wewnętrzne”) oraz przez osoby, które nie są związane z przedsiębiorstwem (tzw. „kradzieże zewnętrzne”). Z treści przytoczonego wcześniej przepisu jasno wynika, że każdy (pracownicy ochrony, pracownicy marketu, a nawet klienci) mogą dokonać ujęcia osoby, która w ich obecności dokonała zaboru lub zniszczenia mienia. Nie wolno jednak w takich przypadkach zapominać o konieczności bezzwłocznego wezwania Policji. Swoboda, nawet przestępca, nie może być przez nas ograniczana zbyt długo i w sposób nieuzasadniony. W praktyce niestety zbyt często stosowane są odstępstwa od tej reguły. Pomijając fakt jawnego łamania prawa, doprowadza się w takiej sytuacji do patologii polegającej na wybiórczym tolerowaniu zachowań aspołecznych. Największy dylemat powstaje w chwili ujęcia pracownika marketu (ingerencja osób decyzyjnych).

Czego nie wolno robić?

1. Samosąd – absolutnie irracjonalne zachowanie (karanie sprawcy kradzieży koniecznością zapłacenia wielokrotności wartości skradzionego towaru).
2. Zastraszanie i nieuzasadnione używanie siły fizycznej – zbyt często kompleksy np. pracowników ochrony znajdują upust w całkowicie bezprawnym postępowaniu.
3. Korzystanie z środków przymusu bezpośredniego – na terenie obiektów handlowych i przez osoby nieuprawnione, zabronione!

Adam Suliga, Ekspert Polskiej Izby Handlu

Niezależny ekspert w dziedzinie bezpieczeństwa. Specjalista z obszaru kierowania i organizacji struktur nowoczesnych przedsiębiorstw. Praktyk z zakresu zarządzania ryzykiem. Pasjonat nauki o zarządzaniu. Lider, mentor i szkoleniowiec budujący swoją pozycję w oparciu o ciągle aktualizowaną wiedzę, doświadczenie i zaangażowanie w tworzenie pozytywnych relacji z innymi ludźmi.



Zachęcamy do zapoznania się z zakładką na stronie Izby [BEZPIECZNY SKLEP](http://www.razembezpieczniej.msw.gov.pl) - znajdziecie tam Państwo bazę informacji dot. bezpieczeństwa, ofertę szkoleń oraz audytów.

Prawa konsumenta

W związku z wejściem 25 grudnia br. ustawy o prawach konsumenta, zapraszamy do odwiedzenia strony przygotowanej przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem

www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Najważniejsze zmiany:

1. Obowiązek przedsiębiorców do udzielania pełnych informacji na temat oferowanych towarów i usług;
 2. Prawo konsumentów do żądania od samego początku procesu reklamacji jednego z czterech roszczeń: naprawy towaru, wymiany rzeczy, obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy (w przypadku, gdy wada jest istotna);
 3. Domniemanie istnienia wady w chwili wydania towaru – wydłużenie terminu z 6 miesięcy do 1 roku;
 4. Konieczność uzyskania przez przedsiębiorcę wyraźnej zgody konsumenta na wszelkie dodatkowe płatności wykraczające poza uzgodnione wynagrodzenie wynikające z umowy sprzedaży;
 5. Wydłużenie prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa z 10 do 14 dni.
- Informacje zawarte w serwisie www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl pozwolą Państwu przygotować się na nadchodzące zmiany w przepisach konsumenckich.

Program Farm to Fork PL 2015 - aktualności

Podczas 7 Forum Rynku Spożywczego i Handlu, które odbyło się 15 i 16 października w Warszawie, ogłosiliśmy oficjalne daty i program ekspedycji Farm to Fork PL.

www.farm2fork.pl

Obecnie prowadzimy rozmowy z przedstawicielami firm, które są zainteresowane uczestnictwem w programie. Są to firmy rolnicze, producenci, firmy handlowe i gastronomiczne.



Primary production



Processing



Transport



Food service



Retail



Consumer



Disposal/recycling

Pierwszy moduł ekspedycji Farm to Fork PL odbędzie się 16 i 17 lutego 2015 r. w Warszawie i dotyczył będzie zmieniających się potrzeb polskich konsumentów oraz zmian, jakie powinny zajść w łańcuchu wartości w przemyśle spożywczym. Drugi moduł, zaplanowany na marzec 2015, to czterodniowa ekspedycja edukacyjna w Holandii, podczas której uczestnicy spotkają się z firmami z Holandii, aby wspólnie odkrywać nowe sposoby prowadzenia firm tworzących krajowe i regionalne łańcuchy dostaw.



Moduł trzeci, zaplanowany na 13 i 14 kwietnia 2015 r. odbędzie się w Poznaniu. Tematem przewodnim tej części będzie specyficzna rola logistyki w nowoczesnym łańcuchu dostaw, a także wpływ redukcji odpadów i zużytej wody w procesie produkcyjnym. W części podsumowującej program odpowiemy również na pytanie, który z modeli biznesowych pozwala czerpać najwięcej zysków dzięki lepszej współpracy w polskim łańcuchu dostaw w przemyśle spożywczym.

“Przez wspólną naukę i pracę, możemy osiągnąć to, czego nikt z nas nie zdołałby osiągnąć pojedynczo”.

Otto van Veen

We współpracy z „Dziennikiem Gazetą Prawną” udostępniamy dodatek dotyczący franchisingu

Zwiększ swoje szanse na rynku



Maciej Ptaszyński
Dyrektor Generalny
Polskiej Izby Handlu

„Obecne zmiany na rynku handlu detalicznego wymagają od przedsiębiorców podjęcia strategicznych decyzji dotyczących rozwoju biznesu w celu zachowania konkurencyjności. Dynamiczny rozwój handlu sieciowego – zwłaszcza dyskontów czyni rynek bardzo wymagającym”.

Zapraszamy do lektury całej publikacji

[na naszej stronie](#)

Jak skutecznie szkolić handlowców?

Ciągłe podnoszenie kompetencji zawodowych handlowców to w XXI wieku standard. Jednak nie każde szkolenie może być korzystne i podnosić kwalifikacje zawodowe każdego handlowca. Źle ukierunkowane szkolenie nie spełnia zadań, jakie stawia przed nim organizacja.

Analiza potrzeb

Badanie potrzeb szkoleniowych to jeden z kluczowych elementów polityki szkoleniowej nowoczesnych organizacji handlowych. Odpowiada na pytania, jakie rzeczywiście problemy występują podczas wykonywania pracy handlowca, czy szkolenie może pomóc w ich rozwiązaniu. Należy ocenić poziom umiejętności handlowców i braki, które można uzupełnić przez szkolenie. Dodatkowa korzyść to możliwość późniejszej oceny efektów szkolenia.

Inwestycja w handlowca to zysk dla firmy

Środki przeznaczane na kształcenie handlowców traktowane są jako inwestycje. Istotą dobrego systemu rozwoju potencjału osobowego firmy z branży handlowej jest taka jego konstrukcja, która stwarza optymalne możliwości rozwoju handlowców w odniesieniu do celów firmy krótko – i długoterminowych. Optymalna sytuacja występuje, gdy istnieje możliwość łączenia celów osobistych pracowników i celów organizacji.

Językiem korzyści

Szkolenia to dla handlowców okazja do podniesienia poziomu zawodowego i rozwoju osobistego. Dla pracodawcy to inwestycja, która podnosi potencjał rozwojowy firmy, daje jej większe możliwości skutecznego konkurowania na rynku. Menedżerowie mają świadomość, iż wysłanie handlowców na szkolenie może przynieść wymierne korzyści firmie w postaci np. pozyskania nowych kontrahentów. Zdają sobie sprawę, że coraz trudniej zatrzymać dobrego handlowca w firmie.

Dzięki szkoleniom firma staje się bardziej elastyczna, jej pracownicy z większą łatwością przystosują się do zmieniających się warunków otoczenia rynkowego. Nie należy zapominać o tym, że inwestowanie w ludzi może przyciągnąć wysokiej klasy handlowców, którzy będą oni chcieli znaleźć się w firmie umożliwiającej rozwój i doskonalenie się.

Magdalena Kot-Radojewska: socjolog, pedagog, absolwentka studiów podyplomowych w zakresie Zarządzania Kadrami i Doradztwa Zawodowego oraz studiów trenerskich, doktorantka w Wyższej Szkole Biznesu w Dąbrowie Górniczej, wykładowca, trener, Kierownik Akademickiego Biura Karier i Kształcenia Ustawicznego WSB, ekspert ds. ewaluacji w projektach unijnych, zastępca Redaktor Naczelnej wydawnictwa WSB „Nauka i Biznes”, autorka artykułów naukowych dotyczących zarządzania zasobami ludzkimi.



**Twój sklep jest
nowoczesny, ale z
tradycjami?
Pokaż go!**



Fundacja Polskiego Handlu rozpoczyna cykl artykułów dotyczących handlu nowoczesnego z tradycjami. Opisujemy sklepy handlu tradycyjnego, ale rozwijające się nowoczesnie. Pokaż nam swój sklep, jeżeli przychodzą do niego zadowoleni klienci, którzy mają szeroki wybór jakościowych produktów i mogą je nabyć wygodnie i szybko. Pokażmy, że nowoczesność to nie hipermarkety i dyskonty, a nasze tradycyjne sklepy, dające **JAKOŚĆ, WYGODĘ I WYBÓR.**

Można zgłaszać placówki indywidualne, a także franczyzobiorców.
Kontakt: joanna.chilicka@pih.org.pl

**Ankieta: Kradzież
poniżej 420 zł nie jest
już przestępstwem.
Czy słusznie?**

Prosimy o odpowiedź na **dwa pytania** dot. zmiany w kodeksie wykroczeń. Wyniki posłużą FPH do stworzenia raportu na ten temat.

Ankieta dostępna na stronie Fundacji
www.fundacjapolskiegohandlu.org

Fundacja Polskiego Handlu

**Przyłącz się do świątecznej charytatywnej zbiórki
Fundacji Polskiego Handlu:**

„Podaruj innym święta”



Zachęcamy do przyłączenia się do charytatywnej zbiórki dla dzieci na święta, organizowanej przez Fundację Polskiego Handlu. Jest to akcja, która ma na celu zebranie dla potrzebujących dzieci różnych produktów.

Do akcji można przyłączyć się na **dwa proste sposoby:**

I Rozstawić w swoich sklepach koszyki do których klienci będą wrzucać produkty

lub

II Podarować bezpośrednio produkty z własnej firmy, sklepu

Warto przyłączyć się do akcji, ponieważ **nie wymaga to dużego wysiłku**, a jest promocją dla sklepu, który angażuje się w akcje społeczne, zwiększa koszyk zakupowy i co najważniejsze – jest **to pomoc potrzebującym dzieciom** w regionie.

Zainteresowane firmy prosimy o kontakt: joanna.chilicka@pih.org.pl



www.fundacjapolskiegohandlu.org