

Biuletyn PIH

„Biuletyn Polskiej Izby Handlu” PR
19242

Bezpłatny ogólnopolski miesięcznik handlu detalicznego, hurtowego i usług wydawany i publikowany 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;
Redaktor naczelny: Maciej Ptaszyński,
Redaktor prowadząca: Joanna Chilicka.

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam zewnętrznych reklamodawców. 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 i autoryzacja: Joanna Chilicka, biuro prasowe PIH,
joanna.chilicka@pih.org.pl

Słowo wstępne:



Waldemar Nowakowski, Prezes Polskiej Izby Handlu

5 października w Sejmie odbyło się spotkanie dotyczące zmian w podatku od handlu detalicznego po jego zawieszeniu przez rząd na skutek decyzji Komisji Europejskiej.

Podatek w dotychczasowej formie był rozwiązaniem dobrym z punktu widzenia handlu niezależnego, ponieważ oprócz kwestii fiskalnej

spełniał założenia wyrównania szans w walce konkurencyjnej z sieciami dyskontów. Skoro jednak nie można go zastosować w takiej formie, należy bardzo poważnie zastanowić się co zrobić dalej. Podczas spotkania środowisko handlu wypowiedziało się jednoznacznie – nie należy wracać do podatku opartego na powierzchni, ponieważ jest to kryterium mylące. Już w tej chwili liczne polskie niezależne sklepy mają większą powierzchnię niż przeciętna wielkość dyskontu. Rozważania na temat powierzchni nie doprowadzą do znalezienia rozwiązania – żaden metraż nie będzie właściwy. Handel w Polsce nie wpisuje się w sposób czarno-biały w konkretne definicje wielkości. Powstaną wątpliwości jak definiować powierzchnię sklepu, protestowaliśmy przeciw temu rozwiązaniu już rok temu.

Z kolei planowanie pobierania podatku przez samorzady może także budzić obawy, gdyż wprowadza uznaniowość samorządów w jego naliczaniu. Już dziś sklepy płacą gminom daninę naliczaną od powierzchni, czyli podatek od nieruchomości.

Dlatego środowisko handlu przychyliło się do postulatu odstąpienia od wprowadzenia podatku od handlu detalicznego. Skoro nie jest możliwe stworzenie innego rozwiązania wyrównującego szanse, co było jednym z postulatów rządu, lepiej zrezygnować z niego w całości.

Jednocześnie należy podkreślić, że doceniamy otwartość rządu i postów na uwagi środowiska handlu i całą pracę dotychczas włożoną w konsultacje.

Arbitraż inwestycyjny w kontekście umowy TTIP

Ewolucja ochrony inwestycji zagranicznych oraz ogólna charakterystyka arbitrażu inwestycyjnego

Wstęp. Przyszłość TTIP oraz CETA

Procedowane Transatlantyckie Partnerstwo w dziedzinie Handlu i Inwestycji (*Transatlantic Trade and Investment Partnership*, w skrócie TTIP) pomiędzy UE i USA ma składać się z różnych elementów, w tym, obok tych dotyczących min. zagadnień regulacyjnych oraz barier pozataryfowych, ceł, zamówień publicznych, także regulacji w zakresie rozwiązywania sporów pomiędzy zagranicznym inwestorem, a państwem. Biorąc pod uwagę rozległość tematyki, tekst dotyczy wyłącznie ostatniej z wymienionych kwestii – zarówno w postaci mechanizmu arbitrażu inwestycyjnego (*Investor-state dispute settlement*, w skrócie ISDS), jak również zmienionej tj. systemu sądów inwestycyjnych (*Investment Court System*, w skrócie ICS), które w skrócie dotyczą rozpatrywania sporów pomiędzy inwestorem zagranicznym, a państwem przyjmującym inwestycję. Znaczna ilość uwag dotyczyć będzie także Kompleksowej umowy gospodarczo-handlowej (Comprehensive Economic and Trade Agreement, w skrócie CETA) proponowanej pomiędzy UE, a Kanadą. Pierwsza część tekstu „Arbitraż inwestycyjny w kontekście umów TTIP oraz CETA” jest poświęcona odpowiedzi na pytanie skąd pomysł arbitrażu inwestycyjnego w TTIP i CETA oraz na czym w ogólnym zarysie on polega – ważne w tym przypadku jest zarysowanie ewolucji ochrony inwestycji zagranicznych.

Na wstępie należy zaznaczyć, iż przyszłość TTIP stanęła pod znakiem zapytania. Mimo, iż negocjacje trwają dalej, a ich piętnasta runda przypada na dni 3-7 października 2016 roku w Nowym Jorku, sytuacja polityczna stała się napięta. Prezydent Francois Hollande oświadczył, iż umowa nie zostanie podpisana w 2016 roku, francuski sekretarz stanu ds. handlu zagranicznego Matthias Fekl ocenił, iż negocjacje powinny zostać wstrzymane. Kanclerz Angela Merkel poparła prowadzenie dalszych rozmów, jednak już wicekanclerz oraz minister gospodarki i technologii Niemiec, Sigmar Gabriel, stwierdził, iż w jego ocenie negocjacje w sprawie TTIP *de facto* zakończyły się niepowodzeniem. Również w obliczu wyborów prezydenckich w USA dalszy los prac staje się niepewny – Donald Trump jest zdecydowanym przeciwnikiem umowy, podczas gdy stanowisko Hillary Clinton jest niejednoznaczne.

[Czytaj dalej>>>](#)



Adrian Zwoliński - aplikant adwokacki przy Okręgowej Radzie Adwokackiej w Warszawie. Zajmuje się prawem własności intelektualnej, handlowym oraz sporami gospodarczymi. W latach 2013-2015 reprezentant w Radzie Konsultacyjnej do spraw Handlu i Usług przy Ministrze Gospodarki i ekspert do spraw prawnych Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Kupców i Drobnej Wytwórczości. Współpracownik Centrum Studiów Polska-Azja, specjalizuje się w systemie prawnym państw Azji.

ASPIRIN[®] ULTRA FAST
ULTRASZYBKA

12 tabletek musujących

TABLETKI MUSUJĄCE

GORĄCZKA **DZIAŁANIE** **BÓL**
PRZECIWPALNE

ASPIRIN[®] ULTRA FAST (Acidum acetylsalicylicum), 500 mg, tabletki musujące. **Wskazania:** Bóle o lekkim i średnim nasileniu: bóle głowy różnego pochodzenia (np. migrenowe), bóle zębów, bóle mięśni; ból i gorączka w przebiegu przeziębienia i grypy. **Przeciwwskazania:** nadwrażliwość na substancję czynną – kwas acetylosalicylowy, inne salicylany lub jakiegokolwiek inny składnik preparatu; skaza krwotoczna; ostra choroba wrzodowa żołądka lub dwunastnicy; napady astmy oskrzelowej w wywiadzie, wywołane podaniem salicylanów lub substancji o podobnym działaniu, szczególnie niesteroidowych leków przeciwzapalnych; jednoczesne stosowanie metotreksatu w dawkach 15 mg na tydzień lub większych; ciężka niewydolność serca, wątroby lub nerek; ostatni trymestr ciąży; dzieci w wieku do 12 lat. **Podmiot odpowiedzialny:** Bayer Sp. z o.o., Al. Jerozolimskie 158, 02-326 Warszawa, tel. (22) 5723500, fax (22) 5723500, www.bayer.com.pl V5/04.07.2014/LR

PRZED UŻYCIEM ZAPOZNAJ SIĘ Z ULOTKĄ, KTÓRA ZAWIERA WSKAZANIA, PRZECIWWSKAZANIA, DANE DOTYCZĄCE DZIAŁAŃ NIEPOŻĄDANYCH I DAWKOWANIE ORAZ INFORMACJE DOTYCZĄCE STOSOWANIA PRODUKTU LECZNICZEGO, BĄDŹ SKONSULTUJ SIĘ Z LEKARZEM LUB FARMACEUTĄ, GDYŻ KAŻDY LEK NIEWŁAŚCIWIE STOSOWANY ZAGRAŻA TWOJEMU ŻYCIU LUB ZDROWIU.

Rewolucja w zamówieniach publicznych – konferencja

Zapraszamy na najważniejsze w tym roku wydarzenie na rynku zamówień publicznych.

W dniu 28 lipca 2016 r. weszła w życie największa w historii nowelizacja ustawy Prawo zamówień publicznych. Zmiany zrewolucjonizowały niemal cały proces ubiegania się o zlecenia publiczne w Polsce, począwszy od składania ofert, warunków udziału w postępowaniu, łączenia potencjałów, badania rażąco niskiej ceny, po kryteria oceny ofert.

Wszystkie najistotniejsze z punktu widzenia przedsiębiorców tematy dotyczące nowelizacji prawa zamówień publicznych zostaną omówione na konferencji „Nowe Prawo Zamówień Publicznych”.

Miejsce:

Centrum Nauki Kopernik w Warszawie

Termin:

28 października 2016 r.



Organizatorem wydarzenia jest specjalistyczne pismo „Zamawiający. Zamówienia Publiczne w Praktyce”.

Zarejestruj się już dziś na:

www.zamawiajacy.pl/konferencja

Sprzedaż alkoholu



W związku z postulatem aby przedstawiciele organizacji branżowych uczestniczący w posiedzeniu Parlamentarnego Zespołu ds. Miast Polskich przedstawili propozycje do projektu mającego uporządkować problem sprzedaży alkoholu w newralgicznych częściach polskich miast Polska Izba Handlu przekazała takie założenia. Handlowcy mają świadomość odpowiedzialności, jaka ciąży na podmiotach prowadzących sprzedaż alkoholu, i są gotowi podjąć działania, które ograniczą zjawisko udostępniania go osobom nieletnim i nietrzeźwym. Jednocześnie stoimy na stanowisku, że zagrożeniem bezpieczeństwa nie jest legalna sprzedaż alkoholu prowadzona w sklepach, ale niedostateczne egzekwowanie obecnie obowiązujących przepisów.

Branża handlowa zawsze popiera działania zmierzające do poprawy bezpieczeństwa. Musimy jednak pamiętać, że proponowane zmiany będą mieć także skutki uboczne:

- wzrost szarej strefy,
- pojawienie się alternatywnych form dystrybucji,
- wzrost popytu na produkty substytucyjne,
- wysyp lokali gastronomicznych oferujących tani alkohol.

Projektowane wyznaczenie przez lokalne władze stref, w których zakup alkoholu nie będzie możliwy w określonych godzinach, może sprawić, że za ich granicami wzrośnie liczba punktów całodobowej sprzedaży.

Uniemożliwienie sprzedaży alkoholu małym sklepom spożywczym spowoduje ogromne problemy finansowe tych podmiotów. Warto podkreślić, że rentowność tego typu sklepów już dziś pozostaje niewielka. Zazwyczaj małe sklepy prowadzące sprzedaż alkoholu posiadają także innego typu asortyment, jednak najwyższą marżą są objęte napoje alkoholowe. Pozbawienie sklepów tego towaru musi oznaczać odebranie im rentowności, a w efekcie – zamknięcie działalności i utratę miejsc pracy przez pracowników.

Dlatego propozycje Polskiej Izby Handlu dotyczące rozważanych zmian wskazują na konieczność ich dokładnego zdefiniowania w przypadku ich wprowadzenia.

Potrzebne jest wprowadzenie jasnych kryteriów umożliwiających objęcie danego obszaru ograniczeniami w sprzedaży alkoholu, jeżeli byłby on wprowadzony. Władze miast byłyby zobowiązane do przeprowadzenia poważnej analizy stanu faktycznego w oparciu o obiektywne dane.

Czasowy charakter ograniczeń wprowadziłby mechanizm regularnej ewaluacji skuteczności wprowadzanych reguł i elastycznego reagowania.

Zobowiązanie samorządów do opracowania kompleksowego planu poprawy bezpieczeństwa i spokoju na obszarze objętym ograniczeniami. Określenie minimalnej i maksymalnej powierzchni, którą można w danym mieście objąć ograniczeniami.

Ewentualne wyznaczenie godzin ograniczenia sprzedaży alkoholu musiałyby być dostosowane do realiów współczesnego stylu życia. Postrzeganie godz. 22 jako symbolicznego momentu zakończenia dnia i wejścia w porę nocną nie przystaje już do rzeczywistości.

ergokantor.pl – zalety wymiany walut prze internet!

Czyżbyś nadal opłacał swoje rachunki na pocztę? Kiedy wysłałeś tradycyjny list, a nie e-maila, albo wypłaciłeś pieniądze z konta w oddziale banku? Pewne czynności właściwie przestaliśmy robić tak, jak mieliśmy w zwyczaju jeszcze kilkanaście lat temu.

Podróżujesz, kupujesz przez internet, prowadzisz działalność gospodarczą i wymianę handlową z zagranicznymi firmami?

Korzystaj z serwisu internetowej wymiany walut!

9 korzyści dla, których warto wymieniać walutę w ergokantor.pl:

1. Korzystne kursy walut
2. Brak prowizji za wymianę walut
3. Szybkość transakcji
4. Obsługa wszystkich banków w Polsce
5. Dostęp do 13 walut świata
6. Możliwość przelewu środków z transakcji wymiany bezpośrednio na konto osoby trzeciej
7. Bezpieczeństwo wymiany gwarantowane
8. Aktualne komentarze walutowe
9. Poczucie humoru...sprawdź:
[humor z ergokantor.pl](http://humor.z.ergokantor.pl)



ergokantor.pl to 100% Klientów zadowolonych ze współpracy z nami, co potwierdzają wyniki sondażu niezależnej firmy Opineo.pl

<http://www.opineo.pl/opinie/gol-dem-sp-z-o-o>

Ustawa o wykorzystywaniu przewagi kontraktowej



W swoich dotychczasowych działaniach PIH niejednokrotnie wspierała rozwiązania nastawione na uregulowanie relacji handlowych na linii producent – odbiorca, gdyż z perspektywy niezależnych polskich przedsiębiorców, często zdarza się, że dostawcy wykorzystują swoją siłę rynkową do nierównego traktowania małych i średnich polskich przedsiębiorstw handlowych oraz zaopatrujących ich hurtowników w porównaniu do dużych sieci handlowych.

Z tym większym zainteresowaniem oraz rosnącymi nadziejami przyjęliśmy informację o inicjatywie legislacyjnej podjętej w zakresie przeciwdziałania wykorzystywaniu przewagi kontraktowej w sektorze rolno-spożywczym. Z najwyższą aprobatą odnotowaliśmy propozycję równego traktowania praktyk wykorzystujących przewagę kontraktową obydwu stron relacji nabywca – dostawca.

Szczegółowa analiza prawna rozwiązań zaproponowanych w projekcie ustawy obecnie procedowanej ostudziły jednak pierwotny optymizm w przedmiocie skutecznego uregulowania relacji handlowych w sektorze rolno-spożywczym. Uważamy, że proponowane obecnie przepisy nie do końca zmierzają do celu, któremu miały służyć. W naszej ocenie, najskuteczniejszą metodą eliminacji nieuczciwych praktyk, zgodnie z założeniami twórców omawianej ustawy, byłoby skorzystanie ze sprawdzonych rozwiązań legislacyjnych obowiązujących w porządkach prawnych innych państw europejskich.

Projekt ustawy realizuje interes bardzo wąskiej grupy podmiotów (producentów), będących bezpośrednimi dostawcami produktów podstawowych do sieci handlowych. Następuje to kosztem znakomitej większości pozostałych producentów i dostawców produktów spożywczych, dla których proponowany kształt ustawy będzie oznaczał paraliż prowadzonej przez nich działalności. Dla większości dostawców postanowienia precyzujące współpracę z odbiorcą są najsilniejszym gwarantem realizacji umowy zgodnie z intencją obu stron.

Pragniemy zwrócić uwagę na konieczność uwzględnienia w projekcie ustawy nagannych praktyk, które są stosowane przez dostawców w odniesieniu do mniejszych podmiotów niż wielkie sieci dyskontów i hipermarketów, a także na potrzebę dokonania innych niezbędnych zmian w najważniejszych miejscach procedowanej ustawy.

W ocenie PIH należy wprowadzić w projekcie ustawy zmiany, które pozwolą na równoważne traktowanie praktyk wykorzystujących przewagę kontraktową obydwu stron w relacji nabywca – dostawca, a także umożliwią wyeliminowanie praktyk dużych producentów, w wyniku których dochodzi do nierównego traktowania dużych sieci handlowych oraz małych i średnich przedsiębiorstw handlowych traktowanych jako rozdrobniona masa małych sklepów, nie zasługująca na równoprawne traktowanie z dużymi sieciami dyskontów i hipermarketów. Fakt, że ceny w dużych sieciach są niższe niż w małych sklepach często spowodowane jest świadomą polityką producentów, które niższe marże na sprzedaży do sieci handlowych „rekompensują sobie” wyższymi cenami jakich żądają od mniejszych klientów. Należy wprowadzić rozwiązania umożliwiające dostosowanie istniejących relacji kontraktowych do realizacji założonych celów ustawy w postaci wyeliminowania problemu nieuczciwego wykorzystywania przewagi kontraktowej przez samych przedsiębiorców.

E-paragony

Polska Izba Handlu jest przeciwna wprowadzeniu rozwiązań wdrażających przesyłanie przez kasy fiskalne danych na temat sprzedaży do urzędów.

Obecna rentowność małych sklepów nie pozwala w większości przypadków na wymianę kas fiskalnych. Kasa kosztuje od 1000 do 2500 PLN netto według obecnych cen, które nie obejmują modułów transmisyjnych oraz dostępu do Internetu.

Rozwiązanie zakładające, że wymiana kas będzie następować po zapelnieniu ich pamięci fiskalnej zatem bez żadnej konkretnej daty, jest krokiem w dobrym kierunku i należy to ocenić pozytywnie. Nie popieramy jednak całkowitej wymiany technologii kas, ponieważ będzie to zwiększenie kosztów ich wymiany – kasy z modułami transmisyjnymi będą na pewno droższe. Nawet objęcie ich ulgą na zakup kasy jak w przypadku rozpoczęcia ewidencjonowania nie zapewni pokrycia wszystkich kosztów związanych z wdrożeniem kas wyposażonych w urządzenia do transmisji danych do repozytorium.

Wdrożenie tego typu rozwiązań będzie generować poważne problemy techniczne choćby w sklepach gdzie nie ma dostępu do Internetu. Dodatkowym problemem jest kwestia integracji nowych urządzeń z obecnie działającymi wagami i innymi urządzeniami. Dla małych sklepów nieposiadających Internetu – często na podstawie świadomej decyzji właściciela – wprowadzenie tego typu rozwiązań będzie bardzo problematyczne.

Trendy sprzedaży w sklepach małowformatowych w sierpniu 2016 r.

W sierpniu 2016 r. obroty sklepów małowformatowych* o powierzchni do 300 m² były o 2,4% wyższe niż rok wcześniej, mimo iż liczba transakcji zmniejszyła się w tym czasie o 5%. W ujęciu mdm odnotowano natomiast zarówno spadek liczby transakcji, jak i wartości sprzedaży o około 2%.

**Sklepy małowformatowe 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.*

Drugi miesiąc tegorocznych wakacji był raczej chłodny, co znalazło odzwierciedlenie w koszykach zakupowych w sklepach małowformatowych. W porównaniu z ubiegłorocznym sierpniem, kiedy wszystkim dawały się we znaki rekordowo wysokie temperatury, odnotowano spadek wszystkich kategorii, które dobrze sprzedają się właśnie w upały, czyli napojów, piwa i lodów.

W sierpniu br. klienci sklepów małowformatowych wydali na piwo o 10% mniej niż przed rokiem, ale znacznie częściej sięgali w tym czasie po wódki smakowe (wartość sprzedaży wzrosła rdr aż o 25%), wina stołowe, a także whisky.

Niższe temperatury negatywnie wpłynęły na sprzedaż napojów – w sierpniu w koszykach rzadziej niż przed rokiem i przed miesiącem pojawiały się napoje gazowane, a także wody czyste (wydatki na wody z dodatkami smakowymi zmniejszyły się o 30% w ujęciu rdr i o 5% w ujęciu mdm). Nawet napoje izotoniczne, których sprzedaż w ostatnim czasie dynamicznie rosła, w sierpniu odnotowały spore spadki - wydatki na nie były o 7% niższe niż w lipcu i o 16% niższe niż w sierpniu ubiegłego roku. Z danych paragonowych wynika też, że w sierpniu zamiast po napoje typu ice tea (spadek wartości sprzedaży o 23% w ujęciu rdr) klienci sklepów małowformatowych sięgali raczej po tradycyjne, gorące herbaty (ich sprzedaż wzrosła z kolei o prawie 20% w porównaniu z sierpniem rok wcześniej).

Największe spadki dotknęły jednak kategorię lodów – w sierpniu 2015 r. zimne specjalności w rożku, kubeczku lub na patyku można było znaleźć na 7% wszystkich paragonów, natomiast w sierpniu br. sięgał po nie tylko co dwudziesty kupujący. Klienci sklepów małowformatowych w sierpniu br. nie potrzebowali tak bardzo ochłody, a apetyt na coś słodkiego częściej niż przed rokiem zaspokajali czekoladą, batonami, wafelkami lub ciastkami (wszystkie te kategorie odnotowały wzrost sprzedaży w porównaniu z sierpniem 2015 r.).

Niewielki wzrost obrotów odnotowany w ujęciu rdr to głównie efekt wyższych wydatków na wyroby tytoniowe, które odpowiadają za znaczną część wartości sprzedaży sklepów małowformatowych.



Centrum Monitorowania Rynku Sp. z o.o. 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

MyShop.mobi to aplikacja, która umożliwi komunikację pomiędzy sieciami handlowymi a ich klientami. Klient, który zarejestrował się w aplikacji, zyskuje dostęp do wielu funkcjonalności, dzięki którym zakupy stają się łatwiejsze i przyjemniejsze. Obserwowanie poszczególnych sklepów upoważnia do korzystania ze specjalnych kodów rabatowych. Aby obejrzeć aktualną gazetkę danego punktu handlowego, nie trzeba fatygować się tam osobiście – wystarczy pobrać ją w aplikacji!



MyShop.mobi

MyShop.mobi to również przyszłość programów lojalnościowych. W aplikacji można zarejestrować karty klubowe. Sieci handlowe, dzięki współpracy z MyShop.mobi przy budowaniu bądź reaktywacji swoich programów lojalnościowych, mają zagwarantowaną profesjonalną analizę danych swoich klientów, na podstawie której z łatwością będą mogli spersonalizować komunikat oraz ofertę do konkretnych grup odbiorców.

Korzystaj z technologii przyszłości już dziś! Wejdź na www.myshop.mobi i poznaj nas bliżej.

Arsenal to ludzie. Ludzie, którzy budując relacje osobowe w kraju i przede wszystkim za granicą rozwijają biznes.

Geneza działalności sięga połowy lat dziewięćdziesiątych, kiedy położenie geograficzne miasta Białystok predysponowało do rozwoju działalności exportowej do krajów byłego Związku Radzieckiego. Od tamtego okresu zmieniło się praktycznie wszystko, może oprócz pasji do zmian i rozwoju.

Arsenal obecnie, to spółka eksportująca artykuły spożywcze produkowane w Polsce (ok. 25 tys. Indeksów) do 22 krajów UE, 4 krajów Europy Zachodniej i 5 Europy Wschodniej nie należących do Unii, do 6 krajów Azji, 2 Afryki, do USA, Kanady i do Australii.

Arsenal to również import. Spółka importuje surowce do produkcji spożywczej (kakao, rodzynki, orzechy, wiórki kokosowe, koncentrat pomidorowy, kwasek cytrynowy, tłuszcze, margaryny, sezam i inne) które następnie dostarcza do polskich zakładów produkcyjnych w branży spożywczej.

Arsenal regularnie, od wielu lat bierze udział w imprezach targowych i misjach gospodarczych w Europie (SIAL Paryż, Anuga Kolonia, JSM Kolonia, Prodexpo Moskwa, IFE Londyn i inne) jak i w dalszych zakątkach globu (Chiny, ZEA).

Bez szukania nowych dróg, rozwój działalności byłby niemożliwy. Byłby on również niemożliwy bez zespołu ludzi pracujących w spółce, władających wieloma językami obcymi. Budowanie i poszerzanie zespołów ludzkich to proces, podobnie jak rozwój działalności, który w spółkach Arsenal trwa nieustannie i nie ma końca.

Nasze motto:

Jedyną stałą jest zmiana i doskonalenie tego co już stworzyliśmy.

ARSENAL EU 





27 września na Stadionie Narodowym odbyła się konferencja Akademii Umiejetnosci Eurocash.

Akademia Umiejetnosci Eurocash została stworzona z myślą o wsparciu Właścicieli sklepów i ich pracowników.

Celem jest podniesienie konkurencyjności i rentowności. Ważny jest profesjonalizm, wysoka jakość oferty i indywidualne podejście do klienta.

W ramach szkoleń warsztatowych, kursów e-learningowych oraz konferencji, rozwijane są umiejętności m. in. z zakresu zarządzania, standardów pracy w sklepie spożywczym i standardów obsługi. Prowadzenie własnego sklepu to duże wyzwanie. Teoria i praktyka powinny iść w parze, by unikać niepotrzebnych błędów i kosztów.



Brand Distribution
Your source of best FMCG brands & services

Jesteśmy rodzinnym biznesem założonym w 1993, stawiającym na partnerstwo, wzajemną uczciwość i niezawodność.

Naszym celem jest dostarczenie klientom na całym świecie najwyższej jakości produktów FMCG oraz usług w konkurencyjnej cenie. Opieramy nasz biznes na przez lata wypracowanej reputacji i wzajemnych korzyściach. Jako wyłączny dystrybutor oferujemy naszym Klientom dostęp do wyjątkowych, najwyższej jakości europejskich marek, jak Dalli, Evidur, L'arbre Vert, Choco flakes, Renova, VOLL, TRIUMF, czy Selpak.

Nasza działalność opiera się na trzech głównych obszarach: eksporcie, sprzedaży krajowej oraz internetowej. Spełniamy najwyższe wymagania klienta i oferujemy najlepsze standardy międzynarodowych rozwiązań e-commerce poprzez nowoczesną platformę sprzedażową B2B – www.bd24.pl. Współpracujemy z międzynarodowymi sieciami handlu detalicznego, C&C, hurtownikami, dystrybutorami, sklepami detalicznymi, a także rynkiem HoReCa. Wszystkie oferowane przez nas rozwiązania są tworzone indywidualnie dla każdego klienta. Nowoczesna infrastruktura i zespół profesjonalistów pozwalają nam oferować kompleksowe usługi logistyczne i transportowe na terenie Europy na najwyższym poziomie - dysponujemy własną flotą transportową – Star Sirius.

Brand Distribution Group

Strategia na rzecz odpowiedzialnego rozwoju

Joanna Chilicka uczestniczyła w spotkaniu „Skuteczne państwo i instytucje gospodarcze” 28 września w Ministerstwie Rozwoju.



MINISTERSTWO
ROZWOJU

Były to konsultacje publiczne projektu „Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju”.

POLAGRA FOOD



Maciej Ptaszyński wziął udział w konferencji pod tytułem *Perspektywy i Zagrożenia dla handlu nowoczesnego w Polsce*, która miała miejsce 27 września 2016 podczas targów Polagra w Poznaniu.

W panelu dyskusyjnym wzięli udział Maciej Ptaszyński Polska Izba Handlu, Maria Andrzej Faliński Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji, Radosław Knap Polska Rada Centrów Handlowych, Tadeusz Pańkowski Naczelna Rada Zrzeszeń Handlu i Usług, Andrzej Gantner Polska Federacja Producentów Żywności, Robert Krzak Forum Polskiego Handlu.

Nowy członek PIH – SOLT



Jesteśmy firmą handlową, zajmujemy się handlem hurtowym. Dostarczanie najwyższej jakości produktów w konkurencyjnych cenach, to jeden z priorytetów, którymi nasza firma kieruje się od początku funkcjonowania. Nasze produkty posiadają certyfikaty i spełniają normy polskie i UE. Wszystkie towary dostarczamy własnym transportem, dbając o pełną dokumentację przewozową i logistykę dopasowaną do potrzeb klienta.

Naszym produktem flagowym jest cukier: na Litwie, Łotwie i Estonii sprzedajemy cukier 1 kg pod własną marką „BALTICA”. Pochodne cukru to ważna część oferty: tylko u nas znajdziecie Państwo, fondany piekarnicze firmy Arctos Creme w niespotykanym asortymencie, jesteśmy wyłącznym dystrybutorem tego producenta na kraje bałtyckie.

Nasze położenie Białystok – Suwałki, bliskość granicy, daje nam możliwość częstych bezpośrednich kontaktów z odbiorcami Polski północno-wschodniej jak i krajów bałtyckich. Możemy szybko reagować na zmieniające się potrzeby klientów. Corocznie zwiększamy naszą sprzedaż, rozszerzamy asortyment produktów jak i zasięg działania.

W ofercie znajdziecie Państwo produkty spożywcze takie jak: mąka, kasza, mleko, masło, sery, oleje, napój energetyczny /własna marka TORR., każdy poszukiwany przez klientów towar jesteśmy w stanie dostarczać w ilościach hurtowych.

Sezonowo zajmujemy się sprzedażą soli drogowej. W ostatnich latach byliśmy dostawcą dla GDKKIA na autostradę A1.

SOLT AAC CORP SP. z o.o. s.k.

Forum Rynku Spożywczego i Handlu

Grupa PTWP SA, wydawca serwisów portalspozywczy.pl i dlahandlu.pl oraz magazynu Rynek Spożywczy organizuje IX edycję Forum Rynku Spożywczego i Handlu / Food Market & Retail Forum – największą konferencję skierowaną do sektora spożywczego i handlowego w Polsce.

Spotkanie odbędzie się **17-18 października 2016 w Warszawie**, w hotelu Sheraton. Tematyką przewodnią tegorocznego Forum będzie innowacyjność branży spożywczej rozpatrywana w szerokim kontekście: produktowym, marketingowym i produkcyjnym. Chcemy spojrzeć na innowacyjność jako odpowiedź firm spożywczych na nowe potrzeby konsumentów, które mają przełożenie na trendy obserwowane w handlu detalicznym. IX Forum odbędzie się w odświeżonej formule z aktywnym udziałem młodych, dynamicznych start-upów z branży spożywczej, które będą miały szansę zaprezentować swoje produkty i firmy przed Forum Ekspertów, złożonym z szefów koncernów spożywczych i dyrektorów zakupów sieci handlowych. Podsumowaniem pierwszego dnia Forum będzie uroczysta Gala z wręczeniem Nagród Rynku Spożywczego i certyfikatów Dobry Produkt 2016.

Szczegóły oraz rejestracja na:
www.frsih.pl

Sklepy "Gama" otrzymały Laur Klienta

Gama, Omega, Tornado i Golberg zostały uznane za Odkrycie Roku w dwunastej edycji ogólnopolskiego plebiscytu popularności „LAUR KLIENTA/KONSUMENTA 2016” i otrzymały możliwość posługiwania się logotypem Laur Klienta/Konsumenta - Odkrycie Roku 2016 (dożywotnio.)

16 września na łamach gazety "Rzeczpospolita" ukazała się reklama produktów MW Gama potwierdzająca uzyskanie znaku Laur Klienta/Konsumenta Odkrycie Roku - 2016.

Mamy nadzieję, iż otrzymany Laur wpłynie na zwiększenie sprzedaży produktów marki Gama poprzez potwierdzenie jakości naszych produktów dla klientów.

"Laur Klienta/Konsumenta" to największy program konsumencki w kraju. Zakrojony na skalę ogólnopolską sondaż, od 12 lat, przynosi producentom odpowiedź na jedno z podstawowych pytań: które produkty/usługi obecnie są liderami popularności w swojej grupie. Wyróżnienia przyznawane przez organizatora konkursu - są tak naprawdę nagrodą polskiego konsumenta. Ponieważ wyboru najwyżej cenionych produktów dokonują sami klienci. Laur Konsumenta jest potwierdzeniem dobrej opinii Polaków o produkcie czy usłudze, formą jego zbiorowej rekomendacji.



IV Forum Branży Kosmetycznej

**18 października
Warszawa**

*Dowiedz się, czym żyje
rynek kosmetyczny*

Forum Branży Kosmetycznej to obowiązkowa pozycja w biznesowym kalendarzu każdego, kto zajmuje się sprzedażą lub produkcją kosmetyków. Łączy wykłady ekspertów, dyskusje panelowe, biznesowe spotkania i prezentacje nowości. Jest miejscem, gdzie handel, producenci i dostawcy usług rozmawiają o wzajemnych oczekiwaniach i nawiązują bezpośrednie kontakty.

IV Forum Branży Kosmetycznej odbędzie się 18 października 2016 r. w hotelu Marriott Warszawie. Wykłady dotyczące rynkowych trendów przygotowały czołowe instytuty badawcze m.in. Nielsen, GfK Polonia, IQS, OC&C Strategy Consultants, Pharma Expert oraz Dragon Rouge. O tym, jak sprzedawać kosmetyki w czasie ukraińskiego kryzysu, opowiedzą przedstawiciele największej sieci drogerii na Ukrainie – Prostor.

Organizatorem konferencji są redakcje branżowych czasopism „Wiadomości Kosmetyczne” i „Wiadomości Handlowe”.

Polska Izba Handlu objęła patronat nad wydarzeniem.

Pełny program i rejestracja:
www.forumbranzynosmetycznej.pl

Brexit – gospodarcze implikacje dla Polski

Bezpośrednim skutkiem ogłoszenia wyników referendum dotyczącego dalszego członkostwa Wielkiej Brytanii w Unii Europejskiej był wzrost awersji do ryzyka na międzynarodowych rynkach finansowych, przejawiający się odpływem kapitału w kierunku aktywów uznawanych za bezpieczne (*flight to quality*). W konsekwencji złoty osłabił się w stosunku do dolara i franka szwajcarskiego, a przejściowo również funta brytyjskiego. Nastąpił również spadek głównych indeksów Giełdy Papierów Wartościowych oraz wzrost rentowności polskich obligacji skarbowych. Wzrost zmienności na rynkach finansowych okazał się jednak tymczasowy i jedynym trwałym efektem referendum wydaje się deprecjacja brytyjskiej waluty, również względem złotego (złoty umocnił się z poziomu 5,70 w dniu referendum do poziomu poniżej 5 zł za funta na koniec września, a zatem o ponad 12%).

W okresie przejściowym - zgodnie z Traktatem Europejskim dwa lata od momentu notyfikacji Rady Europejskiej przez rząd brytyjski na temat decyzji o wystąpieniu z UE - wpływ decyzji o Brexicie na gospodarkę polską będzie ograniczony do wymiany handlowej. Niepewność co do ram przyszłej współpracy z UE pogarsza perspektywy wzrostu gospodarki brytyjskiej, w szczególności inwestycji. Dodatkowo, deprecjacja funta będzie miała przełożenie na wzrost cen, co biorąc pod uwagę słaby wzrost płac nominalnych w ostatnich latach, może osłabiać brytyjski popyt konsumpcyjny. Obok efektu koniunkturalnego, na polski eksport do Wielkiej Brytanii oddziaływać będzie zapewne również efekt kursowy, wynikający z aprecjacji złotego względem funta.

W dłuższym horyzoncie czasowym gospodarka polska odczuje skutki wystąpienia Wielkiej Brytanii z UE poprzez wpływ tego wydarzenia na: (1) warunki wymiany handlowej, (2) możliwość przepływu osób oraz (3) wysokość budżetu UE. Wielka Brytania jest dla Polski trzecim co do wielkości zagranicznym rynkiem zbytu, jednak jej udział w polskim eksporcie wynosi niecałe 7%. Tym niemniej, od momentu przystąpienia do UE dynamika polskiego eksportu do Wielkiej Brytanii przewyższała dynamikę odnotowaną w kontaktach handlowych z innymi krajami UE-15, w szczególności w zakresie produktów rolno-spożywczych. Co więcej, od 2003 r. Polska wypracowuje systematyczną (i rosnącą) nadwyżkę w handlu z Wielką Brytanią. Brexit może oznaczać wzrost taryfowych i pozataryfowych barier handlu, a zatem ograniczenia w możliwości eksportu do Wielkiej Brytanii. Dodatkowo, może zmniejszyć również stan inwestycji zagranicznych w Polsce, jako że lokowane były z myślą o dostarczaniu produktów na rynek unijny, w tym Wielkiej Brytanii (również pośrednio, poprzez udział w międzynarodowych łańcuchach dostaw). Po Brexicie może również nastąpić zaostrzenie polityki imigracyjnej, co skutkowało by zmniejszeniem skali polskiej emigracji do Wielkiej Brytanii w kolejnych latach i mogłoby wpłynąć na status 720 tys. Polaków, którzy zgodnie z szacunkami Głównego Urzędu Statystycznego przebywali w 2015 r. w tym kraju. Do czasu wystąpienia Wielkiej Brytanii z UE (najwcześniej na początku 2019 r.) większość z nich będzie jednak przebywała tam dłużej niż pięć lat, a zatem spełniała kryterium ubiegania się o pobyt stały, ale ewentualne ograniczenie dostępu do świadczeń społecznych może skłonić część z nich do powrotu. Ewentualne zmniejszenie liczby emigrantów w Wielkiej Brytanii może zmniejszyć wysokość środków przekazywanych do Polski i tym samym mieć wpływ na polski



Oferta szkoleń PIH Koszt szkolenia dla grupy do 30 osób to 2400 zł + VAT



Oferta dotyczy szkoleń:

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

Zasady i cele prowadzenia
promocji w małych i średnich
placówkach handlowych

Sklep convenience –
przyszłość dla małych i
średnich placówek
handlowych (wersja 1 dzień)

Kontakt: pih@pih.org.pl

Tel. 22 440 83 23

bilans płatniczy. Brak kontrybucji Wielkiej Brytanii do budżetu UE (jako jednego z głównych płatników netto) wpłynie na wysokość środków unijnych, które netto otrzymuje Polska - albo poprzez zwiększenie składki, albo obniżenie wysokości funduszy. Zgodnie z szacunkami Fundacji Bartelsmanna brak kontrybucji Wielkiej Brytanii oznaczałoby dla Polski - biorąc pod uwagę podział budżetu UE w obecnej perspektywie finansowej - fundusze niższe o 7,7%. Z drugiej jednak strony, korekty dotyczyłyby najprawdopodobniej dopiero perspektywy finansowej 2020-2026, w ramach której podział środków unijnych może znacznie odbiegać od obecnego.

Skala długookresowego wpływu Brexitu na gospodarkę polską zależeć będzie od przyjętego przez Wielką Brytanię modelu współpracy z UE. Najmniejsza byłaby w przypadku wyboru tzw. "modelu norweskiego", czyli przystąpienia przez Wielką Brytanię do Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu i Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Pozwoliłoby to polskim eksporterom na pełen dostęp do brytyjskiego rynku w zakresie towarów przemysłowych i usług. Porozumienie o EOG nie obejmuje jednak produktów rolnych. Jednakże Wielka Brytania nie jest samowystarczalna w zakresie produkcji żywności (wskaźnik produkcji krajowej do konsumpcji spada systematycznie od lat osiemdziesiątych do poziomu ok. 60% i przewidywany jest dalszy spadek w tym zakresie), więc wprowadzenie ceł lub kontyngentów w handlu produktami rolnymi jest mało prawdopodobne. Członkostwo Wielkiej Brytanii w EOG oznaczałoby również respektowanie swobody przepływu osób, a także finansowanie funduszy pomocowych dla krajów UE, których wielkość byłaby nieznacznie niższa od obecnej kontrybucji netto do budżetu UE (środki przeznaczane na ten cel przez Norwegię są w przeliczeniu na mieszkańca o kilkanaście procent niższe niż składka netto Wielkiej Brytanii). Nieco większej skali wpływu Brexitu można byłoby oczekiwać w przypadku wyboru przez Wielką Brytanię "modelu szwajcarskiego", czyli oparcia współpracy z UE na członkostwie w Europejskim Stowarzyszeniu Wolnego Handlu oraz bilateralnych umowach sektorowych. W przeliczeniu na jednego mieszkańca Szwajcaria wydaje na fundusze pomocowe mniej o ok. 60% niż wynosi kontrybucja netto Wielkiej Brytanii. Również skala liberalizacji handlu z UE jest mniejsza niż w "modelu norweskim". Co więcej, w "modelu szwajcarskim" niepewny jest status swobody przepływu osób. W przypadku decyzji władz Wielkiej Brytanii o luźniejszym niż w przypadku modelu "norweskiego" lub "szwajcarskiego" związku z UE - na ogólnych zasadach Światowej Organizacji Handlu (WTO) lub w ramach porozumienia preferencyjnego - efekt Brexitu dla gospodarki polskiej byłby znacznie wyższy. Wielka Brytania nie byłaby w takim przypadku zobligowana do kontrybucji na rzecz krajów UE ani do respektowania swobody przepływu osób. Dodatkowo w przypadku braku lub przedłużających się negocjacji porozumienia preferencyjnego po okresie przejściowym zaczęłyby obowiązywać stawki celne ustalone przez WTO, w tym na towary mające duży udział w polskim eksporcie do Wielkiej Brytanii (np. samochody osobowe oraz ich części i akcesoria, które stanowią niemal 15% eksportu).

dr Karolina Konopczak

Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur



INSTYTUT BADAŃ RYNKU, KONSUMPCJI I KONIUNKTUR

Kalendarz

**Konferencja Zapobieganie
stratom finansowym i utracie
reputacji firmy
13 października 2016
Warszawa**



**Forum Branży Kosmetycznej
18 października 2016
Warszawa**



**Konferencja - Nowe Prawo
Zamówień Publicznych
28 października 2016
Warszawa**



Czy organizacja może się uczyć?

Osiągnięcie trwałej przewagi konkurencyjnej przez organizację zależy od jej zdolności do opracowania i wdrożenia posiadanych zasobów opartych na wiedzy. W gospodarce opartej na wiedzy, w której funkcjonują współczesne organizacje, to wartości niematerialne są niezwykle istotnym czynnikiem w tworzeniu sumarycznej wartości firmy. Organizacja, która nie wykorzystuje wiedzy i nie zdobywa nowej, skazana jest - często w bardzo krótkiej nawet perspektywie - na porażkę, czyli eliminację z rynku. Dziś nie wystarczy trwać na rynku, konieczny jest ciągły rozwój.

Zmiana sposobu myślenia

Ukształtowanie się koncepcji organizacji uczącej się przypada na lata 90. XX wieku. Kluczowa dla organizacji uczącej się jest zmiana sposobu myślenia. Wyraża się w ciągłym podnoszeniu zdolności pracowników do tworzenia nowej, oczekiwanej rzeczywistości. Dzięki temu organizacja sama kreuje swoją przyszłość, a nie tylko reaguje na potrzeby otoczenia. Aby jednak tak się stało, muszą w niej zachodzić świadomie zorganizowane procesy uczenia się organizacyjnego. W organizacji uczącej się dominuje myślenie systemowe, wyrażające się w podejściu wielokierunkowym do wciąż zachodzących relacji pomiędzy różnorodnymi procesami, nie zaś incydentalnymi zdarzeniami.

Cechy charakterystyczne

Tym, co wyróżnia organizację uczącą się, jest płaska struktura organizacyjna, umożliwiająca niemal natychmiastowe reakcje na pojawiające się potrzeby, doskonały system komunikacyjny, mający na celu szybką dystrybucję wiedzy i informacji, sprzyjającą innowacjom atmosferę pracy, zachęcającą do eksperymentowania, nawet kosztem popełnianych błędów, a także nastawienie na ciągłe uczenie się od innych. W organizacji takiej ludzie pracują w zespołach, które mają duży zakres samodzielności. Mają wspólną wizję przyszłości, która sprzyja większej lojalności i zaangażowaniu wszystkich pracowników organizacji. W takiej organizacji uznaje się, że jej przyszłość zależy od całego zespołu, nie tylko zarządzających, ale również od każdego, nawet szeregowego pracownika. Każdy pracownik zachęcany jest do wnoszenia własnego indywidualnego wkładu w jej rozwój. Docenia się kreatywność i stwarza optymalne warunki do rozwoju zatrudnionych ludzi.



dr Magdalena Kot-Radojewska: doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, socjolog, pedagog, trener, adiunkt i Kierownik Akademickiego Biura Karier Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej, ekspert ds. ewaluacji w projektach UE, zastępca Redaktor Naczelnej wydawnictwa „Nauka i Biznes”, odznaczona Medalem Komisji Edukacji Narodowej za zasługi dla oświaty; autorka publikacji z zakresu ZZL i kształcenia ustawicznego.

www.magdalenakot.pl

Razem, by nie marnować żywności

14 października br., o godzinie 10:00 w Ambasadzie Wielkiej Brytanii w Warszawie odbędzie się **panel dyskusyjny „Razem, by nie marnować żywności”**, którego organizatorami są: Ambasada Brytyjska w Warszawie, Tesco Polska, Brytyjsko-Polska Izba Handlowa oraz Federacja Polskich Banków Żywności.



Wydarzenie otworzy Ambasador Brytyjski – Jonathan Knott. Spotkanie będzie dotyczyło problemu marnowania żywności, skupiając przedstawicieli różnych środowisk (producentów, konsumentów, sprzedawców). Panel zostanie poprzedzony przedstawieniem najnowszych wyników badań CBOS „Deklaracje Polaków na temat marnowania żywności”. Spotkanie będzie połączone z zebraniem Rady ds. Zrównoważonego Wykorzystania Żywności powołanej przez Federację Polskich Banków Żywności. Spotkanie będzie ważnym głosem, w debacie publicznej dotyczącej niemarnowania żywności, projektu ustawy o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności oraz zbliżającego się Światowego Dnia Żywności (16.10).

Sklep na kołach



Połowa powierzchni Polski to małe miejscowości i wsie. Mieszkańcy takich miejsc czy osoby starsze nie mają regularnego i łatwego dostępu do sklepu spożywczego. A często sklepy do których uda im się dotrzeć nie są dobrze wyposażone lub bez konkurencji wokół mają zawyżone ceny. Może to dotyczyć nawet 4,6 mln osób. Odpowiedzią na to są sklepy na kołach.

W miastach mniej mobilne osoby mogą skorzystać z e-zakupów, które są dostarczane do domu. Na wsiach nie ma takiej możliwości, sklep na kołach jest takim rozwiązaniem.

Są to sklepy spożywczo-przemysłowe w niewielkich ciężarówkach. Jeżdżą one po terenach wiejskich w określonych dniach i godzinach, mają stałą trasę i systematycznie zaopatrują mieszkańców małych miejscowości w potrzebne im produkty. Zatrzymują się pod domami klientów i tam odbywa się sprzedaż.

Ich asortyment jest szeroki i dostosowany do wymagań klientów, często też mogą oni zamawiać potrzebny towar na zamówienie. Sprzedawane produkty są zawsze świeże, bo są pakowane codziennie, w takim sklepie na kołach można też kupić artykuły przemysłowe.

Przykładem tego typu rozwiązania jest format „Abc na kołach”. Obecnie testowanych jest 10 samochodów. Do końca roku będzie ich 15. Oferta tych samochodów jest porównywalna ilości do oferty małych sklepów.



Nowoczesność z Tradycjami

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



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



Andrzej Ludek, Prezes Fundacji Polskiego Handlu z dyplomem kampanii „Nowoczesność z Tradycjami”

Nowoczesność z Tradycjami: Bazar Olkuska

Bazar Olkuska w czerwcu br. obchodził swoje drugie urodziny. Miejsce to zostało stworzone z myślą o osobach poszukujących produktów spożywczych wysokiej jakości, dostępnych pod jednym dachem przez cały tydzień.

Na bazarze znajduje się 18 stoisk, wielu wystawców jest znanych w całej Warszawie. Są wybierani po spróbowaniu przez założycieli targu oferowanych produktów i ich prezentacji oraz gwarancji najwyższej jakości opartej na współpracy ze sprawdzonymi dostawcami. Równocześnie dba się o to, by oferta bazaru była jak najbardziej różnorodna. Asortyment wystawców jest również wynikiem obserwacji i rozmów z klientami. Wiele produktów pojawia się tam właśnie dlatego, że klienci ich poszukują.

Obecnie na bazarze znajdują się stoiska z mięsem i wędlinami, rybami i owocami morza, pieczywem i wypiekami, kawą, produktami wiejskimi, ekologicznymi, wegańskimi, nabiałem, owocami i warzywami, przetworami, dziczyzną, produktami francuskimi, włoskimi i greckimi oraz domowymi obiadami. Część wystawców sprzedaje produkty, które wykonuje samodzielnie (np. przetwory, soki, dania obiadowe i ciasta). Pozostali zaopatrują się bezpośrednio u producentów.

Bazar na Olkuskiej wyróżnia się wysokiej jakości produktami, dlatego po zrobionych tam zakupach można mieć pewność, że będziemy jeść zdrowo. Spośród innych tego typu miejsc wyróżnia je to, że działa 6 dni w tygodniu, ponieważ większość bazarów jest otwarta tylko w wybrane dni. Dodatkowo, z uwagi na nieduże rozmiary bazaru, jest on miejscem, w którym można spokojnie zrobić zakupy i porozmawiać z wystawcami, co pozwala odpocząć od gwarnych i zatłoczonych targowisk. Na większości stoisk można płacić kartą, jednak część klientów nadal woli posługiwać się gotówką – jak na prawdziwy bazar przystało.

Organizatorzy chcą, aby bazar był miejscem tętniącym życiem, które oferuje klientom coś więcej, niż tylko zrobienie zakupów. Dlatego niedawno otwarto tam bistro. Całe menu jest oparte na produktach oferowanych przez wystawców. Można więc tam nie tylko zrobić zakupy, lecz także spróbować przystawek i deserów oraz wypić lampkę dobrego wina.

Klienci bazaru to świadomi konsumenci, którzy poszukują pełnowartościowych produktów oraz osoby, które ze względu na różne dolegliwości muszą mieć pewność co do składu i pochodzenia spożywanych produktów. Jest również trzecia grupa klientów – to osoby, które raz na jakiś czas mają ochotę zjeść coś nowego i ciekawego, czego nie można znaleźć gdzie indziej.

Inne bazy oferujące zdrową żywność działają w nieco odmiennych warunkach (w innych lokalizacjach i tylko w wybrane dni). W związku z tym, raczej dopełniają się z Bazarem Olkuska, niż konkurują. Bazar ma swoich stałych klientów i dzięki bogatej ofercie ciągle zyskuje nowych. W momencie rozpoczęcia działalności w pobliżu bazaru znajdowały się dyskonty, jednak klienci dyskontów i klienci targu to dwie różne grupy. Ponadto, klienci bazaru często przyjeżdżają tam z różnych stron Warszawy, więc okoliczne sklepy nie stanowią dla niego konkurencji.



Wystawcy z bazaru Olkuska: Gospodarstwo w Ziemiecinie, Gospodarstwo Rolne Państwa Marcinkowskich, Planetarianie, Vege Kiosk, All Greek, Rzeźnicy Warszawscy, Myśliwskie Smaki, Kaffa, Słowiańskie Smaki, 365 Obiadów, Piniata Słodkości, Warzywniak Rozkosze, Damas, La Petite France, Happy Fish, Z Domu... Specjały, Tutto Bene, Crazy Butcher.

FKA Furtek Komosa
Aleksandrowicz



FURTEK KOMOSA
ALEKSANDROWICZ

Fundacja Polskiego Handlu we współpracy z kancelarią **FKA Furtek Komosa Aleksandrowicz** kontynuuje cykl comiesięcznych artykułów poświęconych tematyce prawnej, o tym, co istotne dla prowadzenia działalności gospodarczej dla sektora handlowego.



Autorka: Marta Ignasiak,
prawnik, doradca podatkowy
w FKA Furtek Komosa
Aleksandrowicz

Masz pytania?

Skontaktuj się

kontakt@fka.pl

Kwestią szczególnie podkreślaną w związku z negocjacjami w sprawie umowy o Transatlantyckim Partnerstwie Handlowym (TTIP) jak i umów jej podobnych (np. kompleksowej umowy gospodarczo-handlowej pomiędzy Kanadą a Unią Europejską i jej państwami członkowskim - CETA) jest przewidziany w nich system rozwiązywania sporów.

W dalszej części odnoszę się przede wszystkim do udostępnionych w przestrzeni publicznej informacji o TTIP, choć należy wziąć pod uwagę, że podobne rozwiązania znajdują się w umowie CETA, która miała być podpisana już 18 października 2016. Należy się spodziewać, że ostateczna wersja umowy TTIP może wprowadzić dwa systemy rozwiązywania sporów, mające zastosowanie w różnych sytuacjach – spory wynikające z interpretacji umowy oraz spory o charakterze inwestycyjnym.

Przedmiotem sporów wynikających z umowy będą mogły być różnice w interpretacji oraz we wprowadzaniu postanowień TTIP (np. treść zobowiązań państw stron i wywiązywanie się z nich). Stronami takich sporów będą mogli być sygnatariusze umowy, czyli Unia Europejska, jej państwa członkowskie, oraz Stany Zjednoczone. Projekt umowy przewiduje, że strony powinny naradzać się w spornych kwestiach, aby osiągnąć kompromis¹. Gdy jednak ta metoda nie okaże się skuteczna, projekt przewiduje możliwość poddania sprawy arbitrażowi, na zasadach określonych w samej umowie.

Drugim przewidzianym w TTIP rodzajem sporów są te powstające na linii inwestor – państwo. Inwestorem, według projektu umowy, będzie podmiot pochodzący z jednego z państw, który działając w celu osiągnięcia zysku i na własne ryzyko, zainwestuje kapitał w drugim państwie.

Powyższe oznacza, że krajowi przedsiębiorcy niezadowoleni ze sposobu wykonywania będą mogli się na nią powoływać jedynie w odniesieniu do swoich inwestycji zagranicznych. W takim przypadku mogą albo skłonić Rzeczpospolitą Polską do próby osiągnięcia kompromisu z USA (pierwsza procedura), bądź też mogą zdecydować się na wszczęcie postępowania arbitrażowego (druga procedura). Ani krajowi przedsiębiorcy ani państwo Polskie nie będzie mogło bezpośrednio kwestionować zachowań amerykańskich przedsiębiorstw, o ile pozostają one w zgodzie z wynegocjowanymi rozwiązaniami.

Pewnym pocieszeniem dla krajowych przedsiębiorców jest to, że system arbitrażu pomiędzy inwestorem a państwem ma nie być oparty na powszechnie krytykowanym systemie arbitrażu inwestycyjnego (ang. Investor-state dispute settlement – ISDS), toczony z zasady w trybie niejawnym przed trzyosobowym składem orzekającym, zgodnie z regułami proceduralnymi obowiązującymi dla danego trybunału, lecz na systemie stałych sądów ds. inwestycji (Investment Court System – ICS), które działają w sposób jawny i z udziałem zainteresowanych podmiotów trzecich (np. krajowych organizacji handlowych). Co jednak istotne – Polska dopiero zabiega o zapewnienie prawa do wyznaczenia własnego arbitra w tym sądzie.

Wydaje się jednak, że obawy krajowych przedsiębiorców nie wynikają tyle z kwestii związanych z ochroną własnych praw za granicą (zawsze wiąże się to z kosztami i ryzykiem niepomyślnego rozstrzygnięcia), co z faktem, że Polska zostanie pozbawiona możliwości regulowania zakresu ekspansji amerykańskich przedsiębiorstw na krajowy rynek, gdyż każda próba wprowadzenia nowego ograniczenia prawnego, może się wiązać z koniecznością wypłaty odszkodowań inwestorom, którzy z tego względu ponieśli szkodę. Zatem mimo iż TTIP nie zabrania państwom-sygnatariuszom stanowienia własnego prawa², nie wyklucza – jak się zdaje – możliwości dochodzenia odszkodowań przez inwestorów, jeżeli tylko uznają, że wprowadzona zmiana prawa pogarsza ich sytuację³. O tym jak niekorzystne może to być dla budżetu można się przekonać analizując dostępne rozstrzygnięcia trybunałów arbitrażowych. **FKA**

¹ http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/january/tradoc_153032.pdf

² Article 2(2) TTIP, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/september/tradoc_153807.pdf

³ Article 3 (4) TTIP, https://www.tni.org/files/publication-downloads/investment_court_system_put_to_the_test.pdf