

***W bieżącym numerze:***



**Słowo wstępne –  
Waldemar Nowakowski o  
lekach w sklepach, s. 2**



**Trendy sprzedaży w  
sklepach małowformatowych w  
grudniu 2016 r., s.3**

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](http://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](mailto:joanna.chilicka@pih.org.pl)



**8605 sklepów abc,  
s. 4**



**Magdalena Kot –  
Grywializacja w rekrutacji,  
s.5**



**Raport Krajowego  
Rejestru Długów o sytuacji w  
handlu,  
s. 6**



**Poprawa otoczenia  
prawnego przedsiębiorców,  
s.7**



**Święta w handlu,  
s. 8**

## Słowo wstępne



**Waldemar Nowakowski,  
Prezes Polskiej Izby Handlu**

Ministerstwo Zdrowia chce wprowadzić rozporządzenie, które zakáže sprzedawania leków pierwszej potrzeby w sklepach. Takie zmiany będą miały największy wpływ na klientów, to im utrudnią dostęp do szybkiej ulgi przy prostych dolegliwościach.

Sklepy nie zarabiają dużo na sprzedaży leków – średni sklep generuje roczną marżę z tego typu produktów ok. 840zł. Jest to bardzo mała kwota, ale sklepy sprzedają leki, bo odpowiadają na potrzeby klientów, to oni domagają się takiej dostępności. To oni chcą leków w sklepach, chcą decydować.

Dostęp do takich preparatów będzie utrudniony w miastach, a na terenach wiejskich będzie niemożliwy. Na wsiach nie ma aptek, a sklep jest jedynym miejscem, gdzie można szybko kupić coś na ból głowy. Trudno wyobrazić sobie, aby chora, starsza osoba w razie nagłej dolegliwości wybierała się w podróż komunikacją publiczną do większego miasta, do apteki. Doprowadzi to także do zwiększenia cen leków, do sytuacji, gdy apteki będą monopolizować rynek sprzedaży.

Sklepy sieciowe mają bardzo dobry nadzór nad sprzedawanymi produktami. Są wewnętrzne procedury dot. przechowywania leków, są one też rejestrowane. Sposób zarządzania tego typu asortymentem zmienił się na przestrzeni lat i dziś jest to bardzo profesjonalne.

Wartość rynku leków OTC w Polsce to ok. 400 mln zł rocznie. Rozporządzenie o którym mowa realizuje interesy tylko Naczelnej Izby Aptekarskiej, a zupełnie pomija potrzeby obywateli.

23 stycznia Maciej Ptaszyński, dyrektor PIH wraz z przedstawicielami innych organizacji wziął udział w konferencji prasowej dot. leków OTC w sklepach. Powiedział, że jeżeli projekt rozporządzenia wejdzie w tej formie w życie, znacząco utrudni wszystkim Polakom.

## Przełącz 1% podatku, by wesprzeć polski handel



Przełącz 1% podatku,  
by wesprzeć działania na rzecz rozwoju  
polskiego handlu.

Zachęcamy do przekazywania 1% podatku na  
Fundację Polskiego Handlu.

FPH wspiera polski handel tradycyjny w drodze  
do nowoczesnej gospodarki.

**KRS: 0000338741**

Od 2009 roku misją fundacji jest wspieranie  
polskiego handlu tradycyjnego w drodze do  
nowoczesnej gospodarki przy zachowaniu jego  
tożsamości i wyjątkowej roli społecznej.

Fundacja zaangażowana jest we wspieranie  
małych formatów handlu, prowadzi kampanie  
charytatywne - zadania te będzie kontynuować  
w partnerstwie z Polską Izbą Handlu.

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



## Trendy sprzedaży w sklepach małaformatowych w grudniu 2016 r.

W grudniu 2016 całkowita wartość sprzedaży w sklepach małaformatowych była niższa o 4,2% od wartości sprzedaży w grudniu 2015, natomiast liczba transakcji spadła o 12,8%. Liczba wszystkich zarejestrowanych paragonów była niższa o 2,2% niż w listopadzie 2016, jednak ze względu na przypadające w grudniu święta, kiedy to zwiększa się liczba opakowań w koszyku, a konsumenci częściej decydują się na zakup droższych wariantów produktu, obroty sklepów wzrosły o 9,7%.

W grudniu zawartość koszyka silnie powiązana jest z okresem przygotowań do Świąt Bożego Narodzenia. W miesiącu tym rośnie sprzedaż produktów, z których przygotowywane są świąteczne potrawy oraz wypieki. Na przyprawy i dodatki kulinarne konsumenci wydali o 30% więcej niż w listopadzie. Liczba transakcji z zakupem ciast w proszku wzrosła o 136% w porównaniu do poprzedniego miesiąca oraz o 14,8% w porównaniu do grudnia 2015. Na paragonach klientów majonez pojawiał się o 30,7% częściej niż w listopadzie 2016, bakalie o 25,8%, a mąki pszenne i żytnie o 24,4%.

Święta to również okres obdarowywania podarunkami. W grudniu rośnie sprzedaż słodczy, które są popularnym prezentem wręczanym dzieciom oraz bliskim. Liczba transakcji z zakupem pralin w tym okresie była wyższa o 55,5% niż w listopadzie 2016, jednak spadła o 14,9% w porównaniu do grudnia 2015. Wartość sprzedaży czekolad w sklepach małaformatowych wzrosła o 26% w porównaniu do listopada, jednak była niższa o 6,7% od wartości w grudniu 2015. Wzrost wartości sprzedaży odnotowywany jest również dla baterii elektrycznych, które klienci kupują jako dodatek do zabawek dla dzieci. W grudniu liczba transakcji z zakupem baterii była wyższa o 33% w stosunku do poprzedniego miesiąca.

W grudniu w sklepach małaformatowych rośnie liczba transakcji z zakupem alkoholi mocnych oraz win. Brandy, koniak, winiak pojawiają się na paragonach klientów o 26,6% częściej niż w listopadzie, oraz o 7,4% częściej niż w grudniu 2015. Liczba sprzedanych opakowań rumu w grudniu była wyższa o 47,4% niż w listopadzie, likierów, kremów i bitterów o 87%, a whisky i bourbonu o 48,7%. Wino wermut trafiało do koszyków o 42,6% częściej niż w listopadzie 2016, jednak aż o 18,8% rzadziej niż w grudniu 2015. Po wina deserowe klienci sięgali o 44,4% częściej niż w listopadzie 2016 oraz o 44,2% częściej niż w grudniu 2015. W grudniu, ze względu na przygotowania do sylwestrowej zabawy konsumenci kupują niemal pięciokrotnie więcej opakowań win musujących i szampanów. Średnia wartość transakcji w sklepach małaformatowych do 300m<sup>2</sup> w grudniu 2016 wyniosła 14,83 zł i była wyższa od średniej wartości w listopadzie o 12,2% oraz od średniej wartości w grudniu 2015 o 9,8%.

*Sklepy małaformatowe do 300 m<sup>2</sup> obejmują: małe sklepy spożywcze do 40 m<sup>2</sup>, średnie sklepy spożywcze 41-100 m<sup>2</sup>, duże sklepy spożywcze 101-300 m<sup>2</sup> oraz specjalistyczne sklepy alkoholowe.*

**Marzena Lech, CMR**



**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](http://www.cmr.com.pl)

## 8605 sklepów abc

**Sieć Sklepów abc – największa w Polsce sieć zrzeszająca niezależne sklepy spożywcze – zakończyła rok 2016 z liczbą 8605 sklepów. W przeciągu 4 miesięcy przyłączyło się do nas 500 sklepów!**

Sieć Sklepów abc rozwija się dynamicznie - jest nas już ponad 8600!



Nasza popularność wynika z faktu, że to właściciel sklepu sam decyduje o tym, jakie produkty sprzedaje i w jakich cenach – wychodzimy z założenia, że to on zna najlepiej lokalny rynek oraz klientów. Często właściciele osobiście obsługują swoich klientów, znają i rozumieją potrzeby lokalnej społeczności.

Sklepy abc oferują niezbędny asortyment produktów spożywczych, warzywa, owoce, prasę a często także gorące przekąski lub kawę.

Prawie 6 milionów Polaków ma do sklepu abc około 15 minut od swojego miejsca zamieszkania! Sklep abc jest zawsze po sąsiedzku. **Zapraszamy!**

## Konferencja IBRKK

16 stycznia odbyła się konferencja Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur.



Zaprezentowano raport: [Handel wewnętrzny w latach 2011-2016.](#)

Maciej Ptaszyński, dyrektor PIH został uhonorowany wyróżnieniem „Przyjaciel Instytutu”.

## Kongres Mięśny 2017

Zapraszamy na Kongres Mięśny 2017  
Polska Izba Handlu objęła swoim patronatem Kongres Mięśny 2017, który jest największym i najważniejszym wydarzeniem dedykowanym polskiemu rynkowi mięsa i wędlin.

WIADOMOŚCI  
HANDLOWE

# KONGRES MIĘŚNY

Impreza odbędzie się **28 lutego w Warszawie**. Kongres Mięśny 2017 to prelekcje ekspertów, dyskusje panelowe, spotkania biznesowe i prezentacje TOP nowości i innowacji. Tutaj handel, producenci i dostawcy usług rozmawiają o wzajemnych oczekiwaniach i nawiązują bezpośrednie kontakty. Dla profesjonalistów Kongres jest obowiązkowym źródłem wiedzy i nawiązywania relacji biznesowych.

Tegoroczna edycja zgromadzi ponad 250 uczestników. Uczestnicy spotkania to prezesi firm mięsnych, przedstawiciele handlu i dystrybucji oraz dostawcy dóbr i usług dla branży, a także eksperci i analitycy rynku.

Całodniowe spotkanie zwieńczy ceremonia wręczenia nagród „Najlepsze stoisko mięsne 2017” oraz „Dystrybutor Roku: Mięso i wędliny”. Więcej szczegółów na: [www.kongresmiesny.pl](http://www.kongresmiesny.pl)



## Grywalizacja w rekrutacji

Dynamiczny rozwój nowoczesnych technologii, wchodzenie na rynek pracy nowego pokolenia „Zetów”, brak właściwych kandydatów do pracy oraz trudności w zatrzymaniu stałej kadry w firmach powodują, że pracodawcy sięgają coraz częściej po nowoczesne formy rekrutacji.

### Czym jest grywalizacja?

Grywalizacja, czy też gamifikacja, oznacza wykorzystanie technik znanych z gier komputerowych to tego, by wpływać na zachowania ludzi w sytuacjach, które nie są grami komputerowymi. Grywalizacja z założenia ma być przyjemna i powodować zadowolenie uczestników. Opiera się zarówno na rywalizacji, jak i współpracy. Jej celem jest zwiększenie zaangażowania ludzi w różne zajęcia, nawet te, które wydają się nudne i rutynowe.

### Wobec kandydatów do pracy

Coraz częściej firmy, zwłaszcza duże, międzynarodowe koncerny, wykorzystują grywalizację w procesach rekrutacyjnych. Nie oznacza to, że tradycyjna rozmowa kwalifikacyjna umiera. Grywalizacja to dodatkowa, bardzo skuteczna metoda, która gwarantuje zgromadzenie w jednej przestrzeni potencjalnych kandydatów do pracy. Przykładem jednej z firm, która zastosowała grywalizację w rekrutacji była sieć hoteli, która chciała zrekrutować kilkudziesięciu pracowników na szczeblu zarządczym. Gracze przez kilka tygodni wirtualnie zarządzali hotelem, prezentując swoje umiejętności planowania, organizacji pracy, zarządzania ludźmi. Już w pierwszym tygodniu grę podjęło ponad 25 tysięcy uczestników. Po osiągnięciu pewnego poziomu mogli bezpośrednio aplikować na ofertę pracy w hotelu.

### Dlaczego warto?

Dzięki grywalizacji można zobaczyć rzeczywiste, naturalne oblicze gracza, czyli potencjalnego pracownika. Gracze ujawniają w trakcie gry swoje cechy charakteru, np. wytrwałość,

uczciwość, kreatywność, umiejętność współpracy, bądź zupełnie odwrotne. Z założenia też dla człowieka bardziej cenne jest to, czego nie może osiągnąć w sposób łatwy. Pracodawca może zatem założyć, że jeśli uczestnicy gry angażują się w grywalizację, będą również bardziej zaangażowani w pracę w danej firmie. Dzięki temu organizacja już na wstępie identyfikuje i pozyskuje zaangażowanych i zadowolonych przyszłych pracowników.

Grywalizacja to jednak dość kosztowna forma rekrutacji, która musi być opracowana indywidualnie pod potrzeby danej firmy. Stąd raczej nie jest spotykana w rekrutacjach do małych i średnich przedsiębiorstw.



### 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](http://www.magdalenakot.pl)

## POLAND & CEE RETAIL SUMMIT 2017

**Biznes, Relacje, Networking, Strategiczne informacje.**

Ostatnie miesiące to okres dynamicznych zmian i zjawisk, które sprawiły, że w handlu „nic nie będzie już takie jak dawniej”. To w jaki sposób ta dokonująca się na naszych oczach transformacja sektora wpłynie na plany ekspansji największych sieci, rozwój e-handlu czy trendy konsumenckie będzie jednym z głównych tematów, które zostaną rozwinięte podczas Retail Summit 2017. Poza wymianą strategicznych informacji, jak zawsze gwarantujemy Państwu dwa intensywne dni rozmów o biznesie, wypełnione spotkaniami oraz networkingiem.

Cel Kongresu Retail Summit od lat pozostaje niezmienny – stworzenie przestrzeni dla menedżerów sieci handlowych i producentów FMCG, służącej budowaniu trwałych relacji, nawiązywaniu współpracy, mającej bezpośredni wpływ na wzrost biznesu i kierunki rozwoju sektora retail w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej.

**„Tu bije serce polskiego handlu!”**

Zapraszamy do obejrzenia relacji z Retail Summit 2016: [www.bit.ly/ceeretailsummit2016](http://www.bit.ly/ceeretailsummit2016)

Więcej szczegółów:

[www.retail-conferences.com](http://www.retail-conferences.com)



Poland & CEE  
**2017 Retail Summit**  
29-30 marca 2017 r., Warszawa

Najważniejsze i najbardziej reprezentatywne  
spotkanie sektora **HANDLU** i **FMCG**

SPRAWDŹ SZCZEGÓŁY >

## Krajowy Rejestr Długów o sytuacji w handlu

W najbliższym czasie udostępniemy Państwu raport przygotowany przez ekspertów Krajowego Rejestru Długów. W publikacji zawarte zostaną ekskluzywne dane KR D dotyczące zadłużenia w handlu. Przedstawione oraz opisane zostaną statystyki dotyczące niespłaconych zobowiązań z podziałem wojewódzkim oraz informacje na temat głównych kategorii wierzycieli. Ponadto raport zaprezentuje firmy handlowe w roli wierzycieli. Łącznie pozwoli to dobrze zarysować problem zatorów płatniczych, których doświadczamy w naszej codziennej pracy. W tekście znajdzie się również Indeks Należności Przedsiębiorstw dla firm handlowych. Jest to bardzo wartościowy wskaźnik pokazujący poziom zatorów płatniczych w danej branży opracowany w oparciu o 6 różnych parametrów.

Jesteśmy przekonani, że zawarte w tej publikacji dane wraz z komentarzami będą dla Państwa cennym źródłem aktualnej informacji, co pomoże w lepszej ocenie bieżących ryzyk biznesowych, a także w zaplanowaniu przyszłych działań Państwa firm. Już teraz gorąco zachęcamy do lektury publikacji, którą niebawem Państwu dostarczymy drogą elektroniczną!

**Polska Izba Handlu jest partnerem raportu.**

Krajowy Rejestr Długów Biuro Informacji Gospodarczej SA jest najstarszym i największym biurem informacji gospodarczej w Polsce. Działa od 4 sierpnia 2003 r. na podstawie Ustawy o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych. Obsługuje wszystkie podmioty gospodarcze – od jednoosobowych firm, poprzez małe i średnie przedsiębiorstwa, po wielkie korporacje. KR D BIG SA jest partnerem Konsorcjum Kaczmarek Group, do którego należą również firma windykacyjna Kaczmarek Inkasso, Rzetelna Firma, Kancelaria Prawna VIA LEX oraz Narodowy Fundusz Gwarancyjny.

# Poprawa otoczenia prawnego przedsiębiorców



Dnia 1 stycznia 2017 r. weszła w życie ustawa z dnia 16 grudnia 2016 r. o zmianie niektórych ustaw w celu poprawy otoczenia prawnego przedsiębiorców („ustawa”). Do jej głównych założeń należy liberalizacja niektórych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, złagodzenie obowiązków administracyjnych oraz wprowadzenie zmian dotyczących kontroli działalności przedsiębiorców.

## Deregulacja

Ustawa wprowadza liczne zmiany, których celem jest deregulacja pewnych obowiązków o charakterze administracyjnym poprzez m. in. (i) zniesienie wymogu podawania przez przedsiębiorcę miejsca zamieszkania do CEIDG, (ii) podwyższenie progu od którego konieczne jest prowadzenie księgi przychodów i rozchodów, (iii) zwolnienie niektórych kategorii obiektów budowlanych z obowiązku zgłoszenia ich budowy lub uzyskania zezwolenia na ich budowę.

## Kontrola działalności gospodarczej

W myśl nowych przepisów kontrole działalności gospodarczej będą mogły być prowadzone pod określonymi warunkami. Przed wszczęciem kontroli, organ będzie musiał przeprowadzić analizę prawdopodobieństwa naruszenia prawa w ramach wykonywania działalności gospodarczej. Wspomniana analiza obejmie swym zakresem identyfikację obszarów podmiotowych i przedmiotowych, w których ryzyko naruszenia przepisów jest największe. Organ będzie zwolniony z powyższego obowiązku, jeżeli poweźmie uzasadnione podejrzenie, iż w wyniku wykonywania działalności gospodarczej może dojść m. in. do zagrożenia życia, popełnienia przestępstwa, naruszenia prawnego zakazu lub niedopełnienia prawnego obowiązku.

## Pozostałe zmiany

Poza opisanymi wyżej zmianami, ustawa przywraca do polskiego systemu prawa instytucję tzw. „prokury łącznej niewłaściwej”, która polega na zastrzeżeniu w umowie spółki, iż prokurent może działać tylko wspólnie z członkiem zarządu spółki kapitałowej lub współnikiem uprawnionym do reprezentowania spółki osobowej.

Znowelizowane przepisy kodeksu cywilnego zrównały przy liczeniu terminów sobotę z dniem ustawowo wolnym od pracy. W ten sposób, jeżeli koniec terminu do wykonania czynności prawnej wypadnie w sobotę, wówczas termin upłynie następnego dnia, który nie jest dniem wolnym od pracy.

Ponadto na mocy nowej ustawy zostały wprowadzone do Ordynacji podatkowej, ogólne objaśnienia przepisów, które w odróżnieniu od interpretacji podatkowych, zawierają także praktyczne zastosowanie przepisów prawa podatkowego oraz przykłady ich właściwego zastosowania.

Nie wszystkie zmiany przewidziane przez ustawę adresowane są do przedsiębiorców. Ustawa wprowadza również istotny przepis służący wzmocnieniu ochrony praw pracowników, wydłużając pracownikowi termin do wniesienia odwołania od wypowiedzenia umowy o pracę z 7 do 21 dni od dnia doręczenia pisma wypowiadającego umowę o pracę.



**Mateusz Małota, aplikant  
radcowski w FKA 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.



**FURTEK KOMOSA  
ALEKSANDROWICZ**

Masz pytania? Skontaktuj się  
[kontakt@fka.pl](mailto:kontakt@fka.pl)



## Fundacja Polskiego Handlu: Święta w handlu



W grudniu zapytaliśmy jak Polacy przygotowują się do świąt, jak planują zakupy i co robią po świętach.

*„Robię zakupy późno, tuż przed Świętami. Staram się nie gromadzić wcześniej rzeczy, aby uniknąć bałaganu. Kupuję tylko to, czego potrzebuję według przepisu, trzymam się listy i aby mieć pewność, że produkty będą świeże, kupuję je najwcześniej tydzień przed świętami”.*

*„Kupuję wszystko przed świętami – biorę sobie wolne i w 2 dni robię zakupy i gotuję. W sumie zakupy mnie relaksują, świąteczne dekoracje i muzyka”.*

*„Trwałe produkty kupuję dużo wcześniej, żeby później nie biegać jak w ukropie. To co wymaga świeżości zamawiam przed samymi świętami przez Internet. Bardzo nie lubię być w sklepach spożywczych i centrach handlowych w czasie przedświątecznym. Robię wszystko, aby tego uniknąć”.*

*„Nie zamawiamy gotowych dań. Świąteczne potrawy na stole wigilijnym, to tradycja z dziada pradiada, a ich samodzielne przygotowanie, to rytuał uświęcony latami praktyki”.*

*„Po świętach niewiele zostaje. To, co zostaje, zjadam w dniach poświątecznych i rozdaję rodzinie i znajomym. Z uwagi na to, że potrawy przygotowuję późno, przez kilka dni po świętach wciąż nadają się do spożycia. Niewielką część wyrzucam”.*

*„To co zostaje po świętach zamrażam, nigdy nic się nie marnuje”.*

*„Po świętach nie zostaje nam dużo jedzenia, robimy tyle, aby zjeść”.*

Zachowania konsumentów przed świętami są zupełnie inne niż w zwykłym czasie. Warto je poznawać i dostosowywać do nich ofertę i usługi.



Klienci są różni, mogą mieć odmienne potrzeby. Jedni dobrze się czują w świątecznej atmosferze zakupów i chętnie korzystają z oferty i odwiedzają sklepy. Warto także przygotować coś dla tych, którzy unikają zatłoczonych punktów handlowych i uruchomić dowóz zakupów.

Zachowania konsumentów mogą różnić się ze względu na miejsce zamieszkania. W większych miastach są one mniej tradycyjne i tam na pewno sprawdzi się oferta dostarczenia gotowych już potraw świątecznych. Na wsiach uroczyste posiłki są częściej przygotowywane samodzielnie, ludzie mają też więcej czasu – dlatego sklepy muszą być zaopatrzone w świeże produkty tuż przed świętami.

Przed nami święta Wielkanocne, warto już teraz przemyśleć strategię sprzedażową. Należy ustalać ją indywidualnie, zależnie od charakteru sklepu i od klientów jacy tam przychodzą.

## Świąteczna zbiórka żywności Fundacji Polskiego Handlu

W grudniu w Hali Mirowskiej odbyła się zbiórka żywności zorganizowana przez FPH. Udało się zebrać produkty o wartości ok. 1000 zł. Zostały one przekazane do świetlic opiekuńczo-wychowawczych Karan.