**Ustawa jak hamulec dla handlu**

**Rozmowa z Mateuszem Wiśniewskim, wiceprezesem Kolportera.**

**Według Głównego Urzędu Statystycznego miniony, 2015 rok, był bardzo korzystny dla sektora handlu detalicznego. Handlowcy pozytywnie oceniali tempo wzrostu polskiej gospodarki, przekładające się na wzrost przychodów. Czy z punktu widzenia Kolportera, zarządzającego siecią sprzedaży, liczącą ponad 1000 punktów, ta ocena 2015 r. jest równie pozytywna?**

– Oczywiście. Ubiegły rok był bardzo udany dla naszej sieci. Mimo iż działamy na trudnym rynku, poddawanym niekorzystnym makroekonomicznym tendencjom, takim jak m.in. spadek sprzedaży prasy, wyrobów tytoniowych i doładowań telefonów komórkowych, udało nam się zwiększyć sprzedaż i rozwinąć sieć o kolejne punkty. Na koniec grudnia 2015 r. sieć Saloników Prasowych Kolportera i salonów Top Press liczyła łącznie 1024 punkty. Odnowiliśmy koncept wizualny naszego saloniku, stworzyliśmy też zupełnie nowy model punktu sprzedaży – salonu prasowego ze strefą bistro „Top Presso”. Znaleźliśmy również nowe, interesujące kierunki rozwoju – np. uruchamianie punktów sprzedaży w szpitalach i placówkach służby zdrowia. Wbrew wspomnianym tendencjom makroekonomicznym osiągnęliśmy dobrą dynamikę rozwoju i sprzedaży.

**W istotny sposób zmieniły się również zasady rekrutacji Partnerów Kolportera, prowadzących saloniki i salony prasowe, a także cały system partnerski, który obowiązuje w sieci Kolportera. Spółka zrezygnowała z wymogu wpłacania kaucji, a przyszłym współpracownikom oferuje możliwość rozwoju i przejścia na stanowisko menadżerskie. Skąd pomysł na takie rewolucyjne zmiany?**

– To raczej naturalna ewolucja niż rewolucja. Nasz system partnerski rozwijamy od lat, stale go modernizując i dostosowując do warunków rynkowych. Dotychczas jednym z wymogów, jakie musieli spełnić przyszli Partnerzy była wpłata kaucji. Ta kwota, w porównaniu do innych tego typu ofert rynkowych, była na bardzo niskim poziomie, ale uznaliśmy, że i tak może stanowić problem dla sporej grupy osób. Dlatego z niej zrezygnowaliśmy. Zależy nam na likwidacji wszystkich barier, które może napotkać przyszły Partner, tak aby maksymalnie ułatwić mu rozpoczęcie działalności. System awansów dla Partnerów działa już od dłuższego czasu, w Kolporterze pracuje obecnie spora grupa osób, które swoją karierę zaczynały w saloniku.

**Czym różni się System Partnerski Kolportera od typowego systemu franczyzowego?**

– W maksymalnym skrócie można powiedzieć, że jest znacznie doskonalszą wersją standardowej franczyzy, z którą zresztą dość często jest mylony. Podstawowa przewaga polega na tym, że w naszym systemie to Kolporter, jako organizator sieci, przejmuje na siebie wszystkie ryzyka i koszty, związane z otwarciem, a następnie funkcjonowaniem punktu sprzedaży. Mikroprzedsiębiorca, który z nami współpracuje ma do spełnienia bardzo ważną rolę, związaną z prowadzeniem takiego punktu, utrzymaniem standardów obsługi klientów, rozwojem sprzedaży, zatrudnieniem i szkoleniem personelu, ale wszystkie ryzyka, związane z lokalizacją, towarem, wyposażeniem są po naszej stronie. Partner otrzymuje gotowy, w pełni wyposażony salonik lub salon prasowy, w którym prowadzi sprzedaż w imieniu Kolportera. Z naszej strony ma oczywiście zapewnione dostawy towarów, ale także m.in. stałe wynagrodzenie podstawowe, dodatkowe wynagrodzenie uzależnione od wielkości obrotu, premię za realizacje celów handlowych, premię za realizacje standardów sieci. Cały czas może też liczyć na pomoc i wsparcie Kolportera. Partnerom oferujemy stałą opiekę naszych przedstawicieli, a także specjalnie dla nich opracowane systemy szkoleniowe i motywacyjne.

**Czy na ten rok Kolporter planuje równie dynamiczny rozwój swojej sieci?**

– Niestety, przyszłość całego segmentu, który zrzesza kioski i saloniki prasowe, stanęła pod dużym znakiem zapytania, w związku z projektem nowej ustawy o podatku od sprzedaży detalicznej. Zapowiadane przez ustawodawcę rozwiązania mogą spowodować, że nagle znaczna część punktów typu kiosk czy salonik prasowy znajdzie się poniżej progu rentowności. Oczywiście, planowaliśmy utrzymanie dobrej dynamiki i dalszy rozwój punktów sprzedaży, ale nowe obciążenia mogą to skutecznie wyhamować.

**Przedstawiciele rządu zapowiadają jednak, że uwzględnią w ostatecznym projekcie m.in. oczekiwania sieci franczyzowych, zrzeszających małe i średnie sklepy.**

– Tak, ale sieci kiosków czy saloników nie działają w systemach franczyzowych, przynajmniej w takim rozumieniu, jak definiuje je projekt ustawy. Charakterystyczną cechą systemów partnerskich jest to, że poszczególne punkty działają nie tylko pod wspólnym szyldem ale prowadzą sprzedaż na rzecz i w imieniu organizatora sieci. Innymi słowy – obrót wypracowany przez poszczególne saloniki czy kioski jest obrotem organizatora. Zatem kwota wolna od podatku nie „osłoni” pojedynczych sklepów, będących źródłem dochodów dla mikroprzedsiębiorców, prowadzących te punkty. Wysoka stopa procentowa podatku (według znanych nam propozycji wynosząca 0,9%), w sytuacji gdy kwota wolna będzie naliczana od sumarycznej sprzedaży sieci partnerskiej, będzie zdecydowanie za wysoka dla kiosków i saloników.

**Dlaczego?**

– Segment rynku zrzeszający kioski i saloniki prasowe działa na bardzo niskim poziomie rentowności –ok. 0,5 %. Stąd będziemy mieli sytuację, w której spora część punktów znajdzie się na granicy lub poniżej progu rentowności.

**Wielu handlowców zapowiada, że będzie starało się podnieść rentowność, m.in. poprzez zmianę polityki cenowej. Czy w przypadku sieci saloników możliwe jest zastosowanie takiego wariantu?**

– Abstrahując od niekorzystnej oceny takiego działania dla klientów jest ono nierealne w przypadku kiosków i saloników prasowych, gdzie około 85% sprzedawanych towarów stanowią produkty z tzw. zamkniętą ceną – papierosy, prasa, doładowania, bilety komunikacji miejskiej.

**Jeśli ustawa wejdzie w życie w takim kształcie, o jakim mówimy, z jakimi scenariuszami można się liczyć? Czy firmom, prowadzącym sieci ajencyjne i partnerskie grozi kryzys?**

– Na pewno sieci będą zmuszone do optymalizacji, polegającej m.in. na zamykaniu nierentownych sklepów. Wraz z wprowadzeniem podatku od sprzedaży detalicznej w zapowiadanym kształcie spodziewam się masowej skali takich działań, wynikających ze skokowego pogorszenia warunków prowadzenia działalności gospodarczej. To ile punktów zostanie zamkniętych będzie zależało od wielkości i siły danego operatora. Z naszego punktu widzenia, jako stabilnej firmy, o mocnej pozycji rynkowej, posiadającej zdywersyfikowane źródła przychodu, nie będzie to podstawowy kierunek optymalizacji kosztowej. Niemniej jednak będziemy musieli zrezygnować z rozwoju ilościowego sieci, który towarzyszył nam od początku naszego funkcjonowania.

**Dlaczego Kolporter zdecydował się więc wziąć udział w dyskusji, dotyczącej kształtu nowej ustawy?**

– Przede wszystkim z uwagi na troskę o sytuację mikroprzedsiębiorców, współpracujących z naszą czy innymi firmami, w ramach systemów ajencyjnych i partnerskich. To paradoks, że skutki ustawy, która pierwotnie miała chronić polski handel najboleśniej mają odczuć najmniejsi, polscy handlowcy. Dla osób prowadzących saloniki czy kioski to najczęściej jedyne źródło utrzymania, bardzo często są to biznesy rodzinne. Systemy partnerskie i ajencyjne dają w Polsce utrzymanie wielu tysiącom osób. Trudno pogodzić się z faktem, że tak duża grupa ciężko pracujących ludzi ma boleśnie odczuć skutki ustawy, która miała ich chronić… Oczywiście konsekwencje wprowadzenia nowego obciążenia byłyby znacznie szersze i dotyczyły całego łańcucha dostaw. Odczuliby je na pewno mniejsi dostawcy, hurtownicy, wydawcy prasy.

**Czy widzi Pan jakieś rozwiązanie tego problemu? Co mógłby zrobić ustawodawca, aby wyeliminować zagrożenie, jakie nowe przepisy niosą dla najmniejszych punktów sprzedaży?**

– Kwota wolna od podatku, która bardzo dobrze ochroni franczyzobiorców powinna także zadbać o źródła dochodu dla mikroprzedsiębiorców, zrzeszanych w sieciach partnerskich. Można to uzyskać stosując kwotę wolną od podatku do pojedynczych punktów sieci partnerskich mimo tego, że sprzedają na rzecz organizatora sieci.

**Ustawa ma przynieść państwu określony przychód, niezbędny na realizację reform, zapowiedzianych przez rząd. Czy w związku z tym widzi Pan realną szansę na uwzględnienie Państwa propozycji?**

– Mam nadzieję, że trwające dyskusje nad projektem ustawy doprowadzą do osiągnięcia porozumienia, które będzie korzystne dla całej branży handlowej. W przypadku segmentu punktów typu kiosk i salonik prasowy szacowany przychód z tytułu nowego podatku nie przekroczy 10 mln złotych. Koniecznie trzeba go zestawić z bardzo wysokimi kosztami społecznymi i ekonomicznymi wdrożenia planowanego podatku. W Polsce mamy 8–9 tysięcy mikropunktów typu kiosk i salonik prasowy. Są one źródłem dochodu dla co najmniej dwa razy większej liczby osób, często stanowiąc jedyne źródło utrzymania dla całej rodziny. Po obciążeniu sieci nowym podatkiem znaczna część tych aktywnych zawodowo ludzi znalazłby się w sytuacji, w której tracąc źródło utrzymania zwróci się o pomoc do państwa. Jako osoba mająca 20–letnie doświadczenie w biznesie i doktorat z matematyki twierdzę, że bilans dla skarbu państwa będzie mocno ujemy. Liczę, że ten głos dotrze do twórców ustawy.