**Zarządy Centrów Hurtu Rolno – Spożywczego,**

**Sprzedawcy na giełdach kwiatowych,**

**Hurtownicy i Importerzy kwiatów,**

**Producenci kwiatów i roślin**

List otwarty

Działam w branży kwiatowej od ……… lat, i coraz bardziej niepokoi mnie brak przestrzegania zasad sprzedaży hurtowej w hurtowniach i na giełdach kwiatowych.

**Co to jest handel hurtowy?**

Zacznę ten list od kilku definicji:

* Handel hurtowy - obejmuje wszelkie działania związane ze sprzedażą towarów i usług podmiotom, które odsprzedają je na zasadach komercyjnych. Hurtownicy różnią się od detalistów pod wieloma względami. Po pierwsze, transakcje hurtowe są zwykle większe niż detaliczne, a sprzedawcy hurtowi obejmują swym zasięgiem większy obszar rynku niż sprzedawcy detaliczni. Po drugie, sprzedawców hurtowych i detalicznych różnią zasady prawne i podatkowe.
* Cena hurtowa – cena, po jakiej hurtownik sprzedaje towary przedsiębiorcy, zajmującemu się handlem detalicznym.
* Cena detaliczna – cena jednostkowa, za którą konsumentowi oferowany jest dany produkt lub usługa. Jest zwykle wyższa od ceny hurtowej o marżę detaliczną, która pokrywa koszty (przechowywanie towaru, wolniejsza rotacja) i zapewnia zysk w placówce handlu detalicznego.

Obecnie rynek kwiatowy charakteryzuje się dużym nasyceniem podmiotów na nim działających, zarówno na poziomie hurtowym jak i detalicznym. Zbyt duża liczba firm ma wpływ na mocną konkurencję, w tym konkurencję cenową. Na takim rynku trzeba wyjątkowo dbać o klientów, warto się wsłuchać w to co chcą przekazać swoim dostawcom, co ich boli, co przeszkadza. Kto potrafi się wysłuchać, kto wykaże się zrozumiem tych potrzeb i potrafi współdziałać ten zdobędzie zaufanie przedsiębiorców florystycznych, a przyczyni się do konkretnych efektów biznesowych.

**Przeanalizujmy skąd bierze się problem nieuczciwej konkurencji w branży kwiatowej?**

Ogólnie pojęta konkurencja, jest konieczna na rynku. Rywalizacja jest zdrowa pod warunkiem, że obowiązują takie same zasady działania dla wszystkich uczestników rynku. Nie dostrzegamy jednego – sprzedaż detaliczna na rynkach hurtowych i w hurtowniach, nie dotyczy tylko klientów, którzy raz, czy dwa razy w roku kupią sobie kwiaty do wazonu czy dekoracje na święta, lecz masy pseudo przedsiębiorców, którzy nie prowadząc legalnej działalności prowadzą handel i świadczą usługi florystyczne. Takie działania psują rynek. Faktem jest, że przeważnie są to osoby nie mające nic wspólnego z florystyką i oprócz zaniżania cen produktów, zaniżają przede wszystkim jakość usług, co ma z kolei wpływ na poniżanie zawodu bukieciarza czy florysty. Sprzedaż takim osobom to patologia, która niszczy legalnie działające przedsiębiorstwa florystyczne w Polsce, zatrudniające pracowników, płacące podatki i składki ZUS. Jak bowiem można konkurować ceną z osobami, które nie płacą podatku dochodowego, podatku od nieruchomości, podatku VAT, składek ZUS? Pozostaje walka cenowa, w konsekwencji zaniżająca jakość, co jest już równia pochyłą dla całej branży. Czy w naszej branży chodzi o to aby doprowadzić do niezdrowej konkurencji cenowej, czy wystarczy abyśmy konkurowali przede wszystkim jakością usług, a uczciwa konkurencja na pewno nie pozwoli na to abyśmy za swoje usługi przyjmowali zbyt wygórowane wynagrodzenie.

W ty liście nie apeluję, o zaprzestanie na giełdach i hurtowniach sprzedaży klientom detalicznym, gdyż zdaję sobie sprawę, że jest to w tym momencie niemożliwe. Zamierzeniem listu otwartego jest zwrócenie uwagi na przestrzeganie zasad partnerskiej współpracy, polegającej na respektowaniu zasad sprzedaży hurtowej, czyli o rozróżnienie cenowe: dla klientów detalicznych - cena detaliczna a dla klientów hurtowych - cena hurtowa. **W cenach hurtowych powinien kupować ten, kto kupuje regularnie i większe ilości.**

Ja zawsze jestem zwolennikiem prostych i nisko kosztowych rozwiązań, które najlepiej sprawdzają się w praktyce. Rozwiązanie jest proste, zamiast wywieszać informację - „Klientom detalicznym do cen doliczamy narzut x %” - wystarczy cały asortyment wycenić w cenie detalicznej, a dla stałych klientów hurtowych stosować politykę rabatową. Matematycznie wyjdzie na to samo, a oszczędzi wiele wyjaśnień osobom postronnym i niejasności w tłumaczeniu nagłego podwyższania ceny. Zaraz pojawi się pytanie a jak rozpoznać klienta hurtowego? Nic prostszego – po pierwsze tych klientów po prostu się zna, a jeżeli klient pojawia się po raz pierwszy to powinien mieć ze sobą aktualne dokumenty zaświadczające, że dany przedsiębiorca prowadzi legalną działalność w branży kwiatowej, a świadczy o tym kilka symboli PKD. Dla ułatwienia można przeprowadzić na każdym rynku hurtowym wspólną akcję, aby to biuro giełdy zweryfikowało legalność działania przedsiębiorcy i wydało identyfikator, który będzie świadczył o statusie klienta hurtowego. W interesie kupców hurtowych będzie dopilnować tego, aby mieć przy sobie dokumenty poświadczające prowadzenie działalności gospodarczej lub identyfikator. Ułatwieniem w weryfikacji klientów jest ogólnodostępny system Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej dostępny przez Internet.

Jedyny problem jaki dostrzegam to potrzeba powszechnego wprowadzenia tych zasad na rynek handlu hurtowego. Warto aby takie zasady handlu wprowadzić jak najszybciej. Działajmy razem i zróbmy wszystko co możemy, aby powstrzymać zachodzącą degradację naszej branży. Uporządkujmy dystrybucję kwiatów – przyniesie to korzyści dla wszystkich uczestników rynku kwiatowego, a lojalna współpraca i zaufanie przyczyni się do rozwoju całej branży.

**Imię i Nazwisko**

*P.S.*

*List ten adresuję do wszystkich Zarządów Centrów Hurtu Rolno – Spożywczego, do znanych i nieznanych mi sprzedawców hurtowych rynku kwiatowego oraz przesyłam do wiadomości do mediów branżowych: NDiO-Flora, Florysta, Forumkwiatowe.pl, E-Florystyka.pl, Portalflorystyczny.pl.*