


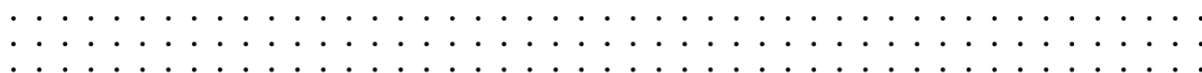
<p>Informacja prasowa:</p> <p>Nowy rok i kolejna niedziela bez handlu</p>	<p>Data:</p> <p>21.12.2018</p>	<p>Workshop.re</p> 
--	---------------------------------------	---

Nowy rok i kolejna niedziela bez handlu

Na Węgrzech, po niespełna roku wycofano zakaz handlu w niedzielę, Francja przeszła pod tym względem proces liberalizacji. W Polsce natomiast czeka nas zaostrzenie przepisów. Od 1 stycznia zakupy zrobimy jedynie w ostatnią niedzielę miesiąca. Co na to branża handlowa?

Coraz mniej handlu rok po roku

Zgodnie z ustawą, która weszła w życie 1 marca 2018 roku, handel w niedzielę jest dozwolony w pierwszą i ostatnią niedzielę każdego miesiąca. Od 1 stycznia 2019 roku zrobimy zakupy jedynie w ostatnią niedzielę miesiąca, co oznacza, że sklepy będą otwarte w 15 niedziel, a zamknięte w 37. Dla porównania w 2018 roku mogliśmy zrobić zakupy w 29 niedziel, a zakaz handlu obowiązywał 23 niedziele. W 2020 roku sklepy będą zamknięte już w 45 niedziel, co oznacza wprowadzenie całkowitego zakazu handlu. Wyjątek stanowiąc będą dwie niedziele przed Świętami Bożego



Narodzenia, jedna przed Wielkanocą oraz ostatnie niedziele stycznia, kwietnia, czerwca i sierpnia. Przy czym w Wigilię Bożego Narodzenia i sobotę przed Wielkanocą będzie można zrobić zakupy do godziny 14. Jak wynika z zapisów ustawy, osoba, która złamie zakaz handlu w niedzielę, zostanie obciążona karą grzywny w wysokości od 1000 do 100 000 zł.

Dodatkowe ograniczenia od ustawodawcy

W tym roku zakaz handlu nie obowiązywał m.in. w sklepach z pamiątkami, aptekach, kwiaciarniach, piekarniach, cukierniach, w sklepach z prasą, czy na stacjach benzynowych. Otwarte w niedziele były również placówki pocztowe, które najprawdopodobniej od nowego roku będą objęte zakazem handlu.

- W nadchodzącym roku niehandlowe niedziele staną się dla nas o wiele bardziej dotkliwe. Tak naprawdę w 2018 połowa niedziel była handlowa, a więc można było sobie ten czas zaplanować; jeżeli nie wybrałem się w tę niedzielę na zakupy, to zrobiłem to w kolejną. W nowym roku o takie wyjście będzie trudniej, a niedzielna aktywność kolejnej grupy klientów przeniesie się do sklepów internetowych - mówi Piotr Panek, Business Director z Workshop.re.

Jedni tracą, drudzy zyskują

Według danych zamieszczonych przez Retail Institute od 1 stycznia do 14 października 2018 roku odwiedzalność centrów handlowych obniżyła się o 3,07 proc. w porównaniu do tego samego okresu w 2017 roku. Największe straty dotyczą centrów handlowych położonych na obrzeżach miast bądź tych, w których dominującą rolę pełni supermarket spożywczy. Przy czym o 3,7 proc. więcej osób zdecydowało wybrać się do galerii handlowej w sobotę.



Retail Institute podaje, że sieci handlowe odnotowały w zestawieniu z rokiem poprzednim o 2,2 proc. wyższe obroty. Jednak zyski takich kategorii jak moda damska, mieszana, branże rozwijające się w obszarze galerii oraz elektronika obniżyły się o 3-12 proc.

- Ustawa o zakazie handlu w niedzielę, która tak naprawdę weszła w życie z dnia na dzień, to ogromny cios dla centrów handlowych. Wyobraźmy sobie, że najemca na początku 2017 roku podpisał umowę z centrum na 10 lat, zakładając konkretne obroty, a pod koniec roku okazało się, że obroty te ze względu na zakaz handlu będą mniejsze o jakieś 13-16 proc., co może być w ogóle progiem rentowności całego przedsięwzięcia. Najbardziej straciły na tym restauracje, kawiarnie, lokale usługowe, mieszczące się na terenie centrum, dla których motorem napędzającym sprzedaż są sklepy z ubraniami oraz supermarket. Sieć odzieżowa tego, czego nie sprzedaje w niedzielę, może jeszcze sprzedaż w piątek lub sobotę. Natomiast tej kawy, której ludzie nie wypiją w niedzielę, nie wypiją już wcale - zwraca uwagę Piotr Panek. - Jak wiadomo, rynek nie znosi próżni, dlatego ten ruch z galerii przekierowuje się w inne miejsca. Popatrzmy na Warszawę, gdzie planowane jest rozbudowanie ulic handlowych; Marszałkowska i Aleje Jerozolimskie mają stać się głównymi punktami śródmiejskiego handlu. Z jednej strony rozbudowa ulic handlowych jest naturalnym trendem, który jest bardzo popularny na Zachodzie. Z drugiej strony katalizatorem do podjęcia tego typu działań mogły stać się właśnie niehandlowe niedziele - dodaje.

Polska w mniejszości

Poza Polską, do państw w których obowiązuje ograniczenie handlu w niedzielę, należą Niemcy, Austria, Belgia, Holandia, Luksemburg oraz Francja. Przy czym Francja w



ostatnich latach przeszła pod tym względem proces liberalizacji. Podobnie jest w Holandii, gdzie aż 68 proc. gmin zezwoliło na handel we wszystkie niedziele.

Prawie bez ograniczeń zakupy zrobimy w Czechach, na Litwie, Łotwie, Węgrzech, w Słowacji, Słowenii, Chorwacji, Bułgarii, Finlandii, Danii, Estonii, Szwecji, Rumunii, Cyprze, Malcie, Irlandii, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Portugalii oraz we Włoszech.

Ciekawym przykładem są Węgry, gdzie wprowadzony w 2015 roku zakaz handlu napotkał silny sprzeciw społeczny. Większa część obywateli była zdania, że nie jest w stanie zmienić swoich nawyków i zaakceptować robienia zakupów w inne dni tygodnia. Po niecałym roku obowiązywania ustawy, zaniechano jej kontynuowania.

- Państwa, które zdecydowały się na wprowadzenie zakazu handlu w niedziele i z niego zrezygnowały bądź wprowadziły znaczną liberalizację tej ustawy, są dobrym przykładem krajów, które zdały sobie sprawę z tego, że system ten nie działa i nie przynosi spodziewanych korzyści, a wręcz przeciwnie - odbija się negatywnie na gospodarce i nastrojach społecznych. W przypadku Węgier, a teraz również i Polski widzimy, że spodziewany zysk lokalnych sklepików ma się nijak do ich rzeczywistych obrotów. Ludzie przyzwyczaili się do usieciowienia handlu, zwłaszcza ze względu na niższe ceny oraz szeroką ofertę produktów. Małe sklepy nigdy nie będą w stanie sprostać takim oczekiwaniom - komentuje Piotr Panek z Workshop.re. - W praktyce okazuje się, że jeżeli ktoś nie robi zakupów w supermarkecie w niedzielę, to skuszony atrakcyjnymi promocjami i tak pójdzie do tego supermarketu tylko w sobotę - dodaje.





Prime Time PR
Halszki 28, 30-611 Kraków
12 313 00 87

.....

Więcej informacji:

Aleksandra Maśnica

e-mail: aleksandra.masnica@primetimepr.pl

tel. 12 313 00 87

