Dziś dodatek specjalny 60-lecia Społemowca Warszawskiego

Społemowiec Warszawski

MIESIĘCZNIK SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW

Rok 60 nr 6 (664) WARSZAWA, czerwiec 2022 r. Cena 6,00 zł (plus VAT)

KPH

Dobry kierunek

W gmachu Społem w Warszawie, 11 maja br. po raz pierwszy obradowało Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Krajowej Platformy Handlowej Społem sp. z o.o. Tworzy ją obecnie 33 udziałowców, tj. 30 spółdzielni, dwie agencje handlowe – Mazowiecka i Małopolska oraz KZRSS Społem.

Prezes Zarządu KPH Iwona Sarga gratuluje wyboru przewodniczącemu Rady Nadzorczej KPH Rafałowi Płoskiemu.

Prezes KZRSS Społem **Ryszard Jaśkowski** podkreślił, że „bardzo ważne i pilne jest obecnie powiększanie potencjału Krajowej Platformy Handlowej Społem Sp. z o.o., tak by powstała duża krajowa sieć handlowa Społem, postrzegana znowu na rynku jako jednolita sieć Społem".

Wybrano Radę Nadzorczą, w składzie: przewodniczący **Rafał Płoski** (KZRSS Społem), wiceprzewodnicząca **Małgorzata Wołoch** (PSS Zamość), członkowie**: Ireneusz Durda** (PSS Mińsk Maz.), **Walenty Kaźmierczak** (Gniezno), **Michał Paszkowiak** (PSS Poznań).

Wydarzenie to skomentowała przewodnicząca RN KZRSS Społem **Maria Wawrzaszek-Gruszka** – „To pierwszy krok w dobrym kierunku. Powodzenie tego przedsięwzięcia będzie jednak uzależnione od ilości spółdzielni, i ich możliwości zakupowych, które będą aktywnie w tym uczestniczyć. Powinny do tej krajowej spółki przystąpić nasze największe spółdzielnie, które dotąd się jeszcze nie zdecydowały. Potencjał KPH będzie wówczas umożliwiał sprostanie silnej konkurencji, z którą mierzymy się na rynku spożywczym."

Więcej str. 2 ▶

Prezes Janusz Szczękulski wręcza kosz pięknych róż na ręce kier. Agnieszki Szwaj. Z prawej zca kier. Leszek Gołębiewski.

Z okazji dziesięciolecia, 568-metrowego sklepu nr 30 WSS Wola przy ul. Krasnobrodzkiej 11, społemowcy zorganizowali 31 maja br. piknik dla dzieci i ich rodzin. Słońce dopisało znakomicie i dlatego już od godz. 10-tej pojawiły się gromadnie matki i babcie z dziećmi. Bawiły się radośnie, bo atrakcji było mnóstwo. M.in. różne gry, zabawy, zgadywanki i konkursy z nagrodami, w tym malowanie twarzy, puszczanie baniek mydlanych, rysowanie obrazków, degustacje lodów Colian, kiełbasek z Morlin, czipsów z Frito Lay, okazałego tortu TriFoodu, wyrobów SPC i ciastek Gawełek z Wołomina.

Nad dziesięcioleciem czuwali dyr. handlowy WSS **Dariusz Sapela,** pracownicy działu handlu **z** kier. działu **Magdaleną Łapińską** oraz 25-osobowa załoga sklepu z kier. **Agnieszką Szwaj i jej z-cami Haliną Pantoł i Leszkiem Gołębiewskim**. Dziesięciolecie uczcili prezes WSS **Janusz Szczękulski** i jego zastępca **Jacek Bobrowski,** a gościem była kier. działu handlu SPC **Edyta Kwasowska.** Co 50. klient otrzymywał nagrodę niespodziankę. Szerzej o tej placówce napiszemy wkrótce.

Foto str. 2 ▶

WSS Praga Południe

WSS Praga Południe

WSS Praga Południe zorganizowała konkurs pt. „RYSUJ z Mini Universamem i Salą zabaw dla dzieci „Radosne Urwisy". Jego uczestnicy w terminie 14–29 maja 2022 dostarczali do sklepu Społem WSS Praga Południe" przy ul. Kajki 69 w Warszawie rysunek/pracę plastyczną pod tytułem: „Wiosna".

Konkurs towarzyszył otwarciu nowego Mini Universamu 14 maja oraz piknikowi 13 maja przed sklepem Lux przy Trakcie Lub. 163.

Więcej str. 5 ▶

MAH Społem

Zgromadzenie Wspólników

30 maja br. w kawiarni Rozdroże w Warszawie, którą prowadzi Warszawska Spółdzielnia Gastronomiczna Centrum, odbyło się Zgromadzenie Wspólników Mazowieckiej Agencji Handlowej „Społem" Sp. z o.o., na którym zatwierdzono sprawozdania Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki za rok 2021 rok oraz dokonano podziału zysku netto za rok 2021. Na przewodniczącą obrad wybrano przewodniczącą Rady Nadzorczej MAH Annę Tylkowską, a na sekretarza obrad Grażynę Gąstał, sekretarza RN MAH.

Prezydium obrad, od lewej: Jadwiga Wójtowicz-Garwoła, Anna Tylkowska i Grażyna Gąstał.

W porządku obrad przewidziano m.in. zatwierdzenie sprawozdań Zarządu i Rady Nadzorczej za rok 2021 oraz podział zysku netto za 2021 r. Zgromadzenie udzieliło pokwitowania za ub. rok Zarządowi i Radzie, co przyjęto gorącymi oklaskami dla prezes MAH **Jadwigi Wójtowicz-Garwoła,** przewodniczącej RN **Anny Tylkowskiej** i sekretarz RN **Grażyny Gąstał.** W dyskusji A. Tylkowska i G.Gąstał podkreślały, że mimo dużych trudności, pandemii, inflacji, MAH co roku przynosi zyski, a red. **Dariusz Gierycz** dziękował z uznaniem spółdzielcom za lata współpracy, w roku 60-lecia Społemowca Warszawskiego.

Po obradach dyr. Bakomy **Artur Maciejasz** wręczył nagrody za sprzedaż ich produktów prezesom ośmiu spółdzielni. Na zakończenie, przy wspólnym obiedzie z troską, ale i z optymizmem rozmawiano o dalszych planach handlowych.

Więcej str. 3 ▶

● ZEBRANIA PRZEDSTAWICIELI ●

PSS Otwock

Stabilnie na plusie

Obrady prowadzi Jan Baran.

25 maja br. w siedzibie PSS Otwock obradowało Zebranie Przedstawicieli. W jego prezydium zasiedli: przewodniczący Jan Baran, jego zca Ewa Tomaszewska i sekretarz Anna Zakrzewska oraz prezes Jadwiga Studzińska.

Na wstępie odczytano list prezesa KZRSS Społem **Ryszarda Jaśkowskiego** z pozdrowieniami i życzeniami. Zatwierdzono sprawozdania za rok 2021 i podjęto uchwały, w tym o przystąpieniu do KPH Społem i osiem w sprawie sprzedaży nieruchomości. **Z zadowoleniem skwitowano Zarząd PSS i zysk roczny netto 266 tys.zł.**

Więcej str. 2 ▶

WSS Praga Południe

Bilans roczny

Grupa odznaczonych siedmiu pań wraz z odznaczającymi ich prezesami. Od prawej: Bogusław Różycki, Anna Tylkowska i Ryszard Jaśkowski.

Tegoroczne Zgromadzenie Przedstawicieli WSS Praga Południe obradowało 10 maja br. w nadwiślańskiej restauracji Boathouse. Do prezydium wybrano przewodniczącą **Wandę Żegnałek**, jej zcę **Danutę Nedwidek** i sekretarza **Elżbietę Jędrych-Pordes** oraz prezesa WSS **Bogusława Różyckiego**.

Powitano gości: prezesa KZRSS Społem **Ryszarda Jaśkowskiego,** prezesów spółdzielni – **Annę Tylkowską** z WSS Śródmieście i **Hieronima Kobusa** z PSS Garwolin oraz red. naczelnego SW **Dariusza Gierycza**. Podczas obrad podjęto uchwałę o przystąpieniu do KPH Społem.

Więcej str. 2 ▶

● ZEBRANIA PRZEDSTAWICIELI ● ZEBRANIA PRZEDSTAWICIELI ●

Stabilnie na plusie

►*Dokończenie ze str. 1*

Jak wynika ze sprawozdania Zarządu PSS Otwock, spółdzielnia w roku 2021 zrzeszała 208 osób (w toku weryfikacji członków) i zatrudniała 69 osób w 10 placówkach handlowych. Główne przychody pochodziły z działalności handlowej oraz najmu lokali dla 61 dzierżawców.

Okres pandemii wpłynął na mniejsze wpływy z wynajmu, ponieważ najemcy prosili o obniżenie czynszu z powodu np. zahamowania działalności gastronomicznej i spółdzielnia uwzględniała to przy negocjacjach. Pandemia również mocno utrudniała działalność handlową, z powodu zwolnień lekarskich dla pracowników sklepów. Jednak zaangażowanie załóg – jak podkreślała z uznaniem prezes **Jadwiga Studzińska** – pomogło w utrzymaniu ciągłości sprzedaży i nie trzeba było zamykać żadnej z placówek.

W ubiegłym roku w spółdzielni otwockiej szczególną wagę przywiązywano do sprzedaży artykułów świeżych, poszukiwanych przez klientów, takich jak warzywa, owoce, świeże mięso i wędliny, nabiał, od sprawdzonych dostawców. Klienci doceniają też coraz bardziej produkty eko i bio, a także produkty regionalne. Na te potrzeby klientów nastawiona była działalność marketingowa i promocje.

Dobre wyniki przyniosła współpraca i zakupy poprzez Mazowiecką Agencję Handlową Społem (PSS Otwock ma 20 udziałów) oraz Grupę Chorten, co ułatwia też promocje towarów.

W roku 2021 spółdzielnia przeprowadziła szereg modernizacji i remontów placówek, w tym po pożarze w jednej z nich. Dotyczyło to też m.in. zakupu regałów, klimatyzatorów, komputerów, lad chłodniczych, wag elektrycznych itd. Dokonano 12 inwentaryzacji.

Mimo pandemii, kontynuowano działalność socjalną, w tym m.in. udzielanie pożyczek mieszkaniowych i samorządową. Odbywały się zebrania grup członkowskich i Koła Spółdzielczyń, którego przewodnictwo objęła **Teresa Wiśniewska.**

W roku 2022 PSS Otwock zamierza dalej walczyć o rentowność sklepów, mimo silnej konkurencji zagranicznych sieci. Z optymizmem prezes Jadwiga Studzińska dziękowała serdecznie załodze spółdzielni i prosiła o dalsze wysiłki, aby „nasza PSS trwała" i ten rok był lepszy dla niej.

Do tych wyrazów uznania i życzeń dołączyłem w imieniu naszej redakcji, gratulując zasłużonego absolutorium dla Zarządu – prezes **Jadwigi Studzińskiej** i wiceprezes **Danuty Lichorowiec** oraz zysku netto w wysokości 266 tys. zł.

Warto podkreślić, że Zgromadzenie Przedstawicieli podjęło ważne uchwały, m.in. o przystąpieniu do KPH Społem oraz aż osiem uchwał o sprzedaży nieruchomości, co zapewne pozwoli na śmiałe i ambitne inwestycje rozwojowe.

DARIUSZ GIERYCZ

Bilans roczny

►*Dokończenie ze str. 1*

W sprawozdaniu rocznym Zarządu za rok 2021 podano, że spółdzielnia na koniec tego roku zrzeszała 359 członków i zatrudniała 244 osoby (w tym 23 osoby z Ukrainy) w 21 sklepach spożywczych i jednym przemysłowym. Dodajmy, że na terenie kilku dzielnic: Pragi Południe, Wawra, Rembertowa, Wesołej oraz nawet Żoliborza, Włoch i w Sulejówku. Dla zwiększenia nadzoru nad sklepami wprowadzono dwóch kierownikow regionów.

W uzupełnieniu sprawozdania, prezes Bogusław Różycki zaznaczył, że mimo dużych trudności i kłopotów wynikających z pandemii, w tym niższych wpływów z handlu i wynajmu, to jednak załogi placówek i administracja wykazały nadzwyczajną postawę zaangażowania w pracy. Dlatego serdecznie podziękował członkom i pracownikom spółdzielni za trud i wysiłek w roku 2021.

W ubiegłym roku z powodzeniem wdrażano dla udoskonalenia sprzedaży Program Hipermarket. Podobnie również wdrażano nowe trendy księgowości, renegocjowano umowy z dostawcami i producentami, rozszerzano akcje promocyjne. Poprawiono grafikę gazetki cenowej, wprowadzono promocyjne Akcje Weekendowe, częstsze akcje billboardowe, system oznaczeń cenowych, nagradzane akcje sprzedaży tygodniowej, dodatkowe akcje z dostawą owoców i warzyw. Szczególny nacisk położono na sprzedaż produktów świeżych oraz ekologicznych.

Prezes zapowiedział, że aktywny marketing i poprawa sprzedaży będą kontyuowane, m.in. poprzez analizy obrotu, polepszenie wizerunku placówek, sprzedaż marki własnej, oszczędności.

Miłym akcentem zebrania były wręczane odznaki spółdzielcze. **Odznaką „Zasłużony dla Społem" wyróżniono osoby: Iwona Bergier, Beata Brych, Barbara Gawryszewska, Danuta Izdebska, Elżbieta Pietrzyk, Cecylia Szacherska, Hanna Szysler. Natomiast Odznaką „Zasłużony Działacz Spółdzielczości" – Ewę Jaworską, Ewę Królik, Anastazję Świderską. Dyplom za 50-letni staż członkowski otrzymał Zbigniew Dejtrowski, b. przewodniczący RN.**

W dyskusji nad sprawozdaniami głos zabierali delegaci – **Elżbieta Bularska, Elżbieta Jędrych-Pordes, Wanda Żegnałek,** którzy zgodnie wysoko oceniali wysiłki Zarządu i pracowników dla poprawy sprzedaży i zmniejszenia straty WSS, mimo pandemii. Podobnie także goście, jak prezesi **Ryszard Jaśkowski i Hieronim Kobus** oraz red. **Dariusz Gierycz,** którzy kierowali też życzenia „dobrej energii" i pomyślnego rozwoju dla spółdzielni.

Optymizmem napawają dobre wyniki za 4 miesiące br., a także zasłużone absolutorium dla Zarządu – prezesa **Bogusława Różyckiego** i wiceprezes **Małgorzaty Piotrowskiej** oraz podziękowanie dla dyr. **Piotra Konarskiego.** **Opr. DG**

Piknik na Targówku

Gry i zabawy dziecięce.

Do degustacji tortu jubileuszowego zaprasza zgrane trio handlowe, od lewej: Agnieszka Szwaj, Dariusz Sapela i Magdalena Łapińska.

Koło Historyczne WSS

Sensacyjna historia

Od lewej: Elżbieta Jędrych-Pordes, Małgorzata Prusak, Cecylia Przedpełska

Działające przy redakcji „Społemowca Warszawskiego" Koło Historyczne WSS, w dniu 23 maja br. w siedzibie „Społem" WSS Śródmieście zorganizowało spotkanie dla spółdzielców pt. „Sensacyjna historia Społem". Wśród zaproszonych gości pojawiły się dwie członkinie „Społem" WSS Praga Południe Elżbieta Jędrych -Pordes i Małgorzata Prusak, które uhonorowane zostały za wieloletnią pracę i społeczną działalność na rzecz spółdzielni wpisaniem do „Księgi Pamięci Zasłużonych Działaczy". Spotkaniu przewodniczyła **Cecylia Przedpełska,** z rąk której na wstępie obie panie odebrały podziękowania i symboliczną różę.

Po uroczystym wstępie, red. **Dariusz Gierycz** przybliżył zebranym historię spółdzielczości spożywców, wraz z ciekawymi wątkami zdarzeń towarzyszącymi ponad 150-letniej historii „Społem". Prelegent przedstawił fakty od zarania spółdzielczości, poprzez burzliwe dzieje historyczne, transformację ustrojową, kończąc na realiach i troskliwej ocenie bieżącej sytuacji.

W spotkaniu, na którym obecni byli m.in. dyr **Renata Ostolska** z KZRSS „Społem", dyr **Piotr Konarski** z WSS Praga Południe oraz Zarząd WSS Śródmieście – prezes **Anna Tylkowska** i wiceprezes **Karolina Strząska,** uczestniczyło ponad 30 osób. Wielu słuchaczy po raz pierwszy, gdyż znaczną część stanowiło młode pokolenie spółdzielców, z ogromnym zainteresowaniem wysłuchało prelekcji. Choć spotkanie trwało bez przerwy dwie godziny, nikt nie czuł się znużony, gdyż przekaz prelegenta poparty był olbrzymią wiedzą, wieloletnim doświadczeniem oraz spotkaniami z wybitnymi przedstawicielami spółdzielczymi, ludźmi sztuki, kultury i polityki.

Mając na uwadze liczną frekwencję, prezydium Koła Historycznego planuje kolejne spotkania, na które zapraszane będzie wielopokoleniowe gremium słuchaczy.

DANUTA BOGUCKA

MAH Społem

▶*Dokończenie ze str. 1*

Mazowiecka Agencja Handlowa „Społem" Spółka z o.o. na dzień 31.12.2021 roku była własnością 24 wspólników, dysponujących łącznie 788 udziałami po 2 500 złotych każdy. Kapitał zakładowy wraz z rezerwowym wynosił 2 000 000 złotych. W trakcie 2021 roku nie nastąpiły zmiany w liczbie udziałowców i w strukturze kapitału zakładowego Spółki. Na koniec roku 2021 Spółka posiadała **2 udziały** po 60 000 złotych każdy, na łączną kwotę **120 000** złotych w SOW „ZORZA" w Kołobrzegu.

Zgromadzenie Wspólników

W okresie od 1 stycznia 2022 roku do dnia Zgromadzenia zaszły następujące zdarzenia:

– w dniu 23.02.2022 r. Spółka dokonała zakupu 1 udziału o wartości **2 000** złotych w KPH Społem Spółka z o.o. – w dniu 24.03.2022 roku udziałowiec Spółki tj. „Społem" PSS w Ostrowi Mazowieckiej w Likwidacji zbył 1 udział w Spółce o wartości **2 500** złotych na rzecz „Społem WSS Śródmieście.

W minionym roku nadal trwał stan zagrożenia epidemicznego. Tak więc w ograniczonym zakresie organizowano bezpośrednie spotkania ze spółdzielniami i kontrahentami, a jeśli już, to z zachowaniem reżimu sanitarnego. Jak mówił prezes Jadwiga Wójtowicz-Garwoła: – Ta niesłychanie trudna sytuacja organizacyjna, w której wszyscy się znaleźliśmy odcisnęła piętno na naszej współpracy ze sferą zewnętrznych partnerów biznesowych, którzy wstrzymali się od realizacji wcześniej uzgodnionych ze Spółką przedsięwzięć na rzecz spółdzielni, co przynosiło negatywne konsekwencje finansowe.

Od lewej stoją: nagrodzony prezes Sylwester Cerański z Mokpolu, dyr. Bakomy Artur Maciejasz, prezes MAH Jadwiga Wójtowicz-Garwoła.

Na dzień 31.12.2021 roku przychody ogółem wyniosły **1 724 641** złotych, a zysk brutto wyniósł **91 297** złotych, co stanowi **61%** w stosunku do roku 2020. Zarząd Spółki w porozumieniu z Radą Nadzorczą zaproponował wypłacenie 100% dywidendy netto na konta właścicieli.

W 2021 roku nie zmieniano zasad rachunkowości, które miałyby istotny wpływ na wynik finansowy. Pełną obsługę rachunkową Spółki prowadziło Biuro Rachunkowe „Marcińczak i Wspólnicy" Spółka z o.o. z Warszawy. Rozliczenia zobowiązań Spółki w zakresie podatkowym oraz z kontrahentami były realizowane terminowo.

W okresie stanu epidemicznego i upowszechnionej pracy zdalnej, dużą rolę odegrały media elektroniczne. W tym zakresie Spółka przystąpiła do przebudowy strony internetowej, która stała się szybką i użyteczną platformą informacyjną (za zgodą zainteresowanych spółdzielni).

Kontynuowana była uruchomiona już w lutym 2020 roku nowa forma informacja handlowa w imieniu zainteresowanych spółdzielni na platformie **ONET** w liczbie **73 dni po 50 000 odsłon dziennie,** co daje ok. 4 mln wyświetleń w przestrzeni wirtualnej.

W dalszym ciągu MAH była obecna w **METRZE WARSZAWSKIM.** Łącznie w roku 2021 zamieszczono reklamę na 43 billboardach, w tym 6 indywidualnych reklam Spółdzielni i produktów z ceną detaliczną. Kontynuowano realizację wydawnictw w „Społemowcu Warszawskim" oraz Gazecie FAKT.

Uruchomiony został w okresie od 1 kwietnia do 30 września 2021 roku **Program Jubileuszowy z okazji 25-lecia MAH** z 18 spółdzielniami i 12 kontrahentami. Ponadto udało się zorganizować Program Świąteczny z okazji Bożego Narodzenia z firmą COCA COLA w okresie od 4 października do 10 grudnia 2021 roku. Podsumowanie obydwu programów nastąpiło w dniu 13 grudnia 2021 roku podczas Gali z okazji 25-lecia MAH. **I miejsce w Programie Jubileuszowym z okazji 25-lecia MAH otrzymała Spółdzielnia MOKPOL.**

W 2021 roku na bazie podpisanych **60** umów z producentami, dystrybutorami i importerami, spółdzielnie (aktualni udziałowcy) osiągnęły zakupy netto wartości **214 489 360** mln złotych, co stanowi **99%** w stosunku do 2020 roku. Na podkreślenie zasługuje fakt, że wszystkie spółdzielnie reprezentowane w Radzie Nadzorczej Spółki znalazły się w I-szej piątce pod względem zakupów, które stanowiły **70%** ogółu.

Zarząd Spółki kontynuował współpracę z Grupą MPT i KPH. Wypracowane w 2021 roku dodatkowe środki finansowe przekazano spółdzielniom w wysokości blisko **0,5 miliona** złotych netto.

W 2021 roku Spółka realizowała inne działania wspierające sprzedaż, tj.:

- **Dla 2 482 produktów określono atrakcyjne warunki zakupów**; Prace Zespołu Konsultacyjnego przy MAH zaowocowały uruchomieniem projektu „super oferta", który MAH przygotowała na produkty nabiałowe, cukier, olej, wódkę Żubrówką w okresie październik – grudzień 2021 roku.
- **Materiały wydawnicze i reklama prasowa;**
- **Reklama w metrze w Warszawie;**

Kompletną informację o MAH i spółdzielniach prezentowano na monitorze w biurowcu przy ul. Grażyny 15, a także na stronie: **www.mahwarszawa.pl**

Jak mówiła prezes MAH: – Biorąc pod uwagę nieprzewidywalność dalszej sytuacji wynikającej z zagrożeń zewnętrznych, sytuacji epidemicznej, wysokiej inflacji spowodowanej kryzysem gospodarczym, planowanie nie jest zadaniem łatwym. **Priorytetem w 2022 roku jest utrzymanie płynności finansowej Spółki i zabezpieczenie zgromadzonych przez właścicieli udziałów**. Nadrzędnym celem jest i będzie wysoka użyteczność Spółki dla udziałowców i satysfakcja ze współpracy. Ponadto doskonalenie warunków handlowych dla spółdzielni w zawartych umowach i utrwalanie pozytywnego wizerunku spółdzielni i Mazowieckiej Agencji Handlowej „Społem".

Opr. DG

KPH Społem

Dobry kierunek

▶*Dokończenie ze str. 1*

Obrady otworzyła prezes KPH **Iwona Sarga**, a na ich przewodniczącego wybrano **Rafała Płoskiego,** dyrektora Zespołu Lustracji KZRSS Społem. Powołano komisję skrutacyjną, w składzie: **Barbara Kulikowska** z PSS Bytom, **Marian Inerowicz** z PSS Ostrzeszów i **Roman Karbarz** z PSS Stalowa Wola.

Następnie głos zabrała prezes **Iwona Sarga,** która przedstawiła podsumowanie z działalności KPH w roku 2021 i za pierwszy kwartał 2022 oraz informację o planach na rok 2022. Podała m.in., że w 2021 roku KPH zarządzało 288 produktami marki własnej Spolem, a 330 SKU jest w całym obrocie, pojawiło się 45 nowych produktów i 30 wymieniono w ciągu roku.

W tym roku będą wprowadzone nowości, m.in. w linii kuchni śródziemnomorskiej, jak suszone pomidory, mrożonki, słodycze, produkty nabiałowe, przetwory rybne, dania gotowe, przekąski, bakalie itd. KPH będzie organizowała szereg konkursów i kampanii promocyjnych, w tym między innymi letnią kampanię sprzedaży lodów, czy jesienną promocję na mrożone warzywa; wsparcie sprzedaży nowych produktów w kategorii słodycze, jak śliwki, orzeszki i rodzynki w czekoladzie. KPH kontynuować będzie nadal cykliczne promocje na produkty w markach Społem.

Przez KPH są organizowane i koordynowane cykliczne ogólnopolskie promocje na produkty narodowych brandów. Od kilku lat z sukcesem rozwijana jest cykliczna promocja w kategorii nabiał „Plakat Nabiałowy KPH ". Dodatkowe zrealizowane w 2021 r. promocje ogólnopolskie na produkty brandowe, to między innymi „4 fa–so-le" z Bonduelle , „Dania z Frosty" z firmą Frosta , „Wiosna z Dawtona" , „Drugie śniadanie", „Przecieramy szlaki" z Dawtoną i „Święta BN z Prymatem".

W 2022r w ogólnopolskie akcje dla Społem zaangażowało się kilka nowych producentów i od początku tego roku zorganizowane zostały m.in. promocje takie jak „Wiosenne promocje z Gobarto", „Grillowanie z Prymatem", „Nowości Czekoladowe Wedla" czy „Czyste Święta".

W przygotowywaniu są kolejne akcje marketingowe między innymi z Herbapolem oraz z JBB Bałdyga i Sokołowem oraz Colian. Negocjowane są kolejne brandy i ogólnopolskie promocje, które zwiększają atrakcyjność oferty promocyjnej dla konsumentów spółdzielni Społem. Równolegle Spółka planuje koordynację wdrożenia nowoczesnych narzędzi digitalowych, usprawniających spółdzielniom zarządzanie asortymentem, zarządzanie sklepami – „półką" i promocjami.

Pełnomocnik Zarządu KZRSS Społem ds. strategii handlowej **Michał Sadecki** mówił z kolei o pracach konsultacyjnego Zespołu ds. Handlu KPH i rozwoju programu lojalnościowego „Społem znaczy razem", szczególnie z myślą o pozyskaniu nowych, młodszych klientów.

Głos zabrał prezes Zarządu KZRSS Społem **Ryszard Jaśkowski,** który z zadowoleniem poinformował o przystąpieniach kolejnych spółdzielni do KPH Społem. Są to PSS-y w Sochaczewie i Barlinku oraz WSS Praga Południe, które wcześniej podjęły uchwały w tej sprawie i zostały przyjęte na nowych udziałowców Krajowej Platformy Handlowej Sp. z o.o. w czasie Zgromadzenia. Deklarację również złożyły kolejne duże i mniejsze spółdzielnie, które w najbliższym czasie takie uchwały podejmą.

Prezes podkreślił, że bardzo ważne i pilne jest obecnie powiększanie potencjału Krajowej Platformy Handlowej Społem Sp. z o.o., tak by powstała duża krajowa sieć handlowa Społem, postrzegana znowu na rynku jako jednolita sieć Społem.

Zgromadzenie wybrało następnie Radę Nadzorczą, w składzie: przewodniczący Rafał Płoski (KZRSS Społem), wiceprzewodnicząca Małgorzata Wołoch (PSS Zamość) członkowie: Ireneusz Durda (PSS Mińsk Maz.), Walenty Kaźmierczak (Gniezno), Michał Paszkowiak (PSS Poznań).

Na zakończenie prezes R. Jaśkowski pogratulował nowym udziałowcom, którzy wzięli udział w pierwszym etapie historycznej integracji handlowej spółdzielców, wyrażając jednocześnie przekonanie, że wkrótce KPH stanie się bazą do zbudowania ogólnopolskiej sieci „Społem COOP".

Zaprosił kolejne spółdzielnie do podejmowania uchwał, wyrażających zgodę do przystąpienia do Spółki, przed planowanym kolejnym Nadzwyczajnym Zgromadzeniem Wspólników KPH Społem, które planowane jest po wakacjach.

DARIUSZ GIERYCZ

● HANDEL2022 ● HANDEL2022 ● HANDEL2022 ●

Handel a inflacja

Handel detaliczny ma pozytywny wpływ na ograniczanie szarej strefy w Polsce, a sam rozwój sieci i duża konkurencja w tym sektorze w istotnym stopniu oddziałują na niższe ceny koszyka dóbr podstawowych. Finalnie zatem rozwój sektora handlu detalicznego ma istotne przełożenie na rynek pracy i siłę nabywczą portfela Polaków. Rywalizacja detalistów prowadzi bowiem do zmniejszania skali inflacji w Polsce.

O sektorze handlu detalicznego i jego wpływie na gospodarkę dyskutowano na konferencji „Rola handlu detalicznego dla rozwoju społeczno-gospodarczego Polski". **Kluczowymi tematami konferencji zorganizowanej przez Instytut Rozwoju Gospodarczego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Instytut Statystki i Demografii Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz Instytut Debaty Eksperckiej i Analiz QUANT TANK były kwestie związane z rozwojem handlu detalicznego w Polsce, potencjałem ekonomicznym tego sektora biznesu, a także jego wpływem na rozwój gospodarczy całego kraju, w tym na sektor małych i średnich przedsiębiorstw. Prelegenci podejmowali także temat handlu detalicznego w kontekście procesów społecznych przebiegających w Polsce, zmiany modelu obsługi klienta, rozwoju małych i wielkich sieci handlowych.**

– **Handel detaliczny jest przykładem sukcesu polskiej transformacji gospodarczej.** Podmioty w gospodarce centralnie planowanej funkcjonowały w ramach niedoboru towarów, której symbolem były puste półki i długie kolejki. Wiele towarów nie występowało w obrocie powszechnym, na inne zaś były limity ilościowe lub zapisy kolejkowe. Nie interesowano się preferencjami klientów, kulturą ich obsługi, estetyką sklepów i optymalizacją ich lokalizacji czy zarządzaniem przestrzenią sprzedażową. System ten nie stworzył wzorców konkurowania o klienta, budowania wartości dla klienta w obszarze ceny oraz jakości, a także dbałości o estetykę samych przestrzeni handlowych. **Dziś źródłem sukcesu w handlu detalicznym jest *know-how*** obejmujący wiedzę o tym, jak zarządzać na poziomie pojedynczego sklepu jak i w skali całej grupy handlowej – mówił podczas otwarcia konferencji **Stanisław Kluza**, prezes Instytutu Debaty Eksperckiej i Analiz QUANT TANK.

Istotna część dyskusji poświęcona była kwestiom bezpośredniego wpływu rozwoju handlu detalicznego na procesy makroekonomiczne, w tym inflację. **– Na polskim rynku podstawowym czynnikiem antyinflacyjnym jest strategia handlowa wielkich firm. Wielka skala, szybkie rotacje towarów, marki własne, niezbędna w utrzymaniu rotacji polityka promocyjna, relatywnie niskie koszty tworzenia i utrzymania infrastruktury i wiele innych tworzą poważną zaporę dla wzrostu cen.** Co więcej, zmuszają konkurencję handlu tradycyjnego do innowacyjnego sprostania realiom rynku, głównie poprzez redefinicję relacji z hurtem i producentami – podkreślał **Andrzej Faliński,** wiceprezes Forum Dialogu Gospodarczego.

– **Sieci handlowe mają pozytywny wpływ na stabilizację cen detalicznych w Polsce poprzez długoterminowe strategie zakupowe** służące budowaniu własnej polityki cenowej, które – ze względu na wysokie wolumeny – sprzyjają zawieraniu przez ich kluczowych dostawców kontraktów terminowych np. na rynku towarów rolnych, zabezpieczających – w akceptowalnym horyzoncie czasowym – przed nadmiernymi zmianami cen i neutralizujących wahania sezonowe. Działania mające na celu zwiększenie stabilności cen są obecnie szczególnie ważnym wyzwaniem dla całej polskiej gospodarki z uwagi na skutki pandemii COVID-19 oraz wojny na Ukrainie, które wywołały niespotykaną zmienność na światowych giełdach towarowych, przekładającą się na inflację konsumencką – argumentował **Tomasz Prusek**, prezes Fundacji Przyjazny Kraj.

Rozwój handlu detalicznego, co podkreślali prelegenci, ma też znaczący wpływ na kondycję sektora MŚP. – Producenci dóbr konsumpcyjnych z sektora MŚP są niemal całkowicie zależni od kontaktów i współpracy z handlem detalicznym i hurtowym. Poprzez zamówienia u producentów handel wysyła sygnały o zmianach w strukturze popytu. **Współpraca z handlem przyczynia się ponadto do eliminacji z rynku producentów artykułów niskiej jakości o malejącym popycie oraz do rozwoju producentów dóbr wysokiej jakości, innowacyjnych i spełniających wymagania konsumentów**. Można też powiedzieć, że handel wpływa na poprawę konkurencyjności producentów, także z sektora MŚP – zaznaczał **Bohdan Wyżnikiewicz**, prezes Instytutu Prognoz i Analiz Gospodarczych.

– Nawiązanie trwałej współpracy przez polskie MŚP z sieciami detalicznymi zazwyczaj przekładało się na zwiększenie zdolności kredytowej takich podmiotów oraz wzrost ich umaszynowienia. Gwarantowanie dużych wolumenów dostaw ustabilizowało stronę dochodową oraz gospodarkę zapasami. **Rozwój marek własnych sieci detalicznych obniżył koszty marketingu i wsparcia sprzedaży MŚP przy ich wysokich obrotach. Zarazem nie było to przeszkodą do rozwoju własnych linii produktowych, o ile poszczególne firmy chciały je tworzyć** – wyliczał **Stanisław Kluza.**

– Handel detaliczny naturalnie kojarzy się nam ze sprzedażą i zakupami towarów codziennego użytku. Jednak sektor sprzedaży detalicznej znacznie wykracza poza swoją tradycyjną rolę mikro i makroekonomiczną. To również więcej niż przychody i zyski przedsiębiorstw handlowych i wartość dla właścicieli; to także więcej niż udział tego sektora w kreowaniu dochodu narodowego. **Sieci handlu detalicznego istotnie oddziałują na: stabilność cen i walkę z inflacją, ograniczanie szarej strefy podatkowej, ubóstwo – przez dostępność cenową produktów podstawowych, rynek pracy dla osób o średnich i niższych kwalifikacjach, rozwój krajowych MŚP, innowacje technologiczne, rozwój przemysłów kreatywnych, etc. – puentował prezes Instytutu Debaty Eksperckiej i Analiz QUANT TANK.**

MATEUSZ DAMOŃSKI

UOKiK bada Internet

W związku z szybkim rozwojem internetowego handlu, temu rynkowi coraz uważniej przygląda się Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Dlatego przedsiębiorcy, którzy chcą skorzystać na szybkim wzroście e-commerce, powinni się pochylić nad kwestiami związanymi z prawem konsumenckim.

Nowe obowiązki na internetowych przedsiębiorców nałoży także unijna dyrektywa Omnibus, która zaczyna obowiązywać od końca maja br. i która ma m.in. zapobiegać nieuczciwemu zawyżaniu cen przed wprowadzeniem promocji czy publikowaniu fałszywych opinii na temat produktów. Przedsiębiorcy internetowi muszą więc dostosować swoje regulaminy do nowych przepisów i wdrożyć nowe procedury w zakresie obsługi klientów. W przeciwnym razie mogą spodziewać się kłopotów.

– Często przedsiębiorcy przy obniżkach cen czy promocjach typu Black Friday albo Cyber Monday stosowali taktykę w postaci dużych, kilkudziesięcioprocentowych promocji. Okazywało się, że część z nich stopniowo podwyższała najpierw cenę. Gdybyśmy sprawdzili cenę sprzed miesiąca, okazałoby się, że promocja sięga raptem kilku procent. Teraz dyrektywa będzie wymagała, aby obok tej ceny obniżonej każdorazowo pokazywać najniższą cenę z ostatnich 30 dni – mówi **Marcin Trepka**, radca prawny i partner w kancelarii Baker McKenzie, ekspert Departamentu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Jak wskazuje, ważna zmiana będzie dotyczyć też publikowania opinii na temat nabywanych produktów i usług. Badania przeprowadzone dla UOKiK pokazały, że 93 proc. konsumentów sugeruje się opinią o produkcie przed dokonaniem zakupu, a 86 proc. zwraca uwagę na to, jaką opinię ma sprzedający. Jest to więc istotny czynnik przy podejmowaniu decyzji zakupowych.

– Teraz przedsiębiorca będzie mieć obowiązek zapewniania, aby opinie konsumentów o sprzedającym lub jego produkcie pochodziły od osób, które rzeczywiście ten produkt nabyły albo z niego korzystały. Jeżeli tego nie zrobi, nie będzie mógł się nimi posługiwać bądź będzie mu groziła odpowiedzialność za stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych – mówi Marcin Trepka.

Zgodnie z unijną dyrektywą platformy internetowe będą mieć też obowiązek przekazywania konsumentom jasnych informacji o tym, jakie obowiązki ma względem nich sprzedający i sama platforma m.in. w zakresie zwrotów czy reklamacji.

– Konsumenci niejednokrotnie nie mieli pojęcia, że nabywając towar za pośrednictwem platformy zakupowej, nabywają go od platformy, od przedsiębiorcy czy innego konsumenta. To oczywiście rodziło określone konsekwencje – konsument nie miał pojęcia, do kogo zgłosić reklamację, nie wiedział, czy ma prawo odstąpienia od umowy – mówi ekspert Departamentu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Baker McKenzie. Kolejnym obowiązkiem będzie informowanie, dlaczego konsument korzystający z wyszukiwarki bądź platformy widzi towary bądź oferty w określonym porządku.

- Unijny prawodawca zauważył bowiem, że konsumenci najczęściej sugerują się tym i wybierają pierwsze pozycje, więc przedsiębiorcy niejednokrotnie faworyzowali własne produkty czy usługi przez platformę kosztem ofert innych sprzedawców. Mieliśmy już głośną sprawę Google'a i ponad 2 mld euro kary nałożone właśnie za samopreferowanie, a w Polsce trwa obecnie postępowanie przeciwko Allegro dokładnie w tej samej sprawie – mówi Trępka. Co istotne, za naruszenia prawa konsumenckiego grożą przedsiębiorstwom internetowym dotkliwe kary finansowe, a do odpowiedzialności może zostać pociągnięta nie tylko firma, ale i kadra zarządzająca.

Jak podkreśla, prezes UOKIK w ostatnim czasie bacznie przygląda się rynkowi e-commerce. – Widzimy, że stopniowo wszczynane są postępowania w tym zakresie. W większości dotyczą one potencjalnych naruszeń zbiorowych interesów konsumentów albo stosowania niedozwolonych klauzul umownych – mówi radca prawny i partner w kancelarii Baker McKenzie.

Podczas posiedzenia sejmowej podkomisji ds. spraw antymonopolowych i ochrony konsumentów 23 marca br., poświęconej nieprawidłowościom na rynku e-commerce, szczególnie nieuczciwej konkurencji przez platformy zarządzane przez podmioty spoza Unii Europejskiej, prezes UOKiK **Tomasz Chróstny** poinformował, że urząd prowadzi dwa postępowania wobec Allegro – antymonopolowe i wyjaśniające. Postępowania toczą się również wobec innych platform internetowych, w tym m.in. Apple' oraz usług Amazon Prime i Amazon Prime Video.

Postępowania dotyczą w większości podstawowych kwestii, jak np. regulaminów czy zmian wprowadzanych w tych regulaminach, stosowania bądź niestosowania klauzul modyfikacyjnych i zmieniania umów pomimo tego.

Ponadto UOKiK kwestionuje też m.in. sposób, w jaki przedsiębiorcy informują konsumenta o podwyżkach cen, o pobieraniu dodatkowych opłat bądź o promocjach czy sposobach odstąpienia od umowy. Jednym z zarzutów jest również długi okres pomiędzy odstąpieniem od umowy a zwrotem opłaty.

Internetowy handel przeżywa w ostatnich latach boom, a pandemia COVID-19 tylko zintensyfikowała ten trend. Według wyliczeń PwC w 2020 roku sprzedaż online w Polsce zwiększyła się o 35 proc., a kanał e-commerce osiągnął 14-proc. udział w wartości sprzedaży detalicznej i był wart ok. 100 mld zł (raport „Perspektywy rynku e-commerce w Polsce" 2021). Szacunki zakładają, że do 2026 roku wartość brutto polskiego rynku e-commerce, na którym działa około 150 tys. przedsiębiorstw, sięgnie już 162 mld zł, co oznacza średnioroczny wzrost na poziomie 12 proc.

MATEUSZ DAMOŃSKI

• Inwestycje WSS Śródmieście •

Nowe drogi

W niepewnych czasach ważna jest dywersyfikacja, łączenie różnorodnych inwestycji tak, aby kłopoty w jednej dziedzinie mógł zrównoważyć sukces w innej. WSS Społem Śródmieście umiejętnie łączy inwestycje w różnych i odległych od siebie obszarach. Są to handel zdrową żywnością i nieruchomości na wynajem.

Sezamie, otwórz się na... zdrowie

6 kwietnia w stołecznym Sezamie (Centrum Marszałkowska) pojawił się nowy dział w wyodrębnionym lokalu, w którym wcześniej panie mogły zadbać o fryzury i paznokcie. Odnowione pomieszczenie to teraz **Sezam Zdrowie**, miejsce, gdzie klient znajdzie produkty z pięciu głównych grup, pomocne w zachowaniu tak modnej zrównoważonej diety, lub w zadbaniu o stan zdrowia. Jakie to grupy?

– Produkty bezcukrowe, bezglutenowe, bez laktozy, BIO, czyli certyfikowane oraz wegetariańskie. Oczywiście, niektóre grupy produktów zazębiają się, coś jest BIO i może być na przykład bez cukru, czy bez laktozy – tłumaczy **Radosław Ziomski**, dyrektor handlowy Społem WSS Śródmieście.

Głównym dostawcą produktów jest białostocka hurtownia Merkury, promująca swój autorski program „Takie Zdrowe". Jego „twarzą" jest prezenterka telewizyjna Daria Ładocha, a główną ideą – przekonać konsumenta, aby nie tylko jadł, ale odżywiał swój organizm. Merkury przygotowuje planogramy półkowe, oznakowanie regałów, a także odpowiada za duże logo na ścianie poziomu -1, przy wejściu do sali sprzedażowej Sezam Zdrowie. Symbol drzewka z zielonymi listkami, mocno opartego korzeniami w ziemi, kojarzy się niezawodnie ze zdrowymi i dobroczynnie działającymi produktami. Gdy tylko na rynku pojawi się coś ciekawego, WSS wprowadza to m.in. do Społem Zdrowie.

„Świeża" inicjatywa

– Robimy wszystko pod kątem marketingowym, żeby sklep rozpropagować. Sama lokalizacja jest dobrze znana, ale przez lata pokolenie, które znało dawny Sezam i kojarzyło lokalizację, powoli odchodzi. Bardziej skupiamy się więc na tym, żeby trafić do młodszego pokolenia poprzez media społecznościowe – opowiada Radosław Ziomski.

Przykład? Na facebookowym profilu WSS Społem Śródmieście 12 maja miał swoją premierę krótki film reklamujący nowy dział placówki. Widzowie mają szansę przejrzeć zawartość półek, zapoznając się z produktami, które na nich stoją. A co konkretnie tam znajdziemy? Jak mówi pani Nadia, pracownica z Ukrainy, która dba o zatowarowanie działu, popularne wśród kupujących są batoniki „Dobra Kaloria" o smakach sernik waniliowy czy tarta malinowa, bez cukru, o kaloryczności 69-76 kcal. Wśród różnorakich mąk znajdziemy np. sypki koncentrat do wypieku chleba ryżowego, niezawierającego glutenu. Wiele z dostępnych produktów pochodzi z Niemiec.

Kierownik Sezamu **Piotr Kruszewski**, związany z placówką od 1986 roku, wspomina, że moda na zdrową żywność startowała w tamtych czasach od ekologicznych produktów i także wówczas handlowcy i zaopatrzeniowcy Społem jeździli do Niemiec po nowinki. Później na rynku był trend bezcukrowy. Dziś w modzie jest być wege, zainteresowaniem cieszą się więc np. hummusy, pasty warzywne. Nie znaczy to jednak, że amator produktów zwierzęcych wyjdzie z nowego działu z kwitkiem. W chłodziarce znajdzie np. smalec gęsi w słoiczkach, źródło zdrowego tłuszczu – niezbędnych nienasyconych kwasów tłuszczowych.

Wakacje lub ferie w zasobach spółdzielni

– Najlepiej jest mieć kilka dziedzin przychodu – zaznacza wiceprezes zarządu WSS Społem Śródmieście ds. finansowych **Karolina Strząska**, chwaląc strategię dywersyfikacji.

W przypadku spółdzielni „odskocznią" od handlu są nieruchomości na wynajem w miejscach atrakcyjnych z punktu widzenia turystów. Pierwszą inwestycją z 2019 roku były dwa apartamenty w Szczyrku o nazwie **„Słoneczna Góra"**. Z oknami wychodzącymi na skocznię narciarską, mogą pomieścić do 6 osób. Są dwupoziomowe, mają kuchnie z aneksami, łazienki. W jednym z nich na górze jest sypialnia i pokój przechodni, w drugim zaś – antresola, gdzie wypoczną dwie osoby.

Ze względu na narciarskie sąsiedztwo, ruch najemców jest tam silnie związany z sezonem zimowym. Inaczej niż w kolejnych nieruchomościach, nabytych z myślą o turystach, położonych w Zakopanem. Powitały one gości w lutym 2020 roku.

– W **„Rezydencji Zakopiańskiej"** mamy dwa apartamenty czteroosobowe. Są tu sypialnia i pokój z aneksem, z pięknym widokiem. Jest wyjście na ogródek. Można w ramach pobytu skorzystać ze SPA, znajdującego w się w garażu, jest w nim jacuzzi i sauna. Te apartamenty cieszą się bardzo dużym powodzeniem, niezależnie od sezonowości. Przez cały rok przyjeżdża do nas bardzo dużo gości – mówi wiceprezes Karolina Strząska.

Kolejne trzy z apartamentów, nieco mniejsze, miały inaugurację we wrześniu 2021 roku. Znajdują się w pobliżu wyciągów narciarskich w Szczyrku. Stąd ich nazwa: **„Pod Stokiem"**. Tu, podobnie, jak w „Słonecznej Górze" wyraźna jest sezonowość.

Wnętrze apartamentu.

Nowa inwestycja na Nowym Świecie

Najnowszy portfel nieruchomości jest do dyspozycji zainteresowanych od lutego 2022. Na tętniącym życiem stołecznym Nowym Świecie, w kamienicy będącej siedzibą WSS, jest 18 pokoi na wynajem. Znajdują się na trzecim piętrze, a ścieżki najemców nie krzyżują się ze ścieżkami pracowników. 8 pokoi 1-osobowych o skromniejszym wystroju działa pod nazwą „ĄĘ Hostel" i stanowi typowe lokum dla studentów.

Pod nazwą **„Esencja Warszawy"** działa zaś aparthotel, 9 pokoi 2-osobowych oraz jeden 4-osobowy. Wszystkie pokoje mają łazienki, oferują czajnik i ekspres do kawy. Niektóre mają aneksy kuchenne. Goście mogą parkować od strony spokojnej uliczki Wareckiej i zamawiać posiłki z dowozem, albo skorzystać z bogatej oferty restauracyjnej i barowej na Nowym Świecie. Na obecności „własnych" turystów korzystają także Delikatesy na parterze kamienicy Społem. Wiceprezes Karolina Strząska opowiada anegdotę o zagranicznej turystce, która zaopatrywała się tu w krakowską suchą różnych producentów, najwyraźniej z myślą o mięsnych upominkach z Polski.

Jak wyglądały przygotowania?

Epoka, gdy wczasowicz godził się na niski standard, byle patrzeć na góry, czy zwiedzać stolicę, dawno minęły. Wysoki standard w aparthotelach jest oczywistością, stąd o wysmakowany wystrój wnętrz apartamentów dbała po części specjalistka-architekt, gromadząc wysmakowane elementy wyposażenia kupowane na targach. W Szczyrku np. nieruchomość ma klimatyczne, góralskie meble, wykonane przez lokalnego stolarza, a meble kuchenne wykonał stolarz spod Warszawy.

Dobra jakość to ważny wabik na klientów. Utrudnieniem był stan surowy obiektu, trzeba było znaleźć ekipę do wykończeń, a nie było to i wciąż nie jest łatwe, gdy budowlańcy są wręcz rozrywani.

Polecamy eko-produkty.

W nowej, wojennej rzeczywistości ceny szybują w górę. Dlatego wiceprezes uważa, że dla chętnej spółdzielni spożywców bezpieczniejszym wariantem inwestowania w nieruchomości na dziś nie jest już kupno obiektu wymagającego nakładu pracy.

– Ze względu na wzrost cen, trudno oszacować, ile pochłonie inwestycja, gdy chodzi o wyposażenie. Bezpieczniejszym wariantem jest kupienie gotowej nieruchomości, żeby zaoszczędzić na czasie. Ekipę dzisiaj mamy, jutro ona może się wycofać. Wówczas inwestycja przesuwa się w czasie i „uciekają" nam przychody. Każdy musi to oszacować sam. Jeśli ma brygadę w swojej spółdzielni, która podjęłaby się takich prac, mogłoby to wyjść taniej – rozważa Karolina Strząska.

Oddać w ręce profesjonalistów

Zarządzaniem nieruchomościami WSS Społem zajmuje się zewnętrzna firma. Wiceprezes **Karolina Strząska** poleca takie usługi.

– Jeśli ktoś się nie zajmował nieruchomościami, a jedynie sprzedażą, dobrym rozwiązaniem jest skorzystać z usług firmy zarządzającej, która ma doświadczenie, wie, jak reklamować w internecie. Oszczędności na prowizji dla zarządzającego mogą sprawić, że obiekt nie będzie widoczny w internecie i nie będzie wybierany przez gości – mówi.

Wszystkie rezerwacje pokoi i apartamentów Społem są prowadzone na najpopularniejszych serwisach internetowych Booking.com i Airbnb, z których masowo korzystają klienci zagraniczni.

– Mamy już rezerwacje na lipiec i sierpień, a nawet wrzesień. Wszystkie apartamenty mamy praktycznie na co dzień zajęte, ze względu na sytuację na Ukrainie i zapotrzebowanie na rynku nieruchomości. Jest tendencja wzrostowa z miesiąca na miesiąc jeśli chodzi o Nowy Świat. Jeśli chodzi o Szczyrk i Zakopane, nie ma gigantycznego wzrostu, ale w porównaniu do okresu pandemii jest więcej rezerwacji. Ludzie są spragnieni wyjazdu, zmiany miejsca, odreagowania i wydania pieniędzy – zauważa wiceprezes.

Przychody z różnych źródeł

Nietrudno zauważyć, że część z tych inwestycji spółdzielnia podjęła w trudnym okresie, który z jednej strony wymuszał niestandardowe działania w zakresie lokowaniu kapitału, a z drugiej je... hamował.

– To był covidowy czas, gdy lokaty bankowe były bardzo nisko oprocentowane. Groziło nam, że będziemy dopłacać do większych środków finansowych. Handel dziś to bardzo trudna dziedzina, jeśli chodzi o rentowność, uzyskanie jej jest bardzo trudne, szczególnie w Warszawie, gdzie jest duża konkurencja – mówi wiceprezes. Przy tym był to też czas, gdy to właśnie handel był „lokomotywą" WSS, bo apartamenty były traktowane jak hotel, a więc objęte obostrzeniami epidemicznymi. Potem zakaz wynajmu zdjęto i nieruchomości mogły już na siebie zarabiać. Tak działa dywersyfikacja, słabszą dziedzinę wesprze silniejsza, jutro zaś role mogą się dynamicznie odwrócić.

Dzięki temu m.in., że na naszych łamach informowaliśmy o inwestycjach WSS Społem Śródmieście, w ślady spółdzielni poszli inni spożywcy, Społem w Hajnówce, Augustowie czy Głogowie.

MONIKA KARPOWICZ

WSS Praga Południe

Nowe otwarcie

Sobotni, pochmurny chłodny poranek majowy. Wokół piękne sosny w osiedlowym Aninie. Na jednej z głównych ulic Anina - Michała Kajki pod numerem 69 pawilon WSS Praga Południe. Byłem tutaj w 2016 r., kiedy na piętrze otwierano salę zabaw dla dzieci, dziś pod nazwą „Radosne Urwisy", w symbiozie ze sklepem Lux na parterze.

Obok zauważamy cukiernię, dwa barki orientalne, lodziarnię, z tyłu basen, skatepark OSiR, aptekę. Jest paczkomat, bankomat, neon czerwony Społem, maszt, baner, zasadzone nowe krzewy na parkingu na 15 miejsc.

14 maja br. w sobotę o godz. 8 rano, po dwutygodniowym remoncie, nocami, przy zachowaniu ciągłej sprzedaży, wymieniono oświetlenie na b. jasne ledowe, pomalowano ściany, oklejono szyby. Nastąpiła szybka zmiana oznakowania sklepu nr 40 z dawnego Lux na Mini Universam.

Otwarcie. Przemawia z uśmiechem prezes **Bogusław Różycki** i składa podziękowania i życzenia. Wstęgę przecinają razem z nim sekretarz RN **Elżbieta Jędrych-Pordes i dyr. Piotr Kornacki** oraz kier. sklepu **Renata Rywczyńska.** Obecna jest kier. regionu **Aleksandra Janiszewska** oraz członkinie RN **Katarzyna Rzygalińska i Ewa Królik.** Prezes wznosi toast szampanem. Dostajemy kawałki tortu i poczęstunek, owoce, słodycze, takie jak i dla klientów,

Pani kierowniczka opowiada mi o sklepie. Ma 32 lata stażu pracy, po handlowej ZSZ przy Szczawnickiej i praktyce właśnie w WSS Praga Południe. Sklep ma 450 mkw. powierzchni i zatrudnia 15 osób, w tym dwie z Ukrainy. Zastępczynie pani Renaty to **Ewa Biesiada, Beata Bronicka i Agnieszka Kuchta.**

Dziś mamy degustację serów żółtych Serenada, a przed sklepem z grilla kaszanki, kiełbasy śląskie z keczupem i musztardą.

Klienci pochodzą z okolic. To starsi 50+ i młodsi, matki z dziećmi. Co zwykle kupuja? W pandemii były makarony, ryże, a teraz b. dużo wędlin, szynki i drób Gobarto, Sokołowa, regionalne Taurusa, swojskie Kwiatkowskiego z Radzymina, Pandy, mięso z Karczewa. I faktycznie, lada mięsno-wędliniarska jest tutaj najbardziej okazała i dominuje w sklepie.

Na półkach marka Społem, słoiki, suplementy diety, artykuły „trendowe"- regał z towarami eko. Po bezglutenowe przyjeżdżają nawet z Saskiej Kępy. Korzystają z promocji weekendowych w piątki-soboty.

Konkurencja to niedaleko dwie Biedronki, Lidl i Top Market. Najlepsza sprzedaż następuje na jesieni i przed świętami. Obroty za kwiecień wyniosły 628 tys.zł, a za marzec 619 tys. To drugie miejsce w sieci WSS po Universamie!

Na zdjęciu od lewej: Katarzyna Rzygalińska, Elżbieta Bularska, Elżbiera Jędrych-Pordes, Renata Rywczyńska i Bogusław Różycki.

Reklamują się ulotkami, na banerach i facebooku. Hasła to „Zmieniamy się specjalnie dla Was", „Nowe otwarcie". Hity cenowe to – udziec z kurczaka, boczek wieprzowy, pasztet, śląska, szynka z Sokołowa. Jeśli na ulotce znajdujemy hasło: „Kupując w sklepie Mini Universam wspierasz polskich dostawców i polski kapitał", to w ofercie są Sokołów, wyroby Ceko, Piątnicy, Bielucha, Bakomy, Turka, jaj z Invest Michel.

DG

Następują zmiany

Stan handlu w obliczu pandemii, wojny na Ukrainie i inflacji był przedmiotem debat podczas Kongresu Nowoczesnej Dystrybucji, zorganizowanego 17-18 maja br. w Warszawie przez fundację o tej nazwie, a także m.in. przez Polską Organizację Handlu i Dystrybucji (POHiD).

Przedstawiciele rządu, ekonomiści i reprezentanci dużych handlowych sieci międzynarodowych chętniej dzielili się obawami, oszczędnie zaś, o ile w ogóle, dawkowali optymizm na przyszłość.

Głównym punktem wyjścia były nie tylko doświadczenia własne uczestników konferencji, ale przede wszystkim świeży raport „Polski handel w obliczu zmian gospodarczych i geopolitycznych" prof. **Konrada Raczkowskiego,** dyrektora Centrum Gospodarki Światowej Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Ekspert z zakresu ekonomii dowodzi m.in., że inflacja może być wyższa, niż to wynika z szacunków GUS (nawet 20 proc.), a powodem różnic jest rzadkie dostosowywanie składu koszyka inflacyjnego do realiów. Inflacja producencka rozmija się zaś z konsumencką (w marcu pierwsza wynosiła 20 proc., druga 11 proc.).

Sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi **Norbert Kaczmarczyk** wypowiedział się m.in. na temat państwowych sklepów, które miałyby powstać w ramach Krajowej Grupy Spożywczej. Zaznaczył, że nie jest za tym, aby powracać do państwowego handlu sprzed 1989 roku. Podatnicy musieliby do tych sklepów dopłacać, aby mogły one wytrzymać konkurencję.

Wojnę na Ukrainie przywoływana była nie tylko jako czynnik windujący inflację. Uczestnicy mówili o napływie uchodźców, jednak nie podjęli się pełnej oceny ich zwyczajów nabywczych, uznając, że jest na to za wcześnie. Prezes POHiD **Renata Juszkiewicz** zauważyła, iż nowy konsument jest zainteresowany środkami czystości, kocami, a spośród produktów spożywczych preferuje produkty wymagające podgrzania przed spożyciem. Prof. Raczkowski oceniał, iż znalezienie się na polskim rynku pracy 30 proc. spośród ukraińskich kobiet (m.in. w roli kasjerek), będzie dobrym wynikiem, jednak teraz trudno mieć pretensje, że wiele z nich nie pracuje, będąc pod wpływem szoku wojennego, ale też otrzymując benefity od rządu.

Zapytaliśmy prelegentów Kongresu Nowoczesnej Dystrybucji o to, jak obecnie widzą sytuację i szanse dla polskich spółdzielni spożywców.

Norbert Kaczmarczyk – sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, pełnomocnik rządu do spraw przetwórstwa i rozwoju rynków rolnych:

– Bardzo istotne było to, co usłyszeliśmy dzisiaj podczas kongresu, podczas debat, że sieci handlowe chcą współpracować z lokalnymi przedsiębiorcami, lokalnymi rolnikami. Dzięki temu będziemy skracać łańcuchy dostaw i prowadzić do zwiększenia konkurencyjności mniejszych sklepów. Borykaliśmy się z tym, że upadały małe gospodarstwa, upadały sklepy osiedlowe. Jesteśmy w sytuacji, gdy tak naprawdę produkt lokalny zyskuje nowe życie, bo o tym dzisiaj także mówili handlowcy, że konsumenci szukają tego produktu tańszego, lokalnego. Trudno mówić o szansie w sytuacji kryzysu wojny, pandemii, czy czasu popandemicznego, ale mam nadzieję, że jest to moment na odrodzenie się tego co nasze, lokalne, „od pola do stołu", jednocześnie na pobudzenie tego handlu mniejszego, tego handlu, który był w defensywie, mając za konkurentów wielkie sieci sklepów. Dlatego jest to bardzo istotne z punktu widzenia wzmocnienia regionu pod kątem małych i średnich przedsiębiorstw oraz rolnictwa.

Grupa społemowców w przerwie kawowej podczas Kongresu. Od lewej: dyrektor Radosław Ziomski i Magdalena Lis z WSS Śródmieście, prezes KZRSS Społem Ryszard Jaśkowski, prezes WSS Śródmieście Anna Tylkowska, prezes KPH Iwona Sarga.

Konrad Raczkowski – ekonomista, dyrektor Centrum Gospodarki Światowej UKSW w Warszawie, w latach 2015-2016 wiceminister finansów:

– Spółdzielnie Społem mają bardzo duże przewagi konkurencyjne, nie tylko w tradycyjnie rozumianym handlu, ale chociażby w oferowaniu czegoś, co nazywam Społem-Donaldem, obiadowym McDrive'em. Ubolewam, że widziałem to jedynie w jednym mieście, ale proszę mi uwierzyć, że kolejki pod tymi Społem-drive'ami są większe niż pod McDonaldami. Cena jest niska, przystępna, a jakość jest bardzo dobra. Czyli to nie jest tak, że wygra to, co jest – powiedziałbym – czasem przereklamowane. Dobra jakość, dobry produkt za rozsądną cenę, zapewne w ramach poszerzenia trochę struktury ofertowej, jaką mają Społem, na pewno byłoby takim wyjściem na nowe linie biznesowe. Ja nie jestem tak sceptyczny co do tego, że polskie sieci będą przegrywały. Dlaczego mają przegrywać, mając lepszy towar? To kwestia reklamy i zmiany podejścia biznesowego. Zachęcam choćby do spojrzenia na miasto Białystok, gdzie jak widziałem, znakomicie funkcjonują cukiernie PSS Społem, miejsca obiadowe, zwłaszcza te, do których można podjechać samochodem.

MONIKA KARPOWICZ

Roztańczona Rodzina

Po dwóch latach przerwy pandemicznej, w dniach 14-15 maja 2022 r. w Hali Obiektów sportowych przy Zespole Szkół Nr 79 im. St. Kostki Potockiego ul. Wiertnicza 26a odbył się 19. Królewski Turniej Tańców Polskich w Wilanowie. Nad organizowaną przez Centrum Kultury Wilanów imprezą patronat objęli: marszałek Województwa Mazowieckiego, burmistrz Dzielnicy Wilanów i przewodniczący Rady Dzielnicy Wilanów oraz CIOFF - Międzynarodowa Rada Organizacji Festiwali Folklorystycznych i Sztuki Ludowej.

Po dniu eliminacji, drugi dzień rozpoczął się królewskim polonezem, otwierając tym samym niedzielną rywalizację finałową najlepszych par w poszczególnych kategoriach, na które czekały „królewska szabla i brosza". Dyrektor CKW **Robert Woźniak** i wicedyrektor **Iwona Maciąg** przywitali gości i uczestników turnieju słowami: „Roztańczona Rodzino, witamy w Wilanowie". Potem **Kuźnia Artystyczna** wykonała spektakl oparty na tańcach salonowych XIX wieku oraz odbyły się finały, którym jak zwykle towarzyszyły gorący doping i wielkie emocje.

Turniej to gwarancja klimatu związana z historią i urokiem królewskiego Wilanowa. Jego międzypokoleniowy charakter co roku buduje głębszą więź między uczestnikami i całym środowiskiem tanecznym. Niezwykłym walorem turniejów wilanowskich jest jego muzyczna oprawa, pięknie ukwiecony parkiet i dekoracje. Wizja Centrum Kultury Wilanów to: „Biegniemy z duchem czasów, pamiętając o naszych korzeniach". Wśród sponsorów znalazła się **„Społem" WSS Śródmieście**, która ufundowała nagrody dla uczestników najmłodszej kategorii wiekowej 7–10 lat, a były to gry planszowe, puzzle, książki i słodycze.

DANUTA BOGUCKA

Nietypowy turniej

III Ogólnopolski Turniej Blind Tenisa RAKIETY ATNiS to wydarzenie, podczas którego 21 i 22 maja br. na kortach Warszawskiego Klubu Tenisowego MERA spotkali się niewidomi i słabowidzący pasjonaci tenisa ziemnego, by zmierzyć się w sportowej rywalizacji.

W tegorocznym turnieju wzięło udział 24 zawodników w trzech kategoriach, w zależności od stopnia niewidzenia. Niewidomi i niedowidzący tenisiści z: Chorzowa, Krakowa, Lublina, Łodzi, Poznania, Świątek, Warszawy i Wrocławia po raz kolejny udowodnili, że dobry wzrok nie jest niezbędny do tego, by rywalizować z zaangażowaniem na korcie.

Prezes Fundacji Widzimy Inaczej **Robert Zarzecki w** krótkiej rozmowie **podkreślił, że zadania Akademii Tenisa dla Niewidomych i Słabowidzących są współfinansowane ze środków PFRON.** Partnerami wydarzenia byli: Polski Związek Tenisowy oraz Warsaw Sports Group. Turniej sponsorowali: Strefa Tenisa, Warszawski Klub Tenisowy MERA, **„Społem" WSS Śródmieście**, sklep Presto City Cafe oraz Inżynieria dla Środowiska.

DANUTA BOGUCKA

PORADNIK SPRZEDAWCY

Ćwiczyć elastyczność

W świecie błyskawicznych zmian pozwala się do nich dostosować, na stanowisku sprzedawcy jest zaś nieodzowna. Jedni z nas są bardziej elastyczni, inni mniej, jednak niezależnie od naszych wrodzonych predyspozycji, możemy ją ćwiczyć.

Elastyczność to zdolność dostosowania się do zmieniających się warunków, przy jednoczesnym zachowaniu wartości, którym hołdujemy. W naszej pracy „wyczucie" klienta jest kluczowe, a zmiana podejścia do niego powinny przebiegać błyskawicznie. Co się dzieje, gdy tak nie jest?

Przykład z życia: klient pyta o jogurt smakowy danej firmy, jednak w sklepie go nie ma. Sprzedawczyni upiera się, że tego smaku ta konkretna firma nigdy nie oferowała. Klient tłumaczy, że to jego ulubiony, zawsze go kupuje, więc jest pewien, że taki jogurt jest produkowany. Sprzedawczyni zaś, zapewne poinstruowana na szkoleniu sprzedażowym, żeby sprzedać cokolwiek zamiast poszukiwanego towaru, liczy, że klient ustąpi. Ten jednak wycofuje się bez zakupu i z poczuciem, że zrobiono z niego osobę, która nie wie, co mówi. Jego potrzeba nie została zaspokojona, a jego kontakt z rzeczywistością został podważony. Jest pewne, że do tej placówki już nie wróci.

Na czym polegałoby elastyczne podejście sprzedaw czyni? Przede wszystkim na szybkiej analizie sytuacji. Klient szuka konkretnego produktu, my go nie mamy, jednak wiemy, kiedy można spodziewać się dostawy. Dziś kupujący wyjdzie z pustymi rękami, ale jest szansa, że wpadnie do sklepu jutro, skoro wie, że zastanie to, czego zazwyczaj poszukuje. Jeśli jesteśmy pewni, że jogurt innej firmy jest zbliżony jakością do tego, który szuka klient, możemy go delikatnie zaproponować, jednak zakładanie, że naszemu gościowi jest wszystko jedno i weźmie, co popadnie, jest zbyt ryzykowne. Dlaczego miałby zrobić to, czego my chcemy.

Jak można rozwijać w sobie tę cechę – elastyczność? Trzeba, abyśmy zwrócili się do swojego wnętrza. Starajmy się obserwować na co dzień, jak wyglądają nasze interakcje z osobami z otoczenia. W trakcie kontaktu spróbujmy obserwować siebie i osobę, z którą rozmawiamy, zorientować się: „Czego ja chcę, a czego chce mój rozmówca? Czy ustępując mu, stracę coś na stałe? Dlaczego tak trudno mi przyjąć inny punkt widzenia niż mój własny? Dziś wykażę się cierpliwością, zaufam, że to zaprocentuje w bliższej lub dalszej przyszłości".

Taki trening uważności na to, co się dzieje, oznacza także przyjęcie i przyglądanie się uczuciom, które się pojawią. Może to być rozczarowanie, bo liczyliśmy, że coś jednak klient u nas kupi. Może przygnębienie, bo obawiamy się niezadowolenia szefostwa z powodu sprzedażowego fiaska. Wszystko to warto zauważyć, uszanować i pozwolić temu przeminąć. W pracy trudno byłoby nam zadbać o siebie w taki sposób, ale do emocji zawsze można „wrócić" w czasie wolnym, cofając się pamięcią do chwili, gdy je odczuliśmy. Ich zaakceptowanie sprawi, że miną z czasem.

Dlaczego jest to ważne? Wymagając od siebie elastycznego podejścia do innych ludzi i rezygnacji z czegoś, na czym może nam bardzo zależeć (natychmiastowej sprzedażowej skuteczności), musimy zapewnić sobie coś w zamian. Historia przykładowej sprzedawczyni pokazuje, że być może jej upór wziął się właśnie z frustracji, wynikającej z długotrwałego lekceważenia własnych potrzeb. Pamiętajmy, że z pustego nie naleje nawet Salomon. Aby zająć się właściwie klientem, elastycznie reagując na jego zapotrzebowanie, sami powinniśmy wcześniej „napełnić" siebie akceptacją i zgodą na trudy, jakie niesie nasza codzienność.

MONIKA KARPOWICZ

TRENDY ZAKUPOWE

Pokolenie 55+

Generacja Z, jak już wiemy, masowo kupuje w Internecie i tutaj zdobywa lwią części informacji o produktach. A co z pokoleniem, które zbiorczo można nazwać 55 plus? Okazuje się, że nie stroni już ono od zakupów internetowych. Skłoniła je do tego pandemia.

Jak w swoim raporcie „Mr&Mrs E-Commerce" z początku tego roku podała Izba Gospodarki Elektronicznej, w trakcie pandemii koronawirusa zainteresowanie zakupami w sieci wśród dojrzałych konsumentów w Europie wzrosło o 12 proc. Nie powinno to dziwić w sytuacji, kiedy wśród nas wszystkich dominowały obawy o zakażenie się wirusem w miejscach publicznych. Także wobec faktu, że jak pokazały badania, osoby dojrzałe spędzają dziennie w sieci nawet po cztery godziny, deklarują też stosowanie bankowości elektronicznej. „Srebrna" generacja zmienia się cyfrowo i trend ten nie dotyczy wyłącznie wielkich miast, choć akurat na zakupy w internecie ma wpływ decydujący – poza obszarami miejskimi dowóz atykułów spożywczych z e-sklepów jeśli istnieje, jest rzadki i stanowi lokalną inicjatywę.

To właśnie pokolenie 55 plus jest tym, które podczas stacjonarnych zakupów najchętniej odwołuje się do sprzedawców, aby w rozmowie uzyskać od nich wiedzę o produktach i rady co do ich wykorzystania. Podobnej obsługi oczekuje więc przy e-zakupach. Chce czytelnych stron bez natrętnie wyskakujących reklam, wyczerpujących i czytelnych opisów towaru, a także możliwości zapytania online o jego właściwości, czy inne szczegóły.

To grupa wiekowa, która jest uwrażliwiona na bezpieczeństwo, od lat bowiem Policja edukuje ją poprzez media, jak nie dać się oszukać naciągaczom. Dlatego osoby 55 plus sprawdzają rzetelność firm. Chcą na stronie internetowej widzieć podany adres stacjonarny i „namiary"na kontakt telefoniczny czy mailowy, aby w razie czego rozwiać wątpliwości. Są o wiele ostrożniejsze od swoich wnuków, gdy chodzi o podawanie w sieci swoich danych, ale także kupują z rozwagą, często trzymając się przy tym sprawdzonych produktów, które wcześniej kupowały stacjonarnie. Wspomniany na początku raport E-Izby podaje, że w badaniach 14 proc. z uczestników wskazuje brak danych o produkcie czy o firmie jako czynnik zniechęcający do zakupów w jej e-sklepie.

Jednocześnie 28 proc. przebadanych z tego pokolenia czuje się zniechęcona faktem, że dostawa do domu z e-sklepów jest płatna. Można zaryzykować stwierdzenie, że w sytuacji inflacyjnego ograniczania wydatków poleganie na sile własnych mięśni i samodzielny transport ze „zwykłego" sklepu jest i będzie dla nich sposobem, aby zaoszczędzić.

Nawet gdy nie prowadzimy e-sklepu, taka charakterystyka pokolenia 55 plus może nam niejedno powiedzieć o jego zwyczajach zakupowych. A ciekawą wypowiedź o specyficznym stosunku dojrzałych klientów i nie tylko, do zakupów w bezobsługowych sklepach autonomicznych, można było usłyszeć na Kongresie Nowoczesnej Dystrybucji 17-18 maja w Warszawie.

– Wiele osób bez względu na wiek nie wybiera automatyzacji, nie pójdzie tam i nie kupi, bo nie ma pani, pana, który ich obsługiwał. Są takie sklepy, gdzie jeśli nie będzie nikogo, to i klientów nie będzie, bo ludzie pojadą dalej i zrobią zakupy. Cena paradoksalnie nie będzie o tym decydowała, że trzeba dojechać kilka kilometrów dalej, bo tam jest człowiek, sprzedawca – mówił prof. Konrad Raczkowski, ekonomista z UKSW, zwracając uwagę, że w czasach popandemicznych zaburzonych stosunków społecznych jest to bardzo ważne. Zachęcał, aby obserwować w sklepach, jak starsze osoby starają się zamienić kilka słów z kasjerem, bo w domu nie mają z kim porozmawiać.

MONIKA KARPOWICZ

Majowy spacer

Od naszego stałego Czytelnika otrzymaliśmy poniższy list, za który pięknie dziękujemy /red./.

Wokół sklepu nr 8 na Wiejskiej 20.

Wiosna w pełni. Krzewy i drzewa kwitną jak szalone. Codziennie patrzę, jak pięknie rozwijają się rośliny. Przypadkiem odkryłem zlokalizowany w najładniejszym otoczeniu sklep Społem na dzielnicy Śródmieście.

Przed sklepem nr 8 przy ulicy Wiejskiej 20 obficie kwitną grupy krzewów: Tawuła van Houtte'a (białe kwiaty) oraz Lilak Meyera. Kwiaty Lilak Meyera mają intensywny, słodki, przepiękny zapach.

Dziś zrobiłem zdjęcia (w załączeniu) i postanowiłem do Pana o tym napisać i poprosić, żeby Pan wybrał się w to miejsce, póki kwitną krzewy, i własnymi oczami mógł podziwiać piękne i pachnące otoczenie sklepu nr 8.

Poza tym na tyłach sklepu, idąc ulicą Bolesława Prusa w kierunku Pomnika Sapera, zobaczymy bardzo ładny i tonący w zieleni Skwer Batalionu AK Miłosz. Następnie, ulicą Franciszka Nullo albo Aleją Księdza Józefa Stanka, dojdziemy do tonącej w zieleni Alei Mariana Brandysa.

Na tyłach Sejmu dojdziemy nią do ulicy Górnośląskiej, a dalej, przechodząc przez fikuśną kładkę przejdziemy na tyłach Ambasady Republiki Federalnej Niemiec, Przedszkola nr 129 „Raj Na Skarpie" oraz Osiedla Jazdów do Trasy Łazienkowskiej.

Stamtąd albo do parku na tyłach Zamku Ujazdowskiego, albo do Parku Ujazdowskiego, a piękny spacer możemy zakończyć w Restauracji Warszawskiej Spółdzielni Gastronomicznej Centrum ROZDROŻE, jedząc frytki, pijąc owocowy koktajl, jedząc lodowy deser w szklanym pucharze…

ŁUKASZ JELENIEWICZ

SMAKI ŻYCIA

Memento vivere!

W wyniku pandemii kolosalne, niewyobrażalne wprost zyski osiągnęły firmy farmaceutyczne. Natomiast w wyniku wojny na Ukrainie kolosalne zyski notują koncerny zbrojeniowe USA i państw sojuszniczych... Agresorem jest Rosja, która chce opanować część obszaru Ukrainy.

Tymczasem narasta widmo masowego głodu i exodusu milionów ludzi z Afryki i Azji do Europy, bo Rosja zablokowała na Morzu Czarnym wielkie dostawy zboża z Ukrainy. Ta wojna przynosi coraz większe, ogromne ofiary i cierpienia. To powszechny smak śmierci, kalectwa, udręka cywilów, ucieczka z kraju 6 milionów. To dla Ukrainy utrata obszarów i ludzi, groźba załamania gospodarczego.

Działania wojenne podsyca wojenna propaganda. Jak pisze znakomity korespondent Onet Marcin Wyrwał, „prawda umarła" już na początku wojny. Własne dane o stratach są ukrywane, a przeciwnika wyolbrzymiane z obu stron konfliktu. Np. ukraińskie media podają, że Rosjanie stracili w ciągu 3 miesięcy 376 samolotów i śmigłowców, podczas gdy amerykański Pentagon ogłasza tylko ich ilość na 86.

Trwa długa wojna na wyniszczenie Ukrainy, ale też i Rosji. Ta wojna to świetny poligon dla nowych broni. Ale jak wiadomo, w Wietnamie i Afganistanie napastnikom nawet napalm i bomby głębinowe nie pomogły, by osiągnąć końcowy sukces.

Eskalacja, czy deeskalacja? Czy będą dalsze ofiary, zniszczenia? Oto pytania aktualne. Brak jest niestety obecnie ruchów pokojowych, antywojennych, jakie działały masowo w latach 60-70. Jednak pojawią się, gdy wojna będzie narastać, a ofiary i zniszczenia mnożyć. Europa będzie coraz bardziej zmęczona wojną i stałym napięciem.

Chociaż odpowiednio kierowana propaganda medialna budzi agresywne nastroje, obopólną nienawiść do siebie stron walczących, to z czasem ona gra przeciwko ich przywódcom, pod groźbą utraty poparcia i władzy, jeśli nie spełnią zwycięskich obietnic.

Ludzie chcą, jak zawsze, czuć smak życia, smak pokoju i bezpieczeństwa, a nie smak śmierci i ciągłego zagrożenia. Dlatego należy wołać: Memento vivere! – „Pamiętaj by żyć!". To motto umieszczono na frontonie zabytkowego Pałacu Kawalera w Świerklańcu. Przypomnijmy na koniec modlitwę błagalną z czasów „Potopu", odnotowaną przez Zygmunta Glogera w Encyklopedii Staropolskiej z 1903 r.: „Od powietrza (zarazy), głodu, ognia i wojny wybaw nas, Panie!", co powtarza

DERWISZ

DOMOWE DANIA

SEZONOWE SZPARAGI

Sezon na szparagi trwa w najlepsze. Warto korzystać z tego przysmaku, nie tylko ze względu na jedyny w swoim rodzaju smak szparagów, ale także ze względu na zawarte w nich substancje odżywcze. Szparagi są zdrowe i niskokaloryczne, a możliwości ich wykorzystania w kuchni jest bardzo wiele. Pamiętajmy, że szparagi są jednym z najskuteczniejszych afrodyzjaków.

Zupa szparagowa z kurczakiem

• pęczek szparagów • 1 mała cebula • 2 duże pory• 1400 g ziemniaków • 40 g masła • 1 łyżeczka suszonego tymianku • 1 litr bulionu drobiowego • sól •1 łyżka oliwy extra vergine • śmietana 30%

Pierś kurczaka opłukać, osuszyć, pokroić na 1,5 cm kosteczkę. Szparagi opłukać, odłamać twarde końce. Łodygi pokroić na krótsze kawałki. Cebulę obrać i pokroić w kosteczkę. Pory oczyścić z zewnętrznych liści, pozostawić białą oraz jasno zieloną część (część ciemnozielonych liści zachować do dekoracji), przekroić wzdłuż na pół i dokładnie opłukać. Pokroić w poprzek na 1 cm kawałki. Ziemniaki obrać i pokroić w kosteczkę. W dużym szerokim garnku roztopić masło, dodać tymianek, kurczaka, cebulę, pory i ziemniaki. Smażyć na średnim ogniu przez około 5 minut, co chwilę mieszając aż warzywa nieco zmiękną a kurczak będzie z każdej strony wysmażony. Zwiększyć ogień, wlać bulion i zagotować. Zmniejszyć ogień do minimum, przykryć i gotować warzywa do miękkości przez 15 minut. Na 5 minut przed końcem gotowania dodać szparagi. Zupę doprawić do smaku solą, wyłowić z zupy główki szparagów i kilka kawałków kurczaka (pozostawić do dekoracji) i zmiksować na gładki krem. Przed podaniem podgrzać w razie konieczności i polać śmietaną 30%. Udekorować odłożonymi główkami szparagów, kawałkami kurczaka i cieniutko pokrojonymi zielonymi końcami porów. Można podawać z grzankami lub chrupiącym pieczywem.

Szparagi w cieście francuskim

• pęczek zielonych szparagów • 150 g ciasta francuskiego • cienko pokrojona szynka, np. suszona parmeńska lub gotowana • tarty ser, np. parmezan, żółty• sól • pieprz • oliwa

Mrożone ciasto francuskie należy wcześniej rozmrozić. Jeśli jest grube należy je rozwałkować na grubość około 2 mm. Szparagi opłukać, odłamać zdrewniałe grubsze końce i je wyrzucić. Pozostałe łodyżki położyć na talerzu, doprawić solą i pieprzem, obtoczyć w oliwie. Piekarnik nagrzać do 200°C. Wyciąć 6 kwadratów z ciasta i ułożyć je na blaszce do pieczenia. Przykryć plasterkiem szynki, na środek, po ukosie kwadratu, położyć po 2 szparagi, pośrodku posypać tartym serem. Najpierw owinąć szynkę wokół szparagów, a następnie dokładnie zlepić ciasto pośrodku. Piec przez ok. **15 minut** do zrumienienia się ciasta.

Sałatka nowalijkowa z grillowanymi szparagami

• pęczek szparagów (około 10 – 12 sztuk) • około 10–12 plasterków szynki serrano lub parmeńskiej• mały pęczek młodej botwinki (salaterka oderwanych listków)• 6 rzodkiewek • ½ szklanki startego parmezanu • • marynata i sos: • 2 łyżki sosu sojowego • 1 łyżka octu ryżowego (lub 1/2 łyżki octu winnego) • 1 łyżka soku z cytryny • 3 łyżki oliwy extra vergine • 1 łyżka miodu • sól morska i świeżo zmielony pieprz •

Z większej botwinki można oderwać najmniejsze listki a z reszty przygotować np. zupę botwinkową. Szparagi opłukać chłodną wodą. Osuszyć, odłamać zdrewniałe końce. Oprószyć solą morską i pieprzem, zawinąć w szynkę parmeńską, wysmarować oliwą, położyć na talerzu. Szparagi polać sosem sojowym, octem ryżowym, sokiem z cytryny, resztą oliwy i miodem, wymaczać w powstałym sosie, odstawić. Botwinkę opłukać i osuszyć, odciąć twarde łodyżki. Listki włożyć do salaterki. Rzodkiewkę opłukać i pokroić na bardzo cienkie plasterki. Włożyć do salaterki z botwinką. Szparagi położyć na rozgrzanym grillu, sos ze szparagów zachować. Grillować do czasu aż szynka będzie lekko zrumieniona a szparagi zmiękną (mają pozostać chrupiące). Pokroić, dodać do salaterki z botwinką i rzodkiewką, polać odłożonym sosem. Posypać parmezanem. W razie potrzeby doprawić.

TARTINKA

Przysłowia na Dzień Ojca

Bóg się takim brzydzi,
kto się ojcem wstydzi.

Kto nie słucha ojca, matki
Będą bić go własne dziatki.

Ojcowska łagodność syna psuje.

Za pieniądze tylko ojca matki nie kupisz.

Jednego ojca i jednej matki
Niejednakie dziatki.

Dobry mąż dla żony,
Dobry ojciec dla dzieci.

HOROSKOP

Baran 21.III-20.IV
Przed wakacjami postaraj się dokonać wszelkich zmian w planowanych do ich nadejścia zamierzeniach.

Byk 21.IV-21.V
Konieczna większa doza cierpliwości w załatwianiu spraw codziennych. Sprawy uporządkuj pod względem hierarchii ważności.

Bliźnięta 22.V-21.VI
Musisz uporządkować zaległe Konieczne będzie uporanie się z zaległymi sprawami, aby lato mogło być czasem odpoczynku.

Rak 22.VI-22.VII
W przygotowaniach do letniego wypoczynku nie można zapomnieć o sprawach związanych z przestrzeganiem zaleceń lekarza.

Lew 23.VII-22.VIII
Przejmij inicjatywę w rozwiązywaniu niektórych tematów, ale nie pozbawiaj innych włączenia się ich realizację.

Panna 23.VIII-22.IX
Postaraj się myśleć racjonalnie sprawach mogących pogłębić konflikt z otoczeniem . W sprawach trudnych nie podejmuj pochopnych rozwiązań

Waga 23.IX– 23.X
Miesiąc nie będzie należał do najłatwiejszych. Dasz radę, ale konieczna samodyscyplina i stanowczość.

Skorpion 24.X-22.XI
Czas poświęcić sobie więcej uwagi. Powalcz o lepsza formę i poprawę samopoczucia. Mogą w tym pomóc rutynowe badania.

Strzelec 3.XI.-23.XII
Czas pozytywnych zmian, pomyślnych zdarzeń .Dobra forma pomoże w nadrobieniu wszelkich zaległości.

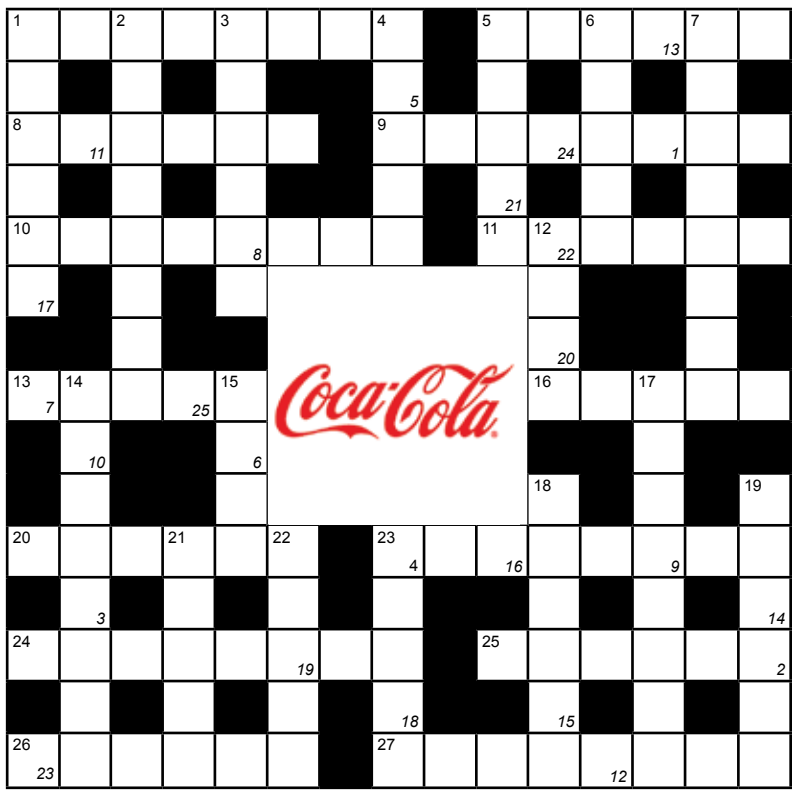
Koziorożec 24.XII-20.I
Załatw sprawy niecierpiące zwłoki w pierwszym rzędzie, pozostałe będą mogły poczekać na lepszy czas.

Wodnik 21.I-20.II
Zwolnij **w** sprawach wymagających nadmiernego wysiłku i poświecenia . Zmęczenie da znać o sobie.

Ryby 21.II-20.III
Okres podejmowania trudnych decyzji minie i nadejdą chwile sprzyjające odpoczynkowi. Dla generacji sił zaplanuj krótki wyjazd

J.J.

KRZYŻÓWKA Nr 6 *z hasłem*



Wszystkie litery ponumerowane w prawym dolnym rogu napisane w kolejności od **1–25** utworzą hasło

Poziomo: 1) niezamarzający port nad morzem Barentsa, 5) za ścianą, 8) muzyczna odległość między dwoma dźwiękami, 9) obok emeryta, 10) nazwisko byłego prezydenta Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego, 11) miasto w Czechach – ośrodek górnictwa węgla kamiennego, 13) inaczej nit, 16) bohater Iliady, wojownik pod Troją, 20) pot. Alumn seminarium duchownego, 23) rodzaj słonej przekąski, 24) jedno z plemion germańskich zaistniałych w starożytności na ziemiach obecnej Polski., 25) "bilet" wstępu na imprezy, 26) przeciwieństwo zysku, 27) miejsce pracy dyplomaty.

Pionowo: 1) miasto w Jordanii, 2) za gaz i energię, 3) hiszp. flota wojenna wysłana przez Filipa II na podbój Anglii, 4) w mit. greckiej córka Heliosa i okeanidy Perse, 5) miasto powiatowe na Podkarpaciu, 6) pas ziemi odkładany przez lemiesz, 7) nie falsyfikat, 12) przydatna filateliście, 14) część płaszczyzny ograniczona linią łamaną zamkniętą, 15) odgryzione kawałki, 17) region w północnej części Ameryki Płd. 18) Kąpielisko na płw. Helskim, 19) szkolna ocena, 21) ciastko z kremem, 22) ptak lub mała kawa, 23) przedstawienie bolejącej Marii z martwym Jezusem na kolanach.

Karty pocztowe z dopiskiem krzyżówka nr 6 prosimy przesłać na adres redakcji **do dnia 30 czerwca 2022 r**. Prawidłowe odpowiedzi drogą losowania będą premiowane nagrodą ufundowaną przez koncern Coca Cola.

Rozwiązanie Krzyżówki nr 4 /2022

Poziomo: 1) redaktor, 5) polisa, 8) boraks, 9) balkonik, 10) tamburyn, 11) osesek, 23) podaż, 16) Yesil, 20) szósta, 23) fantazja, 24) ankieter, 25) klocki, 26) wagant, 27) anakonda.

Pionowo:1) roboty, 2) Dortmund, 3) kaktus, 4) Robin, 5) polio, 6) Leone, 7) spikerki, 12) sądy, 14) Olszynka, 15) żart,17) Szczecin, 18) stolik, 19) Janina, 21) skiba, 22) Astat, 23) forma,

HASŁO: **W NASZEJ OFERCIE PRASA I KSIĄŻKI**

Nagrodę ufundowaną przez Garmond Press otrzymuje **Elżbieta Majewska z Oleśnicy**.

Społemowiec Warszawski

MIESIĘCZNIK WARSZAWSKIEJ SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW. Adres redakcji: 00-042 Warszawa, ul. Nowy Świat 53, tel. 22 620-21-18, 22 827-92-41 w. 227.
Redaktor naczelny – DARIUSZ GIERYCZ, tel. 605 990 179, e-mail: dgierycz@op.pl Stali współpracownicy: Danuta Bogucka, Mateusz Damoński, Jolanta Jędrzejewska, Monika Karpowicz, Jarosław Żukowicz.
PRENUMERATA ROCZNA dostępna tylko za pośrednictwem redakcji. Cena 72 zł (plus VAT). Adres e-mail: spolemowiec@wss.spolem.org.pl
WYDAWCA: „Społem" Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście 00-042 Warszawa, ul. Nowy Świat 53.
DRUK: COAR, 02-903 Warszawa, ul. Powsińska 69/71. ISSN 1231-2967