

Nierówna konkurencja w branży

Organizacja wyjazdów incentive przez agencje eventowe bez spełnienia odpowiednich warunków prawnych jest nielegalna.



Problem nierównej konkurencji dotyczy nie tylko agencji eventowych, ale także agencji marketingowych, PR-owych, hoteli, fundacji, stowarzyszeń.

Zarzuty wobec firm zajmujących się organizacją imprez turystycznych zostały sformułowane przez **Arkadiusza Nowaka** z firmy Nowak Adventures w liście do redakcji (MICE Poland nr 5/56). Oskarża on je o wchodzenie w kompetencje biur turystycznych, które wypełniły rygorystyczne wymogi stawiane przez ustawę o usługach turystycznych. Zgodnie z nią tylko firmy, które wykupiły kosztowne zabezpieczenia finansowe, mogą uzyskać status organizatora imprez turystycznych. Tylko w ten sposób można uzyskać wpis do rejestru w urzędzie marszałkowskim, który jest równoznaczny z zezwoleniem na prowadzenie działalności turystycznej. Reszcie pozostaje świadczenie pojedynczych usług turystycznych, z których składa się impreza turystyczna lub zaangażowanie touroperatorów. W praktyce jednak nikt tego nie kontroluje, więc niektóre firmy wolą ryzykować i oferować te same usługi taniej. Szczególnie widoczne jest to w sek-

torze turystyki biznesowej. Zarzuty potwierdzają inni przedstawiciele branży. – Nasza firma posiada wszystkie niezbędne dokumenty wymagane przy organizacji imprez turystycznych. Jest to gwarancja ubezpieczeniowa oraz polisa ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej opiekująca na milion złotych. Od tych gwarancji odprowadzamy składki, które są uzależnione od obrotów firmy oraz historii jej działalności. Niestety nie wszyscy organizatorzy eventów oraz wyjazdów motywacyjnych posiadają tego rodzaju zabezpieczenia. Pozwala to im na oszczędności, które przekładają się na niższe ceny. Brak kontroli powoduje, że towarzyszy im poczucie bezkarności i nie widzą potrzeby spełnienia tych wymagań – mówi **Rafał Stefaniak**, wiceprezes Haxel Event & Incentive. Problem dotyczy nie tylko agencji eventowych, ale także agencji marketingowych, PR-owych, hoteli, fundacji, stowarzyszeń i wszystkich tych instytucji, które zajmują się tu-

rystyką zorganizowaną.

– Ponadto omijanie tych przepisów pociąga za sobą konsekwencje podatkowe, o czym przekonało się kilkadziesiąt firm. Konsekwencje dotyczyły „wyrzucenia” z kosztów uzyskania przychodu faktur za usługi eventowe świadczone przez podmioty nieposiadające wymaganej przepisami prawa licencji – dodaje **Arkadiusz Nowak**.

Wymowne milczenie

Właściciele agencji eventowych niechętnie poruszają ten temat. Kilka wiodących firm odmówiło nam rozmowy. Nieoficjalnie przyznają, że to sztuczny problem. Dodają także, że obciążenia związane z płaceniem dodatkowych składek oznaczają upadek wielu przedsiębiorstw. Jedynie największe z nich są w stanie je ponieść. Nie usprawiedliwia to jednak omijania prawa. Szczególnie jeżeli ma ono na celu zapewnienie maksymalnego bezpieczeństwa turystów. Jedną z nielicznych osób, które udzieliły nam odpowiedzi, była **Ewa Miąsko** – Problem faktycznie istnieje. Prawo można interpretować w ten sposób, że nawet konferencja połączona z noclegiem powinna być uznana za imprezę turystyczną – przyznaje właścicielka agencji eventowej Feniks Travel. Problem jest jednak znacznie bardziej skomplikowany. – W literaturze przedmiotu konferencja jest traktowana jako usługa turystyczna. Polski fiskus jednak nie uważa jej za taką – wyjaśnia wiceprezes Polskiej Izby Turystyki **Stanisław Piśko**. Brak spójnej interpretacji wynika z faktu, że ustawa o usługach turystycznych w ogóle nie wyróżnia turystyki biznesowej.

Jednak to klient korzystający z usług organizatora powinien dowiedzieć się o zabezpieczenia. – Ta sytuacja w dużej mierze jest skutkiem braku świadomości klientów, którzy nie żądają od wynajętych firm dokumentów gwarancyjnych. My okazujemy je za każdym razem. Dodatkowo zamieściliśmy je do wglądu dla każdego na naszej stronie internetowej – dodaje **Rafał Stefaniak**. Brak świadomości nie dotyczy tylko klientów. Także właściciele niektórych agencji eventowych czy marketingowych umieszczają w swojej ofercie wyjazdy motywacyjne, nie zdając sobie sprawy, że nie mają do tego prawa. – Być może

warto przeprowadzić kampanię społeczną, żeby uświadomić obie strony – proponuje **Ewa Miąsko**.

Źródło problemu

Sytuację na polskim rynku turystyki reguluje obowiązująca od dziesięciu lat ustawa o usługach turystycznych. To pierwszy akt prawa materialnego rangi ustawowej, który uregulował prowadzenie działalności gospodarczej w sferze turystyki. Krytycy zarzucają jej, że została uchwalona w zupełnie innych warunkach, w atmosferze medialnej nagonki na biura turystyczne, stąd pojawiły się w niej bardzo rygorystyczne przepisy. Ustawa była dodatkowo często zmieniana (łącznie trzynaście poprawek) i przez to utraciła swój spójny charakter. Dziś możemy powiedzieć, że część przepisów jest martwa, jak w przypadku obowiązku posiadania wymaganych zabezpieczeń finansowych, a także posiadanie ich, ale bez przedłożenia marszałkowi województwa dokumentów to potwierdzających. Stanowi to rażące naruszenie warunków wykonywania działalności przez przedsiębiorców turystycznych, które grozi decyzją o zakazie wykonywania tej działalności. Ustawodawcy zapomnieli, że podstawą działania prawa jest jego egzekwowanie, a nie kolejne regulacje. A to wymaga odpowiedniej kontroli. Zgodnie z ustawą spoczywa ona na barkach ministra właściwego do spraw turystyki oraz wojewodów. W rzeczywistości jednak nie ma jej prawie wcale.

Rozwiązanie problemu

Problem wymaga szybkiego rozwiązania, stawką jest bowiem bezpieczeństwo klientów korzystających z usług organizatorów. Poważny wypadek podczas imprezy turystycznej organizowanej przez firmę, która nie posiada wymaganych zabezpieczeń finansowych, może wywołać burzę. Ucierpią na tym zarówno ci, którzy prowadzą swoją działalność z poszanowaniem prawa, jak i ci, którzy korzystają z sytuacji i to prawo omijają.

W Departamencie Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki trwają właśnie prace nad nowelizacją ustawy o usługach turystycznych. W tej chwili odbywają się konsultacje społeczne, które wymagają obecności wszystkich stron. Tylko tak można przeformułować swoje postulaty. Udawanie, że sporu nie ma, organizatorom może tylko i wyłącznie zaszkodzić

Wojciech Śmiech

Wymagania prawne

Jakie wymagania spełnić powinien organizator wyjazdów incentive?

Każdy organizator wyjazdu incentive musi zawrzeć umowę gwarancji bankowej bądź ubezpieczeniowej albo umowę ubezpieczenia na rzecz klientów, a następnie przedstawić ją marszałkowi województwa. Stanowi ona zabezpieczenie pokrycia kosztów powrotu klienta do kraju oraz gwarancję zwrotu wpłat wniesionych przez klientów w razie niewykonania zobowiązań zawartych w umowie.