

KAZUS
WYSTARTUJ Z NAMI W KIERUNKU KARIERY
Rekrutacja na Staż Wakacyjny 2017

Spółka Nartex Sp. z o.o. (dalej: „**Nartex**”) jest dużym producentem i hurtowym dostawcą nart i innych produktów dla narciarzy. Ze względu na wysoką jakość jej produkty stały się bardzo popularne w ciągu ostatniej dekady, co dało jej ponad 30% udziału w polskim rynku. Jej konkurencja jest rozdrobniona, żaden z rywali nie realizuje więcej niż 5% zapotrzebowania polskich sklepów. Nartex nie działa natomiast na szerszą skalę poza Polską, przez co w rynku europejskim jej udział stanowi zaledwie 2%.

Niedawno w Polsce pojawił się nowy dostawca – spółka Ski Sp. z o.o. (dalej: „**Ski**”), należąca do brytyjskiej spółki Ski Ltd., która sprzedaje również sprzęt narciarski w innych krajach europejskich – Niemczech, Francji i Austrii. W każdym z tych krajów posiada spółkę-córkę, na której czele stoi Dyrektor Zarządzający. Ski wprowadziła towar do kilku sklepów na terenie Dolnego Śląska. Wraz z wejściem na polski rynek, rozpoczęła telewizyjną kampanię marketingową, w której zachwalała niską cenę swoich produktów.

Prezes Zarządu Nartex napisał do Dyrektora Zarządzającego Ski e-maila, w którym wyjaśnił, że sprzedaż nart w Polsce funkcjonuje według schematu zaprojektowanego przez Nartex. Oświadczył, że byłby zaszczycony, gdyby Ski zechciała dostosować swoją praktykę do tych warunków. Zaproponował, że odstąpi Ski wszystkich swoich odbiorców z Dolnego Śląska, pod warunkiem, że Ski ograniczy się do działania na terenie tego jednego województwa. Jednocześnie wskazał, że kilku innych dostawców hurtowych zgodziło się na podobne ograniczenie działalności i nie wychodzi na tym źle.

Na tę wiadomość Dyrektor Zarządzający odpisał, że nie jest zainteresowany ofertą. Wskazał, że brytyjska centrala, Ski Ltd., planuje prowadzić działalność na terenie całej Polski. W reakcji na tę odpowiedź, Prezes Zarządu Nartex oświadczył, że potrafi dyscyplinować takich niepokornych konkurentów i że Ski pożałuje odrzucenia tej propozycji.

Wkrótce ruszyła nowa kampania marketingowa Nartex, w której zachęcano do kupowania dobrych jakościowo produktów od przedsiębiorcy z polskim kapitałem. Jednocześnie Nartex ogłosiła obniżki - hurtowa cena najpopularniejszego modelu nart spadła o 70 %.

Jeden z właścicieli sklepów ze sprzętem narciarskim, który wcześniej zawarł ze Ski Ltd. stałą umowę dostawy, teraz złożył pisemne oświadczenie o wypowiedzeniu. Tłumaczył, że nie chce konfliktować się z Nartex. Wskazał, że Prezes Zarządu Nartex ostrzegwał go, że nie będzie współpracował z nikim, kto rozprowadza towary Ski. Właściciel sklepu uzasadniał, że nie może sobie pozwolić na to, że nie będzie miał w ofercie najpopularniejszych i najtańszych produktów na polskim rynku.

Wyniki sprzedaży Ski w ciągu kilku tygodni znacząco spadły. Z jej szacunków wynika, że posiada obecnie zaledwie 0,5% udziału w polskim rynku, podczas gdy Nartex posiada udział w wysokości 38,5%. Centrala Ski Ltd. w Londynie jest bardzo niezadowolona z tego faktu i rozważa zmianę Dyrektora Zarządzającego lub nawet całkowite wycofanie się z Polski.

Napisał do Ciebie Dyrektor Zarządzający Ski z pytaniem, jak może się bronić przed działaniami Nartex.
Zredaguj maila z odpowiedzią, zwięźle oceniając stan prawny i wskazując możliwe rozwiązania.

Wymagania redakcyjne:

1. W treści rozwiązania należy podać swoje imię i nazwisko ORAZ adres e-mail.
2. Rozwiązanie (tekst do 5 tysięcy znaków ze spacjami) powinno być wysłane w jednym z wybranych formatów: .pdf, .doc, .docx, na adres rekrutacja@affre.pl do 21 kwietnia 2017 r.