Biuro Podróży Neckermann Polska Sp. z o.o.
Centrala, ul. Dubois 9, 00-182 Warszawa, centrala: 536 98 98, infolinia: 804 200 111, z tel. kom 222 120 500
www.neckermann.pl bp@neckermann.pl

Warszawa, dn. 23.07.2013

Kancelaria Radcy Prawnego Grzegorz Klehr
Ul. Strzelecka 7b
80-803 Gdańsk
Sz.P. Grzegorz Klehr

Reprezentujący
Ogólnopolskie Stowarzyszenie Agentów Turystycznych

Szanowni Państwo,

w nawiązaniu do otrzymanego pisma w sprawie "Rozliczania prowizji z umów agencyjnych zawartych z agentami turystycznymi" pragnę poinformować:

ad.1. "Zawyżanie opłat lotniskowych i dopłat paliwowych (...)" - opłaty lotniskowe i dopłaty paliwowe są częścią kalkulacji ceny, i jako takie są powszechnie stosowane na rynku. Wysokość opłat stosowanych przez Neckermann Polska, nie odbiega od tych stosowanych przez innych touroperatorów. Są one przez nas od lat używane i mają umocowanie w umowach partnerskich. Umowy te w niemal nie zmienionej formie i treści funkcjonują u nas od początku działalności Neckermann Polska tzn. od 1996/1997 r.

ad.2. "Dwukrotne wliczanie opłat lotniskowych (...) w czasie tzw. weekendu majowego 2013 r. (...)" - opłaty te nie był przez nas duplikowane. Na okres weekendu majowego udostępniliśmy dodatkowe rejsy, nie będące częścią łańcucha połączeń, funkcjonującego na czas całego sezonu. Tym samym nasza oferta wzrosła o kilkaset miejsc (w stosunku do pierwotnie ogłoszonej na początku sezonu), w terminie bardzo poszukiwanym przez Klientów. Mówiąc inaczej, biura otrzymały dodatkową możliwość sprzedaży i zwiększenia swojego przychodu.

ad.3. "W świetle postanowień umów (...)" - Podobnie jak w punkcie 1 tzn. opłaty te są częścią kalkulacji ceny imprezy i z racji swojego charakteru – zobowiązań wobec podmiotów będących podwykonawcami naszych usług oraz regulacji wewnątrzkoncernowych, nie podlegają oprowizjonowaniu i tym samym pomniejszają podstawę do naliczenia prowizji.

Dodatkowo chciałbym nadmienić, że jako touroperator, od zawsze nastawieni byliśmy na szeroką współpracę z siecią agencyjną i franchisingową, opartą na zasadach partnerstwa i wzajemnego zaufania. Z wieloma podmiotami współpracujemy od ponad 15 lat, stale powiększamy sieć biur agencyjnych i franchisingowych. W naszych planach są kolejne otwarcia, zachęcamy istniejących Partnerów do otwierania nowych placówek, poszukujemy następnych Franczyzobiorców i Agentów.

W przypadku zmiany przepisów i uwarunkowań rynkowych, nasze umowy partnerskie zawsze staraliśmy się dopasowywać tak, by dana zmiana nie miała negatywnego wpływu na naszych agentów i franczyzobiorców np. zmiana zasad opodatkowania w 2004 roku, skutkowała zwiększeniem prowizji agencyjnej.