

# Trafić w punkt

Sześć największych sieci tanich agencji zawarło szereg i założyło własną organizację. Wszystko po to, by odróżnić się od nieuczciwych pośredników, którzy naciągają klientów

AGATA AŁYKOW

**W**izbie prym wodzi dolnośląska sieć Elixir, która posiada ponad 130 punktów obsługi klienta we wszystkich miastach regionu. Z jej usług każdego miesiąca korzysta 100 tysięcy osób opłacających czynsz, kablówkę, składki ubezpieczeniowe czy raty.

Firma stosuje zastrzone procedury bezpieczeństwa i weryfikuje osoby, które w jej imieniu przyjmują wpłaty. Przed podjęciem współpracy żąda bowiem zaświadczeń o niekaralności, weksli i poręczeń. Posiada też fundusz gwarancyjny i ubezpiecza swoją działalność. Sama apeluje jednak do klientów o ostrożność.

– Gdy jeden z punktów przeniesliśmy w lepsze miejsce, na starym zjawiał się jakiś mężczyzna, rozstawił zwykły stolik i zaczął pobierać opłaty. Po miesiącu zniknął z pie-

niędzi – opowiadał nam Włodzimierz Karkoszka, wiceprezes Elixira.

Według niego, rzetelna firma nie może proponować bardzo niskich prowizji, bo nie zarobi na swoje utrzymanie. Tak właśnie działały sieci MM i Multikasa, które niedawno splajtowały, zostawiając na lodzie oszukanych klientów.

Izba Gospodarcza Przedsiębiorstw Finansowych to właśnie sposób na oszustów. Zapisało się do niej sześć dużych sieci, obsługujących połowę klientów wszystkich agencji tego typu. Działają one co najmniej od roku i posiadają łącznie kilkaset punktów obsługi. Dzięki temu skutecznie konkurują z Poczta Polska i PKO BP.

Izba zamierza również walczyć o to, by firmy dostarczające oprogramowanie do przyjmowania opłat brały odpowiedzialność za agentów, z którymi współpracują. ●



Punkt przyjmowania opłat we wrocławskim Kauflandzie jest jednym ze 130 należących do sieci Elixir.

## OCEAN RACHUNKÓW

Rynek opłat wart jest ok. 600 milionów złotych. Na taką kwotę opiekują bowiem transakcje dokonywane w prywatnych punktach opłat. Co miesiąc rachunki reguluje pięć milionów Polaków, a z usług różnych agencji korzysta co dziesiąty klient. Prognozy mówią, że za dwa lata uczyni to już co czwarty.