

Rok 2009 dobiega końca. Jaki był dla sieci detalicznych?



Jacek Roszyk
Prezes Zarządu
Żabka Polska S.A.

Rok 2009 był dla naszej firmy czasem intensywnego rozwoju. Przede wszystkim konsekwentnie realizowaliśmy długofalową strategię ekspansji sieci Żabka, która powiększyła się o 200 nowych sklepów. Drugim wyzwaniem, które przed sobą postawiliśmy było zainicjowanie funkcjonowania nowej sieci convenience w konwencji sieci Freshmarket.

To nasz nowy projekt, którego nie da się porównać do sklepów żadnej z sieci handlowych funkcjonujących na polskim rynku. Freshmarkety to placówki otwarte 7 dni w tygodniu oferujące markowe produkty FMCG oraz usługi, których asortyment został poszerzony o dania gotowe oraz ciepłe przekąski i napoje. Do końca roku powstanie 15 Freshmarketów, a w przyszłym roku 50. W 2010 roku planujemy również przyspieszyć rozwój sieci Żabka, która powiększy się o kolejnych 250 nowych sklepów. Nadchodzący rok będzie pełen wyzwań, ale liczę, że nasz doświadczony zespół sprosta tym ambitnym planom.



Luis Amaral
Prezesa Zarządu
Eurocash S.A.

2009 rok był jednym z najlepszych w 10 letniej historii rozwoju Sieci Sklepów abc. Bieżący rok zakończymy liczbą ponad 3 400 sklepów, co oznacza, że do naszej sieci dołączyło ponad 520 sklepów. To wyraźnie wskazuje na to, iż sklepy spożywcze doceniają war-

tość naszej sieci i wybierają partnerstwo z hurtownią nie posiadającą własnych sklepów - nie konkurującą ze swoimi klientami. Nasze 100 % oddanie biznesowi hurtowemu jest ważnym czynnikiem budującym wzajemne zaufanie i wyraźnie pokazującym sklepom abc, iż mamy wspólne cele. Na pewno fakt, iż w naszych hurtowniach nie realizujemy sprzedaży detalicznej jest także ważnym powodem przyłączania się sklepów do Sieci Sklepów abc.



Dariusz Bożek
Prezes Zarządu
Detal Koncept Sp. z o.o.

Rok 2009 to bardzo pracowity czas w Detal Koncept. Aktualnie w sieciach Groszek i Milea jest zrzeszonych ponad 1200 placówek handlowych. W chwili obecnej koncept Milea liczy 92 sklepy, a do końca roku planujemy kolejne otwarcia nowych delikatesów m.in. w Siedliszczach i Józefowie (województwo lubelskie). W 2010 roku planujemy dalszy, dynamiczny rozwój konceptu Milea. Dążymy do tego, by Milea była największą

w Polsce franczyzową siecią delikatesów blisko domu, identyfikowanych przez konsumentów jako miły i przyjazny sklep, a przez partnerów handlowych jako dobry, zyskowny i stabilny biznes.

W 2008 roku Groszek był najbardziej dynamicznie rozwijającym się konceptem franczyzowym w Polsce, a szeregi sieci zasiliło 322 nowych placówek handlowych. Obecnie Groszek to ponad 1090 placówek handlowych, z czego ponad 300 przystąpiło do sieci od początku 2009 roku. W przyszłym roku zakładamy pozyskanie kolejnych lokalizacji dla sklepów Groszek i umocnienie pozycji sieci we wszystkich województwach.



Krzysztof Waligórski
Prezes Dyrekcji Handlowej
Intermarché

W mijającym roku sztyd Intermarché w Polsce wykonał ogromną pracę w kierunku dopasowania strategii handlowej do potrzeb klienta. Działania oparliśmy na trzech ważnych płaszczyznach, które miały wyróżnić nasze sklepy od sklepów konkurencji. Tania, Świeżo i Wygodnie to hasła wokół, których zbudowaliśmy naszą taktykę handlową. Wiele starań zostało podjętych w ramach zrewidowania dotychczasowej polityki cenowej i pozycjonowania produktów. Bardzo mocno postawiliśmy na produkty marki własnej, których wartość sprzedaży dynamicznie rośnie, wychodząc poza nasze oczekiwania. Wzbogaciliśmy gamę produktów świeżych. Współ-

nie z naszymi kolegami z Francji opracowaliśmy nowy koncept sklepu. Zadbaliśmy również o to, aby o naszych rozwiązaniach powiedzieć klientom. Po kilku latach przerwy zdecydowaliśmy się na zamieszczenie reklamy telewizyjnej Intermarché w największych stacjach telewizyjnych w Polsce. Zmieniliśmy także całą komunikację w sklepie. Wszystkie nasze zmagania już dziś przynoszą pozytywny skutek. Na rynku, na którym większość supermarketów notuje w tym roku spadki, Intermarché zanotowało dwucyfrowy wzrost obrotów. Docenili nas również klienci. Sieć Intermarché zdobyła Laur Klienta, w kategorii Odkrycie Roku 2009, wśród wszystkich sieci wielkiej dystrybucji w Polsce. Jest to bardzo prestiżowa nagroda i ma ona dla nas duże znaczenie, ponieważ przyznawana jest przez klientów.