Komunikat prasowy

11 lipca 2022 r.

**Wspieranie lokalnych przedsiębiorców ważniejsze niż kiedykolwiek. Najnowszy Ranking Równi w Biznesie wyraźnie to pokazuje**

**W dobie rosnących cen i spowalniającej gospodarki wspieranie polskich firm i lokalnych przedsiębiorców jest szczególnie ważne. Tylko w handlu detalicznym stanowią oni blisko połowę rynku[[1]](#footnote-1). Tymczasem wciąż otrzymują gorsze warunki współpracy niż duże sieci dyskontów i supermarketów. Jest to widoczne w wynikach Rankingu Równi w Biznesie, przygotowywanego cyklicznie przez Eurocash. Grupa monitoruje warunki współpracy oferowane przez producentów. Aktywnie wspiera również niezależny handel w budowaniu konkurencyjnej oferty produktowej, aby odwrócić trend dyskryminujący sklepy lokalne. Przykładem są dedykowane produkty dla kanału niezależnego, jakie we współpracy z Grupą wprowadziła firma Carlsberg.**

Handel lokalny w Polsce ma wyjątkowe znaczenie – nie tylko ze względu na ogromny udział w rynku detalicznym (co czyni nasz kraj fenomenem w skali Europy), ale także z uwagi na fakt, że dociera on do mieszkańców nawet najmniejszych miejscowości. Jego ważność będzie rosła, szczególnie że popularność miast w Polsce spada na rzecz mniej zaludnionych obszarów. Na przestrzeni lat 2011-2021 liczba mieszkańców miast spadła o 3 proc., a liczba ludności na wsi zwiększyła się o 1 proc[[2]](#footnote-2).

– *Polska to bez wątpienia kraj przedsiębiorczy. Aż 99,8 proc. firm w naszym kraju należy do sektora MŚP, generując praktycznie połowę naszego PKB[[3]](#footnote-3). Co ważne, znakomita część przedsiębiorców działa lokalnie, zasilając swoją pracą i podatkami regiony, w których działają. Wspieranie ich jest niezwykle ważne, a już szczególnie w czasach, gdy musimy bardzo mocno skupić się na pobudzaniu polskiej gospodarki. To właśnie działanie na rzecz budowania konkurencyjności lokalnych przedsiębiorców leży u podstaw misji Grupy Eurocash. Aktywnie udzielamy się w tym obszarze, m.in. właśnie poprzez Ranking Równi w Biznesie. W naszym cokwartalnym zestawieniu sprawdzamy, jakie warunki współpracy producenci oferują kanałowi niezależnemu, a jakie centralnie zarządzanym sieciom dyskontów i supermarketów. Ranking jest dla nas także cennym narzędziem w rozmowach w dostawcami –* podkreśla **Małgorzata Obrębska, Dyrektor Działu Zakupów Centralnych i Marki Własnej w Grupie Eurocash.**

**Warunki bez zmian, gdy na rynku rewolucje**

Ranking Równi w Biznesie sprawdza, jak wygląda strategia cenowa oraz dystrybucyjna największych producentów FMCG w Polsce. Jak pokazuje najnowsza edycja zestawienia, bazująca na danych za I kw. 2022 r., rynek niezależny dalej zmaga się z dyskryminującymi warunkami współpracy w porównaniu do dyskontów i centralnie zarządzanych sieci handlowych.

W dużym formacie uprzywilejowana jest przede wszystkim kategoria słodyczy. Wśród produktów znacznie tańszych w dyskontach i supermarketach przeważają praliny, czekolady i słodkie, paczkowane wypieki – chodzi tu o producentów takich jak: Storck, Lindt & Sprüngli czy Mondelēz International. Lepsze warunki cenowe dyskontom i supermarketom oferuje także producent konserw i makaronów DeCare.

Kanał wielkoformatowy faworyzują także firmy, które oferują centralnie zarządzanym sieciom handlowym produkty dedykowane, a więc takie, których konsument nie dostanie nigdzie indziej. Do tego grona niezmiennie należy producent makaronów Barilla, producent musztard McCormick, producent herbat USP Zdrowie i producent środków do prania Unilever.

– *Oferowanie sprawiedliwych warunków segmentowi niezależnemu to dużo bardziej racjonalne i długofalowe działanie, do którego chcemy przekonać dostawców. W ten sposób nie tylko zapewnią sobie lepsze dotarcie ze swoimi wyrobami do konsumentów w całym kraju, ale także wesprą rozwój lokalnych sklepów, a więc zyskają jeszcze mocniejszy kanał dystrybucji. To z resztą kanał, który konkuruje z dużymi graczami na rynku m.in. bliskością klienta i rozpiętością asortymentu, dlatego inwestowanie w niego w naszej opinii jest korzystne dla producentów*– komentuje Małgorzata Obrębska.

**Produkty dedykowane - także na rynku niezależnym**

Jednym z kryteriów oceny w ramach Rankingu Równi w Biznesie jest oferta produktów dedykowanych dla danego kanału sprzedaży. Od lat obserwujemy trend, który pokazuje, że takie produkty powstają głównie dla dużych sieci dyskontów. Warto jednak zwrócić uwagę na dostawców, którzy zaczynają dostrzegać potencjał sklepów lokalnych w tym obszarze. Przykładem może być współpraca firmy Carlsberg z Grupą Eurocash. Do sprzedaży w sklepach pod szyldami: Delikatesów Centrum, Groszka, Lewiatana, Euro Sklepu, ABC i Gamy trafiły dedykowane piwa marki Okocim: smakowe w wariantach Mocna Wiśnia oraz Grejpfrut z Limonką (w butelce), a także piwo jasne 0% dostępne w butelce i puszce. Produkty są także dostępne na platformie [eurocash.pl](https://eurocash.pl/), na której zaopatrywać mogą się właściciele sklepów współpracujących z Grupą.

– *Współpraca z firmą Carlsberg to dla nas dowód na to, że produkty dedykowane, dotychczas dostępne głównie dla dyskontów i wielkich sieci hipermarketowych, niosą ogromny potencjał także w kanale niezależnym. Mamy nadzieję, że inni dostawcy podążą tym wzorem, do czego mocno ich zachęcamy* – podsumowuje Małgorzata Obrębska.

1. Udział kanału małoformatowego w całym polskim rynku FMCG wynosi 45,4%. Źródło: Opracowanie własne Eurocash na podstawie danych NielsenIQ: Panel Handlu Detalicznego, udział kanału Small Format w sprzedaży wartościowej Total Poland kategorii spożywczych, chemicznych i papierośniczych, MAT May 2022. [↑](#footnote-ref-1)
2. Dane GUS, za: <https://polskieradio24.pl/42/273/artykul/2982593,uciekamy-z-miasta-na-wies-spis-powszechny-potwierdzil-obserwowane-od-lat-zjawisko> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/PARP-26_Raport-2021-07-22_WCAG_210726.pdf> [↑](#footnote-ref-3)