Warszawa, 30 sierpnia 2022 r.

**Nowa strategia Grupy Eurocash na lata 2023-2025**

**Grupa Eurocash ogłosiła historycznie najlepsze wyniki i szykuje milionowe inwestycje. Co w nowej strategii?**

**Wraz z rekordowymi wynikami, Grupa Eurocash ogłosiła właśnie strategię biznesową na lata 2023-2025. Stawia na konsekwentne wsparcie franczyzobiorców, konsolidację jednostek hurtowych oraz rozwój platformy technologicznej dla sklepów lokalnych w Polsce. Największy hurtownik w kraju ma w planach m.in. budowę hurtowni omnichannel. Grupa będzie też dalej rozwijać franczyzy i sieci partnerskie, które zamierza kompleksowo wspierać i pozyskiwać nawet około 500 nowych sklepów rocznie. Dużą rolę w nowej strategii odgrywają również Frisco i plany umocnienia się na polskim rynku e-grocery.**

**Duże inwestycje we franczyzę. Nawet 500 nowych sklepów rocznie**

Ważnym obszarem w nowej strategii są sieci franczyzowe i partnerskie. Eurocash, z blisko 16 tys. sklepów i ponad 14 proc. udziałem w rynku FMCG, jest ich największym operatorem w kraju. Jak podkreśla, ten model biznesowy świetnie się sprawdza nie tylko w Polsce, ale też w innych państwach europejskich. To m.in. dlatego w najbliższych latach Grupa zamierza zainwestować w rozwój i pozycjonowanie franczyz i systemów partnerskich ok. 500 mln zł. Także Delikatesy Centrum będą rozwijać się w oparciu o model franczyzowy, w tym z partnerami (joint-venture).

Celem Eurocash jest m.in. znaczne zwiększenie sprzedaży w sklepach lokalnych i redukcja różnicy pomiędzy cenami w handlu niezależnym oraz w dyskontach i supermarketach. Grupa zakłada też, że uda jej się pozyskać do franczyzy i sieci partnerskich nawet 500 sklepów rocznie.

– *To bardzo ważny moment dla całej Grupy – właśnie ogłosiliśmy historycznie wysoki poziom zysku EBITDA. W pierwszym półroczu tego roku wyniósł on 407 mln zł, czyli ponad dwukrotnie więcej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Wypracowaliśmy nową strategię, w której koncentrujemy się na naszych klientach, rozwoju technologii i poprawie ich konkurencyjności. Jestem przekonany, że dzięki naszym działaniom Eurocash w 2025 roku będzie jeszcze silniejszy i bardziej efektywny. A to pozwoli nam jeszcze lepiej wspierać lokalne sklepy i przedsiębiorców, którzy je prowadzą*  – mówi **Paweł Surówka, prezes zarządu Grupy Eurocash**.

W ramach pozycjonowania swoich sieci Eurocash planuje jeszcze jeden duży ruch. Chce stworzyć jeden zintegrowany program lojalnościowy dla wszystkich współpracujących marek. Grupa szacuje, że uda jej się zgromadzić w nim nawet 10 mln konsumentów.

**Największa hurtownia omnichannel w Polsce. Ale najpierw konsolidacja**

Eurocash zapowiedział też duże zmiany w hurcie. Hurtowe biznesy Eurocash – Dystrybucja, Cash&Carry, Serwis – do tej pory funkcjonowały na rynku jako zupełnie odrębne jednostki. Teraz mają połączyć siły. To właśnie na ich bazie Eurocash chce stworzyć największą na polskim rynku platformę handlową B2B, która będzie oferować klientom Grupy, czyli przedsiębiorcom prowadzącym lokalne sklepy, wielokanałowe doświadczenie zakupowe. Zgodnie ze strategią, Eurocash zbuduje je na bazie już istniejącej, e-commerce’owej platformy eurocash.pl, która – to też nowość – wchłonie eurocash.pl Market. Jak podkreśla Grupa, to bezpośrednia odpowiedź na rynkowe megatrendy: omnichannel, a także szerszy a-commerce, które zmieniają oczekiwania klientów; również tych B2B.

Eurocash, który już teraz jest największym polskim hurtownikiem FMCG, spodziewa się po zmianach synergii na poziomie setek milionów złotych. Grupa liczy też na znaczny wzrost liczby zamówień w kanałach niestacjonarnych.

Warto podkreślić, że hurtownia omnichannel to nie jedyne skierowane do przedsiębiorców digitalowe rozwiązanie, na które postawił Eurocash w nowej strategii. Gigant chce też mocno rozwijać swój flagowy system POS, czyli Innowacyjną Platformę Handlu. Dziś korzysta z niej ok. 3,5 tys. sklepów, ale Eurocash zapowiedział w strategii, że do końca 2025 r. ta liczba wzrośnie nawet do 12 tys.

**Plany na rozwój e-grocery także w detalu. Na pierwszym planie Frisco**

Eurocash planuje też rozwijać się w detalicznym e-grocery. W związku z tym chce jeszcze mocniej postawić na rozwój Frisco – marki, która już dziś ma na tym rynku pozycję lidera. Obecnie działająca w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu, Krakowie, Bydgoszczy, Trójmieście i na Śląsku ma w najbliższych latach wejść do nowych miast, a do końca 2025 r. wygenerować aż 1 mld zł przychodów.

– *Przed nami sporo wyzwań i jeszcze więcej pracy. Cieszy mnie, że przystępujemy do niej z poczuciem, że kierunek, w którym podąża Eurocash, obraliśmy wspólnie. Chciałbym z całą mocą podkreślić, że nasza nowa strategia to efekt wielomiesięcznej, intensywnej pracy wielu zespołów. Swój wkład w dokument, który właśnie ogłosiliśmy, miało ponad 100 osób – pracowników, klientów, a nawet dostawców. Dzięki tak szerokiej, pełnej zaangażowania współpracy udało nam się uwzględnić w strategii cały wachlarz różnych potrzeb i perspektyw* – mówi **prezes Paweł Surówka.**

Grupa Eurocash ogłosiła swoją nową strategię na lata 2023-2025 w sierpniu 2022 r. Strategia opiera się na trzech filarach: Hurtownia omnichannel, Platforma technologiczna i Organizator sieci franczyzowych i partnerskich. Więcej informacji na temat nowej strategii można znaleźć w prezentacji dostępnej na stronie internetowej: www.grupaeurocash.pl.

\*\*\*

**Grupa Eurocash to największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją żywności i innych produktów szybkozbywalnych** (FMCG). Współpracuje z ok. 90 tys. klientów, z których aż 70 tys. stanowią niezależni przedsiębiorcy prowadzący lokalne sklepy detaliczne w całej Polsce, których Eurocash wspiera w obszarze dystrybucji, marketingu, nowych technologii i edukacji.

Grupa Eurocash to również organizator znanych sieci franczyzowych, agencyjnych i partnerskich takich jak: ABC, Delikatesy Centrum, Groszek, Lewiatan, Euro Sklep oraz Duży Ben. W ramach Eurocash działa również Frisco.pl – największy w Polsce internetowy market spożywczy.