

Komunikat prasowy

18 maja 2021 r.

Sieć sklepów Groszek ma już 2 000 sklepów!

Sieć Groszek, organizowana przez Grupę Eurocash, otworzyła swój dwutysięczny sklep w Sufczynie, w województwie małopolskim. Placówka jest zaaranżowana według najnowszych standardów sieci, posiada także nową identyfikację wizualną. Ponadto została wyposażona w Innowacyjną Platformę Handlu, czyli zintegrowany system do zarządzania sklepem od Grupy Eurocash. Łącznie w ramach sieci Groszek z IPH korzysta już prawie 500 sklepów.

*– Nasza ekspansja pokazuje, że model biznesowy Groszka się sprawdza – mówi **Magdalena Pajor, Dyrektor ds. Sieci Franczyzowych w Grupie Eurocash.** Choć jesteśmy obecni na rynku handlu detalicznego już od 20 lat, to cały czas staramy się zmieniać i dostosowywać do aktualnych trendów konsumenckich. Naszym celem – razem z Grupą Eurocash – jest budowanie silnej i nowoczesnej sieci, która zapewni franczyzobiorcom możliwość konkurowania z dyskontami i umocni tym samym handel niezależny w Polsce – dodaje **Pajor.***

W dwutysięcznym sklepie Groszka w Sufczynie klienci znajdą asortyment ze wszystkich kategorii, w tym szeroki wybór produktów z lady mięsno-wędliniarskiej, a także mięsa pieczone na miejscu. W sklepie wypiekane jest również świeże pieczywo. Warto dodać, że placówka dysponuje też dużym parkingiem.

Dwutysięczny Groszek, posiada nową aranżację wnętrza i identyfikację wizualną – podobnie jak 256 innych placówek w sieci. Proces rebrandingu trwa od października 2020 roku. W jego ramach sklepy franczyzobiorców zyskują, poza nowym logotypem, także nowe oklejenie witryn, kasetony i zmienioną aranżację wnętrza. Placówki wyposażane są w regały z drewna buczynowego, specjalne oznaczenia regałów i stref promocji, a także dodatkowe oświetlenie specjalistycznych stoisk mięsnych, warzywnych i piekarniczych.

Sklep w Sufczynie otrzymał także dostęp do Innowacyjnej Platformy Handlu. To zintegrowany system (oparty na POS) do zarządzania sklepem. Pozwala m.in. na łatwą obsługę transakcji sprzedaży, samodzielne implementowanie promocji i dostosowywanie ich do potrzeb lokalnych konsumentów, a także zarządzanie asortymentem i dokumentacją oraz analizę danych.

Franczyzobiorcy Groszka współpracują z siecią w modelu tzw. miękkiej franczyzy, co oznacza, że mają duży wpływ na kształt prowadzonego biznesu. Mogą korzystać m.in. ze wsparcia marketingowego sieci, pakietu szkoleń, wsparcia IT i operacyjnego oraz systemu dostaw produktów świeżych przez sześć dni w tygodniu. Sieć prowadzi również szereg działań skierowanych bezpośrednio do konsumentów, klientów swoich franczyzobiorców, by wspierać ich sprzedaż i rozpoznawalność marki Groszek. To m.in. akcje konsumenckie, loterie i konkursy.

Grupa Eurocash to największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją produktów żywnościowych oraz wsparciem marketingowym dla niezależnych polskich przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną. Wspierane przez Eurocash sieci franczyzowe i partnerskie zrzeszają około 16 tysięcy niezależnych



sklepów działających pod takimi markami jak abc, Groszek, Delikatesy Centrum, Lewiatan, Euro Sklep, Gama, Duży Ben oraz Kontigo. W celu osiągnięcia skali odpowiedniej dla zapewnienia konkurencyjności swoich klientów, Grupa Eurocash rozwija również sieć własnych sklepów detalicznych.

Kontakt dla mediów:

Joanna Brewińska
NBS Communications
tel. (+48) 502 255 415
jbrewinska@nbs.com.pl

Jan Domański
Grupa Eurocash
Biuro.prasowe@eurocash.pl