

Projekt Fresh Grupy Eurocash jest już rentowny. Teraz firma rozwinie go na całą Polskę

data aktualizacji: 2018.12.10



Grupa Eurocash uruchomiła projekt „Fresh” pod koniec 2016 r. Koncept zakładał zaopatrzenie sklepów współpracujących z grupą w produkty ultra świeże, w tym mięso. Jeszcze w 2017 r. firma zakładała, że projekt osiągnie rentowność za dwa lata, czyli w 2019 r. Okazało się, że udało się tego dokonać znacznie wcześniej, czyli w III kw. br. Teraz projekt będzie pracował na wyniki i wzrost konkurencyjności obsługiwanych w ramach projektu „Fresh” sklepów, m.in. sieci Delikatesy Centrum.

- Od początku projekt dostaw produktów świeżych był dla Grupy Eurocash niezwykle ważny. Wspieramy właścicieli sklepów detalicznych, dla których kategoria produktów świeżych może stanowić silną przewagę konkurencyjną. Wyzwaniem w przypadku sklepów małaformatowych była organizacja łańcucha dostaw, który pozwoli na zapewnienie konsumentom produktów świeżych przez 6 dni w tygodniu. Zorganizowaliśmy cały ten proces odpowiednio i, co jest dla nas powodem do zadowolenia, projekt dostaw produktów świeżych osiągnął próg rentowności w III kw. 2018 r. - komentuje Jacek Owczarek, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.

I dodaje: - Dzięki temu projektowi konsumenci, wiedząc że tuż pod domem mają możliwość zakupu dobrej jakości warzyw, owoców, mięsa i wędlin w konkurencyjnych cenach - częściej będą wybierać się na zakupy do swojego pobliskiego sklepu.

Jacek Owczarek podkreśla, że stało się to szybciej niż oczekiwaliśmy. Sprzedaż w ramach tego projektu narastająco za trzy kwartały 2018 r. wyniosła 452,5 mln, co oznacza wzrost o 29 proc. rok do roku. - Zakładamy, że projekt ten będzie miał pozytywny wpływ na wynik EBITDA w 4. i kolejnych kwartałach - dodaje .

Pierwotnie projekt miał osiągnąć rentowność w roku 2019. Firmie udało się to osiągnąć znacznie szybciej. - W tym przypadku znaczenie miała skala. Projekt wymagał odpowiednich nakładów inwestycyjnych. Osiągnięcie prognozy rentowności to dowód na skuteczność podejmowanych przez Grupę decyzji. Choć inwestycja ta miała wpływ na wynik finansowy grupy w poprzednich kwartałach, my zgodnie powtarzaliśmy, że z punktu widzenia grupy to nie koszt, tylko inwestycja. Teraz znalazło to swoje potwierdzenie w faktach - tłumaczy dyrektor finansowy Grupy Eurocash.

Obecnie blisko 75 proc. sklepów Delikatesy Centrum korzysta z projektu "Fresh". Są to sklepy działające głównie w południowej i wschodniej części Polski. - W przyszłym roku zamierzamy udostępnić projekt sklepom zrzeszonym w pozostałych sieciach franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash. Udostępnienie projektu tym sklepom powinno też w dalszej kolejności ułatwić wprowadzenie projektu w nowych regionach. A docelowo zamierzamy udostępnić projekt wszystkim sklepom zrzeszonym w sieciach franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash. Każdy przedsiębiorca prowadzący sklep pod szyldem Delikatesy Centrum, Lewiatan, Groszek, Euro Sklep, Gama czy abc będzie miał dostęp do tego projektu - dodaje Jacek Owczarek.

Grupa Eurocash chce rozwinąć projekt "Fresh" na skalę ogólnopolską - Pomoże nam w tym rozwój sklepów własnych. Dzięki przejęciu sieci EKO czy też Mila projekt będzie szybciej dostępny w zachodniej czy centralnej części kraju. Jego rozwój w nowych regionach bez sieci sklepów własnych byłby utrudniony. Wiemy, że niezależne sklepy w Polsce potrzebują dystrybucji tych produktów w ustandaryzowany sposób - podsumowuje członek zarządu Grupy Eurocash.

Grupa Eurocash jest największym dystrybutorem hurtowym produktów FMCG w Polsce. Operator zarządza także siecią prawie 15 000 sklepów własnych i franczyzowych.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/projekt-fresh-grupy-eurocash-jest-juz-rentowny-ter,51213>