

MarketVita - nowa sieć handlowa oparta o sklepy dawniej wchodzące w skład sieci Spar

data aktualizacji: 2020.05.19



MarketVita to jeden z najnowszych szyldów sklepowych, jakie pojawiły się na polskim rynku handlu spożywczego. Pod tym logo działa dziś 11 sklepów, które funkcjonowały pod logo Spar w czasach, gdy operatorem tej drugiej sieci był Bać-Pol - wynika z informacji przekazywanych przez firmę.

Placówki MarketVita ulokowane są w Rzeszowie (2 sklepy), Krakowie (3 sklepy), Babicy, Błażowej, Bratkowicach, Nowym Kamieniu, Limanowej oraz Kasince Małej. Jeszcze pod koniec 2019 r. spółka MarketVita posiadała tylko 5 sklepów (o powierzchni od 180 mkw. do 471 mkw.), a wszystkie z nich wchodziły wtedy w skład sieci Spar. Wkrótce po rozwiązaniu konfliktu między Spar Group z RPA a Bać-Polem (i jego spółką zależną Spar Polska) o to, kto ma prawo do rozwoju szyldu Spar w Polsce (korzystnym dla pierwszego z wymienionych podmiotów), sklepy MarketVity zmieniły szyldy, nie przechodząc tym samym pod skrzydła Spar Group.

Siecią MarketVita zarządza dziś spółka o identycznej nazwie, z siedzibą w Rzeszowie. Jak dowiadujemy się z lektury sprawozdania z działalności zarządu MarketVity, w 2019 r. głównym udziałowcem spółki był Piotr Wilk. Z kolei od 19 marca 2020 r. 100 proc. udziałów posiada Iwona Zagól, znana m.in. z roli członka rady nadzorczej Marspol Grupy, prokurenta w Reszce, czy głównego udziałowca w Orzełku. Prezesem zarządu MarketVity od 2 stycznia 2019 r. jest Renata Michno.

Ze sprawozdania MarketVity dowiadujemy się, że spółka w 2019 r. odnotowała przychody netto ze sprzedaży rzędu ok. 18,9 mln zł i wygenerowała 101,9 tys. zysku ze sprzedaży oraz 103,43 zł zysku netto. Na koniec grudnia spółka zatrudniała 61 osób. W sprawozdaniu zapisano też, że obsługa księgową spółki "jest prowadzona i nadzorowana" przez znajdującą się w restrukturyzacji spółkę Bać-Pol.

- Spółka Marketvita rozpoczęła swoją działalność w styczniu 2019 roku - czytamy w sprawozdaniu. - Początkowe działania zarządu oraz pracowników były skoncentrowane na pozyskaniu dostawców oraz zapewnieniu odpowiedniej oferty towarowej dla klientów. Już w pierwszych tygodniach działalności spółka uzyskała koncesje na sprzedaż napojów alkoholowych, które stanowią ważną grupę asortymentową w sprzedaży sklepów spożywczych - wskazano.

Jak podkreśla zarząd MarketVity, "w pierwszych miesiącach działalności w spółce wdrożono motywacyjny system wynagradzania pracowników. Oprócz wynagrodzenia zasadniczego i obligatoryjnych dodatków, wynikających z Kodeksu Pracy, zostały wprowadzone 2 rodzaje premii uznaniowych: za bezabsencyjność oraz za realizację planów obrotowych. Kierownicy sklepów dodatkowo wynagradzani byli za uzyskanie dobrych wskaźników strat z działalności operacyjnej".

- Oprócz czerpania korzyści wynikających z działań marketingowych franczyzodawcy Spar Polska, spółka organizowała wewnętrzne ulotki promocyjne, które w znaczący sposób przyczyniły się do systematycznego wzrostu liczby klientów wraz z każdym miesiącem działalności. Priorytetem prowadzonych działań w 2019 była poprawa rentowności sklepów poprzez uzyskanie odpowiedniego poziomu obrotów oraz podniesienie wskaźnika marży podstawowej - zaznacza zarząd MarketVity.

W sprawozdaniu zapisano, że działania zaplanowane na 2020 r. będą zmierzać do "poprawy kondycji finansowej spółki, rozwoju sieci sklepów, poprawy warunków handlowych u dostawców, a także remontów i modernizacji istniejących sklepów oraz szkolenia pracowników".

- Już w pierwszym kwartale 2020 r. zaplanowane zostało otwarcie nowego sklepu w lokalizacji Bratkowice koło Rzeszowa. Zaplanowano także remonty kilku sklepów (wymiana mebli chłodniczych wraz z instalacją, wymiana stoiska piekarniczego, czy wymiana oświetlenia) oraz szkolenia dla pracowników (złożono wnioski o przyznanie środków z Krajowego Funduszu Szkoleniowego na dofinansowanie kosztów kształcenia ustawicznego pracowników i pracodawców). W spółce planowane jest także "wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań technologicznych poprzez rozpoczęcie współpracy z MPlatform, wspierającą siłę konkurencyjną małych i średnich punktów handlowych w działaniach marketingowych".

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/marketvita-nowa-siec-handlowa-oparta-o-sklepy-dawn,63921>