

NAVO - Polska Grupa Dystrybucyjna – jedna z największych polskich grup handlowych, prowadząca sprzedaż detaliczną i hurtową artykułów FMCG – znacząco rozszerzyła współpracę z Procter & Gamble w kategorii produktów Elektro marek Duracell, Braun i Oral B. Na podstawie zawartego porozumienia obsługa wszystkich dotychczasowych klientów P&G w obszarze powyższych produktów zostanie przejęta przez NAVO PGD.

Nowy zakres współpracy powinien przynieść spółce dodatkowe przychody szacowane na ponad sto milionów złotych rocznie.

NAVO współpracuje z Procter & Gamble od 1991 roku i jest obecnie strategicznym partnerem spółki na polskim rynku handlu tradycyjnego. Współpraca między firmami obejmuje pełną obsługę sprzedażową i logistyczną oferowanych przez NAVO grup produktowych.

„Decyzja P&G to dla nas przede wszystkim dowód uznania wieloletniej współpracy z tym partnerem. Jesteśmy bardzo zadowoleni, że spośród wszystkich polskich firm została wybrana właśnie nasza. Dla NAVO to także szansa na zbudowanie relacji i kompetencji na rynku nowoczesnym i specjalistycznym rynku RTV AGD. Zapewniam, że nie jest to nasze ostatnie słowo w kwestii rozbudowy naszej oferty produktowej. Prowadzimy zaawansowane rozmowy z kilkoma znaczącymi partnerami, z którymi współpraca umożliwi nam wejście w kolejne segmenty rynku” – powiedział Roman Gajczewski, wiceprezes NAVO PGD.

Podstawową zasadą działalności NAVO PGD jest ścisła współpraca z partnerami oparta na długoterminowych porozumieniach handlowych polegających nie tylko na sprzedaży ich produktów, ale obejmujących także logistykę i wsparcie trade marketingowe oraz marketingowe klienta. Unikalny model dystrybucyjny – bazujący na sprzedaży artykułów wzajemnie uzupełniających się w poszczególnych kategoriach produktowych, a nie konkurujących ze sobą – w połączeniu z uzyskanymi synergiami kosztowymi – czyni ofertę NAVO bardzo interesującą dla potencjalnych partnerów. Obecnie spółka współpracuje z firmami takimi jak: P&G, SC Johnson, 3M i Newell Rubbermaid.

„Na rynku produktów elektro, może jeszcze bardziej niż innych segmentach rynku, ważna jest bliskość kontaktu pomiędzy dystrybutorem produktu a placówkami handlowymi. Firma wyspecjalizowana w dystrybucji – jaką jest Navo – siłą rzeczy jest bardziej predestynowana do zdobywania takich kontaktów niż producent i marketer jakim jest P&G. Stąd decyzja, by dystrybucja tych produktów trafiła w ręce specjalistów” – powiedział Edward Mojescik, wicedyrektor sprzedaży P&G w Polsce.

NAVO PGD jest jedną z największych organizacji sprzedażowych w kraju. W skład oferty handlowej spółki wchodzi produkty chemiczne, kosmetyczne, farmaceutyczne, gospodarstwa domowego oraz – nowo wprowadzone – artykuły z kategorii elektro. Grupa prowadzi sprzedaż hurtową i detaliczną marek takich jak: Vizir, Pampers, Always, Pantene, blend-a-med, Olay, Gillette, Pronto, Raid, Off, Scotch Bride, Viscoplast, Vick, Duracell, Braun czy Oral B.

NAVO - Polska Grupa Dystrybucyjna ma niemal 20-letnie doświadczenie na polskim rynku FMCG. Cechuje ją dynamiczny rozwój skali działania przy jednoczesnym utrzymaniu konsekwentnego wzrostu wyników finansowych. Przychody Grupy za 2009 rok przekroczyły 878 mln złotych. Średnioroczna dynamika wzrostu przychodów w latach 2003-2009 wyniosła ponad 8%.

NAVO