



Rynek staje się coraz bardziej konkurencyjny i wymagający. Aby tworzyć dla polskich sklepów możliwość skutecznego i efektywnego biznesowo konkurowania o względy konsumenta na coraz trudniejszym rynku, główni akcjonariusze firm „BAĆ-POL” oraz „Piotr i Paweł”, podjęli rozmowy i działania zmierzające do poszukiwania wspólnych rozwiązań.

Komplementarność tych dwóch dużych firm, ich aktualna pozycja oraz potencjały sprawiają, że ich alians strategiczny może przynieść naprawdę znamienne efekty synergiczne w wielu obszarach funkcjonowania obu podmiotów.

- Mamy świadomość, że aby być dobrze przygotowanym na najsilniejszą konkurencję musimy tworzyć skalę. Analiza strategiczna pokazała, że rynki docelowe obu firmy są komplementarne, co oznacza, że tworząc wspólne plany, możemy bez obaw sumować potencjały, co rodzi dla naszych obu firm niesamowite szanse. A jednocześnie nie niesie praktycznie dla żadnego z nas zagrożeń – nadmienia Leszek Bać.

Pierwszym wspólnym przedsięwzięciem będzie wprowadzenie na rynek, w segmencie ekonomicznym, produktów pod nową i wspólną marką. Nowy brand będzie w sobie łączył zarówno bardzo konkurencyjne ceny, jak i dobrą jakość i jednocześnie nowoczesny wizerunek. Nowa marka będzie prowadzona w ramach ich wspólnej inicjatywy kapitałowej „Grupa Handlowa PL Plus”.

Początkowo pojawi się w sklepach założycieli Grupy oraz wybranych polskich sieci blisko współpracujących i zintegrowanych z założycielami Grupy Handlowej PL Plus. Cały czas trwają rozmowy o poszerzenie dostępności tej marki o kolejne polskie podmioty. Sprzedaż tych produktów może stanowić doskonały wstęp do zacieśnienia współpracy, realizacji wspólnych przedsięwzięć kapitałowych nie tylko dla firm założycieli, ale również dla innych mniejszych sieci. Takie są dokładnie intencje założycieli.

- Stworzenie ekonomicznej marki własnej od podstaw na rynku tak konkurencyjnym byłoby dla nas samodzielnie niezwykle trudnym zadaniem.

Na bazie tej nowej marki, chcemy pokazać, że razem można sięgać po sukcesy nieosiągalne dla każdego oddzielnie i tworzyć wartość dodaną bardzo pożądaną przez naszych klientów – dodaje Piotr Woś.

Obaj Prezesi zgodnie deklarują, że są otwarci na rozszerzenie ich koalicji i rozwój zakresu współpracy. Ustalili, że produkty wspólnej marki własnej to uvertura do kolejnych wspólnych zamierzeń. Mają już plany, które zamierzają konsekwentnie realizować, a dzięki ich efektom chcą wzmacniać swoje firmy. Wierzą, że owocem tej współpracy może być integracja kilkuset/kilku tysięcy polskich sklepów – lokalnych liderów –, które dzięki tej koalicji zapewnią sobie trwale i niezwykle mocne podstawy do skutecznego konkurowania z każdym konkurentem.

Piotr i Paweł (www.piotripawel.pl)

WIĘCEJ INFORMACJI z Piotr i Paweł S.A. (PRESS BOX)