



Piotr i Paweł S.A.

ul. Tatrzańska 1/5
60-413 Poznań
tel. 61 840 37 00
fax 61 840 37 01

e-mail:

zarzad@piotripawel.pl

www.piotripawel.pl

>>> Informacje dla mediów



o Firmie

Polskie sklepy "Piotr i Paweł" już od 22 lat zdobywają uznanie konsumentów w całej Polsce, łącząc bezpretensjonalny, ciepły kontakt z klientem, wiedzę o jego potrzebach i zmieniających się upodobaniach z fachowością, dogłębną znajomością produktów i zasad zarządzania przedsiębiorstwem.

W 1990 roku Eleonora Woś z synami - Piotrem i Pawłem otworzyli pierwszy niewielki sklep w Poznaniu. Talent, intuicja handlowa, wyczucie rynku zostały poparte wiedzą i doświadczeniem zdobytym m.in. dzięki szkoleniom i śledzeniu konkurencji zagranicznych firm. W chwili obecnej sieć "Piotr i Paweł" posiada 90 sklepów w 51 miastach. Średnia powierzchnia sprzedażowa wynosi 1100 m² a asortyment liczy od 10 000 do 30 000 pozycji (artykuły spożywcze z wyjątkowo bogatą ofertą produktów świeżych, artykuły chemiczne, kosmetyki) w zależności od wielkości sklepu. Sklepy czynne są 7 dni w tygodniu.

"Zawsze chcieliśmy tworzyć takie sklepy, w których sami chcielibyśmy kupować" - tym motto kierują się od początku działalności właściciele sklepów "Piotr i Paweł", dlatego na pierwszym miejscu jest Klient - czyli wiedza o Jego potrzebach, stworzenie Mu możliwości olbrzymiego wyboru wysokiej jakości produktów w sklepach o przyjaznym klimacie i fachowej obsłudze, zapewnienie Mu warunków do wygodnej samoobsługi oraz klimat zakupów - czyli dbałość o wystrój, kolorystykę i odpowiednio dobrane oświetlenie a także staranne szkolenie personelu.

Tożsamość "Piotra i Pawła"

„Jesteśmy liderem w kategorii supermarketów wyznaczających standardy obsługi i jakości produktów. Zadowolenie klienta jest niezbędnym warunkiem trwałego powodzenia naszej sieci i utrzymania opinii firmy godnej zaufania”.

„Piotr i Paweł” lokalizacje (31.12.2012)

12 w Poznaniu, 5 x Warszawa, Warszawa Janki, Pniewy, Zielona Góra, Stargard Szczeciński, Grodzisk Wlkp., 2 x Głogów, 5 x Wrocław, Jarocin, 2 x Kalisz, Tczew, 3 x Szczecin, Środa Wlkp., Katowice, Oborniki Wlkp., Sieradz, 2 x Leszno, 4 x Gdańsk, 3 x Płock, 2 x Białystok, Pabianice, Chrzanów, Legnica, Koszalin, Lubin, Gniezno, Radom,

Trzcianka, Piotrków Trybunalski, 3 x Grudziądz, Olsztyn, 2 x Rzeszów, Józefosław, 2 x Łódź, Brwinów, Kielce, Inowrocław, Luboń k/Poznań, Swarzędz, 3 x Toruń, 2 x Bydgoszcz, 2 x Piła, Strzelce Krajeńskie, 2 x Gorzów Wielkopolski, Drezdenko, Złotów, Słubice, Suchy Las k/ Poznań, Bielsko-Biała, Konin.

„Piotr i Paweł” liczby

- 22 lata doświadczeń polskiej firmy z siedzibą w Poznaniu,
- 90 sklepów w 51 miastach,
- Średnia powierzchnia handlowa to 1 100 metrów kwadratowych,
- 300 produktów marki własnej Piotr i Paweł: produkty „Zawsze jakość”, „Codzienne zakupy” oraz Spizarnia Smaków
- W ofercie 1 placówki od 15 000 do 30 000 produktów,
- Sklepy czynne 7 dni w tygodniu,
- 2 Magazyny logistyczne w Gądkach pod Poznaniem oraz w Błoniach pod Warszawą

Obrót mln 1352

2009

Obrót mln 1581

2010

Obrót mln 1687

2011

Franchising w sieci supermarketów "Piotr i Paweł"

Organizatorem sieci jest firma „Piotr i Paweł” SA, z siedzibą w Poznaniu. Prezesami Spółki są bracia Piotr Woś i Paweł Woś. Współpraca handlowa firmy „Piotr i Paweł” na podstawie umów franchisingowych z właścicielami sklepów trwa od roku 2000, kiedy to powstał pierwszy tego rodzaju sklep w Pile.

- 12 lat doświadczenia we franczyzie,
- 30 sklepów działających na zasadach umów franchisingowych,

System funkcjonuje na tradycyjnych zasadach franchisingowych – poprzez związanie stron umową franchisingową. Sklepy sieci „Piotr i Paweł” funkcjonują w oparciu o określone standardy sprzedaży gwarantujące efektywne działanie oraz nadające placówce niepowtarzalny charakter.

Placówki otrzymują kompleksowe wsparcie handlowe na bazie centralnych umów z dostawcami dla całej sieci, osiągając dużo korzystniejsze warunki zakupu, niż mógłby wynegocjować nawet najsprawniejszy negocjator.

Sieć dba o efektowny wygląd sklepów, wizualizację i odpowiednie zagospodarowanie przestrzeni sprzedażowej. Franchyzobiorca, który działa pod znaną marką utrwala w świadomości społecznej, łatwiej pozyskuje klientów.

Co oferuje franchising w “Piotrze i Pawle”

- wejście w struktury w nowoczesnej, a równocześnie rodzinnej firmy
- dostęp do wspólnych zakupów (siła zakupowa 90 sklepów)
- działania marketingowe wspierające sprzedaż i znajomość marki
- bezpieczeństwo prawne działania wynikające z obecności w stabilnej strukturze handlowej
- możliwość czynnego udziału w kreowaniu polityki firmy

Do kogo skierowany jest franchising w "Piotrze i Pawle"

- do osób mających doświadczenie w handlu
- do ludzi dynamicznych, którzy chcą sprostać wyzwaniom rynkowym
- do tych, którzy chcą się realizować na płaszczyźnie zawodowej
- do ludzi, którzy chcą skorzystać z renomy Piotra i Pawła

Podstawowe wymagania sieci:

- dobra lokalizacja sklepu
- zdolność do sfinansowania przedsięwzięcia w około 20 % jego wartości (wymagany kapitał ze strony franszyzobiorcy to minimum 500 tys.PLN)
- gotowość podjęcia szkolenia w formie zatrudnienia na umowę o pracę,
- osobiste zaangażowanie w prowadzeniu supermarketu,
- w przypadku propozycji przejęcia obiektu (istniejącego lub planowanego) - powierzchnia sprzedaży (istniejąca lub planowana) nie mniejsza niż 1 tys. m²

Rozwój Firmy – „kroki milowe”

1990 - początek działalności w Poznaniu: Eleonora Woś z synami Piotrem i Pawłem otwierają pierwszy sklep Delikatesy przy ul. Głogowskiej 91 w Poznaniu. Powierzchnia sklepu: 60m².

1991 - powstanie pierwszego osiedlowego supermarketu "Piotr i Paweł" (300m²) na os. Stare Żegrze.

2000 - poszerzenie działalności handlowej poza granice Poznania: otwarcie sklepów w Pile i Buku (umowa franchisingowa).

2002 - rok dynamicznego rozwoju firmy: powstaje 9 sklepów w Swarzędzu, Strzelcach Krajeńskich, Gorzowie Wlkp., Grodzisku Wlkp., Zielonej Górze, Jankach k/Warszawy, Trzciance, Głogowie i Toruniu.

W celu prawidłowego zaopatrzenia sklepów uruchomiono Centrum Logistyczne w Sadach k/Poznania (dystrybucja art. spożywczych, przemysłowych, warzyw i owoców).

2003 – uruchomienie usługi Zakupy przez Internet.

2004 - otwarcie pierwszego supermarketu-delikatesy (2800m²) w Warszawie w Centrum Handlowym Blue City.

2007 – rebranding logo sieci „Piotr i Paweł”, otwarcie nowej siedziby centrali firmy „Piotr i Paweł” przy ulicy Tatrzańskiej w Poznaniu.

2008 – osiągnięcie rocznego obrotu sieci na poziomie ponad miliarda złotych.

2009 – otwarcie 16 nowych sklepów.

2010 – otwarcie 10 nowych sklepów

2011 – 7% wzrost obrotu sieci w porównaniu z rokiem 2010 do wyniku blisko 1,7mld. Otwarcie 8 nowych sklepów.

Logistyka

Na potrzeby sklepów „Piotr i Paweł” od stycznia 2002 roku funkcjonowało Centrum Logistyczne Piotr i Paweł Sp. z o.o. o powierzchni magazynu 5 300 metrów kwadratowych w Sadach koło Poznania. Firma „Piotr i Paweł” SA podpisała umowę na najem 25.000 m² powierzchni magazynowej oraz 1.000 m² powierzchni biurowej w centrum magazynowym Panattoni Park Poznań. Centrum magazynowe Panattoni Park Poznań jest zlokalizowane w Gądkach, około 12 km od centrum Poznania i 2 km od zjazdu z autostrady A2. Wynajęta powierzchnia użytkowana jest od

listopada 2007 r. Deweloperem Panattoni Park Poznań jest Panattoni Poland, członek Panattoni Development Company, jednej z największych firm deweloperskich na świecie z siedzibą w USA. Sieć "Piotr i Paweł" będzie drugim pod względem zajmowanej powierzchni najemcą.

Zadaniem Centrum jest zaopatrzenie supermarketów w owoce, warzywa, artykuły spożywcze i przemysłowe. W ofercie handlowej jest ponad 6 500 pozycji asortymentowych produktów spożywczych wraz z chemią oraz art.przemysłowymi a także około 250 pozycji warzyw i owoców.

Zakupy przez Internet

Tą tak bardzo specyficzną formę zakupów jak na naszą branżę rozpoczęliśmy w połowie listopada 2003 r. na terenie Poznania.

Poznań + 55 okolicznych miast (2003), w ofercie 9 000 produktów

Warszawa + 50 okolicznych miast (2005), w ofercie 6 500 produktów

Bydgoszcz + 13 okolicznych miast (2005), w ofercie 7 400 produktów

Wrocław + 29 okolicznych miast (2006), w ofercie 8 300 produktów

W roku 2012 została uruchomiona sprzedaż przez internet z dostawami na całą Polskę.

Systemy jakości

W placówkach sieci wdrożony system HACCP w ramach, którego GMP i GHP.

W centrali „Piotr i Paweł” SA:

ISO 9001:2000

ISO 22000:2005

ISO 14001:2004

Nagrody i wyróżnienia

Malwa 2004, 2005

Kapelusz Merkurego 2005

Gazeta Biznesu 2006, 2007

Gepardy Biznesu 2007

Mistrz Handlu i Usług Mastercard 2007, 2008

Polski Kupiec Roku 2007

Gold Standard 2007

Laur Klienta 2009.

Superbrand Polska 2009.

Nagroda Przedsiębiorczość 2009.

Hermes 2009.

Diament miesięcznika Forbes- III miejsce w Wielkoposce.

>>> Informacje dla mediów

