KWARTALNIK GRUPY KAPITAŁOWEJ SPECJAŁ

SPECJAŁ NEWS

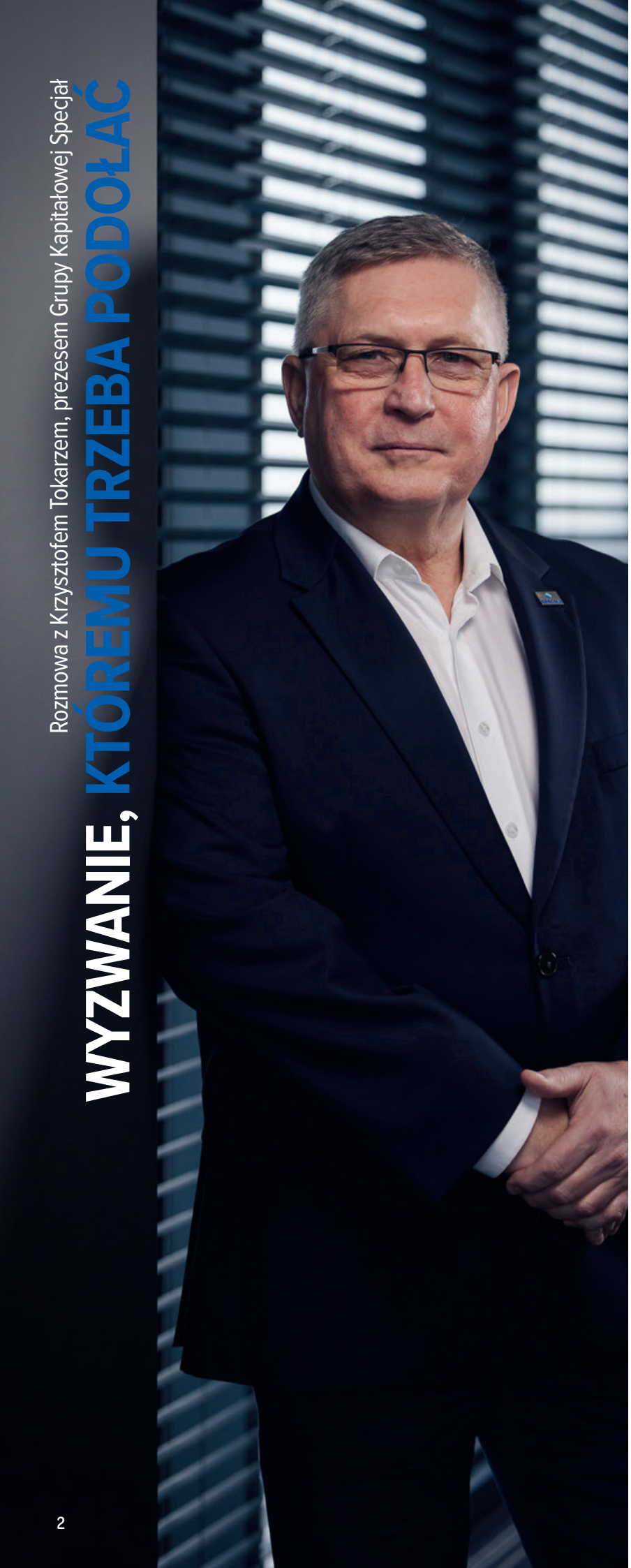


EGZEMPLARZ BEZPŁATNY | NR 102 | STYCZEŃ–MARZEC 2025

SPECJAŁ GRUPA KAPITAŁOWA · REN food service & logistics · Cezal · Nasz Sklep · LIVIO · RABAT · SPAR · ARMA

Rozmowa z Krzysztofem Tokarzem, prezesem Grupy Kapitałowej Specjał

WYZWANIE, KTÓREMU TRZEBA PODOŁAĆ



Przejęcie przez Grupę Kapitałową Specjał spółki SPAR Polska stało się faktem. Jakie wyzwania stają w związku z tym przed Pana firmą?

Pod koniec stycznia uzyskaliśmy zgodę UOKiK na zakończenie tej transakcji. Przed tą datą dokonaliśmy szczegółowego audytu stanu przejmowanej firmy, właśnie po to, aby określić najważniejsze zadania stojące w związku z tym przejęciem przed Specjałem. SPAR to sieć o utrwalonej renomie rynkowej funkcjonująca już od kilkudziesięciu lat, jednak jej wyniki finansowe oraz rozwój nie odpowiadały oczekiwaniom kolejnych właścicieli. Zadań związanych z procesem uzdrowienia tej firmy jest więc sporo. Przede wszystkim trzeba doprowadzić tak szybko jak to jest możliwe do „urentowienia" firmy i funkcjonowania poszczególnych placówek handlowych. Na ten proces składać się będą dwa podstawowe czynniki. Z jednej strony poszerzenie oferty asortymentowej i lepsze jej dostosowanie do potrzeb konsumentów, z drugiej zaś takie obniżenie marż, które zapewni konkurencyjność oferty w placówkach SPAR. Strategia taka doskonale się przecież sprawdziła w naszych pozostałych sieciach. Masa towarowa w połączeniu z niską marżą z pewnością przyniesie oczekiwane efekty. Chcemy wykorzystać bogate doświadczenie Specjału w prowadzeniu najlepszych i najszybciej rozwijających się sieci franczyzowych na polskim rynku.

Zapowiada Pan szybki wzrost ilościowy sieci SPAR do nawet tysiąca sklepów w ciągu najbliższych lat. Czy jest to możliwe przy wyraźnie spadającej liczbie tradycyjnych sklepów na rynku i czy zamierzacie oferować tę franczyzę detalistom działającym już w ramach Waszych pozostałych sieci?

Rzeczywiście pod tym względem sytuacja rynkowa jest trudna. Sklepów tradycyjnych jest coraz mniej i pozyskiwanie nowych franczyzobiorców, przy istniejącej konkurencji, coraz bardziej skomplikowane. Uważam jednak, że franczyza SPAR-a jest na tyle interesująca, a przy tym wsparta naszymi możliwościami dystrybucyjnymi, że umożliwi to zrealizowanie tak ambitnych planów. Nie zamierzamy natomiast szczególnie namawiać naszych dotychczasowych franczyzobiorców do przejścia do nowej sieci. Jeżeli natomiast wyrażą oni takie zainteresowanie to nie widzę tutaj żadnych przeszkód. Mam świadomość, że plan pozyskania takiej ilości sklepów do sieci SPAR jest poważnym zadaniem, ale jestem przekonany, że i tym razem Specjał temu wyzwaniu podoła.

W ramach sieci SPAR przejęliście także 3 centra dystrybucyjne?

Właściwe dwa, bo jedno jest de facto nieczynne. Mamy więc do dyspozycji obiekty w Koninku i Czeladzi. Szczególnie ten ostatni magazyn ma dla nas kluczowe znaczenie. To nowoczesny obiekt, który umożliwiał sieci SPAR

zaopatrzenie w produkty świeże, które w dużej mierze były siłą tej sieci. SPAR w ogóle dysponuje dobrym zapleczem logistycznym, a magazyny w Czeladzi odgrywają tu szczególną rolę. Sprzedaż produktów świeżych to dla nas pewna nowość, chociaż pojawiały się one także w naszych centrach dystrybucyjnych, głównie jeśli chodzi o nabiał, czy warzywa częściowo przetworzone (ogórki, czy kapusta kiszona). W przypadku Czeladzi konieczne będzie jednak wyraźne zwiększenie wolumenu tych produktów, gdyż tylko to jest w stanie zapewnić autentyczny wzrost sprzedaży i doprowadzić do jej rentowności. Tym bardziej, iż oczekujemy, że dystrybucja z nowego obiektu będzie obsługiwała większy obszar niż tylko teren dotychczasowej działalności oddziału w Czeladzi. Chcemy też jak najszerzej wykorzystać spore doświadczenie załogi czeladzkiego centrum dystrybucyjnego SPAR-a w dziedzinie dostaw produktów świeżych, głównie mięsa i wędlin oraz warzyw i owoców.

Jaka jest sytuacja finansowa SPAR-a i ile dajecie sobie czasu na uzdrowienie tej firmy?

Straty SPAR-a to obecnie około 100 milionów złotych. Sądzę, że w ciągu trzech lat uda się nam przeprowadzić restrukturyzację, która doprowadzi do zbilansowania się kosztów i wyników finansowych. Nie będzie to jeszcze oznaczać pełnego sukcesu, są bowiem koszty funkcjonowania sieci, które będziemy redukować nawet do roku 2030. W ciągu tych trzech lat chcielibyśmy na tyle zwiększyć obroty, aby nareszcie czynsze przestały być zbyt wysokie w stosunku do poziomu sprzedaży. Oczywiście czynsze te będziemy także renegocjować. Sądzę, że tak w skrócie nakreślony plan restrukturyzacji jest w pełni realny. Przypomnijmy sobie naszą poprzednią akwizycję, czyli spółkę REN, która też była w podobnie trudnej sytuacji. Tymczasem udało się w ciągu zaledwie nieco ponad dwóch lat doprowadzić ją do niewielkiego co prawda, ale jednak, zysku na poziomie 5 milionów złotych.

Przejdźmy do oceny wyników całej firmy w ostatnim czasie. Jak wypadł rok ubiegły i pierwsze miesiące obecnego?

Plany na rok ubiegły były wyjątkowo ambitne i niestety zabrakło nam kilku procent do ich wykonania. Ramowo zakładaliśmy, że sprzedaż Grupy wzrośnie od 10 do 15 proc., a było wyraźnie mniej. To zarówno efekt coraz trudniejszej sytuacji rynkowej, ale i pewnych błędów, których się nie ustrzegliśmy. Chodzi przede wszystkim o zbyt mało elastyczne reagowanie na kształtowanie zatrudnienia dostosowanego od poszczególnych okresów roku. To dla nas nauczka i doświadczenie to będziemy wykorzystywali w przyszłości. Można powiedzieć, że nie ma tego złego, co by na dobre nie wyszło. Uważam jednak, że mimo gorszych niż zakładaliśmy wyników rok miniony był jednak dosyć udany, tym bardziej w kwestii naszej rentowności. Natomiast styczeń tego roku tradycyjnie już nie był w pełni satysfakcjonujący, chociaż lepszy niż analogiczny okres w latach poprzednich. Mieliśmy do czynienia ze wzrostem rzędu 8 proc., czyli wyraźnie powyżej poziomu inflacji, co bez wątpienia w aktualnych warunkach można uznać za sukces.

Firma ma za sobą dwie bardzo duże akwizycje w ciągu niespełna trzech lat. Więc chyba mniej niż w latach poprzedzających przejęcie REN-u przyglądacie się pod tym kątem rynkowi?

Rzeczywiście mamy przed sobą tyle zadań związanych przede wszystkim z ostatnią akwizycją, że nie myślimy obecnie o następnych. Chociaż warto przypomnieć, że mimo prac nad uzdrowieniem REN-u miało miejsce przejecie znaczącej hurtowni spożywczo-nabiałowej w Łańcucie. Nie chciałbym więc jednoznacznie deklarować, że kolejne przejęcia nie znajdują się w orbicie naszych zainteresowań. Przyznaję jednak, że bardziej będziemy się skupiać na już dokonanych przejęciach, niż poszukiwać nowych. Mamy przed sobą przecież wiele inwestycji związanych zarówno z procesem uzdrawiania SPAR-a, jak i bieżącymi nakładami na coraz sprawniejsze funkcjonowanie firmy. Oceniamy, że ich wartość w najbliższych latach wynosić będzie nawet 50 milionów złotych rocznie. Środki te przeznaczone będą na podniesienie jakości naszej oferty i jej zakresu, poprawę zdolności dystrybucyjnych i logistycznych oraz, co zrozumiałe, na dokończenie restrukturyzacji REN-u i przede wszystkim przeprowadzanie zmian w SPAR-ze. Mamy więc co robić i na co przeznaczać środki.

A co z rozwojem posiadanych już sieci franczyzowych?

Chciałbym, aby do końca bieżącego roku ilość sklepów zrzeszonych w naszych spółkach franczyzowych sięgnęła nawet 15 tysięcy placówek handlowych, zaś w roku przyszłym 16 tysięcy sklepów. Mam świadomość, że możliwości rynku w tej kwestii są z roku na rok coraz mniejsze, sądzę jednak, że jakość naszej oferty umożliwi realizację tak ambitnych planów.

Wszyscy są zgodni co do tego,że dla utrzymania konkurencyjności tradycyjnych palcówek handlowych nieodzowna jest obecność w takich sklepach produktów regionalnych i lokalnych. Jak wspomagacie Waszych franczyzobiorców w pozyskiwaniu takich produktów?

Od niespełna trzech lat realizujemy specjalny program umożliwiający pozyskanie na rzecz naszych detalistów wspomnianych przez Pana produktów. Oczywiście najlepszą wiedzą na temat takiej oferty dysponują sami detaliści znający lokalny rynek. Jednak nasi koordynatorzy sieci nie dość, że pozyskują od nich informacje o tym, jakie są w tym względzie potrzeby, ale także sami, w oparciu o tę wiedzę pozyskują pożądany w sklepie asortyment. Rośnie tym samym znaczenie regionalnych koordynatorów sieci, na których spoczywa odpowiedzialność za taką ofertę w placówkach, z którymi współpracują.

Jak to połączyć z ideą centralnych zakupów charakterystyczną dla sieci franczyzowych?

Zakupy produktów lokalnych i regionalnych dokonywane są przez poszczególne oddziały, których mamy przecież trzydzieści. Natomiast przy implementacji tych produktów w sklepach duże znaczenie mają nie tylko koordynatorzy sieci, ale Rady Franczyzobiorców, które wyraźnie wpływają na kształt oferty handlowej w poszczególnych sklepach.

Dziękuję bardzo za rozmowę

Witold Nartowski

> **Chcemy wykorzystać bogate doświadczenie Specjału w prowadzeniu najlepszych i najszybciej rozwijających się sieci franczyzowych na polskim rynku.**

SPIS TREŚCI

SPECJAŁ NEWS NR 102 | STYCZEŃ–MARZEC 2025

2 Wyzwanie, któremu trzeba podołać
4 Strategiczny partner
6 GK Specjał nowym właścicielem SPAR Polska!
7 Szansa dla całego Specjału
8 GK Specjał znów wysoko w rankingu Rzeczpospolitej
9 Nowy właściciel SPAR Polska już otwiera nowe sklepy
10 Nasz Sklep wciąż rośnie
11 Nie można oddać rynku
12 Już prawie 5000 sklepów
13 Kolejni franczyzobiorcy zaufali LIVIO
13 Konferencja we Włoszech
14 Franczyza, która działa
15 Spektakularne zwycięstwa i niezapomniane nagrody!
15 Wielka Rabatowa Loteria: zwycięzcy odebrali nagrody!
16 XXVII Międzynarodowe Targi Biznes Żywność Medycyna Auto Flota – fotorelacja
20 Nowość w Cezal24.pl – naturalna pielęgnacja z Sylveco!
20 Arma dba o infrastrukturę giganta oponiarskiego
21 Dlaczego warto się ruszać?
21 Wyprawa ze Specjałem w malownicze włoskie Alpy
22 Fundacja Specjał
22 Ludzie kwartału
23 Kto może przenieść numer i jak to zrobić?

Wydawca: Specjał Sp. z o.o.

Koordynator projektu: Maciej Czerwiński, e-mail: maciej.czerwinski@specjal.com.pl

Skład: Studio Grafpa, www.grafpa.pl

Druk: RM Printer

Zarządzanie bazą do dystrybucji kwartalnika oraz zamiana adresów wysyłki: Mateusz Rówiński, mateusz.rowinski@specjal.com.pl, 725 991 633

W celu zamówienia prenumeraty prosimy o kontakt z Działem Marketingu SPECJAŁ nr tel. 17 859 72 24

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

STRATEGICZNY PARTNER

Rozmowa z Evangelosem Evangelou, prezesem zarządu Herbapol Lublin

Jak ocenia Pan miejsce GK Specjał wśród Waszych partnerów biznesowych?

GK Specjał to dla nas jeden z kluczowych partnerów w obszarze tradycyjnego handlu detalicznego. Jako jedna z największych grup kapitałowych w branży FMCG w Polsce, Specjał odgrywa istotną rolę w dystrybucji naszych produktów, umożliwiając ich szeroką dostępność w lokalnych sklepach. Współpraca ta jest dla nas strategiczna, ponieważ dzięki Specjałowi możemy skutecznie docierać do klientów preferujących zakupy w mniejszych, osiedlowych placówkach, gdzie liczy się jakość, tradycja i bezpośrednia relacja z klientem.

Sklepy franczyzowe Specjału to tradycyjny kanał dystrybucji detalicznej. Czy z Waszego punktu widzenia jako znaczącego producenta, współpraca z tradycyjnymi sklepami za pośrednictwem dużej grupy kapitałowej jaką jest Specjał, wydaje się korzystniejsza i łatwiejsza niż z wielkimi sieciami handlowymi?

Oba kanały mają swoje specyficzne zalety, ale współpraca z dużą grupą kapitałową, taką jak Specjał, daje nam większą elastyczność i możliwość dostosowania oferty do specyfiki lokalnych rynków. W przypadku sieci handlowych procesy decyzyjne są często bardziej scentralizowane, a dynamika wprowadzania zmian wymaga dłuższego czasu. Dzięki bliskim relacjom i profesjonalnej współpracy, którą rozwijamy ze Specjałem, jesteśmy w stanie skrócić czas wdrażania zmian i jeszcze lepiej dostosowywać ofertę do dynamicznych potrzeb rynku, co w kategoriach takich jak herbaty, syropy czy dżemy przekłada się na większą efektywność sprzedaży.

Czy w ofercie Herbapolu znajdują się produkty „dedykowane" tradycyjnemu handlowi?

Herbapol to marka, która od lat cieszy się zaufaniem konsumentów i jest obecna we wszystkich kluczowych kanałach sprzedaży. Nasze produkty naturalnie odpowiadają na potrzeby rynku, niezależnie od formatu dystrybucji. Dzięki szerokiemu portfolio i elastycznemu podejściu do rozwoju oferty, nie musimy tworzyć osobnych linii dla poszczególnych kanałów – nasze herbaty, syropy czy dżemy są wybierane zarówno przez klientów sklepów osiedlowych, jak i dużych sieci handlowych. Oczywiście sezonowość odgrywa ważną rolę w naszej strategii – dynamicznie reagujemy na potrzeby konsumentów, wprowadzając nowe warianty produktów dostosowane do określonych okazji czy trendów rynkowych. Dzięki temu umacniamy naszą pozycję lidera i zapewniamy naszym partnerom handlowym atrakcyjną i konkurencyjną ofertę przez cały rok.

Jak układa się współpraca ze Specjałem w zakresie wsparcia sprzedaży?

Współpraca w tym zakresie jest dobra. Realizujemy wspólne akcje promocyjne, zapewniamy materiały marketingowe oraz programy wsparcia sprzedaży, które pomagają zwiększyć rotację naszych produktów



Współpraca ta jest dla nas strategiczna, ponieważ dzięki Specjałowi możemy skutecznie docierać do klientów preferujących zakupy w mniejszych, osiedlowych placówkach, gdzie liczy się jakość, tradycja i bezpośrednia relacja z klientem.

w sklepach Specjału. Stawiamy również na szkolenia dla sprzedawców, aby mogli oni lepiej doradzać klientom i podkreślać unikalne cechy naszych produktów. Jesteśmy na bieżąco w stałym kontakcie z naszymi partnerami biznesowymi, aby skutecznie komunikować nowości produktowe i dostosowywać działania promocyjne do aktualnych potrzeb rynku.

Które kategorie produktów są dla Herbapolu najistotniejsze we współpracy z takim dystrybutorem jak Specjał?

Nasza oferta obejmuje szeroką gamę produktów, jednak we współpracy z GK Specjał kluczowe znaczenie mają:

- **Herbaty** – zarówno klasyczne, jak i owocowe oraz funkcjonalne, które cieszą się dużą popularnością wśród klientów tradycyjnych sklepów.
- **Herbatki ziołowe** – coraz bardziej doceniane przez klientów szukających naturalnego wsparcia zdrowia.
- **Syropy** – to jeden z naszych flagowych produktów, idealny dla klientów ceniących naturalne smaki i domowe rozwiązania.
- **Dżemy i konfitury** – produkty o wysokiej jakości, bez konserwantów, które wpisują się w trend zdrowego odżywiania.

Jakie widzi Pan zalety i jakie wady we współpracy z GK Specjał?

Zaletą jest przede wszystkim szeroka sieć dystrybucyjna, która pozwala nam efektywnie dotrzeć do klientów w mniejszych miejscowościach i na obszarach, gdzie tradycyjny handel wciąż odgrywa kluczową rolę. Ponadto Specjał oferuje sprawny system logistyczny oraz silne zaplecze marketingowe, co ułatwia prowadzenie działań promocyjnych.

Jeśli chodzi o wyzwania, to jak w każdej dużej organizacji, czasami pojawiają się kwestie związane z koordynacją działań na różnych poziomach, ale dzięki dobrej komunikacji udaje nam się skutecznie je rozwiązywać.

Czego jeszcze oczekiwałby Pan od współpracy z tak dużym dystrybutorem FMCG jak Specjał poza oczywiście wzrostem wzajemnych obrotów?

Poza wzrostem sprzedaży kluczowe jest dla nas dalsze rozwijanie numerycznej dystrybucji oraz narzędzi analitycznych, które pozwalają lepiej monitorować preferencje klientów i optymalizować ofertę pod kątem ich oczekiwań. Liczymy także na jeszcze większą integrację działań marketingowych oraz możliwość testowania nowych formatów sprzedażowych, takich jak ekspozycje sezonowe.

Jakich nowości produktowych mogą oczekiwać w najbliższych miesiącach Wasi partnerzy, w tym handel tradycyjny oraz Specjał, także w związku ze zbliżającymi się świętami wielkanocnymi?

Z myślą o sezonie wiosennym i świątecznym przygotowaliśmy kilka nowości, które z pewnością zainteresują klientów. Wprowadzamy nowe warianty herbat o świeżych, owocowych nutach, a także limitowane edycje syropów, które doskonale wpisują się w wielkanocną tradycję przygotowywania domowych napojów i deserów. Ponadto rozbudowujemy ofertę produktów funkcjonalnych, odpowiadając na rosnące zainteresowanie zdrowym stylem życia. Handel tradycyjny może liczyć na atrakcyjne promocje i materiały wspierające sprzedaż, które pomogą jeszcze skuteczniej dotrzeć do klientów. Współpraca z GK Specjał ma dla nas strategiczne znaczenie i wierzymy, że dalsze wspólne działania pozwolą nam jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby rynku oraz konsumentów, którzy cenią jakość, naturalność i polskie tradycje kulinarne.

Dziękuję bardzo

Witold Nartowski

GK SPECJAŁ NOWYM WŁAŚCICIELEM SPAR POLSKA!



Grupa Kapitałowa Specjał ogłosiła zakończenie procesu przejęcia SPAR Polska. W dniu 31 stycznia br. nabyła wszystkie aktywa tej spółki. Po przejęciu marki SPAR firma została operatorem w sumie 4 ogólnopolskich sieci franczyzowych o łącznej liczbie blisko 14 tys. punktów sprzedaży.

Jedna z najbardziej znaczących transakcji w polskim handlu stała się faktem. Już oficjalnie nowym właścicielem SPAR-a w Polsce jest Grupa Kapitałowa Specjał. Zakup sieci SPAR był dla Specjału strategicznym ruchem, do którego firma przygotowywała się od kilku miesięcy. Przede wszystkim ten krok pozwolił Specjałowi powiększyć swoje portfolio o znany nie tylko w Polsce brand. Dzięki tej transakcji GK Specjał powiększy ilość obiektów handlowych o około 190 sklepów, występujących w takich formatach jak: SPAR Mini, SPAR Express, SPAR, EURO SPAR w tym 20 sklepów własnych zlokalizowanych w centrach handlowych. W skład przejętych przez Specjał aktywów weszły również 3 centra dystrybucyjne: w Czeladzi, Koninku i Starych Gnatowicach, a także zakład produkcyjny i biurowiec w Poznaniu.

Transakcja była przygotowywana od wielu miesięcy. We wrześniu ubiegłego roku podpisana została umowa przedwstępna pomiędzy stronami, zaś w listopadzie UOKIK wydał zgodę na przejęcie. Przez kolejne tygodnie w spółce SPAR trwał cykl audytów prowadzony przez nowego nabywcę. – *Wnikliwie sprawdzaliśmy dotychczasową pracę i wyniki SPAR-a, analizowaliśmy sytuację. Dostrzegamy trudności, z jakimi zmaga się ten brand na polskim rynku. Jest to jednak mocna i rozpoznawalna marka, wciąż cenna, a przede wszystkim o znacznych perspektywach, które dostrzegamy i zamierzmy wykorzystać. Mamy 25-letnie doświadczenie na rynku detalicznym i we współpracy z franczyzobiorcami. Ten kapitał na pewno wykorzystamy i wierzymy, że know how, które posiadamy pomoże franczyzobiorcom w uzyskaniu lepszych wyników dla swojego biznesu* – wyjaśnia **Krzysztof Tokarz, prezes zarządu GK Specjał**.



W czerwcu ubiegłego roku Specjał zrealizował przejęcie aktywów hurtowni nabiałowej SMAK SERWIS w Łańcucie. A dwa lata temu kupił REN, który został okrzyknięty największym przejęciem w branży FMCG w 2022 roku. – *Zakup SPAR-a to faktycznie jedna z ważniejszych transakcji w 35-letniej historii Grupy Kapitałowej Specjał. Decyzja o nabyciu sieci SPAR jest zbieżna z naszą strategią. Konsekwentnie prowadzimy rozwój sieci franczyzowych, które z roku na rok zwiększają liczbę uczestniczących w nich partnerów franczyzowych oraz zasięg działania. Jesteśmy firmą nastawioną na progres, która wykorzystuje szanse w biznesie. Niemniej jednak, zdajemy sobie sprawę, że czeka nas ogromna praca – czeka ona nie tylko menedżerów SPAR, ale także naszych specjalistów od franczyzy* – mówi prezes **Tokarz**.

Grupa Kapitałowa Specjał to firma, która z rodzinnego sklepu spożywczego, ewoluowała do jednego z największych graczy na rynku FMCG w kraju, a także ogólnopolskiego detalisty zarządzającego blisko 14 tysiącami sklepów (pod szyldami Nasz Sklep, Livio, Rabat Detal).

W najbliższych planach Specjał chce skupić się na wdrożeniu planu naprawczego SPAR-a.- *Skoncentrujemy się nad poprawą działalności operacyjnej i rozwinięciem sprzedaży. O zmianach będziemy na bieżąco informowali franczyzobiorców. Jestem przekonany, że połączenie doświadczenia i kompetencji obu spółek przyniesie istotne synergie oraz wypracuje nowe możliwości rozwoju* – dodaje **Krzysztof Tokarz**.

GK Specjał to wiarygodny partner działający na rynku od 1990 roku. Specjał przeiduje, że w 2026 r. w sieciach franczyzowych będzie działać 16 tys. placówek. Planuje także w przeciągu 5 lat zwiększyć ilość sklepów SPAR w Polsce do 1000. Grupa SPECJAŁ z uwzględnieniem przejętych spółek z grupy SPAR zatrudnia 7200 pracowników.

Spółki z Grupy Kapitałowej SPECJAŁ zarządzają obecnie dystrybucją żywności za pośrednictwem zlokalizowanych na obszarze całej Polski 30 centrów dystrybucji, dysponują siłami sprzedaży w liczbie ok. 500 przedstawicieli handlowych i koordynatorów sieci franczyzowych, co stanowi największy zespół aktywnie działających w terenie handlowców w Polsce. Grupa SPECJAŁ w 2023 roku osiągnęła blisko 3,5 mld zł. przychodu netto.

Maciej Czerwiński

SZANSA DLA CAŁEGO SPECJAŁU

Wraz z przejęciem przez GK Specjał sieci SPAR w ręce nabywcy trafiło także nowoczesne centrum dystrybucyjne w Czeladzi. Posiadanie takiego zaplecza magazynowego to wielka szansa nie tylko dla oddziału Specjału w tym mieście, ale i całej Grupy.

Coraz szersza oferta

Magazyn SPAR-a w Czeladzi to około 19 tysięcy metrów kwadratowych powierzchni, w tym cztery duże chłodnie oraz w pełni przygotowane do montażu miejsce pod mroźnię. Przypomnijmy, że oddział Specjału w Czeladzi gospodarował na powierzchni magazynowej liczącej około 6 tysięcy metrów. Mamy więc do czynienia z trzykrotnym wzrostem powierzchni magazynowej jaką dysponuje teraz oddział. Zapadły już pierwsze decyzje dotyczące sposobu wykorzystania nowych magazynów zarówno na rzecz oddziału, jak i całej firmy.

Marek Bydłowski, dyrektor oddziału w Czeladzi przypomina, że dotychczas oddział oferował klientom około 8500 pozycji asortymentowych. Nowa powierzchnia umożliwi powiększenie tej oferty do około 14 tysięcy pozycji. Właściwie we wszystkich proponowanych dotychczas klientom kategoriach nastąpi zwiększenie oferty. Dotyczy to w szczególności chemii gospodarczej, która i tak dopiero od niedawna znajduje się na liście oferowanych przez Specjał produktów, a także produktów nabiałowych, na które jest duże zapotrzebowanie. Jeśli chodzi o chemię gospodarczą w ofercie znajdą się produkty wszystkich znaczących producentów. Pierwszy asortyment pojawił się już jesienią, a obecnie jest stale poszerzany w taki sposób, aby zaspokoić potrzeby odbiorców w jak najszerszym zakresie. Nie ten kierunek rozwoju wydaje się jednak najważniejszy. Marek Bydłowski podkreśla, że najistotniejsze będzie wprowadzenie przez Specjał nowych kategorii produktów, których dotychczas firma nawet jako całość nie proponowała swoim odbiorcom. Chodzi tu przede wszystkim o świeże mięso i wędliny oraz warzywa i owoce. Czyli asortyment, który w ofercie Specjału miał dotychczas charakter śladowy. Centrum dystrybucyjne SPAR-a w Czeladzi oferowało sklepom SPAR około 200 pozycji asortymentowych mięsa i wędlin dostarczanych przez kilkunastu producentów. Ze względu na ogólnopolski charakter sieci SPAR obecnie produkty te będą dostępne także dla odbiorców pozasparowskich, w tym także franczyzobiorców pozostałych sieci Specjału. I to nie tylko w rejonie bezpośredniej działalności czeladzkiego oddziału. Podobnie będzie w przypadku warzyw i owoców, przy czym, jak zapowiada prezes Specjału Krzysztof Tokarz, oferty te będą stale poszerzane.



Pracownicy logistyki i magazynu

Nowa, szersza oferta

Wprowadzenie nowego, tak odmiennego od dotychczasowego asortymentu to dla oddziału w Czeladzi spore wyzwanie. Szczęśliwie magazyn SPAR-a charakteryzuje się posiadaniem wykwalifikowanej załogi o dużym doświadczeniu w obsłudze wymienionych wyżej kategorii produktów świeżych. Sieć SPAR ma przecież charakter twardej franczyzy, zaś franczyzodawca zobowiązał się do dostarczania sklepom także tak wrażliwych produktów jak mięso, wędliny, warzywa, czy owoce. Specjaliści SPAR-a nadal więc będą kontynuowali współpracę z placówkami tej sieci, tyle, że przy innym właścicielu spółki franczyzowej. A biorą pod uwagę plany rozwojowe sieci SPAR zapowiadane przez Krzysztofa Tokarza, prezesa Specjału, należy oczekiwać, że pracy oddział będzie miał co niemiara. Połączenie doświadczenia załóg Specjału i SPAR-a powinno jednak przynieść naprawdę dobre efekty. Oznacza to także, iż załoga oddziału w Czeladzi licząca dotychczas około 120 osób zwiększy się niemal dwukrotnie. - *Wyraźnej zmianie ulegnie także charakter całego oddziału. Magazyn SPAR-a obsługiwał dotychczas relatywnie niewiele sklepów. Sieć liczy bowiem niespełna 200 placówek i warto wykorzystać potencjał nowego magazynu do obsługi klientów także w innych regionach kraju, gdzie działają klienci Specjału, oferując podobny*



Pracownicy oddziału Czeladź

asortyment produktów świeżych również placówkom spoza sieci SPAR – opowiada dyrektor Marek Bydłowski.

Dla połowy kraju

Oddział Specjału w Czeladzi działał dotychczas na relatywnie niewielkim terenie ograniczonym przez funkcjonowanie nieopodal oddziałów w Krakowie i Krapkowicach, zaś od północy przez liczne oddziały wielkopolskie. Czyli przede wszystkim na Górnym Śląsku. Planuje się, że przy nowym magazynie produkty w Czeladzi będą trafiać do placówek handlowych w takich województwach jak mazowieckie, łódzkie, małopolskie, podkarpackie, a nawet lubelskie. Oczywiście oznacza to zorganizowanie cross docków we współpracy z lokalnymi oddziałami w wymienionych województwach. To rzecz jasna niemałe wyzwanie logistyczne, do którego trzeba się solidnie przygotować. To zaś oznacza dobitnie, że przejęcie przez oddział w Czeladzi nowego magazynu, to nie tylko proste przeniesienie działalności w lepsze i nowocześniejsze warunki, ale przede wszystkim także ogromne zadanie organizacyjne i to nie tylko dla tego oddziału, lecz szerzej całego Specjału. Szczególne znaczenie dla Czeladzi i całego przedsięwzięcia będzie miało „spięcie" informatyczne obu firm, od którego w dużej mierze zależeć będzie sukces planowanych działań.

Mamy więc do czynienia z trzykrotnym wzrostem powierzchni magazynowej jaką dysponuje teraz oddział. Zapadły już pierwsze decyzje dotyczące sposobu wykorzystania nowych magazynów zarówno na rzecz oddziału, jak i całej firmy.

- *W efekcie włączenia centrum dystrybucyjnego SPAR-a w struktury oddziału w Czeladzi niemal dwukrotnie wzrosną obroty miesięczne oddziału. Dotychczas było to od 15 do 20 milionów złotych, zaś po połączeniu oddział będzie generował obroty rzędu 30 milionów* – przewiduje Marek Bydłowski.

Poszerzenie asortymentu proponowanego klientom przez oddział w Czeladzi wpisujesię także w ideę zapewnienia partnerom detalicznym Specjału oferty produktów lokalnych i regionalnych, których obecność w sklepach często decyduje o ich konkurencyjności. A są to przecież przede wszystkim właśnie produkty świeże.

Witold Nartowski

GK SPECJAŁ ZNÓW WYSOKO W RANKINGU RZECZPOSPOLITEJ

Specjał zajął 23 miejsce na liście 2000 największych polskich przedsiębiorstw opracowanej przez dziennik Rzeczpospolita. Wysoka lokata GK Specjał w rankingu świadczy o stabilnej pozycji GK Specjał mimo sytuacji rynkowej, w której odczuwalne jest mocne spowolnienie popytu konsumenckiego.

Już po raz 23. „Rzeczpospolita" opublikowała Listę 2000 – zestawienie dużych i średnich firm w Polsce. Wyniki finansowe firm brane pod uwagę w liście Rzeczpospolitej obejmowały rok 2023 i 2024 rok. To satysfakcjonujący wynik, biorąc pod uwagę, że był to kolejny rok wysokiego tempa rozwoju i znaczących inwestycji. To również potwierdzenie solidnej kondycji firmy i potencjału do dalszego wzrostu.

Lista 2000 to kompleksowy obraz polskiej gospodarki stworzony na podstawie wyników firm, przychodów ze sprzedaży w 2023 roku. Publikowana jest przez Rzeczpospolitą od 2002 roku.

Maciej Czerwiński



NOWY WŁAŚCICIEL SPAR POLSKA JUŻ OTWIERA NOWE SKLEPY





Grupa Kapitałowa Specjał, nowy właściciel sieci SPAR Polska nie próżnuje. Firma przejęła oficjalnie wszystkie aktywa SPAR-a z dniem 31 stycznia 2025 roku, a zaledwie tydzień później odbyło się pierwsze otwarcie sklepu SPAR dokonane po zakupie sieci.

W dniu 8 lutego w Zawichoście, w miasteczku położonym w województwie świętokrzyskim, SPAR otworzył swój pierwszy sklep z nowym właścicielem za sterami.

Najnowsza placówka handlowa SPAR posiada halę sprzedaży o powierzchni ponad 250 mkw. Sklep ten wyróżnia się m.in. tradycyjną ladą mięsno-wędliniarską, dostępnością świeżo odpiekananego pieczywa czy szeroką ofertą produktów z uwielbianej przez konsumentów marki własnej. Dla komfortu klientów, tuż obok sklepu znajduje się także Paczkomat. Z okazji otwarcia sieć przygotowała szereg atrakcji.

– *Cieszę się, że w zaledwie kilka dni po zakupie SPAR Polska, udało nam się otworzyć zupełnie nową placówkę, tym bardziej, że jeszcze niedawno obiekt ten występował pod szyldem konkurencyjnej sieci. Niech to będzie doskonałym sygnałem nie tylko dla naszych dotychczasowych oraz nowych franczyzobiorców, ale także dla całego rynku, świadczącym o tym, jak bardzo zależy nam na intensywnym rozwoju tej marki.* ***Teraz oficjalnie mogę powiedzieć, że rozpoczął się nowy, lepszy rozdział dla SPAR-a w Polsce*** – mówi Krzysztof Tokarz, prezes zarządu Grupy Kapitałowej Specjał.

Następne otwarcie w Kłodzku

Z kolei w marcu pod szyldem SPAR uruchomiono następny nowy sklep – tym razem w Kłodzku, przy ul. Lutyckiej 25. To ważne wydarzenie dla regionu, który był zniszczony w trakcie powodzi w 2024 roku – sklep szybko odbudował się jako jeden z pierwszych w tej okolicy. Powierzchnia sali sprzedaży wynosi 112 m2. Market ma w ofercie: ladę tradycyjną z wędlinami i serami, świeży wybór warzyw i owoców oraz dział przemysłowy.





Sklep w miejscowości Zawichost

– *Sklep SPAR w Kłodzku ma wszystkie atuty, z jakich znana jest sieć SPAR. Przede wszystkim to bogaty asortyment – szeroka gama produktów, od lokalnych po te z międzynarodowych rynków. Wyróżnia nas wysoka jakość – zwłaszcza świeże produkty, w tym owoce, warzywa, mięsa czy pieczywo, a także przyjazna obsługa, atrakcyjne promocje i dobra lokalizacja.* – mówi Krzysztof Tokarz, Prezes Zarządu Grupy Kapitałowej Specjał.

Wraz z nową placówką handlową, sieć SPAR liczy obecnie 190 sklepów. Nowy właściciel podkreśla, że już wkrótce planuje kolejne otwarcia.

Rafał Batorowicz

NASZ SKLEP WCIĄŻ ROŚNIE

Większość oddziałów spółki Nasz Sklep w ostatnich miesiącach może się pochwalić licznymi otwarciami nowych placówek handlowych pod wszystkim swoimi franczyzowymi szyldami.



W oddziałach lubelskim i tomaszowskim powstały cztery nowe sklepy, w tym jeden pod szyldem Delikatesy Premium Market Plus w Dszkowicach należący do Klaudii Kołodziejczyk. Delikatesy Sezam uruchomili Krystyna Kozik w Pusznie Skokowskim i Natalia Mańko w Brzeźnicy Bychawskiej. Natomiast w Hrubieszowie pod szyldem Nasz Sklep ruszyła placówka Wiesława Korkosza.

Pozostałe oddziały nie pozostają w tyle. W krakowskim sklep pod szyldem Delikatesy Premium uruchomili w Mnikowie A. Wyżga i P. Zaborowski. W Żorach w oddziale wrocławskim ruszył Nasz Sklep należący do Renaty Sowy. W Końskich w oddziale radomskim Delikatesy Sezam otworzyła Krystyna Ruzik.

Aż sześć otwarć miało miejsce w oddziale rzeszowskim. W Zabłotce Delikatesy Sezam Market Plus otworzył Krzysztof Paściak. Natomiast GS w Leżajsku uruchomiła w Brzózie Królewskiej Delikatesy Sezam. Trzy sklepy postały pod szyldem Delikatesy Premium. To placówki pana Kaczmarczyka w Niecieczy, pana Kicmana w Przemyślu oraz Pawła Murglina w Jaślanach. Ten ostatni detalista uruchomił też sklep pod szyldem Nasz Sklep w Ławnicy.

Nowo otwierane sklepy charakteryzuje powierzchnia powyżej 100 mkw., dogodny dojazd oraz parking wokół sklepu, a także wizualizacja zewnętrzna przewidziana dla tych formatów. W każdym ze sklepów zastosowano meble w standardzie Premium, Sezam lub Nasz Sklep. Na szczególną uwagę zasługują regały branżowe: alkoholowy, owocowo- warzywny oraz regał na pieczywo, a także wykończenie stoiska mięsno- wędliniarskiego.

Meble charakteryzują się nowoczesnym designem, solidną konstrukcją, drewnianym wykończeniem oraz niepowtarzalną grafiką, które sprzyjają eksponowaniu świeżej żywności. Blokowe ułożenie asortymentu zgodnie z podziałem na grupy asortymentowe ułatwia zakupy, a produkty rekomendowane zdobywają coraz większą popularność.

Atutem placówek są przede wszystkim produkty świeże: mięsowędliny, pieczywo, owoce i warzywa, nabiał, ale też wyroby regionalne oraz garmażeryjne, alkohole i słodycze. Ponadto w każdym ze sklepów klienci mogą zaopatrzyć się w podstawowe artykuły chemiczne, czy zakupić artykuły przemysłowe.

Dużym zainteresowaniem w sklepach cieszy się Strefa Wina z odpowiednio wyselekcjonowanym asortymentem.

W każdym ze sklepów funkcjonują programy lojalnościowe dla klientów, które cieszą się dużym zainteresowaniem.

Dużym zainteresowaniem cieszą się remodelingi w naszych sklepach sieciowych ponieważ pokazuje to że nasi franczyzobiorcy nie stoją w miejscu, tylko podążają z duchem czasu, stawiając na rozwój oraz nowoczesne rozwiązania w swoich sklepach.

Remodelingi polegają nie tylko na prawidłowym ułożeniu asortymentu ale też w sklepach zastosowano m.in. nowe wyposażenie, powiększono powierzchnię sali sprzedaży, zwiększono stoiska świeże m.in stoisko mięsno -wędliniarskie, czy zastosowano samoobsługę na stoisku alkoholowym.

Z okazji otwarcia we wszystkich sklepach zostały przygotowane liczne promocje, degustacje oraz atrakcje dla klientów.

Kamila Tarsa







NIE MOŻNA ODDAĆ RYNKU

Rozmowa z Adamem Wyżgą i Piotrem Zaborowskim, franczyzobiorcami sieci Delikatesy Premium

Co skłoniło Państwa do otwarcia kolejnego sklepu spożywczego pod szyldem Delikatesy Premium w Mnikowie? Prowadzicie już dwa sklepy. Jakie były początki i skąd pomysł na taką formę działalności?

Działamy w branży handlu detalicznego od wielu lat. Obecnie prowadzimy dwie placówki handlowe. Zdobyte doświadczenie w obszarze współpracy z siecią NASZ SKLEP, jak również z całą grupą kapitałową SPECJAŁ pokazało, że jest to silny i rzetelny partner do prowadzenia tego typu działalności. Kiedy podjęliśmy decyzję o otwarciu kolejnej placówki, wybór był dla nas oczywisty. Dynamiczny rozwój dotychczasowych placówek opieramy na polityce sieci NASZ SKLEP. To utwierdziło nas, że kolejny punkt handlowy powinien iść tą samą ścieżką. Początki naszych sklepów sięgają lat 90 – tych, kiedy handlem trudnili się nasi rodzice. Z biegiem czasu rodzinne biznesy zostały przekazane w ręce kolejnego pokolenia, czyli nas. O otwarciu nowej placówki myśleliśmy już jakiś czas temu, od około roku. Istotnym bodźcem do otwarcia nowego sklepu w miejscowości Mników była informacja o dostępności lokalu do wynajęcia, którą otrzymaliśmy od kierownika sieci NASZ SKLEP. Lokalizacja punktu przypadła nam do gustu ze względu na optymalną odległość od naszych obecnych placówek, co z jednej strony powoduje, że nasze sklepy nie konkurują ze sobą wzajemnie, a z drugiej są stosunkowo blisko od naszego miejsca zamieszkania, co pozwala nam na oszczędność czasu w drodze do pracy.

Czym się charakteryzuje nowy sklep, gdzie jest zlokalizowany i co oferuje klientom?

Nowa placówka to lokal, w którym od wielu lat funkcjonował sklep spożywczy. Właściciel lokalu, który wcześniej prowadził sklep postanowił zamknąć swoją działalność, a lokal oddać w najem. Po otrzymaniu informacji o tym, że lokal jest do wynajęcia podjęliśmy się analizy sensu utworzenia nowej placówki w tym miejscu. Sklep zlokalizowany jest w centrum miejscowości oraz w bliskości strefy przemysłowej. Uznaliśmy, że sklep powinien pozwolić na kompleksowe zaopatrzenie mieszkańców w produkty „dla każdego", tzn. zarówno produkty pierwszej potrzeby, jak również delikatesowe, które pozwolą się wyróżnić na rynku. Oferujemy w Mnikowie niemal 4000 indeksów różnych produktów, zaczynając od produktów marki własnej kończąc na produktach premium.





Prowadzicie już 3 sklepy, a wokół sporo małych sklepów, jak i popularnych dyskontów. Jaka jest wasza recepta i przepis na rozwój?

W dzisiejszych czasach konkurencja jest bardzo silna z uwagi na rosnącą siatkę sklepów dyskontowych, jak również bardzo mocno rozwijające się sklepy typu convenience. Osobiście uważamy, że najgorsze co można zrobić to oddać rynek lub jego część – to właśnie robi gros małych sklepów, która zbyt łatwo oddaje pole dużym sieciom handlowym. Aby sklep mógł dobrze funkcjonować trzeba przede wszystkim poznać potrzeby klienta, oferować mu możliwie dobry produkt w uczciwej cenie, która koreluje z jego jakością.

Ze względu na mocną konkurencję wokół, a jednocześnie małą powierzchnię lokalu musieliśmy sporo się napracować, aby tak dobrać asortyment, aby każdy z klientów znalazł coś dla siebie – nieoceniona w tym zadaniu była pomoc działu wdrożeń sieci NASZ SKLEP. Ze względu



Właściciele Delikatesów Premium w Mnikowie

na to, że rynek nasycony jest produktami gotowymi, wytwarzanymi przez duże koncerny, postawiliśmy na produkty świeże, pochodzące od lokalnych, sprawdzonych producentów i dostawców – to nas wyróżnia względem dużych sieci dyskontowych. Skupiliśmy się na oferowaniu klientom towarów najwyższej jakości oraz pierwszorzędnej świeżości – taki towar obroni się sam. Zapewniamy klientom codzienne dostawy świeżych owoców i warzyw, mięsa w pełnym asortymencie oraz wędlin. Staramy się unikać produktów wysoko przetworzonych, zwłaszcza w obszarze wędlin, serów oraz dań gotowych. Oferujemy kilka dostaw dziennie świeżego oraz wysokiej jakości pieczywa.

Jakie macie plany na przyszłość?

Jak na razie musimy złapać oddech po wytężonej pracy przy otwarciu nowego sklepu w Mnikowie. Niemniej jednak w głowie rodzą się nowe pomysły na zrównoważony rozwój, także poprzez otwarcie kolejnych placówek handlowych. W tym wypadku oczywiście we współpracy z GK SPECJAŁ.

Tomasz Gąsior

JUŻ PRAWIE 5000 SKLEPÓW

Inwestycje w nowoczesne rozwiązania IT, Rady Franczyzowe umożliwiające wsłuchiwanie się w głos franczyzobiorców, sukces targów sprzedażowych oraz nowe kanały marketingowe: to zadecydowało, że w 2024 roku sieć Livio powiększyła się o blisko 250 sklepów.

W minionym roku Polska Sieć Handlowa Livio, wchodząca w skład Grupy Kapitałowej Specjał, powiększyła się o 244 nowe placówki handlowe. Sieć zbliża się do okrągłej liczby 5000 sklepów, którą może osiągnąć jeszcze w tym roku.

– *Rok 2024 zamknęliśmy z ilością 4688 placówek handlowych działających pod szyldem Livio. Sytuacja na rynku jest trudna i nic nie zapowiada, żeby najbliższe miesiące miały być łatwiejsze. Mamy jednak poczucie, że trudy prowadzenia biznesu w naszej branży najmocniej odczują mali, niezależni właściciele sklepów. Inflacja, rosnące ceny mediów, podwyżka płac – wszystko to sprawia, że trudno jest utrzymać satysfakcjonujący poziom rentowności sklepu, nie mając żadnego wsparcia* – mówi **Marian Zych**, Wiceprezes Zarządu Livio.

Wg. wywiadowni Dun&Bradstreet, w 2024 roku w Polsce zamknęło się 2000 sklepów, a ponad 9100 zawiesiło swoją działalność.

– *Uważam, że franczyza jest jedyną sensowną propozycją, która może pomóc w utrzymaniu się na rynku. Jak pokazują dane, my się nie kurczymy, tylko rośniemy, mimo ogromnych problemów sklepów niezrzeszonych lub zrzeszonych w małych sieciach. Na przestrzeni ostatnich 5 lat urośliśmy niemal dwukrotnie, co doskonale pokazuje, że jesteśmy godnym zaufania partnerem* – kontynuuje Marian Zych.

Od 2023 roku w Livio działają Rady Franczyzowe, w ramach których zarząd oraz uczestnicy sieci omawiają bieżące problemy oraz konsultują nowe rozwiązania.

– *Mocno inwestujemy w sklepy, w których widzimy największy potencjał. Modernizujemy sprzęt oraz oprogramowanie, co już teraz pozwala nam na tworzenie w wielu placówkach zaawansowanych mechanik promocyjnych, na przykład tzw. „wielosztuk", a to z kolei przekłada się na zwiększone zainteresowanie konsumentów* – dodaje prezes Zych.

Livio zaznacza, że nie tylko modernizacja samych sklepów, ale i dostosowanie się do potrzeb nowoczesnego konsumenta były w ostatnich miesiącach jednym z głównych tematów rozmów podczas spotkań z franczyzobiorcami. Sieć poprzez ścisłą współpracę m.in. z firmą Net Innovation Software, dostawcą oprogramowania HiperMarket oraz firmą Nord Plus, dostawcą oprogramowania Meritum, proponuje swoim franczyzobiorcom najnowocześniejsze rozwiązania sprzedażowe. Kolejne sklepy Livio przyłączane są do systemu integrującego sklepowe kasy z centralą sieci. Dzięki temu franczyzobiorcy nie muszą już własnoręcznie konfigurować promocji oraz zyskują dostęp do zaawansowanych raportów sprzedażowych. Livio zainwestowało także w nowe kanały komunikacji, szczególnie skupiając się na sferze social mediów.

– *Nowoczesny konsument oczekuje nowoczesnej formy komunikacji, jaką zapewniają w tym momencie media społecznościowe. Staramy się być blisko tego ciągle aktywnego trendu. Znaczną część naszych środków przeznaczonych na reklamę kierujemy w ten właśnie kanał. Zachęcamy także naszych franczyzobiorców do prowadzenia własnych fanpejdży, które pomagają docierać bezpośrednio do klientów skupionych wokół ich sklepów. Organiczne, lokalne działania marketingowe, wsparte akcjami centralnymi, przynoszą zauważalne efekty* – zaznacza Marian Zych.

Jesienią, jak co roku, odbyła się kolejna edycja targów sprzedażowych Livio. Zaproszeni franczyzobiorcy mogli skorzystać z szerokiej oferty przygotowanej przez ponad 70 największych producentów.

– *Cieszę się, że nasze targi niezmiennie przyciągają zainteresowanie zarówno naszych franczyzobiorców, jak i producentów, co tylko potwierdza ich opłacalność dla obu stron. Mam nadzieję, że podczas kolejnych targów, jesienią 2025 roku, będę mógł już ogłosić otwarcie 5-tysięcznego sklepu* – kwituje prezes Zych.

W całym 2024 roku Grupa Kapitałowa Specjał (spółki Rabat Detal, Nasz Sklep, Livio) powiększyła się o 788 sklepów, co daje łączną liczbę 13 597 aktualnie działających w ramach tych sieci placówek handlowych.

Rafał Batorowicz



Marian Zych, Wiceprezes, PSH Livio Sp. z o.o.

KOLEJNI FRANCZYZOBIORCY ZAUFALI LIVIO

Mimo trudnej sytuacji rynkowej dla polskiego handlu małoformatowego sieć Livio stale się rozwija i powiększa grono franczyzobiorców, którzy wspólnie z nami chcą budować swoją przyszłość.

Nowy sklep pojawił się na mapie dolnośląskiego oddziału LIVIO, w miejscowości Wilków niedaleko Świdnicy. Ten nowoczesny, ponad 100 m. sklep państwa Katarzyny i Łukasza Kusiak wita swoich klientów szerokim asortymentem, przystępnymi cenami, wysoką jakością obsługi oraz bogatą ofertą strefy gastro. Właściciele od lat związani są z handlem – najpierw wspierając rodziców, a później stawiając własne kroki w tym biznesie. Pierwszy sklep wspólnie z LIVIO państwo Kusiak otworzyli w roku 2008 w Opocznie. Współpraca ta rozwijała się bardzo pomyślnie, dlatego otwierając kolejną placówkę ponownie postawili na współpracę z nasza siecią.

Sieć LIVIO oferuje swoim franczyzobiorcom elastyczność i indywidualne podejście.

Nasi franczyzobiorcy również w to wierzą, dlatego nie boją się wprowadzać oferowanych przez nas nowych rozwiązań i przeprowadzać wspólnie z nami remodelingów swoich sklepów. Jeden z ostatnich jakie przeprowadziliśmy miał miejsce w Wieleniu, w poznańskim oddziale LIVIO. Pani Aleksandra zdecydowała się na całkowitą modernizację swojego sklepu. Właścicielka decydując się na tą zmianę optymistycznie patrzy w przyszłość, zdając sobie sprawę, że dzięki temu sklep zyska nowy design, co znacząco ułatwi zakupy i pozwoli pozyskać nowych klientów. Oferta handlowa skierowana została do najbardziej wymagających konsumentów, którzy cenią sobie innowacyjność, konkurencyjne ceny oraz produkty najwyższej jakości. W dniu ponownego otwarcia wszystkim towarzyszyły wyśmienite humory.

Wszystkim naszym klientom, nowym, jak i będącym z nami od lat, dziękujemy za zaufanie.

Iwona Mądra

Z okazji jubileuszu 35-lecia Grupy Kapitałowej Specjał przygotowaliśmy nowe, okolicznościowe logo. Symbolizuje ono nasze wspólne osiągnięcia oraz dynamiczny rozwój, który nie byłby możliwy bez zaangażowania pracowników i partnerów. Nowe logo będzie towarzyszyć nam we wszystkich działaniach komunikacyjnych przez cały rok jubileuszowy. Dziękujemy, że jesteście częścią tej historii!



KONFERENCJA WE WŁOSZECH


Uczestnicy wyjazdu konferencyjnego do Włoch.

Zrealizowaliśmy kolejny wyjazd konferencyjny dla klientów. W dniach 7-14 marca 2025 roku odbyła się konferencja we Włoszech. Udział w niej wzięło ponad 20 klientów z różnych oddziałów Specjał.

Uczestnikami wydarzenia byli laureaci programu lojalnościowego KONFERENCJE DLA NAJLEPSZYCH realizowanego w okresie od 01.04.2023 do 31.10.2023. W konferencji organizowanej przez Specjał wzięli udział klienci oddziałów: Rzeszów, Kraków, Gdańsk, Wrocław, Warszawa, Tomaszów Lubelski.

Spotkanie dla laureatów

Podczas pobytu odbyła się konferencja sprzedażowa. Tradycyjnie laureatom programu wręczone zostały wyróżnienia. Przedstawieni zostali producenci uczestniczący w katalogu oraz ci, którzy odnotowali najwyższą sprzedaż. Klienci poznali również najnowszą ofertę produktów w ramach marki własnej. W trakcie biznesowych dyskusji poruszonych zostało wiele ważnych tematów dotyczących bieżącej sytuacji w handlu w Polsce.

Patrycja Wilczyńska


Konferencja GK Specjał

FRANCZYZA, KTÓRA DZIAŁA

Rozwój zwieńczony sklepem nr 3000, innowacje podczas targów, ambitne plany na kolejne miesiące oraz wsparcie franczyzobiorców dotkniętych powodzią – tak Rabat Detal podsumowuje 2024 rok. I to w trudnej sytuacji rynkowej.

Miniony rok w Rabat Detal stał pod znakiem osiągnięcia kolejnego kamienia milowego – w połowie marca sieć ogłosiła otwarcie swojego 3000 sklepu.

– *Cieszę się, że mimo trudnych okoliczności do prowadzenia biznesu, nam się to z powodzeniem od wielu lat udaje, co pokazują wyniki. Rok 2024 to nie tylko sklep nr 3000, ale aż 195 kolejnych placówek handlowych, które postanowiły rozwijać się pod szyldem Rabat Detal. Przypomnę, że jeszcze w 2018 roku nasza sieć liczyła zaledwie 1300 sklepów, działając głównie na terenie Śląska. Dzisiaj jesteśmy liczącym się graczem na ogólnopolskiej, franczyzowej arenie* – mówi **Tomasz Wilkoń**, I wiceprezes zarządu Rabat Detal.

Rok 2024 Rabat Detal zamknął z wynikiem 3132 działających sklepów, plasując się w czołówce największych polskich sieci franczyzowych.

– *Silne działania kanału nowoczesnego, jak i rosnące koszty prowadzenia sklepów sprawiają, że małym placówkom, czy nawet mniejszym sieciom, coraz trudniej jest utrzymać rentowność. Myślę, że rok 2025 może być rokiem „sprawdzam", po którym duża liczba sklepów zniknie z rynku. W ostatnich miesiącach w Rabat Detal skupialiśmy się w szczególny sposób na utwardzaniu naszej franczyzy. Nie chcemy jednak popadać ze skrajności w skrajność. Proponujemy franczyzobiorcom jeszcze mocniejszą współpracę i cieszymy się, że coraz większa liczba naszych partnerów zauważa pozytywne efekty – poprawienie jakości placówek, profesjonalne i ujednolicone rozwiązania marketingowe, wyższe standardy obsługi klienta i nareszcie – wyższe obroty. Tylko zorganizowana i mądra franczyza może przeciwstawić się ogromnej, zagranicznej konkurencji w postaci dyskontów* – zapewnia Tomasz Wilkoń.



Jak co roku sieć Rabat Detal zorganizowała dwie edycje targów dla swoich franczyzobiorców. Po raz pierwszy zaprezentowana została specjalna aplikacja targowa, która spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem zarówno wśród uczestników targów, jak i zaproszonych producentów. Głównym celem aplikacji było zachęcenie jej użytkowników do tzw. „grywalizacji". Franczyzobiorcy, którzy zebrali najwięcej punktów za dokonane zakupy, otrzymali atrakcyjne nagrody.

– *Nasze targi to nie tylko świetna okazja do dokonania atrakcyjnych zakupów dla właścicieli sklepów zrzeszonych w Rabat Detal, ale także doskonała przestrzeń do rozmów na temat bieżących problemów oraz przyszłości. Nie pozostawiamy naszych franczyzobiorców samych sobie. Jednym z istotnych tematów w minionym roku była chociażby ustawa kaucyjna. Rozbiliśmy ten temat na czynniki pierwsze, omówiliśmy strategię działania w całej Grupie, a podczas targów zaprezentowaliśmy franczyzobiorcom gotowe rozwiązania, zaprosiliśmy producentów butelkomatów ze świetną, wynegocjowaną centralnie ofertą zakupową* – dodaje Wilkoń.

W kolejnych miesiącach sieć planuje dalsze zacieśnianie współpracy z franczyzobiorcami. Rabat Detal inwestuje również w rozwój narzędzi wspierających siły sprzedażowe, takich jak systemy SFA z możliwością analizy obrazu, których celem jest usprawnienie wizyt koordynatorów w sklepach oraz uproszczenie procesu raportowania, istotnego szczególnie we współpracy z producentami.


Tomasz Wilkoń, Wiceprezes Zarządu, Rabat Detal Sp. z o.o.

Rafał Batorowicz

SPEKTAKULARNE ZWYCIĘSTWA I NIEZAPOMNIANE NAGRODY!

Zakończyła się tegoroczna edycja programu lojalnościowego Rabatomania 2024, który przyniósł wiele emocji i niezapomnianych chwil franczyzobiorcom sieci Rabat Detal. Program, który trwał od czerwca do końca października 2024 roku, okazał się sukcesem, angażującym ponad tysiąc sklepów w całej Polsce.



W ramach Rabatomanii 2024 uczestnicy mieli do wykonania 29 zadań, które obejmowały różnorodne działania handlowe i marketingowe. Łącznie zebrano ponad 28 tysięcy punktów, co jest dowodem rozwój na niesamowite zaangażowanie i determinację naszych franczyzobiorców.

Program Rabatomania 2024 opierał się na zasadach „grywalizacji", co dodatkowo zwiększyło zaangażowanie uczestników. Każde zadanie było punktowane, a zdobyte punkty decydowały o miejscu w rankingu. Na zwycięzców czekały atrakcyjne nagrody, w tym główna nagroda – voucher o wartości 10 000 zł na wyjazd z wakacje.pl.

Dodatkowo, uczestnicy mogli wygrać bony podarunkowe do popularnych sklepów takich jak Ikea, Empik, Apart, Allegro, Media Expert i Decathlon. Wartość nagród wahała się od 500 zł do nawet 5000 zł, co sprawiło, że rywalizacja była jeszcze bardziej ekscytująca.

Jeszcze raz gratulujemy wszystkim uczestnikom i zapraszamy do udziału w kolejnych edycjach programu lojalnościowego Rabat Detal! Pamiętajcie, że każdy sukces zaczyna się od małych kroków, a Wasze zaangażowanie i determinacja są kluczem do osiągania wielkich rzeczy.

Magdalena Gwiazdowska

WIELKA RABATOWA LOTERIA: ZWYCIĘZCY ODEBRALI NAGRODY!

W grudniu 2024 roku zakończyła się Wielka Rabatowa Loteria, która przyciągnęła tysiące klientów z całej Polski. Konkurs organizowany przez sieć sklepów Rabat Detal wzbudził ogromne emocje, a każdy uczestnik marzył o zdobyciu jednej z cennych nagród.

Główną wygraną był nowoczesny Hyundai i10, który trafił do szczęśliwego laureata w jednym ze sklepów na Dolnym Śląsku. Aby wziąć udział w loterii wystarczyło zrobić zakupy za minimum 30 złotych, w tym przynajmniej jeden produkt promocyjny, a następnie zarejestrować paragon na dedykowanej stronie internetowej. Oprócz samochodu do wygrania było także 20 robotów kuchennych, które trafiły do klientów w różnych zakątkach kraju.

Pod koniec stycznia 2025 roku w Kaliszu odbyło się oficjalne wręczenie głównej nagrody. W wydarzeniu uczestniczyli przedstawiciele sieci Rabat Detal oraz organizatora technicznego loterii, firmy SMOLAR, która zapewniła wsparcie w realizacji konkursu. Radość i ekscytacja towarzyszyły tej chwili, a nowy właściciel Hyundaia i10 z dumą odebrał kluczyki do swojego auta.

Wielka Rabatowa Loteria nie tylko dostarczyła uczestnikom emocji i nagród, ale także wzmocniła więzi klientów ze sklepami Rabat Detal. Zainteresowanie konkursem było ogromne, a entuzjazm związany z losowaniem sprawił, że klienci chętniej odwiedzali sklepy i angażowali się w akcję.

Zakończenie Wielkiej Rabatowej Loterii było niezapomnianym momentem dla jej uczestników i organizatorów. Wręczenie głównej nagrody stało się zwieńczeniem całej akcji, przynosząc radość zwycięzcy oraz wszystkim, którzy wzięli udział w konkursie.

Sieć Rabat Detal dziękuje wszystkim uczestnikom za zaangażowanie i wspólne przeżywanie tych wyjątkowych chwil.

Magdalena Gwiazdowska



XXVII Międzynarodowe Targi Biznes Żywność Medycyna Auto Flota

W listopadzie ub. r. miało miejsce jedno z najbardziej spektakularnych wydarzeń targowych w skali ogólnopolskiej. Przypominamy w formie fotoreportażu niektórych uczestników ubiegłorocznych targów Biznes Żywność Medycyna Auto Flota.



od lewej: Krzysztof Tokarz Prezes GK Specjał, Marian Zych Wiceprezes PSH Livio, Krystyna Stachowska Zastępca Prezydenta Miasta Rzeszowa, Teresa Kubas-Hul Wojewoda Podkarpacki



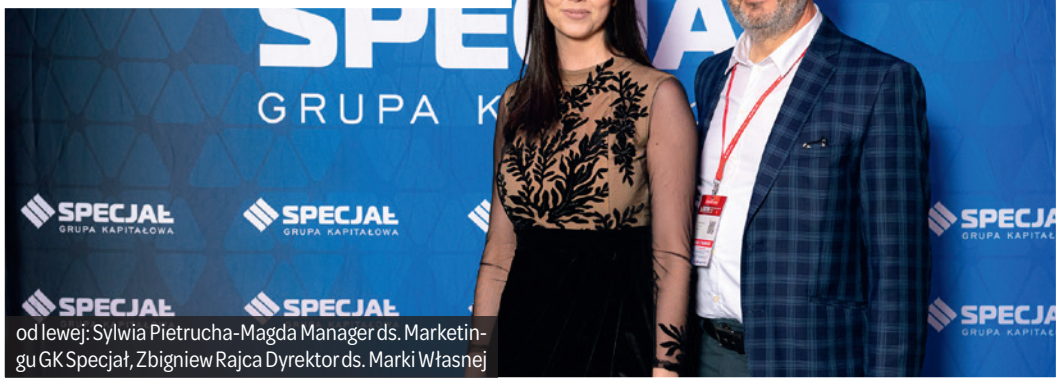
Jacek Koperwas Dyrektor ds. Rozwoju Sieci Nasz Sklep, Iwona Krasna-Dziedzic Kierownik Biura Zarządu GK Specjał



Remigiusz Czernecki, Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Handlowy, Grupa Kapitałowa Specjał, Paweł Głowniak – Dyrektor Handlowy Herbapol Lublin SA, Kamil Kulpa Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał



Klientki z GS Błażowa na wieczornym bankiecie



od lewej: Sylwia Pietrucha-Magda Manager ds. Marketingu GK Specjał, Zbigniew Rajca Dyrektor ds. Marki Własnej



Nowe technologie na targach



Przekazanie karmy dla zwierząt dla schroniska w Kundelek w Rzeszowie z udziałem przedstawicielki firmy Mars Polska oraz Krzysztofa Tokarza Prezesa GK Specjał



Rejestracja uczestników na część handlową

Wręczenie nagrody w ramach loterii Targomania



Uczestnicy loterii Targomania wraz z prowadzonym Januszem Majkutem



Rejestracja podczas części bankietowej





od lewej Radosław Naparło Menedżer ds. Rozwoju Kluczowych Klientów Carlsberg Polska, Magdalena Czekajewicz Starszy Kierownik ds. Rozwoju Kanału Sprzedaży Carlsberg Polska, Maciej Czerwiński Dyrektor ds. Marketingu GK Specjał



od lewej: Arkadiusz Marcinkowski Wiceprezes Zarządu ARMA Sp. z o.o., Piotr Niemiec Prezes Arma Sp. z o.o.



od lewej: Krystyna Stachowska Zastępca Prezydenta Miasta Rzeszowa, Władysław Ortyl Marszałek Województwa Podkarpackiego



Wiesław Dul Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał, Kamil Kulpa Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał, Elżbieta Bać Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał, Robert Antosz Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał, Irena Poprawa Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał, Łukasz Kurczak Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał



Dorota Gardias prowadząca część oficjalną



od lewej: Łukasz Kurczak Dyrektor ds. zakupów REN & Specjał, Konrad Szpotowicz, National Customer Development Manager & Route To Market Transformation Lead, Unilever Polska Sp. z o.o.



od lewej Remigiusz Czernecki Wiceprezes Zarządu Dyrektor Handlowy, Grupa Kapitałowa Specjał, Artur Dmowski Członek Zarządu Fabryki Cukierków „Pszczółka" Sp. z o.o., Krzysztof Tokarz, Prezes Zarządu GK Specjał



od lewej: Michał Maksymiec, Dyrektor ds. Współpracy z Detalistami, Consumer Panel GfK, Krzysztof Tokarz, Prezes GK Specjał.



Elżbieta Bać Dyrektor ds. Zakupów, Jan Sałata Dyrektor Generalny, PSH Nasz Sklep S.A



Władysław Ortyl Marszałek Województwa Podkarpackiego, Krzysztof Tokarz Prezes GK Specjał



od lewej: Zbyszko Zalewski Dyrektor Administracji i Marketingu, Poradnik Handlowca, Wiesław Generalczyk Prezes Wydawnictwa, Reaktor Naczelny Poradnik Handlowca



od lewej: Paweł Stawiany Dyrektor Specjał oddział Łódź, Kamila Klepacz Kierownik Dział Sprzedaży GK Specjał



od lewej: Remigiusz Czernecki, Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Handlowy, GK Specjał, Joanna Michalik Dyrektor Biura Prawnego GK Specjał



od lewej: Bartłomiej Rupikowski Dyrektor Oddziału Kraków GK Specjał, Teresa Grybel Dyrektor Ds. Rozwoju GK Specjał, Marek Mitura Dyrektor Sprzedaży Specjał



Bartłomiej Dudzik -Kierownik ds. Klientów Strategicznych, Elżbieta Bać Dyrektor ds Zakupów GK Specjał



od lewej: Krzysztof Hyży Commercial Dyrektor BU Food MW Food, Woźniak Monika Dyrektor Customer Marketing FOOD MW Food, Irena Poprawa Dyrektor ds. Zakupów GK Specjał, Paweł Sałek Dyrektor Handlowy MW Food



od lewej: Jerzy Tabin Dyrektor Biura Wojewody Podkarpackiego, Teresa Kubas-Hul Wojewoda Podkarpacki



od lewej: Rafał Wróblewski Business Executive Officer at Nestle, Krzysztof Tokarz Prezes Zarządu GK Specjał



od lewej: Magdalena Florek Dyrektor Personalny GK Specjał, Paweł Styka Dyrektor Logistyki, Patrycja Misiak Zastępca Dyrektora Personalnego GK Specjał

01 DLAHANDLU.PL, STYCZEŃ 2025

Na portalu dlahandlu.pl opublikowano informację o przejęciu sieci SPAR przez GK Specjał. Jak napisano w materiale zagraniczna sieć handlowa znalazła się w rękach polskiej firmy – nowym właścicielem SPAR Polska jest Grupa Kapitałowa Specjał.

W skład przejętych przez Specjał aktywów weszły również 3 centra dystrybucyjne: w Czeladzi, Koninku i Starych Gnatowicach, a także zakład produkcyjny i biurowiec w Poznaniu.



02 FRANCZYZAWHANDLU.PL, LUTY 2025

Branżowy portal napisał w artykule, że SPAR Polska ma nowego właściciela, który chce rozwinąć franczyzową sieć do 1000 sklepów. Dodano również, że rzeszowska firma powiększyła się tym samym o blisko 200 placówek handlowych występujących w różnych formatach. Wspomniano również, że Grupa Kapitałowa Specjał to firma, która z rodzinnego sklepu spożywczego, ewoluowała do jednego z największych graczy na rynku FMCG w kraju, a także ogólnopolskiego detalisty zarządzającego blisko 14 tysiącami sklepów (pod szyldami Nasz Sklep, Livio, Rabat Detal). W najbliższych planach GK Specjał chce skupić się na wdrożeniu planu naprawczego.



03 HANDEL, MARZEC 2025

W marcowym wydaniu magazynu Handel ukazał się obszerny wywiad z Krzysztofem Tokarzem, prezesem GK Specjał. Główny temat tej rozmowy dotyczył zakupu sieci Spar i planów restrukturyzacji oraz rozwoju. Prezes Tokarz zdradził m.in. jakiego rodzaju zmiany w funkcjonowaniu sieci SPAR będą wprowadzane. Wypowiedział się również w kontekście planów rozwoju całej GK Specjał.



04 PORADNIK HANDLOWCA, LUTY 2025

Magazyn Poradnik Handlowca poinformował o otwarciu pierwszego sklepu SPAR dokonanego po przejęciu sieci przez Grupę Kapitałową Specjał. Napisano, że wraz z nową placówką handlową, sieć SPAR liczy obecnie 188 sklepów, a nowy właściciel już wkrótce planuje kolejne otwarcia. W materiale zacytowano również wypowiedź Krzysztofa Tokarza, prezesa GK Specjał: *Niech to będzie doskonałym sygnałem nie tylko dla naszych dotychczasowych oraz nowych franczyzobiorców, ale także dla całego rynku, świadczącym o tym, jak bardzo zależy nam na intensywnym rozwoju tej marki. Teraz oficjalnie mogę powiedzieć, że rozpoczął się nowy, lepszy rozdział dla SPAR-a w Polsce.*



05 FRANCZYZAWHANDLU.PL, LUTY 2025

Portal poinformował, że Krzysztof Tokarz został nowym prezesem SPAR oraz o zmianach w zarządzie sieci franczyzowej sieci. Jak dodano, prezes GK Specjał zastąpił na tym stanowisku Wayne'a Hodsona. W materiale dodano również, że GK Specjał deklaruje rozwój franczyzy i zwiększenie liczby sklepów SPAR do tysiąca.



06 WIADOMOŚCI HANDLOWE, LUTY 2025

Magazyn branżowy Wiadomości Handlowe zamieścił materiał prasowy dotyczący otwarcia nowych sklepów sieci SPAR po przejęciu przez GK Specjał. Jak napisano w materiale Krzysztof Tokarz, prezes grupy, zapowiada nowe rozdanie dla sieci w Polsce. Najnowsza placówka handlowa SPAR posiada halę sprzedaży o powierzchni ponad 250 m2. Sklep ten wyróżnia się m.in. tradycyjną ladą mięsno-wędliniarską, dostępnością świeżo odpiekanego pieczywa czy szeroką ofertą produktów z uwielbianej przez konsumentów marki własnej. Dla komfortu klientów, tuż obok sklepu znajduje się także Paczkomat. Z okazji otwarcia, sieć przygotowała szereg atrakcji. Promocje na najpopularniejsze produkty w najniższych na rynku cenach czy liczne degustacje to tylko jedne z wielu możliwości, które czekały na pierwszych klientów nowej placówki SPAR.



Patrycja Wilczyńska

NOWOŚĆ W CEZAL24.PL – NATURALNA PIELĘGNACJA Z SYLVECO!

Z przyjemnością informujemy, że do naszej oferty dołączają kosmetyki marki SYLVECO – polskiego producenta naturalnych, hipoalergicznych produktów do pielęgnacji twarzy, ciała i włosów. To doskonały wybór dla osób ceniących składniki pochodzenia roślinnego, delikatność oraz skuteczność działania. Kosmetyki Sylveco wyróżniają się prostymi, ale niezwykle skutecznymi recepturami, które bazują na ekstraktach ziołowych, olejach roślinnych i naturalnych substancjach nawilżających. Dzięki temu są odpowiednie nawet dla skóry wrażliwej i skłonnej do podrażnień.

W naszej ofercie znajdziecie m.in.:

- Łagodzące i nawilżające kremy do twarzy
- Naturalne szampony i odżywki do włosów
- Odżywcze balsamy i masła do ciała
- Delikatne płyny do demakijażu i żele do mycia

Zadbaj o swoją skórę w zgodzie z naturą! Sprawdź pełną ofertę Sylveco na Cezal24.pl oraz stacjonarnie w salonach medycznych CEZAL i wybierz kosmetyki dopasowane do Twoich potrzeb.

Jolanta Darłak



ARMA DBA O INFRASTRUKTURĘ GIGANTA OPONIARSKIEGO

W dobie nowoczesnych rozwiązań technologicznych utrzymanie czystości na terenach przemysłowych wymaga nie tylko doświadczenia i precyzyjnego planowania, ale również specjalistycznego sprzętu.

Arma podjęła się zadania utrzymania infrastruktury jednego z największych producentów opon na świecie. Dzięki nowoczesnym metodom i zaawansowanym rozwiązaniom wyznaczamy nowe standardy w utrzymaniu estetyki przestrzeni przemysłowych, wywierając tym samym wpływ na bezpieczeństwo, efektywność, oraz zrównoważone systemy ekologiczne.

Sprzątanie terenów zewnętrznych w przemyśle, takim jak produkcja opon, wiąże się z szeregiem wyzwań. Oblodzenia nawierzchni, pył, osady przemysłowe, odpady technologiczne mogą negatywnie wpływać na funkcjonowanie zakładu, dlatego Arma dostosowując się do potrzeb oraz specyfiki obiektu zastosowała wielofunkcyjne urządzenie Egholm. Jego układ opiera się na kilku modelach nośników oraz całej gamie dostosowanych do współpracy akcesoriów. Modułowa konstrukcja może być wykorzystywana przez cały rok, doskonale sprawdza się w odśnieżaniu, zamiatania, myciu nawierzchni, usuwaniu trudnych zanieczyszczeń.



Współpraca z zastosowaniem Egholma stanowi nie tylko odpowiedź na współczesne wyzwania przemysłowe, ale także standard, który wyznacza kierunek dla przyszłości utrzymania przestrzeni w zakładach produkcyjnych. Kluczowymi elementami strategii Army staje się koncentracja na potrzebach klienta i dostosowanie do zmieniającej się rzeczywistości oraz świadomego zrównoważonego działania.

Dominika Górnicka

DLACZEGO WARTO SIĘ RUSZAĆ?



Aktywność fizyczna jest jednym z kluczowych czynników wpływających na nasze zdrowie i samopoczucie. W dobie oraz coraz mniejszej ilości ruchu w życiu codziennym, niezwykle ważne jest, aby świadomie wprowadzać aktywność do naszej rutyny.

Liczne badania naukowe dowodzą, że regularne ćwiczenia mogą znacząco poprawić stan zdrowia, zmniejszając ryzyko wielu chorób cywilizacyjnych, poprawiając kondycję fizyczną oraz wpływając pozytywnie na zdrowie psychiczne.

Korzyści zdrowotne regularnego ruchu

1. **Zdrowie serca i układu krążenia**
2. **Wpływ na układ metaboliczny**
3. **Zdrowie psychiczne i walka ze stresem**
4. **Zdrowe kości i mięśnie**
5. **Lepsza jakość snu**

W Grupie Kapitałowej Specjał zdajemy sobie sprawę z tego, jak ważna jest aktywność fizyczna dla zdrowia pracowników. Dlatego regularnie organizujemy inicjatywy sportowe, które zachęcają do ruchu i zdrowego stylu życia. Obecnie tworzymy akcję sportową „Nie bądź bałwan", której celem jest zmotywowanie naszych pracowników do aktywności w zimowe miesiące. Zależy nam, aby dbać o zdrowie fizyczne i psychiczne naszego zespołu poprzez ruch i integrację.

Jak wprowadzić więcej ruchu do życia codziennego?

- **Wybierz aktywny transport** – zamiast samochodu wybierz rower lub spacer.
- **Zintegruj ruch z codziennymi zadaniami** – np. zrezygnuj z windy na rzecz schodów.
- **Planuj aktywność** – ustal godziny na treningi i traktuj je jak spotkania służbowe (jest mnóstwo aplikacji, które pomogą Ci zaplanować Twoje treningi i pomogą Ci ich przestrzegać).
- **Dołącz do naszych inicjatyw sportowych** – wspólna motywacja i rywalizacja pomogą w utrzymaniu aktywnego stylu życia!

Aktywność fizyczna to inwestycja w zdrowie i dobre samopoczucie. Każdy krok, pedałowanie na rowerze, czy szybki spacer mają znaczenie. Nie czekaj – rusz się już dziś!

Michał Kanios

PRACOWNICZY WYJAZD W MALOWNICZE WŁOSKIE ALPY

Val di Sole to prawdziwy raj dla miłośników zimowych sportów i pięknych widoków. Mieliśmy okazję rozpocząć sezon narciarski w pełnym stylu, odwiedzając takie miejsca jak Folgarida, Madonna di Campiglio i Passo Tonale z lodowcem Presena.



Śnieg, słońce i niesamowite trasy narciarskie – to wszystko, czego potrzeba, by w pełni cieszyć się zimą! Nasz hotel w Marilleva 1400, położony wysoko w górach, blisko stacji narciarskiej, stanowił doskonałą bazę wypadową na cały dzień aktywności. Wygodne apartamenty z pełnym zapleczem kuchennym to idealne miejsce w atrakcyjnej cenie na odpoczynek po dniu pełnym wrażeń.

To już kolejny wyjazd z GK Specjał dla narciarzy i mamy nadzieję, że stanie się on tradycją. Każdego roku przybywa nam coraz więcej fanów tego sportu, co sprawia, że nasze wyprawy są jeszcze bardziej niezapomniane.

Zapraszamy do śledzenia informacji o kolejnych planowanych wycieczkach, tym razem już na wiosnę!

Joanna Kłos

SZANOWNI PAŃSTWO!

Zeznania podatkowe PIT za 2024 rok będziemy składać w terminie **od 15 lutego do 30 kwietnia 2025 roku.**

Podobnie jak w latach ubiegłych, także w 2025 roku określone dochody rozliczy usługa Twój e-PIT. Krajowa Administracja Skarbowa rozliczy zeznanie roczne, które będzie dostępne od dnia 15 lutego 2025 r. w serwisie „Twój e-PIT" w zakładce **www.finanse.mf.gov.pl**. Podatnik będzie mógł zaakceptować wersję przygotowaną przez urząd lub edytować deklarację i wprowadzić dane.

W przypadku skorzystania z rozliczenia podatku w wersji elektronicznej zwracamy się do Państwa z prośbą o zweryfikowanie **nr KRS Organizacji Pożytku Publicznego wskazanego w rozliczeniu PIT.**

Aby to zrobić należy wejść w formularz PIT i zmienić nr KRS Organizacji Pożytku Publicznego wskazany w rozliczeniu.

Serdecznie dziękujemy tym, którzy zdecydują się na wsparcie **NASZEJ FUNDACJI SPECJAŁ**!!

nr KRS Fundacji Specjał: 0000373138

Zarząd Fundacji Specjał



LUDZIE KWARTAŁU

Izabela Korczyk



Od 12 lat jest zaangażowanym i oddanym pracownikiem Centralnego Działu Analiz.
W pracy stosuje wysokie standardy i dzieli się swoim doświadczeniem. Jest sumienna, ambitna, pełna energii oraz chętnie podejmuje nowe wyzwania. Nie unika trudnych zadań i stara się rozwiązać każdy problem. Sympatyczna i koleżeńska.
Aktywnie spędza wolny czas wędrując po górach, jeżdżąc na rowerze i spacerując z psem.
Docenia piękno przyrody, lubi kwiaty. Aktywizuje koleżanki do zdrowego trybu życia, odżywiania się i dbania o naszą planetę.

Ireneusz Bar



W GK Specjał pracuje od 2017 roku w sekretariacie Biura Zarządu. Jest osobą bardzo pracowitą, sumienną i zaangażowaną w wypełnianie powierzonych mu zadań. Jego otwartość, komunikatywność i chęć pomocy innym sprawia, że jest lubiany przez współpracowników, których zaraża pozytywną energią.
W Fundacji Specjał jest odpowiedzialny za gromadzenie oraz sprzedaż nakrętek plastikowych. Lubi tańczyć, aktywnie spędzać czas, a gdy pogoda nie sprzyja poleniuchować przy filmie czy serialu.

Przenieś numer telefonu komórkowego do oferty specjalnej Specjał Finanse i zaoszczędź!

KTO MOŻE PRZENIEŚĆ NUMER I JAK TO ZROBIĆ?

Najtańsza **oferta komórkowa Specjał Finanse – Orange** jest dostępna dla pracowników Grupy Kapitałowej Specjał / kontrahentów oraz rodzin, a także dla wybranych grup zawodowych i zakupowych.

Dołączenie i uczestnictwo w grupie zakupowej jest bezpłatne.

Rozmowy i SMS bez limitu (także w roamingu na terenie UE) od 12,30 zł brutto miesięcznie.

Na terenie Polski dodatkowo pakiety internetowe w każdym abonamencie i MMS bez limitu.

Oferta bez roamingu od 8,61 zł brutto miesięcznie.

Możliwa jest migracja numeru (przeniesienia własnego numeru do oferty Specjał Finanse) lub karta sim z nowym numerem.

W celu przeniesienia numeru należy skontaktować się z BOK Specjał Finanse.

Zostanie przesłany mailem formularz zamówienia oraz oświadczenie o przeniesieniu numeru.

Wszelkie formalności związane z migracją załatwiamy zdalnie przesyłając mailem uzupełnione dokumenty.

Kartę sim i umowę można odebrać z BOK Specjał Finanse osobiście lub otrzymać przesyłką kurierską.



Zamówienia proszę przesyłać na adres:
biuro@specjalfinanse.pl
tel. 17 8 507 507

SPECJAŁ FINANSE

orange

Abonament BEZ LIMITU i Internet mobilny

Bez limitu rozmowy na tel. komórkowe i stacjonarne oraz SMS/MMS + pakiet internetowy

+

Roaming bez limitu na terenie UE w cenie abonamentu

Rozmowy przychodzące/wychodzące i SMS

OPCJE ABONAMENTU	OPŁATA ABONAMENTOWA ZA 1 MIESIĄC	*OPŁATA ABONAMENTOWA ZA CAŁY OKRES UMOWY (13 MIESIĘCY)*
BEZ LIMITU + INTERNET 5 GB + ROAMING NA TERENIE UE	12,30 zł	*159,90 zł*
BEZ LIMITU + INTERNET 8 GB + ROAMING NA TERENIE UE	13,53 zł	*175,89 zł*
BEZ LIMITU + INTERNET 20 GB + ROAMING NA TERENIE UE	15,99 zł	*207,87 zł*
BEZ LIMITU + INTERNET 25 GB + 100 GB LTE *o prędkości do 10 Mb/s* + nielimitowane LTE *o prędkości do 1 Mb/s* + ROAMING NA TERENIE UE	18,45 zł	*239,85 zł*

SKLEP INTERNETOWY: www.sklep.specjalfinanse.pl

Internet mobilny

OPCJE ABONAMENTU	OPŁATA ABONAMENTOWA ZA 1 MIESIĄC	*OPŁATA ABONAMENTOWA ZA CAŁY OKRES UMOWY (13 MIESIĘCY)*
40 GB	9,84 zł	*127,92 zł*
210 GB + 100 GB LTE + NIELIMITOWANE LTE *o prędkości do 1 Mb/s*	36,90 zł	*479,70 zł*

Abonament BEZ LIMITU + Internet

OPCJE ABONAMENTU	OPŁATA ABONAMENTOWA ZA 1 MIESIĄC	*OPŁATA ABONAMENTOWA ZA CAŁY OKRES UMOWY (13 MIESIĘCY)*
BEZ LIMITU + INTERNET 4 GB	8,61 zł	*111,93 zł*
BEZ LIMITU + INTERNET 8 GB	9,84 zł	*127,92 zł*
BEZ LIMITU + INTERNET 20 GB	12,30 zł	*159,90 zł*
BEZ LIMITU + INTERNET 25 GB + 100 GB LTE *o prędkości do 10 Mb/s* + nielimitowane LTE *o prędkości do 1 Mb/s*	14,76 zł	*191,88 zł*

Oferta specjalna dla Klientów indywidualnych należących do grupy zakupowej

Cennik brutto

Jednorazowe opłaty: aktywacyjna 1,23 zł, limit kwotowy 1,23 zł x 13 miesięcy = 15,99 zł, za migrację numeru 1,23 zł (w przypadku migracji numeru)

SPECJAŁ FINANSE Sp. z o.o.

35-105 Rzeszów, ul. Boya-Żeleńskiego 5, tel. 17 8 507 507

e-mail: biuro@specjalfinanse.pl

www.sklep.specjalfinanse.pl **www.specjalfinanse.pl**