Warszawa, 14 lipca 2025 r.

**Niskie ceny w lokalnych sklepach?**   
**Grupa Eurocash prezentuje nową ofertę dla detalistów**

**Grupa Eurocash uruchamia dwa nowe programy dla swoich partnerów detalicznych: Ligę Niskich Cen oraz Ligę Twardych Graczy. Kluczowym celem inicjatyw jest zapewnienie stabilnych cen w handlu lokalnym, budowanie lojalności oraz wzmocnienie konkurencyjności właścicieli niezależnych sklepów na coraz bardziej wymagającym rynku. Nowe inicjatywy dopełniają realizowane od lat działania Grupy Eurocash na rzecz polskiego handlu niezależnego, obejmujące m.in. cyfryzację lokalnego handlu, powołanie grupy zakupowej czy wsparcie w przygotowaniach do wdrożenia systemu kaucyjnego.**

Niezmiennym celem Grupy Eurocash jest wspieranie detalistów w spełnianiu rosnących oczekiwań konsumentów.

– *Od trzydziestu lat wspieramy rozwój handlu w Polsce i doskonale rozumiemy wyzwania, przed którymi dziś stoją właściciele sklepów.* *W obecnej sytuacji rynkowej najważniejsze są konkretne, skuteczne narzędzia, które pomagają utrzymać klientów i konkurować z największymi sieciami. Programy, które wdrażamy, to odpowiedź na te potrzeby: oferujemy partnerom m.in. dostęp do stabilnych warunków zakupowych przy regularnych marżach połączonych z możliwością zaoferowania takich cen detalicznych, które konsumenci widzą w największych sieciach handlowych. To realne wsparcie w budowaniu konkurencyjności i wzmacnianiu pozycji lokalnych sklepów w ich społecznościach –* podkreśla **Marcin Celejowski**, członek zarządu odpowiedzialny za obszar zakupów handlowych.

**Stałe ceny jako priorytet**

Liga Niskich Cen to program gwarancji maksymalnych cen detalicznych na najpopularniejsze produkty – m.in. nabiał, wędliny, napoje, słodycze czy alkohol. Przedsiębiorcy, którzy do niego przystępują, zobowiązują się do utrzymania określonych maksymalnych cen brutto, przy jednoczesnej gwarancji stałej ceny zakupu topowych produktów FMCG w hurtowniach Grupy Eurocash w danym miesiącu, również z dowozem. Zakres produktów objętych gwarancją niskich cen wynosi od 300 do 700 pozycji – w zależności od formatu sklepu. Asortyment dobierany jest na podstawie analizy rotacji i potencjału sprzedażowego, a docelowo lista ma objąć nawet 1000 produktów.

Program został uruchomiony w kwietniu 2025 roku po rocznym pilotażu, w którym udział wzięło ponad 1000 sklepów. Obecnie korzysta z niego już blisko 4 tysiące placówek. Program działa w oparciu o EuroPlatformę, nowoczesny ekosystem udostępniany detalistom przez podmioty Grupy Eurocash. Dla nowych klientów przygotowano pakiet benefitów pozwalających znacząco obniżyć koszty integracji z systemem.

**Program lojalnościowy dla klientów hurtowych**

Grupa Eurocash, swoim klientom hurtowym, zaprezentowała również program lojalnościowy – Ligę Twardych Graczy. Jego celem jest wzmacnianie relacji z przedsiębiorcami oraz nagradzanie ich za systematyczną i trwałą aktywność zakupową. Uczestnicy zdobywają wirtualną walutę – tzw. EUROzłotówki – które mogą wymieniać na nagrody z katalogu dostosowanego do potrzeb właścicieli sklepów: od wyposażenia i sprzętu, przez rabaty na zakupy, po nagrody osobiste. Program jest otwarty dla właścicieli sklepów detalicznych i docelowo może objąć nawet 34 tys. klientów Eurocash Dystrybucja i Cash&Carry.

– *W tak konkurencyjnym i dynamicznym otoczeniu jak handel detaliczny, lojalność staje się kluczowa. Liga Twardych Graczy to narzędzie wspierające budowanie długofalowych relacji z przedsiębiorcami – poprzez nagradzanie za systematyczną współpracę i konkretne działania zakupowe. To także narzędzie, które pozwala nam lepiej rozumieć realia pracy właścicieli sklepów. Dzięki analizie aktywności w programie możemy szybciej reagować na potrzeby, tworzyć trafniejsze oferty i skuteczniej wspierać ich w codziennych wyzwaniach* – mówi **Tomasz Polański**, członek zarządu odpowiedzialny za segment hurtowy.

Szczególną rolę w programie odgrywają jego ambasadorzy – Joanna Jędrzejczyk i Bartosz Kurek. Znani sportowcy inspirują przedsiębiorców do aktywnego rozwoju swoich firm i codziennego podejmowania wyzwań, z jakimi mierzą się „twardzi gracze” polskiego handlu.

**Grupa Eurocash** jest największym polskim hurtowym dystrybutorem produktów FMCG, właścicielem lidera rynku e-grocery Frisco.pl, partnerem logistycznym i technologicznym sklepów lokalnych. Zarządza rozbudowaną strukturą sieci franczyzowych, agencyjnych i partnerskich, takich jak ABC, Delikatesy Centrum, Groszek, Gama, Duży Ben, Lewiatan czy Euro Sklep. Z ponad 15,5 tys. placówek Grupa Eurocash jest, zgodnie z analizą Deloitte, największym franczyzodawcą w Polsce, co czyni kluczowym partnerem rozwoju dla tysięcy lokalnych przedsiębiorców. Grupa oferuje z jednej strony efektywne modele biznesowe, a z drugiej skalę zakupową, logistykę, wsparcie marketingowe, dostęp do wiedzy oraz nowoczesne rozwiązania technologiczne wspierające prowadzenie i rozwój sklepu. Z liczbą ponad 19 tys. zatrudnianych pracowników i 90 tys. klientów, Eurocash od lat zajmuje miejsce w czołówce największych polskich firm, kompleksowo kształtując rynek polskiego handlu i wyznaczając kierunki rozwoju branży. Dąży do tego, by wyznaczać trendy także w zakresie odpowiedzialności. Do 2030 r. Grupa zamierza zmniejszyć swoją emisję CO2 o 42 proc. w ramach strategii dekarbonizacji, jaką przyjęła w 2022 r. – w zgodzie z celami Porozumienia Paryskiego, w ramach ścieżki określonej przez Science Based Targets Initiative\* (SBTi).