Informacja prasowa Warszawa, 11.08.2025 r.

**Hebar – rodzinna firma z apetytem na więcej. „100 mln zł przychodów w zasięgu ręki”**

**Polski rynek bakalii i orzechów rośnie w siłę. Produkty, które jeszcze niedawno kojarzyły się głównie ze świętami i wypiekami, dziś stają się codziennym wyborem konsumentów poszukujących zdrowych, naturalnych i wartościowych przekąsek. W centrum tych zmian znajduje się Hebar – rodzinna firma z ponad 30-letnią historią, która stawia na jakość, relacje i mocny rozwój. Rok 2025 chce zamknąć przychodem na poziomie 21 mln zł, a w ciągu kolejnych pięciu lat zwiększyć sprzedaż o blisko 380%, by w 2030 roku osiągnąć 100 mln zł przychodów.**

### Od rodzinnego biznesu do ogólnopolskiego dostawcy

Hebar to przykład firmy, która łącząc rodzinne doświadczenie z przedsiębiorczością nowego pokolenia, konsekwentnie buduje swoją pozycję w jednej z najszybciej rosnących kategorii spożywczych. Specjalizuje się w selekcji wysokiej jakości orzechów, suszonych owoców, pestek i nasion, które trafiają do sieci handlowych, HoReCa, dystrybutorów oraz segmentu marek własnych. Oferta skierowana jest zarówno do klientów biznesowych, jak i indywidualnych.

To przedsiębiorstwo z ponad 30-letnią historią, przejęte w 2015 roku przez rodzinę Pychów – Józefa i jego synów, Konrada i Kacpra – które w tamtym okresie generowało 0,8 mln zł przychodu rocznie. Działało lokalnie, koncentrując się na dostawach do sklepów tradycyjnych na Mazowszu i zatrudniając jedynie kilka osób. Po zamknięciu 2024 roku z przychodem na poziomie 16,9 mln zł, Hebar prognozuje, że 2025 zakończy z wynikiem 21 mln zł, podwajając sprzedaż co dwa lata. Obecnie firma dostarcza swoje produkty do takich sieci jak E.Leclerc, Społem, Lewiatan czy Topaz, a także sprzedaje online przez Frisco.pl, marketplace i własny kanał e-commerce.

– *Zaczynaliśmy jako lokalny gracz, mając 0,8 mln zł przychodu i kilkuosobowy zespół złożony z rodziny i przyjaciół. Dziś działamy na dużo większą skalę, współpracując z ogólnopolskimi partnerami i trafiając do coraz szerszego grona klientów. Ale najważniejsze, że robimy to nadal z takim samym podejściem: z zaangażowaniem, dbałością o jakość i z myślą o długoterminowych relacjach* – mówi Konrad Pych, członek zarządu Hebar, Sales & Marketing Director.

Model Hebaru oparty jest na elastyczności – zarówno w formach współpracy, jak i w podejściu do oferty. Firma obsługuje różnorodne segmenty: od sklepów tradycyjnych i sieci handlowych, po partnerów realizujących marki własne czy projekty private label, które w 2024 roku odpowiadały już za 18% całkowitych obrotów. Hebar oferuje zarówno klasyczne linie produktów, jak i rozwiązania szyte na miarę – od personalizowanych mieszanek po pakowanie na zlecenie. Właśnie to podejście firma określa jako swój znak rozpoznawczy: naturalnie dobry partner w biznesie – bo relacje, jakość i zrozumienie potrzeb są tu równie ważne, jak sam produkt.

### Nowy park maszynowy i niezależny import

Aby nadążyć za rosnącym popytem i podnieść efektywność operacyjną, Hebar zainwestował w nowoczesny park maszynowy – umożliwiający nie tylko pakowanie bakalii, ale także konfekcjonowanie produktów spoza kategorii, takich jak warzywa suszone, kawa czy słodziki. To element szerszej strategii rozwoju, która opiera się na elastyczności, kontroli jakości, optymalizacji kosztów i procesów oraz dywersyfikacji produktów i kanałów sprzedaży. Dlatego firma rozwija zarówno zaplecze technologiczne, jak i niezależny model importu surowców z kluczowych rynków, m.in. Turcji, Iranu, USA czy Ameryki Południowej. Bezpośrednie relacje z plantatorami pozwalają utrzymać wysokie standardy jakości i przewidywalność cen. Jednocześnie rozwój własnej logistyki przełożył się na znaczące usprawnienia – m.in. redukcję kosztów transportu z 5% do 2% przychodów – co daje Hebarowi realną przewagę konkurencyjną na silnie rozdrobnionym rynku.

– *Wierzymy, że jakość widać gołym okiem – dlatego stawiamy na przezroczyste opakowania, które pozwalają klientom samodzielnie ocenić produkt. Zaufanie budujemy nie hasłami, tylko konkretem: dobrym surowcem, konsekwencją i uczciwym podejściem* – podkreśla Konrad Pych.

### Rynek rośnie – i szuka partnerów

Wartość rynku orzechów i bakalii w Polsce szacowana jest dziś na 3,2 mld zł, a według prognoz jego wartość ma rosnąć w tempie blisko 10% rocznie aż do 2029 roku[[1]](#footnote-1). Za tym wzrostem stoją wyraźne zmiany konsumenckie: rosnąca popularność zdrowego odżywiania, dieta oparta na produktach roślinnych oraz potrzeba wygody i transparentności. Bakalie coraz częściej wybierane są nie jako sezonowy dodatek do wypieków czy sałatek, lecz jako pełnowartościowa, codzienna przekąska – wygodna, sycąca i bogata w składniki odżywcze.

– *Hebar odpowiada na te potrzeby, rozwijając opakowania typu „value for money” (np. 1 kg mixy), inwestując w automatyzację i poszerzając ofertę o produkty wspierające zdrowie, koncentrację i trawienie. Duży nacisk kładziemy też na rozwój e-commerce, który już dziś stanowi jeden z filarów wzrostu. Po uruchomieniu sprzedaży w tym kanale, już w ciągu pierwszego roku osiągnęliśmy wynik 3 mln zł. Na koniec 2025 roku prognozujemy wzrost do poziomu 7,5 mln zł* – zaznacza Konrad Pych z Hebar.

Sprzedaż online rozwija się równolegle w dwóch kanałach: przez platformy marketplace oraz własny sklep internetowy. Hebar traktuje e-commerce nie tylko jako dystrybucję, ale także jako pole do testowania nowych produktów, zbierania insightów konsumenckich i budowania rozpoznawalności marki – w sposób komplementarny wobec sprzedaży stacjonarnej.

**Co dalej?**

Firma zapowiada dalszą ekspansję krajową, rozwój działu sprzedaży, budowę nowych kompetencji (KAM, e-commerce, kontrola jakości) i… cierpliwe rozglądanie się za akwizycjami.

– *Mamy ambicję, ale też świadomość tempa rozwoju. Stawiamy na profesjonalizację przy zachowaniu wartości rodzinnej firmy. Do 2030 roku planujemy zwiększyć sprzedaż o blisko 380%, by w 2030 roku osiągnąć 100 mln zł przychodów – cel ambitny, ale realny i w zasięgu ręki. Jednak dla nas równie ważne jak wzrost są zaufanie, stabilność i długofalowe relacje. Chcemy tworzyć markę, która łączy wysoką jakość z relacyjnym podejściem do biznesu – i na tej bazie budować trwałe partnerstwa tam gdzie liczy się nie tylko produkt, ale także ludzie, którzy za nim stoją* – podsumowuje członek zarządu Hebar.

\*\*\*

**Hebar** to polska, rodzinna firma z 30-letnią historią i doświadczeniem w selekcji najwyższej jakości orzechów, suszonych owoców, nasion i pestek. Produkty pochodzą wyłącznie od zaufanych, sprawdzonych dostawców i cenione są za naturalny smak oraz wysokie wartości odżywcze. Oferta skierowana jest zarówno do klientów indywidualnych, jak i biznesowych – w tym segmentu HoReCa, dystrybutorów, detalistów, producentów żywności i agencji reklamowych. Hebar zapewnia elastyczne formy współpracy, różne opcje pakowania, sprawną logistykę i gwarancję jakości. Sprzedaż prowadzona jest poprzez kanały e-commerce oraz sieć partnerów handlowych.

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontakt dla mediów:**  Monika Perdjon  Tel.: + 48 796 996 313  E-mail: [monika.perdjon@goodonepr.pl](mailto:monika.perdjon@goodonepr.pl) | **Kontakt dla mediów:**  Ilona Rutkowska  Tel.: + 48 796 996 259  E-mail: [ilona.rutkowska@goodonepr.pl](mailto:ilona.rutkowska@goodonepr.pl) |

1. 6Wresearch, Poland Nuts and Seeds Market (2025-2031) [↑](#footnote-ref-1)