Warszawa, 15 lipca 2020 r.

**PSH Lewiatan stawia na rozwój marki własnej**

**Rozwój portfolio marki własnej to jeden z priorytetów strategii rozwoju Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan. Sieć systematycznie poszerza ofertę produktów z własnym logo, które kompleksowo odpowiadają na potrzeby konsumentów. Dzięki bliskiej współpracy z ponad 130 zaufanymi producentami w ofercie asortymentowej sieci znajduje się już blisko 500 artykułów, które cechują się połączeniem dobrej jakości i atrakcyjnej ceny.**

Produkty z logo sieci Lewiatan od blisko 20 lat cieszą się uznaniem konsumentów i należą do liderów sprzedaży w swoich kategoriach. Oferta asortymentowa marki własnej Lewiatan odpowiada na najważniejsze potrzeby klientów łącząc dwie istotne cechy, jakimi są dobra jakość i atrakcyjna cena. Portfolio obejmuje blisko 500 produktów, wśród których znajdują się najpopularniejsze towary w niemal wszystkich kategoriach spożywczych, jak na przykład: soki i napoje, słodycze, przetwory, towary masowe, przekąski słone, jak również artykuły higieniczne, kosmetyki, chemia gospodarcza oraz produkty przemysłowe. Tylko w ostatnich tygodniach Lewiatan wprowadził do oferty marki własnej kolejne nowości, wśród których znalazły się m.in.: Sok jabłkowy 1l, napoje 1l – Oranżada biała i czerwona, Cool Cola, Cool Cola Zero 2l oraz Sok pomidorowy z chili 330ml. Rozszerzona została również kategoria artykułów higienicznych o nowe rodzaje mydeł w kostkach oraz w płynie.

*– Marka własna Lewiatan to kluczowy element strategii sieci. Produkty te, z racji oczekiwanych przez konsumenta jakości i cen, są istotnym czynnikiem wpływającym na konkurencyjność sklepów przynależących do Lewiatana* *–* **podkreśla Andrzej Izraelski, członek zarządu Lewiatan Holding S.A.** *– Wartość sprzedaży produktów marki Lewiatan rokrocznie rośnie, a obecnie większość z tych towarów to zdecydowani liderzy sprzedaży ilościowej w swoich kategoriach –* **wyjaśnia i dodaje, że rozwój portfolio marki własnej wynika z wymagań rynku** – *Kreujemy ofertę dostosowaną do preferencji naszych klientów, by w Lewiatanie mogli nabyć produkty w sprawdzonej jakości i w korzystnych cenach* – tłumaczy Andrzej Izraelski.

Z danych PSH Lewiatan wynika, że sprzedaż produktów marki własnej stanowi obecnie poziom ponad 6 proc. wartości sprzedaży Lewiatana. Wszystkie produkty dostępne na półkach sklepów Lewiatan przechodzą przez wieloetapowy proces kontroli jakości, na który składają się m.in. badania próbek produktów w warunkach laboratoryjnych, testy sensoryczne oraz audyt procesów produkcyjnych w zakładach wytwarzających produkty marki Lewiatan.

**Lewiatan inspiruje klientów**

PSH Lewiatan regularnie podejmuje również działania komunikacyjne marki własnej skierowane bezpośrednio do konsumentów. Z myślą o swoich klientach sieć zaprezentowała kolejną odsłonę bezpłatnego magazynu **„Polecamy produkty marki własnej Lewiatan”**, w którym znajdują się przepisy na to, jak szybko, niedrogo i smacznie przygotować zdrowy i pełnowartościowy posiłek oraz szereg wskazówek kulinarnych na pyszne dania na każdą okazję.

\*\*\*

Polska Sieć Handlowa Lewiatan to jedna z najdłużej funkcjonujących sieci franczyzowych oraz najbardziej rozpoznawalnych marek sklepów detalicznych na polskim rynku. Obecnie na terenie całej Polski zrzesza ponad 3.200 placówek handlowych zatrudniających 30.000 pracowników. PSH Lewiatan zajęła w 2019 roku 7. miejsce w rankingu „Największych pracodawców” w Rzeczpospolitej. Łączne obroty, które w 2019 roku przekroczyły 13,6 mld zł, stawiają Sieć w ścisłej czołówce organizacji handlowych w Polsce.

**Kontakt dla mediów:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Adam Imielski**Lewiatan Holding S.A.+48 663-865-504adam.imielski@lewiatan.pl  | **Monika Kułaga**On Board Think Kong+48 509-777-719mkulaga@obtk.pl |