Informacja prasowa Białystok, 16.06.2021 r.

**Bee.pl poszerza asortyment o największe marki. Rozwojowi sklepu towarzyszy troska o środowisko**

**Należący do spółki Glosel sklep internetowy Bee.pl jest liderem w sprzedaży produktów ekologicznych i prozdrowotnych. W związku z dynamicznym rozwojem platformy wprowadzane są do jej oferty popularne marki FMCG – w maju rozpoczęto współpracę z Unileverem, a także poszerzono asortyment Nestle. W sklepie dostępnych jest ponad 100 tys. produktów, z czego prawie połowę stanowią artykuły szybko zbywalne, zarówno niszowych marek, jak i tych należących do największych graczy na rynku. Równolegle z powiększaniem oferty Bee.pl, marka realizuje ideę less waste przy doborze materiałów do wysyłek.**

Sklep Bee.pl istnieje na rynku od 2019 roku – na przestrzeni niespełna trzech lat działalności uzyskał pozycję lidera w sprzedaży internetowej produktów ekologicznych, zdrowej żywności oraz naturalnych kosmetyków. Odpowiadając na liczne potrzeby klientów w dobie pandemii, założona w Białymstoku marka zaczęła wychodzić poza obszar produktów prozdrowotnych i rozszerzać swój asortyment o artykuły znanych marek z kategorii FMCG. Platforma chce inspirować do zmiany nawyków żywieniowych metodą małych kroków oraz próbowania nowych smaków. Dzięki współpracy z mniejszymi producentami, jak i największymi dostawcami, sklep dociera do szerokiego grona klientów. Zaliczają się do nich konsumenci poszukujący niszowych marek, a także ci wybierający produkty od popularnych brandów.

– *W czasie pandemii szybko odpowiedzieliśmy na oczekiwania klientów wprowadzając asortyment znanych marek FMCG. Początkowo Bee.pl zajmowało się wyłącznie sprzedażą produktów ekologicznych – dziś w naszej ofercie łączymy artykuły tego typu z bardziej zróżnicowanym asortymentem. Portfolio sklepu jest bardzo rozbudowane – znajduje się w nim m.in.: żywność, suplementy diety, kosmetyki, produkty dla matek i dzieci, a nawet książki czy artykuły do domu i ogrodu. Różne kategorie produktów oraz nawiązanie współpracy z korporacjami jak Unilever czy Nestle sprawiają, że nasi klienci podczas zakupów online mogą w jednym miejscu kompleksowo zaopatrzyć się w praktycznie wszystkie potrzebne na co dzień artykuły. Długofalowym celem sklepu jest osiągnięcie wysokiej pozycji rynkowej w nowych kategoriach – chcemy powtórzyć sukces, jaki odnieśliśmy w kontekście produktów naturalnych. Dążymy do tego konsekwentnie, wzbogacając naszą ofertę i zapraszając do współpracy nowych producentów oraz dostawców* – mówi Sławomir Siergiejczyk Dyrektor Handlowy FMCG w spółce Glosel.

**Zrównoważony rozwój**

Rozszerzanie oferty powoduje zwiększenie liczby zamówień, co przekłada się na większą liczbę wysyłanych paczek. Aktualnie Bee.pl wysyła ich miesięcznie średnio 30 tys., ale w całej spółce Glosel, do której należy sklep jest to aż 300 tys. przesyłek. W związku z ilością odpadów generowanych podczas pakowania, firma postanowiła wprowadzić w życie politykę less waste, dzięki której w latach 2019-2020 ograniczono zużycie plastiku o około 15-20 ton. Sklep wciąż pracuje nad kolejnymi rozwiązaniami, dzięki którym może być jeszcze bardziej przyjazny środowisku.

*– Sprzedaż internetowa tworzy ogromne ilości odpadów – kartony, folie czy wypełnienia mają zabezpieczyć produkty przed ewentualnym zniszczeniem, ale jeśli nie są wykonane z odpowiednich materiałów szkodzą planecie. W związku z tym postanowiliśmy wprowadzić radykalne zmiany w sposobie pakowania – używamy m.in. kartonów pozyskanych od firmy skupującej makulaturę. Stare, zniszczone paczki, w których otrzymujemy towar przerabiamy specjalną maszyną na wypełniacz, a jeśli już używamy folii to wykorzystujemy tą, w której przychodzą do nas produkty od dostawców. Dodatkowo wymieniliśmy też folię bąbelkową na papier bąbelkowy, a obecnie sprawdzamy papierowe taśmy klejące, tak aby zachować odpowiedni poziom bezpieczeństwa przesyłek przy równoczesnym ograniczeniu zużycia plastiku –* komentuje Sławomir Siergiejczyk z Glosel.

Rozszerzanie asortymentu, współpraca zarówno z największymi producentami na rynku, jak i niszowymi markami oraz propagowanie idei less waste to konsekwentna realizacja planów rozwoju Bee.pl. Podjęte działania zapewniają marce dotarcie do nowych klientów oraz umożliwiają uzyskanie pozycji lidera w kategorii sprzedaży produktów FMCG. Sklep razem z księgarnią internetową TaniaKsiążka.pl należy do portfolio spółki Glosel – firmy specjalizującej się w sprzedaży online książek oraz produktów szybko zbywalnych, które są magazynowane na powierzchni 8,5 tys. mkw. w kompleksie Panattoni Park Białystok. Glosel jest obecny na największych marketplace’ach, gdzie wdraża marki jak m.in. Targroch czy Big Nature, a także wspiera inne marki w rozpoczęciu sprzedaży e-commerce. Spółka prowadzi również na platformie Allegro oficjalne sklepy marek Bakalland, Teekanne, House of Asia oraz brandy sygnowane wizerunkiem Ewy Chodakowskiej jak BeRAW czy BeBio.

**O sklepie Bee.pl**

[**Bee.pl**](https://www.bee.pl/)to sklep internetowy oferujący szeroki asortyment z kategorii FMCG. Założona w 2019 roku marka należy do spółki Glosel, której siedziba mieści się w Białymstoku. Wyróżnikiem Bee.pl jest bogata oferta ekologicznych i prozdrowotnych produktów spożywczych oraz naturalnych kosmetyków. W asortymencie sklepu znajdują się także suplementy diety, produkty dla dzieci, artykuły do domu i książki. Misją Bee.pl jest inspirowanie do zmiany nawyków żywieniowych oraz próbowania nowych smaków.

**O spółce Glosel**

[**Glosel**](https://hurtownia.glosel.pl/)to firma specjalizująca się głównie w obszarach sprzedaży książek oraz produktów FMCG w internecie. Pod jej parasolem działają marki, takie jak TaniaKsiazka.pl i Bee.pl. Siedziba firmy mieści się w industrialnie urządzonym biurze w Białymstoku. Dodatkowo, spółka posiada ponad 8 tys. mkw. powierzchni magazynów w nowoczesnym kompleksie Panattoni Park, z którego realizuje zamówienia. Glosel zarządza także 5 księgarniami zlokalizowanymi w północno-wschodniej Polsce.

**Kontakt dla mediów:**

Katarzyna Zawadzka   
Tel.: + 48 796 996 240  
E-mail: [katarzyna.zawadzka@goodonepr.pl](about:blank)

Ewelina Jaskuła  
Tel.: + 48 665 339 877  
E-mail: [ewelina.jaskula@goodonepr.pl](mailto:ewelina.jaskula@goodonepr.pl)