Warszawa, 5 grudnia 2023 r.

**Faktoria Win ma już 6 tys. regałów w sklepach w całej Polsce**

**Faktoria Win zyskała nowy powód do świętowania – w zaledwie kilka miesięcy po swoich 10. urodzinach! Flagowy koncept store-in-store Grupy Eurocash właśnie postawił swój 6000. regał w sklepie detalicznym. Z tej okazji spółka podsumowuje dotychczasowe sukcesy i… zapowiada dalszą ekspansję.**

Faktoria Win świętowała swój sukces w Kielcach, bo to właśnie tam, w sklepie PSS Kielce Stefan przy ul. 1 maja 198, został zainstalowany jej jubileuszowy regał. W sumie Faktoria Win pojawiła się w tym roku w aż 600 nowych lokalizacjach. Podobny cel spółka stawia sobie na kolejny rok.

– *Przyspieszamy z rozwojem. Chcemy intensywnie budować obecność zarówno w kanale detalicznym, jak i na rynku HoReCa. Mamy pełen pakiet: wiedzę, doświadczenie, pasję w zespole i operacyjne możliwości, żeby realizować nawet najbardziej ambitne plany* – mówi **Błażej Białczyk, Dyrektor Generalny Faktorii Win, Grupa Eurocash**.

**Zawsze na pierwszym miejscu**

Koncept Faktorii powstał w 2013 r. jako pierwszy tego typu na rynku i spółka jest przekonana, że jest w stanie utrzymać pozycję lidera również w kolejnych latach.

*– Siła Faktorii Win leży w jej skuteczności w zwiększaniu zysków detalistów ze sprzedaży wina. Po wstawieniu naszego regału, udział wina w strukturze sprzedaży sklepu widocznie wzrasta. Jeśli w danym lokalu nie ma miejsca na pełnowymiarowy regał, realizujemy projekt sprzedaży poza regał. Dzięki temu mamy większe dotarcie i możemy budować kategorię wina w większej liczbie placówek. Zaplecze Grupy Eurocash sprawia z kolei, że świetnie znamy lokalnych przedsiębiorców i ich potrzeby, mamy do nich dobre dotarcie i wiemy, jak wspierać ich biznesy. Dlatego nasz koncept może się tak szybko rozwijać* – wymienia Błażej Białczyk**.**

**Oferta, która zmienia się wraz z konsumentem**

Detaliści, którzy zdecydują się na współpracę z Faktorią Win, mają zapewnione fachowe doradztwo, wsparcie marketingowe – w tym atrakcyjne i aktywacje oraz szeroki, liczący prawie 180 indeksów asortyment uwzględniający aktualne trendy i sezonowość. Przedsiębiorcy mogą też korzystać z oferty personalizowanej i postawić na produkty dopasowane do konkretnych potrzeb swoich klientów.

Regał w każdej opcji stanowi samowystarczalne narzędzie do ekspozycji i sprzedaży wina, ale spółka cały czas swój koncept rozwija. Niektóre regały mają również ekrany, które skanują kody kreskowe i wyświetlają dodatkowe informacje o produkcie. Wprowadzane są również ekrany dotykowe, które prowadzą konsumenta przez cały proces zakupu: od analizy preferencji, po zlokalizowanie odpowiedniej butelki na regale.

**Faktoria Win – jedyny taki koncept**

Faktoria Win to koncept, który już od 10 lat zwiększa dostęp nie tylko do kategorii win, ale i do wiedzy o niej. Jest szeroko obecny w sklepach detalicznych, ale kieruje ofertę także do stacji benzynowych i rynku HoReCa. Półki w stylowych regałach Faktorii Win podzielone są tematycznie: Na prezent, Relaks i Z przyjaciółmi, wspierając intuicyjny dobór wina do okazji i odciążając przedsiębiorcę w obszarze fachowego doradztwa. Co więcej, o zatowarowanie regału, dobór asortymentu, jego ekspozycję i właściwy opis towarów na półkach dba sama Faktoria Win. Dzięki temu detaliści mogą obserwować wzrosty sprzedaży przy minimalnym zaangażowaniu po swojej stronie.

To wszystko sprawia, że ten wyjątkowy koncept store-in-store w tym roku świętował swój okrągły, 10. jubileusz i dalej prężnie się rozwija.

– *Rozwój biznesu, dalsza ekspansja, edukacja i ułatwianie wyboru wina konsumentom – to nasz plan na kolejny rok* – Błażej Białczyk.

Z oferty konceptu skorzystało już także ponad 1000 restauracji. W sumie oferta spółki jest dziś dostępna w aż 10 tys. punktów sprzedaży.

Grupa Eurocash jest największym polskim hurtowym dystrybutorem produktów FMCG, organizatorem znanych sieci franczyzowych, agencyjnych i partnerskich - takich jak ABC, Delikatesy Centrum, Groszek, Gama, Duży Ben, Lewiatan czy Euro Sklep; partnerem logistycznym i technologicznym sklepów lokalnych, a także właścicielem marketu e-grocery nr 1 w Polsce: Frisco.pl. Klientami Eurocash są przede wszystkim lokalni przedsiębiorcy, którym 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 20 tys. zatrudnianych pracowników i 90 tys. klientów, Eurocash od lat zajmuje miejsce w TOP10 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 47,7 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).