



Lewiatan to jedna z największych sieci sklepów spożywczych w Polsce, zapewniająca swoim franczyzobiorcom szereg rozwiązań, dzięki którym mogą skutecznie konkurować na rynku. To także najbardziej rozpoznawalna marka wśród sieci franczyzowych, której kluczową wartością jest bliska relacja z klientami oraz kompleksowe zaspokajanie potrzeb konsumentów.



Kontekst rynkowy

Założony w 1994 roku Lewiatan za główny cel postawił sobie budowę zintegrowanej, detalicznej sieci handlowej, która stanie się największą siecią w Polsce, działającą w systemie franczyzowym i będzie w stanie bronić jej uczestników przed rosnącą siłą konkurencji. Lewiatan realizuje swoją politykę poprzez centralę – Lewiatan Holding S.A. z siedzibą we Włocławku oraz Spółki Regionalne, które budują i koordynują sieć sklepów w określonych regionach. Obecnie na terenie całej Polski funkcjonuje 16 Spółek Regionalnych, które zrzeszają ponad 2850 placówek handlowych. Wśród nich jest ponad 250 supermarketów, około 1200 dużych sklepów, ponad 1300 placówek średniej wielkości oraz mniej niż 70 małych sklepów. Łączne obroty przekraczające 8,55 mld zł rocznie stawiają sieć w ścisłej czołówce organizacji handlowych w Polsce.

Zatrudnienie ponad 21 000 osób plasuje Lewiatana w gronie największych krajowych pracodawców.

Polska Sieć Handlowa Lewiatan proponuje franczyzobiorcom bardzo atrakcyjną formułę współpracy, umożliwiającą uzyskanie szeregu korzyści przy zachowaniu podmiotowości i niezależności prowadzonej działalności gospodarczej. Poza atrakcyjnymi warunkami zakupu towarów u dystrybutorów, Lewiatan oferuje bogaty portfel kontraktów handlowych, które w znaczący sposób uatrakcyjniają warunki handlowe i tym samym zwiększają przychody oraz rentowność sklepu. Sieć posiada też w ofercie szeroką gamę produktów private label wyróżniających je nie tylko na tle produktów brandowych, ale także wśród podobnych towarów innych sieci handlowych. Poza tym w zakresie usług dla franczyzobiorców Lewiatan zapewnia ubezpieczenie od odpowiedzialności

cywilnej oraz preferencyjne warunki wielu innych umów okołobiznesowych (np. dotyczących obsługi bankowej, ubezpieczeń majątkowych i pracowniczych, telefonii komórkowej, czy dostaw energii). Olbrzymie znaczenie ma również stała aktywność reklamowa Lewiatana w mediach ogólnopolskich (telewizja, radio, prasa) i szerokie wsparcie marketingowe sklepu (cykliczne gazetki promocyjne, akcje plakatowe, billboardowe, konkursy, loterie, etc.). Prowadzone są także inne projekty dla franczyzobiorców, jak np. program szkoleniowy dla właścicieli i pracowników placówek handlowych, pomoc w aranżacji i wizualizacji sklepu, czy optymalizacji asortymentu. Katalog elementów pakietu franczyzowego sprawia, że sklepy Lewiatana mogą dynamicznie się rozwijać i skutecznie konkurować na rynku.

Historia Marki

Polska Sieć Handlowa Lewiatan powstała w 1994 roku jako organizacja zrzeszająca kupców prowadzących działalność handlową. Główny cel, jaki od początku działania przyświecał Lewiatanowi, to umożliwienie polskim sklepom konkurowania z coraz bardziej agresywnie działającymi w Polsce sieciami zewnętrznymi. Skupiono się zatem na wykorzystaniu efektu skali i uzyskiwaniu możliwie najlepszych cen zakupu towarów. Opracowano także jednolite standardy, aby podnosić jakość pracy placówek handlowych i budować jednolitą sieć handlową. W momencie podejmowania decyzji o franchisingu mało kto wierzył, że uda się stworzyć sieć handlową, która na długi czas zaistnieje na mapie handlowej, a tym bardziej stanie się największą siecią handlową w Polsce. Zaskoczeniem było także to, że w krótkim czasie przystąpiło do Lewiatana tak dużo placówek i to w czasach, kiedy o franczyzie słyszało w Polsce niewiele osób. Dzisiaj jednak widać, że był to najlepszy wybór. Lewiatan ma solidne podstawy, z którymi nie mogą się równać inne sieci.

Mocną stroną Lewiatana jest oferta produktów marki własnej, która w większości placówek jest liderem sprzedaży w swoich kategoriach. Wprowadzenie jej do oferty w 2000 roku i znaczne umacnianie w ostatnim dziesięcioleciu wiele osób uznaje za kluczową decyzję, która wpłynęła na pozycję sieci na rynku. O niej zaś świadczy m.in.: uruchomienie symbolicznego 2000. sklepu Lewiatan w Polsce w 2007 roku.

Ważny w historii rozwoju Lewiatana był 2011 rok. Przeprowadzono rewitalizację marki Lewiatan – zyskała ona odświeżony logotyp oraz przeprowadzono rebranding placówek handlowych. W tym samym roku Lewiatan wszedł też do Grupy Eurocash.

Osiągnięcia

Polska Sieć Handlowa Lewiatan systematycznie umacnia swoją pozycję rynkową, co znajduje odzwierciedlenie w rankingach sieci handlowych przygotowywanych przez wyspecjalizowane ośrodki badawcze, w których zajmuje czołowe miejsca. Sieć została także doceniona licznymi wyróżnieniami przyznawanymi zarówno przez niezależne gremia ekspertów, jak i konsumentów. Do najważniejszych z nich należą:

- Laur Konsumenta Lider Dekady 2004-2014.
- Super Marka 2014.
- Złoty Laur Konsumenta 2013 otrzymany w kategorii Sklepy osiedlowe i convenience.
- Hermes Handlu przyznany przez redakcję miesięcznika „Poradnik Handlowca”.
- Korona Handlu przyznana przez redakcję pisma „Handel”.
- Złoty Orzech otrzymany od redakcji „Wiadomości Handlowych”.
- Diament Forbesa przyznany przez miesięcznik „Forbes”.
- Oskar Serca otrzymany od Fundacji Rozwoju Kardiochirurgii w Zabrzu.

Marka Lewiatan oznacza nie tylko sukces rynkowy, lecz także wierność ideom Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Szeroko znana jest aktywność charytatywna sieci na wielu płaszczyznach społecznych. Od wielu lat Polska Sieć Handlowa Lewiatan wspiera działalność Fundacji Rozwoju Kardiochirurgii im. prof. Zbigniewa Religi w aktywnym promowaniu rozwoju polskiej kardiochirurgii i profilaktyki leczenia chorób serca z zastosowaniem najnowocześniejszych technologii. We współpracy z Caritas Polska Lewiatan systematycznie angażuje się w szereg akcji pomocowych na rzecz najuboższych i potrzebujących. Lewiatan działa także na rzecz polskich drużyn sportowych, wspierając ich działalność i ciesząc się z odnoszonych przez nie sukcesów sportowych na arenach krajowych i międzynarodowych.

Oferta

W sklepach Lewiatan codzienne zakupy robi kilka milionów klientów. Mottem przewodnim i hasłem sieci jest hasło „Lewiatan – Twój dobry sąsiad”. Dlatego też placówki Lewiatana szczególnie dbają, aby ceny były konkurencyjne, promocje wyjątkowo atrakcyjne, a oferta towarów spełniała oczekiwania nawet najbardziej wymagających konsumentów. Sklepy sieci chcą być blisko swoich klientów – znać ich potrzeby, błyskawicznie



nie reagować na ich uwagi i zmieniające się preferencje oraz dostosowywać ofertę do profilu kupujących.

Placówki sieci Lewiatan są łatwo rozpoznawalne dzięki charakterystycznej, ustandaryzowanej wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej. Klienci mogą czuć się w nich swobodnie oraz szybko i sprawnie dokonywać zakupów. W większości sklepów można też regulować domowe rachunki, doładowywać konta telefonów komórkowych działających w systemie pre-paid oraz płacić kartami płatniczymi.

W ofercie placówek Lewiatana znajduje się również ponad 300 szczególnie polecanych towarów pod marką własną sieci. Wśród nich są najczęściej wybierane kategorie produktów spożywczych, chemicznych i przemysłowych. Dzięki atrakcyjnym cenom, dobrej jakości oraz zaufaniu do marki Lewiatan stały się one liderami sprzedaży ilościowej w swoich segmentach.

Promocja Marki

Polska Sieć Handlowa Lewiatan jako jedna z niewielu sieci franczyzowych systematycznie prowadzi kampanie reklamowe w największych stacjach telewizyjnych oraz ogólnopolskich i regionalnych rozgłośniach radiowych. Cykliczne działania ATL i BTL sprawiają, że marka Lewiatan jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek sklepów spożywczych.

Ostatnie wydarzenia

W 2014 roku Polska Sieć Handlowa Lewiatan obchodziła jubileusz 20-lecia działalności. Ta zaszczytna rocznica oznacza, że Lewiatan należy do grona najdłużej działających na polskim rynku sieci handlowych.

www.lewiatan.pl

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Wybrane produkty marki własnej Lewiatan zostały wyróżnione przez Fundację Rozwoju Kardiochirurgii im. prof. Zbigniewa Religi.
- Niemalże każdego dnia uruchamiany jest kolejny sklep pod marką Lewiatan.
- Lewiatan posiada ponad 2850 sklepów o łącznej powierzchni odpowiadającej około 80 boiskom Stadionu Narodowego w Warszawie.