



Polska Sieć Handlowa Lewiatan to jedna z najdłużej funkcjonujących sieci franczyzowych oraz najbardziej rozpoznawalnych marek sklepów detalicznych na polskim rynku. Na koniec 2022 roku w sieci zrzeszonych było ponad 3,2 tysiąca placówek handlowych zatrudniających 30 tysięcy pracowników. Łączne obroty w 2022 roku przekroczyły 15,3 miliarda złotych, co plasuje Lewiatana w ścisłej czołówce organizacji handlowych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej.



#### Kontekst rynkowy

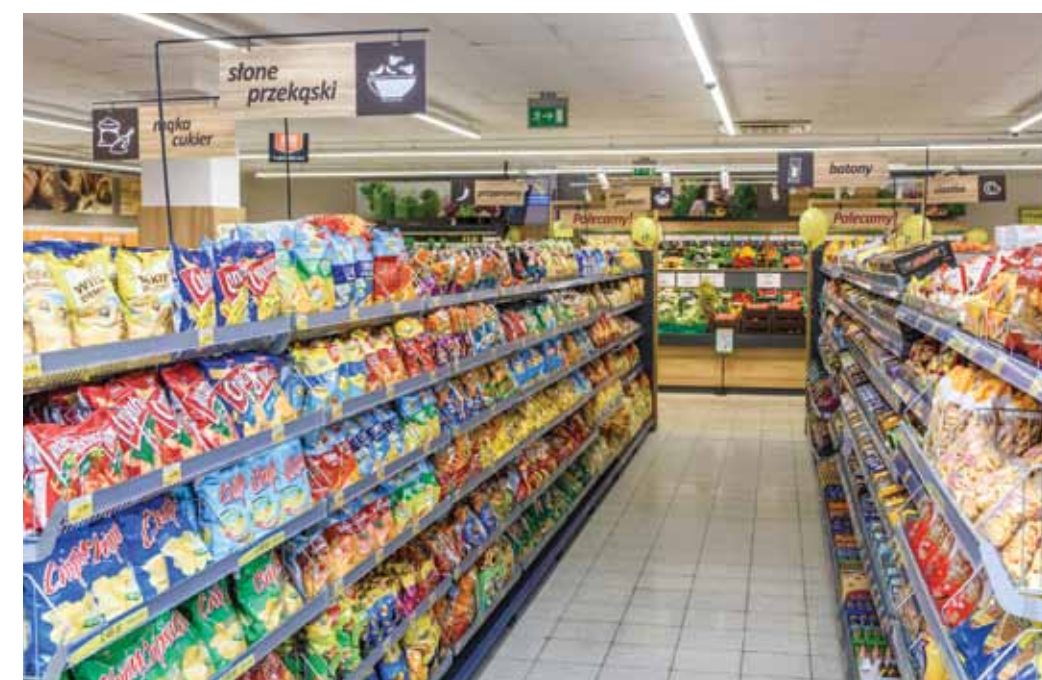
Polska Sieć Handlowa Lewiatan jest największą siecią franczyzową sklepów spożywczych oraz jednym z największych detalistów w Polsce. Powstała w 1994 roku jako organizacja zrzeszająca kupców prowadzących działalność handlową. Jej głównym celem było umożliwienie polskiemu przedsiębiorcom konkurencji z potężnymi koncernami zagranicznymi, masowo wkraczającymi w tamtym czasie do Polski. Trzy dekady obecności marki na rynku potwierdzają, że cel ten z powodzeniem osiąga. Siła ogólnopolskiej sieci oraz doświadczenie pojedynczych przedsiębiorców pomagają Lewiatanowi budować markę, która odpowiada na potrzeby lokalnych klientów. Sieć tworzy i rozwija przyjazne, bliskie konsumentom placówki, najlepiej dopasowane do potrzeb i oczekiwań lokalnych społeczności oraz aktualnych trendów rynkowych – od małych sklepów osiedlowych po duże supermarkety.

Każdego dnia sklepy Lewiatana odwiedzają blisko 2 miliony klientów. W 2022 roku sieć osiągnęła obrót detaliczny w wysokości 15,3 miliarda złotych. Istotny udział w tej kwocie mają produkty sprzedawane pod marką własną. PSH Lewiatan regularnie zajmuje wysokie miejsca w rankingach największych przedsiębiorstw działających w Polsce. Jest również jednym z największych pracodawców – zatrudnia ponad 30 tysięcy pracowników.

#### Oferta

Każdy sklep dopasowuje swój asortyment do potrzeb kluczowych grup odbiorców oraz otoczenia rynkowego, w którym funkcjonuje. Klienci znajdują w nich produkty pochodzące z najbliższej okolicy – sieć priorytetowo traktuje dobór lokalnego asortymentu, szczególnie w kategoriach takich jak pieczywo, nabiał, wędliny, warzywa i owoce.

Atutem sieci są też produkty marki własnej, będące istotnym elementem strategii biznesowej oraz kluczowym czynnikiem wpływającym na jej konkurencyjność. Obejmuje kategorie, w których konsument poszukuje sprawdzonych produktów o korzystnej relacji jakości do ceny. Lewiatan stale ulepsza i poszerza gamę produktów marki własnej, które od ponad 20 lat należą do liderów sprzedaży ilościowej w swoich kategoriach. Dzięki partnerskiej współpracy z ponad 130 zaufanymi producentami w ofercie marki znajduje się już ponad 570 artykułów. Sieć Lewiatan dba nie tylko o wybór i konkurencyjną cenę, ale także o jakość produktów sprzedawanych pod własnym logo. Zanim nowy produkt znajdzie się na półce sklepowej, musi pozytywnie przejść kilkunastotygodniowy proces weryfikacji. Cyklicznym badaniom i testom poddawane są wszystkie produkty znajdujące się w stałej ofercie marki własnej.



#### Osiągnięcia

Polska Sieć Handlowa Lewiatan jest regularnie doceniana w licznych konkursach i rankingach. Na „Liście 500” dziennika „Rzeczpospolita”, czyli w zestawieniu największych firm w Polsce, znalazła się na 27. pozycji według danych za 2022 rok oraz na 5. w kategorii handel.

W 2022 roku sieć po raz trzeci otrzymała nagrodę Retailer of the Year – Wybrany przez dostawców. To wyraz uznania i docenienia wszystkich przedsiębiorców tworzących Lewiatana. Tytuł przyznawany jest na podstawie ocen dostawców i partnerów handlowych. Lewiatan triumfował również w ubiegłorocznej edycji programu BLIX AWARDS – Wybór Konsumentów; sieć zajęła pierwsze miejsce w kategorii Innowacyjna Sieć Roku w grupie Supermarkety.

W tym samym roku Lewiatan otrzymał „Sustainability Awards 2022”. Nagroda została przyznana za autorski projekt „Energooszczędny sklep” wraz z „Rankingiem



#### HISTORIA MARKI

- 1994** Z inicjatywy 10 hurtowników, którzy utworzyli konsorcjum zakupowe w obawie przed masowo wkraczającą na polski rynek konkurencją zagranicznych sieci handlowych, powstaje PSH Lewiatan.
- 2000** Do oferty sklepów Lewiatan wchodzi produkty marki własnej.

energooszczędności Eko Lider Lewiatana”, promującym sklepy wprowadzające prośrodowiskowe rozwiązania oraz wspierającym proces budowania świadomości oszczędności i transformacji energetycznej.

W DNA Lewiatana – poza działalnością biznesową – wpisana jest pomoc i wrażliwość na problemy i potrzeby lokalnej społeczności. W listopadzie 2020 roku z inspiracji zrzeszonych w sieci Lewiatan przedsiębiorców powstała Fundacja PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb.

#### Promocja marki

W ślad za zmieniającymi się potrzebami konsumentów zmienia się też model komunikacji z klientami. Sieć rozszerza portfolio ogólnopolskich działań promocyjnych o nowe modele aktywności oparte na mechanizmach wielopaków oraz promocji warunkowych. Systematycznie rozwijana jest też aplikacja mobilna oraz program lojalnościowy „Mój Lewiatan”.

PSH Lewiatan prowadzi również zintegrowaną komunikację w mediach społecznościowych, wykorzystując popularne w różnych grupach wiekowych kanały: od YouTube’a i Facebooka poprzez Instagram po blog kulinarny. Komunikację marketingową sieci uzupełniają nośniki POS TV w sklepach oraz tradycyjne drukowane gazetki z ofertą promocyjną.

Klamrą spinającą działania adresowane do konsumentów jest nowa komunikacja marketingowa „Najświeższe lokalności”, której ambasadorem został Tomasz Jakubiak, od lat promujący szeroko rozumianą lokalność i smaki kuchni regionalnej. Ten popularny

- 2006** Rusza pierwsza kampania reklamowa Lewiatana w mediach ogólnopolskich.
- 2007** Sieć otwiera 2000. sklep w Polsce.
- 2011** Marka Lewiatan zyskuje odświeżony logotyp oraz przeprowadza rebranding placówek handlowych. Lewiatan wchodzi do Grupy Eurocash.

#### TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

10 zwycięzców rankingu Eko Lider Lewiatana oszczędziło 946 MWh na produkcji energii elektrycznej. Taka moc mogłaby zasilić 11 średniej wielkości sklepów spożywczych przez cały rok.

#### 20-50 kilometrów

– taki średni dystans dzieli lokalnego producenta od sklepu Lewiatan, w którym sprzedawane są jego produkty.



dziennikarz kulinarny jest także twarzą prowadzonej przez Lewiatana inicjatywy „Wybieram lokalne”, przekonującej, że najlepsze produkty pochodzą z najbliższej okolicy; prowadzi również cykl audycji kulinarnych w mediach społecznościowych sieci pod tytułem „Jakubiak gotuje z Lewiatanem”.

#### Ostatnie wydarzenia

PSH Lewiatan dba o zrównoważony rozwój w trzech obszarach: społecznym, środowiskowym i w zakresie ładu korporacyjnego. W odpowiedzi na współczesne wyzwania właściciele firm w 2021 roku PSH Lewiatan podjęła inicjatywę „Urodzeni Przedsiębiorcy”, której misją jest docenienie, wzajemne wsparcie, wymiana doświadczeń i edukacja na rzecz polskiej przedsiębiorczości. Marka prowadzi także projekt „Wybieram lokalne”, podkreślający zalety kupowania produktów, które pochodzą od polskich rolników i producentów, a w 2022 roku przeprowadziła pierwszą edycję rankingu „Eko Lider Lewiatana”, promującego energooszczędne i ekologiczne rozwiązania wdrażane w placówkach sieci.

[www.lewiatan.pl](http://www.lewiatan.pl)  
<https://fundacja.lewiatan.pl>

- 2016** Rusza 3000. sklep pod marką Lewiatan.
- 2020** Marka rejestruje Fundację PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb.
- 2023** PSH Lewiatan publikuje pierwszy w historii grupy raport zrównoważonego rozwoju.