

OFERTA HANDLOWA GRUPY MUSZKIETERÓW W POLSCE

GRUPA MUSZKIETERÓW

Grupa Muskieterów jest zrzeszeniem blisko 500 niezależnych polskich przedsiębiorców, zarządzających supermarketami spożywczymi Intermarché oraz supermarketami typu „dom i ogród” Bricomarché. Pod względem obrotów Grupa Muskieterów jest największą grupą franczyzową w Polsce w swojej kategorii.

INTERMARCHÉ

Intermarché to jedna z największych sieci franczyzowych pod względem obrotów w kategorii supermarketów spożywczych. Sklepy Intermarché zlokalizowane są głównie w małych i średnich miejscowościach, zamieszkałych przez 20 000-70 000 mieszkańców. Intermarché posiada jednak sklepy także w galeriach handlowych w większych miastach, w szczególności tych powyżej 100 000 mieszkańców. Obecnie pod szyldem sieci działa blisko 200 punktów sprzedaży w całej Polsce. Powierzchnia handlowa sklepów wynosi od 400 do 2 800 m².

W odpowiedzi na zmieniającą się sytuację na rynku handlowym oraz oczekiwania klientów, w 2020 roku Intermarché zaprezentowało nowy koncept sklepu – Power. Zmieniono w nim układ, poszerzono gamę produktów świeżych, bio, fit i dań gotowych, wykorzystano dłuższe taśmy kasowe oraz odświeżono szatę graficzną wnętrza i elewacji. Nowy koncept jest sukcesywnie wdrażany w następnych placówkach, a celem sieci jest by był on dostępny we wszystkich sklepach. Kolejnym udogodnieniem, na które mogą liczyć klienci sieci Intermarché, jest platforma do zakupów online. Usługa Intermarché Drive umożliwia kupującym zamawianie produktów za pośrednictwem strony internetowej. Następnie klienci odbierają zakupy w specjalnie wyznaczonej do tego strefie, znajdującej się na parkingu przed sklepem lub wewnątrz supermarketu. Udogodnienie jest obecnie dostępne w ponad 50 placówkach i jest sukcesywnie rozwijane.

W 2019 roku Intermarché zaprezentowało nowy claim i jednocześnie hasło reklamowe: „Świeżo, tanio, z optymizmem”. Były one zapowiedzią całkowicie nowej platformy marki w Polsce. Prace nad nową definicją pozwoliły wyodrębnić kluczowe obszary, w których pozycjonowana jest obecnie sieć Intermarché. Wyróżniki te to przede wszystkim świeżość, bliskość, inspiracja i optymizm. W 2021 roku w nowej odsłonie działań reklamowych Muskieterowie podkreślają dodatkowo swój kolejny wyróżnik – atrakcyjne ceny. Dlatego część kampanii jest dodatkowo wzmacniana hasłem: „Ciesz się niską ceną. Z Ireną”. Bohaterką kampanii reklamowej Intermarché niezmiennie pozostaje Optymistka – przedstawiająca się klientom jako Irena – która dzieli się swoimi pomysłami na nieskomplikowane i zdrowe przepisy.

W zależności od wielkości oraz rodzaju sklepu, Intermarché oferuje od 15 000 do 25 000 artykułów spożywczych i przemysłowych. Sieć specjalizuje się w produktach świeżych, takich jak owoce, warzywa, nabiał, pieczywo oraz mięso. Sklepy przynależące do tej sieci posiadają także własne piekarnie, wędzarnie oraz oferują rozbiór mięsa. Dzięki temu klienci mogą zakupić tradycyjne wyroby, produkowane na miejscu według polskich receptur. W ofercie sieci znajdują się także **produkty ekologiczne** oraz **bio**.

Znaczącą część gamy stanowi **1 700** produktów **marek własnych Intermarché**. Są to artykuły o jakości dorównującej wiodącym markom, pozycjonowane cenowo niżej niż produkty liderów rynkowych. Spośród szerokiej gamy produktów marek własnych największym uznaniem cieszą się m.in. słodycze **Chabrior**, produkty nabiałowe **Paturages**, wyroby wędliniarskie **Nasze Pyszności** oraz detergenty **Apta**.

Klienci znajdą w ofercie Intermarché również wiele produktów niedostępnych w sklepach innych sieci w Polsce, a wytwarzanych we Francji w 59 fabrykach należących do Grupy. W sklepach dostępna jest także obszerna oferta win, które dobierane są przez enologa Intermarché.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

W 2020 roku supermarket sieci Intermarché w Pabianicach, uruchomiony w nowym koncepcie – Power, został wyróżniony w kategorii Najlepsza franczyzowa sieć handlowa w konkursie Market Roku 2020, organizowanym przez Wydawnictwo Gospodarcze, wydawcę miesięcznika „Wiadomości Handlowe” i właściciela portalu wiadomoscihandlowe.pl. Organizatorzy konkursu docenili nową odsłonę supermarketu Intermarché, którą zaprezentowano klientom w połowie marca 2020 roku. Intermarché zostało także nagrodzone w pierwszej edycji konkursu „Retail Champion – Wybrany przez konsumentów”. Sieć sklepów spożywczych zarządzana przez Grupę Muszkietierów zajęła 3. miejsce w kategorii Healthy Food Champion. Zwycięzców wytypowała reprezentatywna grupa kilku tysięcy konsumentów.

STACJE BENZYNOWE INTERMARCHÉ

Grupa Muszkietierów posiada obecnie około 70 stacji benzynowych funkcjonujących przy wybranych sklepach Intermarché i Bricomarché. Tym samym sieć zajmuje pozycję lidera na rynku przysklepowych stacji paliw, oferując swoim klientom bardzo konkurencyjne ceny w miastach, w których funkcjonują jej placówki. W 2021 roku Grupa Muszkietierów została wyróżniona w rankingu „Marka Nr 1”. Zestawienie zostało przygotowane przez serwis Wybór Kierowców na podstawie głosów oddanych przez czytelników. Klienci docenili poszerzenie oferty, jakość dostępnych paliw oraz ich cenę.

BRICOMARCHÉ

Bricomarché jest liderem pod względem obrotów na rynku supermarketów typu „dom i ogród”. W zależności od sezonu oferuje swoim klientom od 5 000 do 25 000 produktów, które dostępne są w czterech głównych działach: budowlanym, dekoracyjnym, artykułów do majsterkowania oraz ogrodniczym. Klienci mogą wybierać również spośród bogatego asortymentu marek własnych, w tym m.in. *Nuance* – farby, *McKenzie* – elektronarzędzia oraz *Jardibest* – nasiona traw. W ofercie supermarketu znajdują się także dodatkowe usługi, takie jak m.in.: transport zakupionych towarów, cięcie blatów i wycinanie otworów w zlewozmywakach, zakupy przez Internet, a w blisko 100 sklepach także Bricomaty, czyli specjalne boksy do bezkontaktowego odbioru zamówień w systemie 24/7. Jest to autorskie i całkowicie unikatowe rozwiązanie sieci Bricomarché, pozwalające także na odbiór produktów wielkogabarytowych, takich jak drzwi czy płyty OSB.

Zgodnie ze strategią Grupy Muszkietierów supermarkety Bricomarché otwierane są przede wszystkim w małych i średniej wielkości miejscowościach, których liczba mieszkańców nie przekracza 70 000. Niemniej w 2017 roku, poprzez uruchomienie nowego supermarketu w poznańskiej Galerii Pestka, sieć rozpoczęła realizację strategii wchodzenia do dużych miast. Obecnie sklepy Bricomarché są dostępne m.in. w Poznaniu, Wrocławiu czy Kielcach. Powierzchnia handlowa placówek wynosi średnio ponad 1 700 m². W Polsce działa ponad 170 obiektów Bricomarché.

W 2021 roku Bricomarché ogłosiło nową misję: „Dom to nasza wspólna pasja”. Tym samym sieć zadeklarowała chęć wspierania klientów w rozwijaniu ich zainteresowań związanych z domem. Celem Bricomarché jest także utwierdzenie klientów w przekonaniu, że zajmowanie się domem i jego otoczeniem może być przyjemnością i źródłem satysfakcji, a nie tylko codziennym obowiązkiem. Wraz z nową misją marki zmienił się także claim – „Z pasją do domu i ogrodu”. Poszerzyło się również grono ambasadorów marki – do Dominika Strzelca i Wieśka Skiby dołączyła Kasia Ogórek, autorka najpopularniejszego bloga DIY w Polsce. Nowa platforma marki objęła komunikację, politykę asortymentową, cenową i koncept sklepu.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

W marcu 2014 roku Bricomarché odebrało dwie nagrody w konkursie Dystrybutor Roku 2014. Sieć otrzymała pierwsze miejsce w kategorii „Szeroka oferta” oraz „Najlepszy doradca”.

GALERIE HANDLOWE

Od 2010 roku, w związku z modyfikacją strategii rozwoju, Grupa Muszkietierów otwiera również supermarkety w galeriach handlowych, w szczególności w miejscowościach powyżej 100 000 mieszkańców. Grupa jest obecna m.in. w Galerii Pestka w Poznaniu, Galerii Szperk w Kosakowie koło Gdyni, Galerii Leszno, Galerii Twierdza w Zamościu oraz Galerii Świdnickiej.