

Studenac realizuje strategię międzynarodowej ekspansji i planuje przejęcie słoweńskiej sieci Kea

Studenac, najszybciej rozwijająca się i największa pod względem liczby placówek sieć sklepów spożywczych w Chorwacji, zawarła umowę przejęcia sieci Kea w Słowenii. Spółka z portfela funduszu Enterprise Investors, która od 2018 roku potroiła liczbę sklepów w swojej sieci, dzięki ekspansji zagranicznej zyska nowe możliwości rozwoju.

Sieć Kea liczy 31 sklepów o średniej powierzchni około 250 m². Placówki sieci obecne są przede wszystkim w Mariborze, drugim pod względem wielkości mieście Słowenii, oraz okolicach. W ubiegłym roku Kea osiągnęła blisko 50 mln euro przychodów. Transakcja przejęcia sieci Kea uzależniona jest od uzyskania zgody słoweńskiego urzędu antymonopolowego.

*– Po rozwinięciu naszego unikalnego formatu sklepów proximity w całej Chorwacji, gdzie wciąż mamy duży potencjał wzrostu, nadszedł czas, żeby Studenac wkroczył na arenę międzynarodową – powiedział **Michał Seńczuk, prezes sieci Studenac.** – Nasz model proximity jest skrojony na potrzeby słoweńskich konsumentów, a rynek ten dojrzał do konsolidacji. Chcemy stać się wiodącą siecią detaliczną w całym regionie, budując silne relacje z lokalnymi społecznościami w taki sam sposób, jak zrobiliśmy to na naszym rodzimym rynku, w Chorwacji – dodał **Michał Seńczuk.***

Studenac, który od 2018 roku należy do funduszu zarządzanego przez Enterprise Investors, jedną z największych firm private equity w Europie Środkowo-Wschodniej, stał się największą pod względem liczby placówek siecią sklepów spożywczych w Chorwacji. Sieć rozwija się zarówno organicznie, jak i w wyniku przejęć – w ciągu ostatnich sześciu lat poprzez akwizycje urosła o ponad 650 sklepów. W połowie 2024 roku Studenac posiadał około 1 300 sklepów w całej Chorwacji, zarówno w dużych ośrodkach miejskich, takich jak Zagrzeb i Split, jak i na obszarach wiejskich o mniejszej gęstości zaludnienia, oraz na wyspach na wybrzeżu Adriatyku z silnie rozwiniętym przemysłem turystycznym.

Słowenia to kraj oferujący atrakcyjne uwarunkowania makroekonomiczne i demograficzne, należący do strefy euro, z drugim najwyższym PKB na mieszkańca pośród 11 członków Unii Europejskiej z Europy Środkowej. Badania zlecone przez Studenac wskazują na znaczące możliwości organicznej ekspansji formatu proximity rozwijanego przez sieć.

Studenac wypracował model, który pozwala mu szybko rozpoznać potrzeby lokalnych konsumentów i dostosować się do nich, dopasowując ofertę produktową do poszczególnych lokalizacji, w celu zwiększania satysfakcji klientów i wydajności operacyjnej. Posiada również program integracji pracowników przejętych firm oraz promowania swojej kultury korporacyjnej i wartości.