

Frisco.pl z dużym tempem wzrostu

21.10.2016

Frisco.pl, sklep spożywczy online znajdujący się w portfolio funduszu MCI.Techventures, zanotował wysoki wzrost wyników w pierwszym półroczu 2016 roku. W porównaniu z analogicznym okresem w 2015 roku, liczba nowo pozyskanych klientów zwiększyła się o ponad połowę, natomiast całkowita liczba użytkowników e-sklepu o blisko 40%. Oba wskaźniki w dalszym ciągu utrzymują wysoką dynamikę wzrostu.

W skład funduszu MCI.TechVentures, zarządzanego przez Private Equity Managers, wchodzi przede wszystkim spółki, które prezentują duży potencjał wzrostu na skalę regionalną i europejską.

- Frisco.pl staje się jedną z gwiazd funduszu MCI.TechVentures, dzięki bardzo dynamicznemu wzrostowi, który ma przełożenie zarówno na wskaźniki finansowe, jak i coraz szerszy zasięg klientów. Jesteśmy zadowoleni z prac nowego zarządu firmy, który z sukcesem wdraża uzgodnioną z akcjonariuszami strategię. Spółka jest także po nowej rundzie finansowania - to dowód że ma zaufanie inwestorów. Frisco to przykład znakomitej współpracy funduszu i inwestora strategicznego przy budowie regionalnego championa. - mówi Tomasz Danis, Partner Private Equity Managers

Frisco.pl jest jednym z liderów rynku e-grocery na terenie Warszawy oraz przylegających do stolicy gmin. Od innych silnych graczy oferujących zakupy spożywcze online wyróżnia się tym, iż Internet jest jedynym dostępnym kanałem sprzedaży.

Branża e-grocery w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie i cieszy rosnącym zainteresowaniem wśród konsumentów. W porównaniu do pierwszego półrocza 2015 roku liczba nowych klientów Frisco.pl wzrosła aż o 59%. Istotny wzrost nastąpił również w przypadku średniej częstotliwości robienia zakupów - w analizowanym okresie o 13%. Rekordowym okazał się jednak okres czerwiec - sierpień 2016. Liczba nowych klientów w tym czasie wzrosła ponad dwukrotnie - aż o 137% w porównaniu do analogicznego okresu w ubiegłym roku. Te dane oznaczają, że Frisco.pl bardzo dynamicznie poszerza swoją działalność w stolicy.

- W Polsce udział branży e-grocery oscyluje w granicach ok. 0,2% wartości rynku FMCG,

natomiast u naszych sąsiadów z Europy Zachodniej sięga nawet 6%. Do tego wyniku wciąż jest jeszcze długa droga, jednak dynamika przyrostu nowych klientów Frisco.pl wskazuje, że nasze działania są efektywne i przynoszą bardzo pozytywne rezultaty. Zakupy spożywcze online mają przed sobą duży potencjał rozwoju. Branża jest niezwykle dynamiczna, a usługa e-grocery bardzo dobrze wpisuje się w aktualne trendy społeczne i konsumenckie. Dzięki niej Polacy oszczędzają nie tylko pieniądze, ale przede wszystkim czas, który mogą wykorzystać na to, co dla nich naprawdę ważne - podsumowuje Katarzyna Kazior, Prezes Zarządu Frisco.pl.