**Polska Grupa Supermarketów planuje poszerzyć zasięg swojej sieci na północy i południu Polski. W planach otwarcie 50-60 placówek.**

**Rok 2015 był udany dla Polskiej Sieci Supermarketów (PGS) pod względem osiągniętych wyników i rozwoju sieci o nowe sklepy. Firmie udało się zwiększyć obroty o kilka punktów procentowych, lecz było to przede wszystkim wynikiem zwiększenia ilości sklepów stowarzyszonych do ponad 600. W tym roku PGS planuje powiększyć sieć o 10% (do 660 punktów).**

W opinii Michała Sadeckiego, prezesa PGS, w 2016 roku wyniki grupy mogą być lepsze ze względu na zwiększone wydatki i konsumpcję, jako efekt wzrostu najniższego wynagrodzenia, jakie pracodawca musi wypłacić pracownikowi zatrudnionemu na umowę o pracę. Wyniesie ono 1850 złotych - o 100 złotych więcej niż w roku 2015.

*Przed nami wyzwanie w postaci wykorzystania tego efektu, przy jednoczesnym procesie spadających cen żywności i konkurencji na rynku. Stąd dążenie do rozwoju sieci i powołaniu 60 nowych placówek na północy i południu kraju'. Analizujemy sytuację na Śląsku, Podkarpaciu, Małopolsce oraz północnych województwach Pomorskim, zachodniopomorskim i warmińsko-mazurskim* - podkreśla prezes PGS.

Czynnikiem wpływającym na wzrost sprzedaży w sektorze handlu może być również cenowa konkurencyjność polskich towarów w sklepach dla zagranicznych konsumentów (rejony przygraniczne) oraz polskich produktów na rynkach europejskich i światowych, jako konsekwencja słabnącej złotówki. Sytuacja ta, o ile utrzyma się do 3-4 kwartału br. może skutkować wzmożonymi zakupami w okresie wakacji (turyści w Niemiec, Skandynawii, Wschodu) oraz zwiększoną sprzedażą polskich produktów za granicę.

W 2016 roku PGS postawi również na zacieśnienie współpracy z regionalnymi sieciami spółdzielczymi Społem.

*Od dłuższego czasu staramy się współpracować w zakresie obrony interesów tych spółdzielni i promować polską produkcję i handel. W perspektywie kilku lat postrzegamy Społem jako jednego z naszych kluczowych partnerów handlowych*  - dodaje Michał Sadecki.

Prezes PGS przyznaje, że w 2016 roku chce wykorzystać bardzo sprzyjający układ kalendarza i wolnych dni (w sumie 114), który może mieć wpływ na zachowania konsumentów. Z jednej strony mogą wykorzystać czas na zakup (wyjazdy, długie weekendy) czego skutkiem będzie wzrost sprzedaży sieci handlowych i sklepów w branży spożywczej, z drugiej nadal niewiadomą pozostaje projekt zakazu handlu w święta i niedziele.