

RELACJE INWESTORSKIE | 2015





Most do Przyszłości

Klucz do sukcesu

Jak to się stało, że niewielka firma z Polski w niespełna trzy dekady osiągnęła nieomal tyle samo co jej europejscy odpowiednicy wielokrotnie dłużej niż Inter Cars działający na swoich rynkach? Na wielkość i tempo tego sukcesu złożyło się kilka czynników.

PARTNER TWO KOMUNIKACJA JAKOŚĆ INNOWACJA START STRATEGIA TRANSFORMACJA



TRANSFORMACJA

Zaczynając od słowa Transformacja należałoby powiedzieć, że spółka doskonale wykorzystała nadarzający się moment historyczny. Zmiany ustrojowe w Polsce w roku '89 nieuchronnie pociągnęły za sobą zmiany w sektorze gospodarczym. Uchwalona wówczas tzw. ustawa Wilczka, pozwalająca otwierać firmy wszystkim na równych prawach i zasadach, uitorowała drogę prywatnym przedsiębiorcom do tworzenia własnych biznesów. Znalazł się wśród nich także Krzysztof Oleksowicz, budowniczy pierwszego fundamentu pod przyszłą, firmową ekspansję.

Tak się bowiem stało, że od tąd słowo transformacja jak trampolina była dla założycieli Inter Cars równoważnikiem słowa **EKSPANSJA**.

W roku 1990, z miłości do samochodów, Krzysztof Oleksowicz powołał do życia firmę, której wyznaczył jasny cel - by stała się największym w Polsce dystrybutorem części samochodowych; części najwyższej jakości, dostępnych „od ręki”, blisko miejsca zamieszkania Klientów. I tak rozpoczęła się pierwsza w historii Inter Cars ekspansja. Na początek w skali lokalnej. Od jednego punktu

przy ulicy Powsińskiej 64.z obiektu o powierzchni 300m², znanego przede wszystkim użytkownikom Mercedesów, Opli i Volkswagenów, w którym oferowany katalog liczył około 1500 części samochodowych, nowa polska firma ruszyła po więcej!

Blisko dwa lata później, przy ulicy Waryńskiego 8, powstał obiekt niemal trzy razy większy. Inter Cars był już liczącym się rynkowym graczem, choć wciąż jeszcze nie mógł się poszczycić mianem lidera w branży motoryzacyjnej.

Z tego też powodu firma bezustannie poszerzała swój katalog, aż na początku 1996 roku z usług Inter Cars mogli już korzystać nie tylko właściciele aut niemieckich, ale także francuskich, włoskich i – coraz popularniejszych wówczas – marek japońskich.

Wielu ówczesnych młodych, polskich przedsiębiorców zachłysnęło się pierwszymi sukcesami swoich firm i szybkimi zyskami, jakie generowały. Zamiast inwestować, wstuchiwać się w rynek, poszerzać własne kompetencje i wiedzę, uwierzyli, że sukces jest dany raz na zawsze. Takich firm były tysiące. Założyciel Inter Cars okazał się jednak dalekowzroczny i doskonale przygotowany do kierowania firmą w warunkach wolnorynkowych.

Etap rozwoju Inter Cars

W pierwszych latach działalności firma rozwijała się przede wszystkim w dwóch dziedzinach. Z jednej strony tworzone katalogi produktów, na które był największy popyt – od części silnikowych i serwisowych, poprzez oleje i smary, po akumulatory, opony i części nadwozia. Z drugiej strony opracowywano system dystrybucji towarów, który pozwoliłby

dotrzeć do jak największej liczby klientów w jak najkrótszym czasie. Krokiem milowym w polskiej ekspansji okazało się stworzenie sieci filialnej, w której każdy zachowywał swoją niezależność i tożsamość, przy jednoczesnym partnerstwie i współpracy z Inter Cars na zasadzie franczyzy. Choć na początku wielu przedsiębiorców krytykowało taki rodzaj dystrybucji, okazał się on wielkim sukcesem. Wtedy, u zarania tego pomysłu, największe zastrzeżenia budziła idea uczciwego podziału zysków z filiami, które z jednej strony stawały się głównym klientem sieci sprzedaży, z drugiej – ważnym partnerem biznesowym. Ten pomysł okazał się jednak tyleż wizjonerski, co przede wszystkim optymalny biznesowo.

Krajowej ekspansji ciąg dalszy

W 1996 roku spełniło się pierwsze wielkie marzenie Inter Cars. Firma została liderem krajowego rynku części zamiennych. Szybko jednak ustalono, że to zaledwie początek drogi. Już wtedy wyznaczano zasadę, której firma hołduje do dziś, mówiąc, że o przeszłości należy pamiętać, ale liczy się tylko przyszłość. Zarząd Spółki podwoił więc swoje wysiłki, by już wkrótce

uruchomić pierwszy magazyn centralny w Warszawie przy ul. Heroldów. Dysponował powierzchnią 1500m² i – jak na tamte lata – mógł uchodzić za ogromny. I tak ruszyła pierwsza lawina uruchamianych kolejno magazynów. Spółka poczuła wiatr w żaglach, była w ewidentnym biznesowym natarciu i czuła się z tym fantastycznie.

Wspaniały rok 1998

Zaledwie po dziewięciu latach od słynnego gospodarczego przełomu przyszedł wspaniały rok boomu w rozwoju Inter Cars. Spółce udało się w tym roku zainaugurować działalność sieci warsztatów samochodowych Q-SERVICE – pierwszą w Polsce sieć zrzeszającą pod jedną banderą i pod wspólnym standardem jakości grupę niezależnych warsztatów samochodowych. W Polsce lat 90-tych nastąpił tym samym, za sprawą Spółki Inter Cars, pierwszy tak wielki przełom w rozumieniu potrzeb Klienta Końcowego i jego rosnącego zapotrzebowania na jakość.



KRZYSZTOF OLEKSOWICZ

"Wydaje mi się, że w czasach PRL-u bardzo ważna była odwaga. Odwaga przy podejmowaniu decyzji; odwaga w samym fakcie, że chciało się zrobić coś nowego, nieznanego. Odwaga, aby zaryzykować. Tym bardziej, że bazowaliśmy wyłącznie na własnym kapitale. Pamiętam, jak na początku lat 90., kiedy już powstał Inter Cars, kolega (mój wspólnik z dawnych lat) przyszedł do mnie i – patrząc na nasz pierwszy magazyn przy ul. Powiśńskiej – zapytał w zdumieniu: „Krzysiu, ty inwestujesz?”. A wynajęliśmy wtedy raptem magazyn o powierzchni 300 m². Magazyn, do którego wstawiłem parę bardzo tanich, używanych regałów, odmalowaliśmy ściany na biało, postawiliśmy jakieś biurko, a on mówi: „Krzysiu, przecież to bez sensu! Za moment wejdą wielkie firmy z Niemiec i śladu nie będzie po twojej inwestycji... Przecież te wielkie firmy, które są liderami w tej branży, wszystko potrafią, wszystko mają; mają gigantyczne kapitały, wejdą i wypchną cię z rynku, a ty zostaniesz sam ze swoją inwestycją!”. Od tamtej pory minęło już 25 lat. Niemieckie wielkie firmy nie weszły, a my rozwijamy się dalej. Ale trzeba było uwierzyć i zaryzykować"

Rewolucyjny na ówczesne czasy przełom w wychodzeniu naprzeciw motoryzacyjnym potrzebom Kierowcy był tym ważniejszy, że koniec lat 90-tych trudno było wówczas w Polsce określić rynkiem Konsumenta. A jednak Inter Cars, niejako przewidując zbliżające się zmiany, już w 1998 roku uczynił pierwszy, milowy krok w stronę jutra.

Drugi ważny kamień milowy w strategii Inter Cars roku 1998, idealnie obrazujący sposób rozumowania młodej wówczas organizacji, to inwestycja w pierwszą automatyzację systemu zamówień i uruchomienie dla Klientów warsztatowych możliwości dokonywania zakupów poprzez modem.

Szybkie dostrzeżenie potencjału, jaki krył w sobie Internet, najlepiej świadczy o umiejętności Zarządu Spółki w przewidywaniu wyzwań niesionych przez jutro. Dość zauważyć, że Klienci Inter Cars, dzięki wprowadzonej automatyce, byli w stanie składać zamówienia on-line już w roku 1998, a więc zaledwie dwa lata po powstaniu portalu Onet i dobry rok przed powstaniem serwisu Allegro. To był absolutnie przełomowy krok, jak na tamte czasy.

Budowanie Biznesowej potęgi

Rozwój firmy nie ustawał. Idąc za postanowieniem o nieustającym poszerzaniu oferty, podjęto decyzję o uruchomieniu dystrybucji części wyposażenia warsztatowego.

Wraz z rozwojem firmy, poszerzaniem zakresu oferowanych usług i powiększaniem strefy wpływów, Spółka zaczęła zmieniać także swój status prawny, stając się w 1999 roku Spółką Akcyjną.

Jednak najbardziej znamienym dla dalszych działań organizacji i jej swobody w planowaniu dalszej ekspansji okazało się przystąpienie do prestiżowego Międzynarodowego Zrzeszenia Dystrybutorów Części Zamiennych ATR International AG. Członkostwo Inter Cars w grupie zakupowej ATR okazało się fantastyczną odpowiedzią na pytanie „jak, wchodząc na nowy rynek, od pierwszego dnia dysponować warunkami rynkowego lidera?”. Ten komfort okazał się możliwy dzięki warunkom uzyskiwanym w sile całej grupy i bez wątplenia był czynnikiem dodającym organizacji międzynarodowych skrzydeł.



KRZYSZTOF
SOSZYŃSKI

“W drugiej połowie lat 90., kiedy zaczęliśmy wdrażać w życie pomysł partnerskiej sieci filialnej, wielu obserwatorów i doradców uważało taki wariant za nierealny, a nawet utopijny. My jednak od początku wiedzieliśmy, że wolimy mieć stu zdeterminowanych na osiągnięcie sukcesu partnerów, niż kilkuset biernie oczekujących na zlecenia dyrektorów oddziałów. Z naszymi partnerami biznesowymi połączyła nas wspólnota zaangażowania. To był strzał w dziesiątkę. To dzięki takiemu modelowi biznesowemu jesteśmy dziś wielkim, a jednak wciąż elastycznym i błyskawicznie reagującym na potrzebne zmiany przedsiębiorstwem. To poprzez filiantów każdego dnia mamy bezpośredni i oparty na zaufaniu kontakt z naszymi Klientami.”



I tak nadszedł czas na rynki zagraniczne

Na przełomie XX i XXI wieku Władze Spółki podjęły decyzję o wyjściu poza granice Polski. Ekspansję rozpoczęto od dynamicznie rozwijającej się Ukrainy. Pierwsza zagraniczna filia firmy powstała w Kijowie i stanowiła prawdziwy poligon doświadczalny. Pozyskane w trakcie obsługi ukraińskiego rynku doświadczenia wkrótce pozwoliły ulokować się na wielu rynkach wschodniej i środkowej Europy. Dziś trudno jest sobie nawet wyobrazić, że cały proces budowania przez Spółkę pozycji nr 1 w Europie Środkowo-Wschodniej i pozycji nr 5 w całej Europie zajął Grupie Inter Cars zaledwie piętnaście lat. Polska, Ukraina, Litwa, Łotwa, Estonia, Węgry, Rumunia, Bułgaria, Chorwacja, Czechy, Słowacja, Słowenia, Włochy – trzynastcie rynków rozwiniętych zaledwie w piętnaście lat pokazuje, jak trudno jest zatrzymać w biegu dobrze zaprogramowany mechanizm.

Tymczasem w kraju

Milenijny rok 2000 przyniósł pierwsze filie Inter Cars poza Warszawą. Otwarto je w Bielsku-Białej, Poznaniu, Częstochowie i Sosnowcu. Było to możliwe dzięki uruchomieniu w Częstokowie Mazowieckim pod Warszawą ogromnego, mierzącego łącznie 17000 m², Centrum Logistycznego, do którego przeniesiono również siedzibę firmy. Od tego czasu bieżąca rozbudowa łańcucha dostaw i usług logistycznych niejako na stałe wpisała się do strategii rozwijania przedsiębiorstwa, jako sposób na budowanie przewagi konkurencyjnej i zwiększanie wartości Spółki.

Początek 2001 roku zapisał się w historii grupy widowiskowym wydarzeniem. 2 stycznia odbyła się pierwsza w historii impreza z cyklu Inter Cars Motor Show. Były to pierwsze w Polsce targi części samochodowych, narzędzi i wyposażenia warsztatowego, które do dziś uchodzą za największą i najbardziej profesjonalną imprezę tego typu.

Znakomici goście z całego świata, mnóstwo motoatrakcji, pokazy i konkursy – to wszystko dało początek tradycji, dzięki której dziś Inter Cars Motor Show gwarantuje jeden z najgorętszych dni w roku.



ROBERT KIERZEK

"Ponieważ rynek wciąż się powiększał, dynamiczny rozwój towarzyszył również naszej sieci Q-Service, której siły połączyliśmy w 2000 roku z należącą do Grupy Bosch siecią warsztatów Auto Crew. Dzięki temu połączeniu, już rok później, sieć niezależnych warsztatów sygnowanych przez Inter Cars legła znacznemu rozrostowi. Z punktu widzenia biznesu ten krok w znaczący sposób wpłynął na wzrost naszych ścieżek zbytu. I tak z nowym, 2001 rokiem, mógł po raz kolejny rozrosnąć się nasz katalog usług. Znalazły w nim swoje miejsce elementy karoserii, atrapy, chłodnice, a także jeszcze więcej części do motocykli i – po raz pierwszy w historii oferty Inter Cars – również części regenerowane."

Ludzie Inter Cars

25 lat temu, u zarania, firma nie miała struktur i wyraźnie określonych stanowisk. Każdy, włącznie z właścicielami, zajmował się wszystkim: był jednocześnie magazynierem, sprzedawcą i pracownikiem gospodarczym. Taka była rzeczywistość pierwszych lat transformacji. Twórcy firmy wyznawali siłę wytężonej pracy i sami się jej nie bali. Firma rosła więc dynamicznie, a pracę rozpoczynało w niej coraz więcej osób. Kształtowały się działy, otwierały się ścieżki awansu i kariery. Każdy zaczynający od przysłowiowego zera mógł zająć do najwyższych stanowisk. I tak, w przeciągu 25 lat, z małej, niemal rodzinnej firmy, Inter Cars stał się korporacją, dla której w Polsce i w Europie pracuje blisko 6 tysięcy osób.

Wytężona praca się opłaca

Hołdując tej zasadzie, w 2002 roku dominacja Inter Cars na branżowym rynku została potwierdzona laurem w konkursie „Lider Rynku”, a sama spółka znalazła się w zestawieniu największych firm w Polsce. Rozpoczęła się era optymalizowania jakości. To ważny moment w życiu każdego przedsiębiorstwa, w którym – zamiast tworzyć procesy – można już zacząć myśleć o ich szlifowaniu. W przypadku Inter Cars takim strategicznie istotnym procesem była oczywiście logistyka.

W idealnym procesie zaopatrzenia warsztatów samochodowych bez wątplenia kluczowym elementem jest komplekacja. Jeżeli przykładowy serwis do naprawy samochodu potrzebuje 11 części, a w oparciu o złożone zamówienie otrzyma ich jedynie 10, to nadal nie będzie mógł rozpocząć procesu naprawy. Stąd, obok szerokości asortymentu części,

ich dostępności na magazynie oraz atrakcyjnych warunków handlowych, kluczowym parametrem stała się dla Inter Cars przede wszystkim możliwość bezbłędnego procesu rozkładania i zbierania towarów oraz znany i – co ważniejsze – błyskawiczny czas ich dostawy. W tamtych dniach Magazyn Centralny w Częstokowie Mazowieckim oraz centrum logistyczne w Poznaniu dystrybuowały części zamienne i wyposażenie warsztatowe od ok. 500 dostawców. Trafiły one wówczas do 37 filii obsługujących 21 tysięcy zarejestrowanych odbiorców. I to był właśnie ten moment, w którym Spółka, jak nigdy wcześniej, poczuła, że w swojej drodze do przyszłości musi w następnym ruchu zrobić nie jeden, lecz kilka kroków więcej, aby jeszcze szybciej pójść dalej – musi zainwestować w kosztowną, logistyczną technologię. Aby to było możliwe, nadszedł czas na Giełdę Papierów Wartościowych.



Budowanie biznesowej potęgi

Rok 2004 należałoby określić mianem KUMULACJA. Kumulacja inwestycji i kumulacja biznesowych osiągnięć. Choć sprzedaż w roku 2003 sięgnęła wartości 447 mln zł, wzrastając w stosunku do roku poprzedniego o 42 proc., to zysk wyniósł 10 mln zł, rosnąc w stosunku do roku poprzedniego o 6 proc. Istotną zmianę w statystykach przyniósł debiut Spółki na GPW – w 2004 roku, po debiucie, sprzedaż spółki poszybowała wzwyż aż o 37 proc., a zysk netto niemal się podwoił.

Równocześnie Spółkę doceniono dwoma prestiżowymi nagrodami: Gazetą Biznesu – przyznawaną co roku najdynamiczniej rozwijającym się małym i średnim przedsiębiorstwom oraz tytułem „Euro Lidera”. W tym samym czasie do Grupy dołączyła świeżo utworzona kolejna spółka zależna – Feber, która za obszar działalności obrała produkcję przyczep i naczepek. Z linii produkcyjnych zakładu w Sieradzu zjeżdżało 2000 pojazdów rocznie, w tym przyczepy wyładowcze aluminiowe i stalowe, cysterny, half-pipe oraz specjalistyczne. Niemal w tym samym czasie Inter Cars zaatakował kolejny rynek. Tym razem powstała spółka Inter Cars Czeska Republika z siedzibą w Pradze.

Dziś, 11 lat po debiucie, wartość Spółki stale rośnie, a ostatnie lata przynosiły wręcz rekordowe notowania akcji. Nie dziwi zatem fakt, że firma jest dostrzegana na arenie biznesu, chwalona za innowacyjność i rozwój, a także za odnoszone sukcesy w prestiżowych rankingach. Grupa może poszczycić się zdobytym w ubiegłym roku tytułem Giełdowej Spółki Roku.

Na skrzydłach przewag konkurencyjnych

W 2006 roku największą nagrodę wystawił Spółce sam rynek. Inter Carszyskał swój pierwszy

miliard przychodu. Taki był pierwszy biznesowy cel Grupy – wypracować miliard obrotu. Jak mogło jednak udać się to tak szybko? Co spowodowało, że w takim tempie pojawił się pierwszy miliard złotych, chwilę po nim pierwszy miliard dolarów i w końcu pierwszy miliard euro? Bez wątpienia jednym z ważniejszych czynników, wspierających tak szybki wzrost, był stale rosnący rynek samochodowy w Polsce i w Europie oraz przewagi konkurencyjne Inter Cars.

Naprzeciw nowym czasom

Nieustający wzrost ilości czasu spędzanego przez Użytkowników w Internecie sprawił, że motoryzacja – analogicznie do innych branż – musiała wejść w stały kontakt ze sferą online, otwierając się na wzmożoną interakcję i bezpośredni kontakt z Odbiorcą. Podejmując wyzwanie zmieniającej się rzeczywistości, w 2012 roku Spółka Inter Cars uruchomiła szereg usług on-line skierowanych wprost do Klientów Końcowych.

Do utworzonego na potrzeby warsztatów samochodowych programu opieki One Stop Shop dodane zostało zatem jeszcze jedno strategicznie ważne ogniwo – pomoc dla warsztatów w budowaniu relacji z Klientem Końcowym, ze szczególnym naciskiem na strefę online. Relacji, której zadaniem stało się pozyskiwanie Kierowcy i przekierowanie go różnymi ścieżkami do warsztatu. I w taki oto sposób na rynku pojawił się pierwszy z serii projektów internetowych Inter Cars – platforma motoryzacyjna Motointegrator.pl, w prosty sposób łącząca dostawcę usługi warsztatowej i Klienta Końcowego. Serwis umożliwia zakup niemal wszystkich produktów i usług związanych z samochodem, pozwalając na zamówienie usługi warsztatowej bez wychodzenia z domu.



KRZYSZTOF OLEKSOWICZ

„Proszę sobie wyobrazić proces, który sprawia, że nasz udział w rynku podobnie jak cały rynek stale rosną - proszę pomyśleć, że oddaje Pan rano auto do naprawy. Części, które powinny dojechać do warsztatu tak szybko, aby mógł Pan odebrać naprawione auto jeszcze tego samego dnia, muszą być dostarczone w ciągu dwóch godzin. Logistyka potrzebna do tego, aby dostarczyć w dwie godziny wszystkie potrzebne części to bariera wejścia sprawiająca, że nie jest łatwo konkurować z kimś posiadającym już taki system. Oznacza to, że nawet za 5-10 lat, nawet z najbardziej rozwiniętym systemem możliwej sprzedaży internetowej, ze wszystkimi nowymi ścieżkami komunikacji z Kierowcą ta zależność i tak się nie zmieni - bez względu na to jak by nie rozwinęła się sprzedaż w Internecie, Pan nadal na końcu będzie musiał pojechać do warsztatu, gdzie podniosą auto na podnośniku i zobaczą, że trzeba wymienić końcówkę drążka. Klikną w zamówienie i system po drugiej stronie będzie musiał dowieźć brakującą część najpóźniej w dwie godziny. I tutaj zawsze będzie Inter Cars – bo my będziemy zdolni tego dokonać. Jako Inter Cars wygrywamy więc między innymi dlatego, że dostarczamy części do warsztatu nie raz dziennie ani nawet nie dwa razy dziennie, ale cztery, pięć, sześć, a nawet dziewięć razy dziennie jeżeli potrzeba. I to jest nasza główna przewaga, która łącznie z rosnącym stale rynkiem sprawia, że możemy bezpiecznie rosnąć dalej bez obaw, że coś stanie nam na przeszkodzie.”





KRZYSZTOF SOSZYŃSKI

„Już od końca lat dziewięćdziesiątych rozumieliśmy, że segmenty biznesu pozbawione aktywnego udziału w sferze on-line staną się wyizolowaną wyspą. Dlatego intensywnie pracowaliśmy nad stworzeniem najbardziej optymalnego rozwiązania, które nie tylko nie konkurowałoby z naszym głównym Klientem, jakim są warsztaty samochodowe, ale wprost przeciwnie, aby mogło na równi wspierać rosnące oczekiwania Kierowców oraz potrzeby warsztatów w pozyskiwaniu Klientów Końcowych. Jak obserwujemy, ten plan z dnia na dzień coraz bardziej się udaje. Widząc zresztą, że dzisiejszy Konsument staje się coraz bardziej wymagający, nie poprzestajemy na jednym rozwiązaniu. Projektujemy kolejne ścieżki w poczuciu, że musimy nie tylko nadążyć za odbiorcą, ale, że powinniśmy umieć go wyprzedzić.”

W 2013 roku swój pierwszy miliard przyniósł Grupie również spółki zależne, dając niejako początek publicznemu pasmu wyróżnień. I tak w kwietniu 2014 roku Inter Cars odebrał zaszczytny tytuł Giełdowej Spółki Roku, chwilę później został uhonorowany Certyfikatem Wiarygodności Biznesowej, a zaraz po tym prestiżową nagrodą Ministra Skarbu Państwa za najlepszą komunikację z inwestorami, prowadzoną poprzez stronę internetową.

Gdzie kończą się utarte drogi...

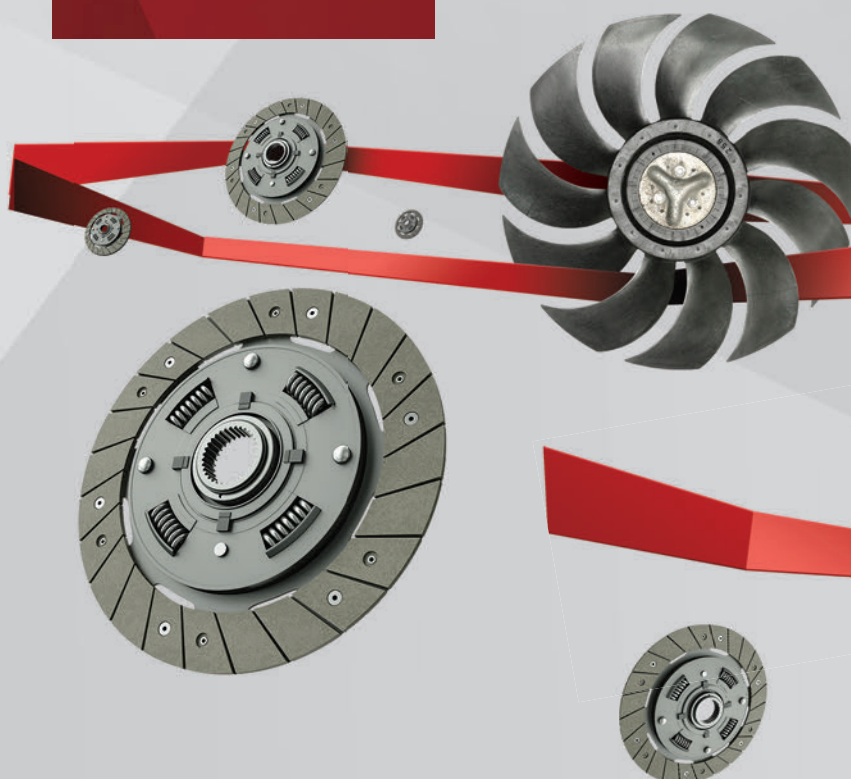
Firma. Pasja. Moc ducha i siła charakteru. Wola działania skupiona na osiągnięciu obranego celu. Nieustanne pokonywanie przeszkód, podejmowanie wyzwań i wytyczanie nowych szlaków. Taka idea od 25 lat przyświeca Spółce Inter Cars. Tak wyglądała droga do sukcesu firmy, która z niewielkiego warsztatu samochodowego przekształciła się w europejskiego lidera rynku motoryzacyjnego. Firmy otwartej na każde kolejne wyzwanie. Bo tam, gdzie kończą się wytyczone drogi, zaczyna się zdobywanie...

Przez cały okres ostatniego dwudziestopięcioletnia Spółka Inter Cars doskonale wykorzystywała szanse, jakie daje gospodarka wolnorynkowa, jednocześnie skutecznie broniąc się przed jej pułapkami czy konsekwencjami kryzysów, które wiele przedsiębiorstw wyeliminowały z rynku. Firma nie tylko skutecznie ominięła trudności, ale z każdym rokiem rosła w siłę, zwiększała swój kapitał i konkurencyjność. Dziś jest niekwestionowanym liderem w Środkowo-Wschodniej Europie i jako kolejny cel stawia sobie pozycję lidera w całej Europie.



ROBERT KIERZEK

„Grupa Inter Cars jest zaledwie o rok młodsza niż polska demokracja. Ale jesteśmy już w pełni ukształtowanym organizmem gotowym na jakościowe i biznesowe wyzwania. Wierzymy, że innowacyjność to jedyna droga do sukcesu. Budujemy ją poprzez siłę spójnej identyfikacji. Bo razem, w jednej drużynie, jesteśmy naprawdę dostrzegalni. Mamy blisko 350 filii w kraju i w Europie, 2 miliony użytkowników korzysta z naszych serwisów internetowych, organizujemy największe w kraju targi motoryzacyjne. Wszystko po to, by nie tylko zadbać o własną markę, ale przede wszystkim - by realnie wspomagać właścicieli warsztatów. Naszym atutem jest rzetelność i wiarygodność. Szybkość działania. Otwartość na wyzwania rynkowe. I to co najważniejsze: zrozumienie naszych Klientów, spośród których sami kiedyś wyrosliśmy na dzisiejszego europejskiego lidera motoryzacji.”





Most do Przyszłości

Wywiad z Krzysztofem Oleksowiczem



Żeby opowiedzieć o tym, jak się to wszystko zaczęło, trzeba by się cofnąć do punktu wyjścia, do startu mówiącego o towarzyszących nam wtedy uwarunkowaniach, o wyjątkowej specyfice czasów PRL-u. Jak biznes wyglądał w czasach PRL-u? Bo przecież można było robić biznes! Polska w tamtych czasach, w latach 80-tych, była krajem zupełnie wyjątkowym. Uczącym wszystkich pewnego unikatowego rodzaju ekonomii – ekonomii socjalizmu.

Szkola życia

W szkole życia w czasach PRL-u można się było nauczyć bardzo wiele na temat ekonomii, która, proszę być pewnym, nie miała żadnego związku z obecną ekonomią. Jakie więc cechy trzeba było posiadać, aby rozpocząć biznes w tamtych czasach? Jakie cechy musiał posiadać

ówczesny przedsiębiorca, chcąc być aktywnym gospodarzem? Z pewnością bardzo ważna była odwaga. Odwaga przy podejmowaniu decyzji, odwaga przy przełamaniu bezsensownych schematów. Należy przy tym pamiętać, że ta odwaga była cenna w dosłownym tego słowa znaczeniu, jako że bazowaliśmy wtedy prawie wyłącznie na tak zwanym własnym kapitale. Od mamy, od dziadka, od rodziny – ale trzeba było mieć te pieniądze w kieszeni. Była więc potrzebna spora odwaga...

Drugą cechą, jaką trzeba było posiadać – poza odwagą – była przedsiębiorczość, taki swoisty rodzaj zaradności. Zaradności gotowej na przełom spowodowany ustawą Wilczka. Nagle nie tylko mogliśmy robić „coś”,

ale mogliśmy też robić to „coś” w sposób normalny prowadzić i budować normalną firmę. Ten przełom był naprawdę niewiarygodny – nagle, z dnia na dzień powstało ni stąd, ni zowąd 100 tysięcy nowych podmiotów rozpoczynających w tym samym momencie swoją działalność. I do tego ta potężna przewaga popytu nad podażą. Obojętne, co byśmy wtedy nie wyprodukowali, obojętne, co byśmy nie przywieźli, kupili, chcieli sprzedać – sprzedawało się z łatwością.

Ja nazywam ten okres, od roku 1990 do roku 1998, okresem "powszechnej biznesowej szczęśliwości". To był wspaniały czas! Ale...! W tym czasie bardzo zaczął się liczyć także pomysł. Dziś powiedzielibyśmy, że zaczęła być istotna strategia. Ale czy na początku lat 90-tych my jako Inter Cars, czy też ja - jako założyciel, czy my mieliśmy jakąkolwiek strategię? Kierowaliśmy się raczej prostą zasadą: dzisiaj kupić, dzisiaj sprzedać! Nie zastanawiałem się jeszcze wtedy, jak ten biznes wygląda w innych krajach, gdzie jesteście, jaka jest nasza konkurencja. Przez pierwsze lata szczerze mówiąc nawet nie wiedziałem za bardzo, co to jest marża! Marża nikogo z polskich przedsiębiorców w tamtym okresie nie interesowała. W tamtych czasach królem był narzut.

Ten początek, nie ulega dziś żadnej wątpliwości, wymagał od nas wszystkich naprawdę dużej dozy zaradności, przedsiębiorczości. I Polacy w tamtych czasach byli najbardziej przedsiębiorczy w Europie. Tak mi się wydaje.

A jednak oprócz odwagi, przedsiębiorczości i zaradności trzeba było mieć jeszcze trochę szczęścia lub inaczej mówiąc intuicji. Bo jak inaczej nazwać szczęśliwe trafienie z odpowiedzią na najczęściej zadawane sobie na początku lat 90-tych pytanie "co tak naprawdę należy kupić, co produkować, czym handlować?". Bo te decyzje były naprawdę brzemienne w skutkach. Wyobraźmy sobie przedsiębiorcę wybierającego za podstawę swojej działalności np. repasację pończoch. Wyobraźmy sobie, że mam taki wspaniały pomysł, inwestuję w punkty usługowe w całej Polsce z repasacją pończoch. Przychodzi jednak wzrost kosztów siły roboczej, spada cena gotowego produktu i repasacja pończoch ginie z rynku. Lub inne ogłoszenie, jakich widzieliśmy dziesiątki

w latach 90-tych - przewijanie silników do pralek. Dziś już nikt nawet nie pamięta takiej usługi, nie ma czegoś takiego. Gdybym więc wybrał niewłaściwą branżę, a to się działo w tamtych czasach bardzo przypadkowo, to najprawdopodobniej nie byłoby dziś tak wielkiej firmy jaką jest Inter Cars, nie byłoby naszego miliarda Euro przychodu i byłibyśmy teraz w zupełnie innym miejscu. Trzeba było zatem mieć szczęście. Intuicję, która sprawiła, że wybrałem jedną z najmocniej rosnących branż na rynku. Branża, w której niezmiennie od 25 lat wciąż rośnie liczba pojazdów, a wraz z ich wzrostem rośnie także popyt na części. Park samochodowy w Polsce składa się w większości z aut używanych, a więc z takich, które częściej się psują. Aby przybliżyć wszystkim specyfikę naszej branży, nie mogę nie wspomnieć o tym, że producenci marek samochodów razem wytwarzają zaledwie 20% wszystkich istniejących na rynku części samochodowych, natomiast pozostałe 80% to części produkowane przez takich producentów jak Bosch, Magneti Marelli, Valeo czy CTF - a więc przez dostawców z naszego obszaru. Widać więc, że jako branża after-market oferujemy Konsumentom dokładnie takie same części co producent samochodu, tyle że w innym opakowaniu, pod innym numerem referencyjnym i w całkowicie innej cenie. Przy tym wszystkim aż 90% z naszego asortymentu są to części premium i chociaż noszą miano zamienników, to aż w 90 procentach są to części oryginalne, pochodzące właśnie od Boscha, Magneti Marelli, Valeo, itd. Jak już więc powiedziałem wcześniej, miałem ogromną dozę szczęścia trafnie wybierając branżę, w której chciałem zbudować biznes. Mieliśmy początek lat '90, dramatyczną przewagę popytu nad podażą i aż do '98 roku trwający w najlepsze

okres powszechnej biznesowej szczęśliwości. Tak pięknie było do czasu aż nastał znamienny rok 1998 i tak zwany kryzys rosyjski. W owym czasie wiele polskich firm, a w tym także Inter Cars dużą część swojego obrotu generowało poza granicami kraju. Proszę jednak pamiętać, że ówczesne określenie „poza granicami kraju” mogło oznaczać jedynie „na Wschodzie”. I tak nagle, w roku '98 w wyniku kryzysu rosyjskiego, z dnia na dzień Inter Cars mając dużą część swojej sprzedaży właśnie na wschodnich rynkach, stracił około 30% realizowanego obrotu, kończąc tym samym okres swojej powszechnej szczęśliwości. W brutalny sposób zakończyła się także przewaga popytu nad podażą. Rok '98 do naszych początkowych cech przedsiębiorcy, jakimi były wcześniej: odwaga, zaradność i pomysł na to, co powinno się sprzedawać, dopisał kolejną - jakże ważną cechę - umiejętność liczenia. Wcześniej, do '98 roku precyzyjne liczenie nie było dla polskiego przedsiębiorcy warunkiem niezbędnym. Przy stałych wzrostach 40%, 50%, królem dla większości z nas było raczej słowo przychód niż kalkulacja. Rośliśmy, rozwijaliśmy się, i to było najważniejsze. Koszty? Jakieś były, ale przychód i tak zawsze był większy.





Od '98 roku musieliśmy zacząć myśleć o kosztach, analizować wszystkie posunięcia, zastanawiać się nad tym, co robimy. Jak robimy? I jak to samo zrealizować optymalniej? Nastął czas pierwszych prób poszukiwania fachowej kadry. Zaczęły się kształtować pierwsze prawdziwe struktury firmy. Pierwsze prawdziwe kalkulacje na temat tego, jak powinna wyglądać organizacja. Wciąż jednak jeszcze bez wykorzystania kolejnego bardzo ważnego dla każdego przedsiębiorcy słowa: „strategia”. Samo słowo „strategia” pojawiła się więc dopiero z chwilą wejścia w wiek XXI.

I tak weszliśmy w wiek XXI z pierwszą próbą strategicznego myślenia o tym, w jakim kierunku powinniśmy się rozwijać. Pierwszy plan brzmiał: „dokładanie nowych asortymentów”. Na początku bowiem Inter Cars sprzedawał tylko części do samochodów niemieckich: Volkswagen, Mercedes, Ford, Opel. Nowy wiek przyniósł więc Inter Cars decyzję o rozszerzeniu działalności o dystrybucję części do aut francuskich i włoskich oraz o rozszerzeniu segmentu z aut osobowych o dystrybucję części do aut ciężarowych. Krok dosyć trudny. Mówiąc szczerze, dziś nie ma w Europie innej firmy, która by posiadała jednocześnie w swojej

ofercie dystrybucyjnej części do aut ciężarowych i aut osobowych, taką firmą jest tylko Inter Cars. Jak to się udało zrobić? Cóż, to było wyzwanie.

Decyzja o tym, żeby wejść w dystrybucję skierowaną do innego rynku jakim były auta ciężarowe oznaczała, że musieliśmy skądś pozyskać kapitał, czyli mówiąc wprost - musieliśmy go odebrać segmentowi aut osobowych. Dzięki temu jednak, przez pierwszych 10 lat funkcjonowania udało się nam zbudować najszerzy asortyment w Europie i jego rewelacyjną dostępność. Dostępność, do której trzeba było oczywiście jak najszybciej dołożyć najlepszy model dystrybucji.

W tamtych czasach najprostszym modelem dystrybucji było zaopatrywanie sklepów, czyli podmiotów zewnętrznych. Bezpieczny model biznesowy, w którym my jako importer po prostu dostarczaliśmy towar. Wadą jednak takiego modelu był bardzo znikomy, żeby wręcz nie powiedzieć nieomal żaden wpływ na dalszą część procesów sprzedażowych, a co za tym idzie także na podnoszenie poziomu obrotowego.

Tak zrodził się pomysł na zupełnie nowy system sprzedaży poprzez sieć własnych filii, pod własnym szyldem Inter Cars. W naszych filiach pracowników zatrudnia właściciel filii, to on zatrudnia i on podejmuje decyzje o terminie płatności czy upustach dla swojego klienta, czyli warsztatu, ponosząc tym samym biznesową odpowiedzialność za swoje decyzje. A my zaopatrując jego magazyny sprawiedliwie dzielimy się z nim marżą.

Wydawałoby się z pozoru, że jest to w gruncie rzeczy prosty system franczyzowy. A jednak nikomu innemu w naszej branży nie udało się go wdrożyć z podobnym rezultatem. Dlaczego? Dlatego, że my zbudowaliśmy system, w którym

wynagrodzenie właściciela filii jest bez górnego limitu. Bez dachu. Proszę sobie wyobrazić sytuację w której Członek Zarządu Inter Cars zarabiałby rocznie nawet połowę mniej od właściciela filii, która jest bardzo dobra. Czy menadżer w tradycyjnej centrali mógłby zaakceptować taki system? Czy mógłby pogodzić się z faktem, że podległa mu filia może być nawet wielokrotnie wyżej wynagradzana? W firmach menedżerskich byłoby to zapewne bardzo trudne.

Punkt drugi przemawiający na naszą korzyść - taki system mógł się udać tylko i wyłącznie w przypadku branżowego lidera, posiadającego największy asortyment, największą dostępność, najlepszą logistykę. Inter Cars bez wątpienia jest w Polsce takim liderem.

Dzisiaj chcielibyśmy dotrzeć w Polsce również do klienta końcowego. Nasza strategia B2C nosi nazwę Motointegrator.

Motointegrator.pl to koncepcja platformy internetowej będącej interaktywną recepcją dla każdego z obsługiwanych przez nas warsztatów. Ważnym do podkreślenia jest fakt, że w całej swojej strategii B2C w żadnym razie nie chcemy jednak sprzedawać części zamiennych wprost do kierowcy. Dokładnie odwrotnie, chcemy przekonać kierowcę, aby skorzystał ze wszystkich naszych udogodnień właśnie za pośrednictwem warsztatu. Chcemy aby kierowca czując parasol ochronnych udogodnień Inter Cars, był przekierowany do warsztatów będących naszymi klientami. To jest oczywiście koncept przyszłości. Czy uda się nam go zrealizować? Wierzę, że tak!



Nie zawsze równa droga

DO 1989

Działa 80 centrali
handlu zagranicznego.

1990

Powstanie Inter-Team,
Fota, Bronowski, Hart
i oczywiście
Inter Cars S.A.

1991

Początek działalności
Holbex, Confex, Merc,
Wucar, Barek, Caros,
Armapol.

1993

Wojna o Poznań
pomiędzy
Inter-Team a Fota.

PO 1989

100 tys. prywatnych
firm import-export.

1991

Powstanie firmy
Comexim, Auto Euro.

1992

Początek epoki Lautebacha.
Podział Polski na trzy
regiony: północny - Fota,
środkowy - Inter-Team,
południowy - Bronowski.

1993

Wejście smoka - Monroe
(konsygnacja), kolejny
podział Polski na obszar
działania Confex, Merc,
Caros, Batek, Akra.
Powstaje Moto-Profil,
Auto Partner Górecki.

1994

Sachs przejmuje Boge, Luk rzucone w objęcia Monroe, ostry podział dystrybutorów na grupy Sachs-a i Monero.

1995

Upadek Comeximu.

1998

Sierpień, Kryzys rosyjski. Polscy dystrybutorzy tracą 20 - 30 % obrotu, wzrost brutalnej konkurencji, pierwsza wojna cenowa, spadek marży i zysków.

1998

Elit kupuje Holbex, Confex dekapitalizowany przez Innova Capital, przekształcenie Inter Cars w spółkę akcyjną, wejście Inter Cars w struktury grypy zakupowej ATR, powstaje Group Auto Union Polska (obecnie Auto-Partner Gdańsk, Auto Rak, Auto Zatoka, BHMD, DABO, EDPOL, Inter Parts, Motorol, Rodon, Skabagis).

1994

Początek działalności firmy JC Auto (Japan Cars).

1995-1998

Poszerzenie asortymentu, praca bez przedstawicieli handlowych, bez dowozu towaru, bez wartości dodanych (programy lojalnościowe, warsztatowe, inwestycyjne), wysokie marże i zyski.

1998

Wejście Uniparts.

2000

Wyjście Uniparts. Powstanie grupy AD Polska.

2000-2002

Confex przeprowadza konsolidację: przejęcie Batek, Caros, Akra, Wucar, Marco.

2000

Otwarcie Centrum Logistycznego w Czosnowie, pierwsza filia zagraniczna - Ukraina.

2000

Powstają zachodnie sieci typu fast-fit: Midas, Noruto, Carman, Feu-Vert.

2003

Wyjście Subimoto.

2005

Powstanie SDCM; upadek Auto-Art.

2000

Konkurencja doprowadza do wprowadzenia wartości dodanych, dowóz towaru do klienta, wydłużenie terminów płatności, początek budowy filii przez Fota, Inter-Team, Inter Cars S.A.

2000

Szybki wzrost firm niszowych, takich jak BHMD, Polcar, JC Auto.

2001

Wejście Subitomo. Moto-Profil staje się członkiem grupy zakupowej Temot International.

2005

Upadek Confex; wyjście na giełdę Inter Cars S.A i JC Auto S.A.

2006

Fota wchodzi na Giełdę Papierów Wartościowych.

2007

Polska łączy się kapitałowo z AD France (Dakot, Stachura, Stenmot). Początek największej fuzji na polskim rynku JC Auto i Inter Cars.

2009

Inter-team częścią Nordic Forum

2013

Fota wchodzi w stan upadłości, Inter Cars 1 mld dolarów

2015

INTER CARS 1 MLD EURO OBROTU, 25 LAT FIRMY

2008

Leman Brothers - kryzys finansowy, opcje walutowe, trudny dostęp do kapitału, kredyty we franku problemem konsumentów.

2010

Wyjście z Polski firmy Elit.

2014

Elit powraca do Polski. Działania wojenne na Ukrainie.

Inter Cars na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych

Inter Cars zadebiutował na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych wiosną 2004 roku. Poza filozofią działania, Spółka nie wyróżniała się wówczas niczym szczególnym i nie można jej było zaliczyć do grona większych podmiotów. Skoncentrowana była na działalności w Polsce, chociaż rozwijała już także sprzedaż na rynkach ościennych. Przez magazyn centralny zlokalizowany w Częstokowie Mazowieckim i centrum logistyczne w Poznaniu, dystrybuowała części zamienne do samochodów osobowych, pojazdów użytkowych i motocykli oraz wyposażenie warsztatowe, pochodzące od około 500 dostawców, do swoich 37 filii obsługujących 21 tysięcy zarejestrowanych odbiorców. Jako lider na rynku krajowym, ze sprzedażą o wartości 447 milionów zł, po 42% wzroście w stosunku do roku poprzedniego, Inter Cars miał zaledwie 10 milionów zł zysku netto w **2003** roku, 6% więcej r/r. W roku debiutu natomiast, czyli w 2004, sprzedaż Spółki poszybowała o 37% r/r, a zysk netto niemal się podwoił.

Dobry sentyment na warszawskiej giełdzie wraz ze spektakularną poprawą wyników raportowanych przez Spółkę przełożył się na wiarę inwestorów w akcje Inter Cars niemal od razu. Dodatkowo rynek kapitałowy spodziewał się, że olbrzymi import samochodów używanych do Polski, wygenerowany wstąpieniem Polski do EU i zmianą przepisów, spowoduje natychmiastowy wzrost popytu na części zamienne do samochodów osobowych, co z kolei miało stymulować wyniki Spółki. W rezultacie kurs akcji Inter Cars podwoił się w ciągu pół roku od debiutu – z 23 zł pod koniec maja **2004** roku do 42 zł w lutym 2005 roku.

Rzeczywistość okazała się jednak nieco bardziej brutalna. Z jednej strony sędziwy wiek samochodów nie zachęcał użytkowników do nabywania nowych części samochodowych, a z drugiej – okazało się, że popyt jest rozłożony w czasie. Rok **2005** był bardzo wymagający dla Spółki. Nowe inwestycje, projekty, poszerzanie sieci dystrybucji (do 75 filii na koniec grudnia) oraz oferty handlowej

wymagało dużego zaangażowania zasobów finansowych i intelektualnych. Ponadto do obniżenia zysku przyczyniły się duże wahania kursu euro, a w konsekwencji znaczny spadek jego wartości w stosunku do złotego. Zysk netto Spółki wyparował pomimo 22% wzrostu r/r sprzedaży, 185% wzrostu r/r przychodów spółek zależnych i umocnienia pozycji rynkowych. Udział Inter Cars w rynku krajowym szacowany był wówczas na około 17%. Spółka prowadziła także działalność na Ukrainie, w Czechach i na Słowacji. Wiara inwestorów w akcje Inter Cars załamała się, co skutkowało osunięciem kursu rynkowego do 21 zł, czyli poziomu niższego, niż w dniu debiutu, podczas gdy indeks WIG nadal spektakularnie rósł (+34% w 2005 roku).

Jednak już rok później, w **2006** roku, widać było, że Spółka uczy się, jak rosnąć i jednocześnie poprawiać wyniki. Przy dużym wzroście przychodów (+35% r/r) udało się Inter Cars wypracować zysk netto w wysokości prawie 20 mln zł. Większość inwestycji, które Spółka miała już za sobą, były jeszcze przed konkurencją, co rodziło szansę na dalszą poprawę rentowności. Spółka uruchomiła nowe programy wsparcia dla klientów, aktywnie włączając się w kampanię edukacyjną „ABS – Auto Bezpieczne i Sprawne”, prowadzoną przez Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Motoryzacyjnych; zorganizowała akcję promocyjną „Montuj produkty oryginalne”, weszła na rynek litewski. Inwestorzy, którzy zaufali Spółce, mogli się cieszyć dużymi wzrostami kursu akcji Inter Cars – poszybował on do 45 zł w grudniu 2006 roku. Wzrostowi kursu sprzyjał też utrzymujący się dobry sentyment na rynku kapitałowym – indeks WIG piął się w górę (+ 42% w 2006 roku).

Spółka kontynuowała swoją dobrą passę w **2007** roku, a kurs akcji, po informacji o fuzji ze swoim głównym konkurentem JC Auto, przebił 150 zł w lipcu. To był też szczyt hossy na GPW (WIG urósł 10% r/r na koniec 2007 roku osiągając jednak swój maksymalny poziom (67 569 punktów) 6 lipca (jak dotąd historyczne maksimum indeksu WIG). Przychody Inter Cars, posiadającego sieć 108 filii własnych

w Polsce na koniec grudnia, osiągnęły 1 327 mln zł, przekraczając poziom roku poprzedniego o 31%. JC Auto wygenerowało 392 mln zł sprzedaży, oferując Inter Cars dostęp do rynku węgierskiego, chorwackiego, belgijskiego i włoskiego. Zysk netto Grupy Inter Cars wyniósł w 2007 roku 59 mln zł, niemal potrajając się w stosunku do roku poprzedniego.

Po tak dobrym 2007 roku prawdziwym zaskoczeniem dla inwestorów okazał się rok kolejny. Nie tylko negatywny sentyment na rynku kapitałowym (indeks WIG spadł ponad 50% w ciągu roku) po kryzysie hipotecznym w Stanach Zjednoczonych, ale także dramatyczny spadek zysku netto Inter Cars spowodował tąpnięcie kursu akcji Spółki do 17 zł (3 marca 2009 roku), czyli znowu poziomu niższego niż pierwszego dnia notowania na giełdzie. Zysk netto Inter Cars w 2008 roku przepołowił się. Jednak przychody nadal znacząco rosły. Spółka, między innymi dzięki fuzji z JC Auto, prowadziła już działalność na 8 rynkach europejskich (poza Polską), rozszerzając swój zasięg o rynek rumuński. W **2008** roku Grupa otworzyła

14 nowych filii, co oznacza, iż na 31 grudnia 2008 roku sieć sprzedaży liczyła łącznie 166 filii, w tym 115 filii polskich i 51 filii zagranicznych.

Rok **2009** wydawał się zatem wymarzonym momentem do inwestycji w akcje Inter Cars. Rosnąca Spółka, lider na rynku części motoryzacyjnych i potknięcie w wynikach. Inwestorzy, którzy w to uwierzyli, już rok później cieszyli się prawie pięciokrotnym wzrostem kursu akcji Spółki. Nie było to bezpodstawne, gdyż zysk netto Inter Cars w 2009 roku więcej niż podwoił się w stosunku do roku poprzedniego. Natomiast trzeba przyznać, że kursowi akcji Spółki sprzyjał poprawiający się sentyment na GPW (indeks WIG urósł 47% w 2009 roku). Grupa odnotowała w 2009 roku ponad 19% wzrost przychodów ze sprzedaży w porównaniu z 2008 rokiem, co wynikało ze wzrostu skali działalności operacyjnej i geograficznego rozwoju sieci sprzedaży. W 2009 roku Inter Cars otworzył 27 nowych filii, mając 31 grudnia 2009 roku sieć sprzedaży liczącą 193 filie, na co składały się 123 filie polskie i 70 filii zagranicznych. Spółka rozpoczęła projekt Motointegrator.



Rok **2010** Spółka rozpoczęła z kursem akcji wynoszącym 80 zł. Pomimo wzrostu indeksu WIG (o 19%) i względnie dobrych nastrojów na rynku kapitałowym, w ciągu roku kurs akcji Inter Cars nieznacznie się obniżył, kończąc rok na poziomie o 10% niższym. Było to podyktowane z jednej strony spektakularnym wzrostem kursu Spółki w roku poprzednim, a z drugiej – nieznacznym, ale jednak osunięciem się zysku netto Grupy – o 7% w stosunku do ubiegłego roku. Nadal rosły natomiast przychody – o około 17% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego, podczas gdy niezależny rynek części zamiennych do samochodów osobowych urosł zaledwie o 2%. W 2010 roku Inter Cars otworzył 33 nowe filie, posiadając na koniec roku sieć sprzedaży składającą się z 222 filii: 140 polskich i 82 zagranicznych. Największy wzrost sprzedaży zanotowały spółki zależne na Ukrainie i Litwie. Inter Cars przygotowywał się do uruchomienia filii w Bułgarii. Spółka rozwijała projekt Motointegrator, mający przekierować klientów internetowych do tradycyjnego biznesu, pomagać w pozyskiwaniu nowych klientów – kierowców dla współpracujących warsztatów. Filie miały dostarczać produkt do warsztatów, zarabiając na usłudze, marży na częściach i opłacie transportowej. W 2010 roku już 40% zamówień realizowanych przez sieć sprzedaży Inter Cars odbywała się za pośrednictwem Internetu. Pomimo trudnej sytuacji na rynku samochodów ciężarowych, Feber – spółka z Grupy Inter Cars – zwiększyła sprzedaż naczip o 48% r/r, kończąc jednak rok ujemnym wynikiem. Lauber, specjalizujący się w regeneracji części, osiągnął wzrost przychodów na poziomie 62% r/r.

W **2011** roku kurs akcji Inter Cars znów był w miarę stabilny – z 73 szł na początku roku urosł do 79 zł na koniec grudnia. Sentyment na rynku kapitałowym wyraźnie się poprawił, a indeks WIG zanotował 21% spadek. W takim otoczeniu rynkowym spektakularna poprawa zysku netto Inter Cars, bo aż o 70% w stosunku do roku poprzedniego, przy 15% wzroście przychodów ze sprzedaży, nie pomogła szczególnie kursowi akcji. W 2011 roku Grupa otworzyła 27 nowych filii, czyli pod koniec roku sprzedawała już przez 249 filii, z których 147 było zlokalizowanych w kraju i 102 poza nim. Trzeba przyznać, że rok 2011 był trudny dla rynku motoryzacyjnego. Z jednej strony sprzedaż była napędzana pod koniec 2010 roku możliwością odliczania podatku VAT od zakupu samochodów. Z drugiej – wzrost cen paliwa martwił kierowców, którzy przesiedali się do komunikacji miejskiej, ograniczając korzystanie ze swoich pojazdów. Jednak oszczędności, do jakich byli zmuszeni kierowcy, spowodowały wzrost częstotliwości korzystania z warsztatów niezależnych (nawet 20 – 30% właścicieli nowych aut, podczas gdy kilka lat wcześniej liczba ta była bliska zeru) kosztem serwisów autoryzowanych, a to z kolei wspierało wyniki Spółki.

Kolejny rok, czyli **2012**, to już poprawa nastrojów na warszawskim parkiecie (indeks WIG urosł o 26% w ciągu roku) i kurs akcji Inter Cars przebijający po raz kolejny poziom 100 zł. Jednak koniec roku nie był tak udany dla Spółki – jej akcje kosztowały 86 zł, czyli tylko nieznacznie więcej niż na początku



Pomimo wysokich nakładów inwestycyjnych Inter Cars chce pozostać spółką dywidendową. Ze względu na duże szanse jakie widzimy w rozwoju dystrybucji części oraz z uwagi na wysoki poziom zwrotu z zainwestowanego kapitału na poziomie 17 proc., chcemy głównie reinwestować wypracowane zyski, ale jednocześnie bardzo chcemy pozostać postrzegani jako spółka dywidendowa.

Z zysku na 2013 rok spółka wypłaciła 10 mln zł dywidendy, co dało 0,71 zł na akcję. W 2013 roku skonsolidowany zysk netto Inter Cars wyniósł 146,3 mln zł. W 2014 roku było to 177,4 mln zł.



PIOTR ZAMORA

rynek wyhamował, a w niektórych segmentach nawet spadł. Na tym tle wzrost sprzedaży Inter Cars wyglądał całkiem dobrze, a decyzja skierowania oferty do warsztatów okazała się słuszną. Celem Spółki było stworzenie kompleksowej oferty i ciągłe zwiększanie asortymentu, poprzez oferowanie zarówno marek z wyższej półki, jak i tych ekonomicznych. Takie skonструowanie oferty uniezależniało Spółkę od sytuacji makroekonomicznej. Z kolei zwiększanie przychodów zagranicznych stopniowo uwalniało Inter Cars od sytuacji w kraju. Kolejną ważną decyzją było wydzielenie ILS, podmiotu odpowiedzialnego za logistykę.

Rok **2013**, względnie dobry na rynku kapitałowym, ze wzrostem indeksu WIG o 8%, przyniósł ponad dwukrotny wzrost kursu akcji Spółki, do 190 zł za akcję na koniec grudnia. Zysk netto Grupy wzrósł prawie 50% w ujęciu r/r. Inter Cars odnotował 17% wzrost przychodów ze sprzedaży w porównaniu z 2012 rokiem. W 2013 roku Spółka uruchomiła 16 nowych filii, mając 290 filii pod koniec roku, na co składało się 156 filii polskich i 134 filie zagraniczne.

Inter Cars rozwijał i udoskonalał główne elementy strategii, czyli zapewnienie kompleksowej obsługi warsztatów samochodowych w ramach „One Stop Shop” i B2B – sprzedaż od Bałtyku po Bałkany. Spółka wprawdzie ucierpiała z powodu niestabilnej sytuacji na Ukrainie, jednak sprzedaż tam stanowiła zaledwie 4% przychodów Grupy.

Rok **2014**, stabilny na giełdzie – indeks WIG zakończył go na poziomie o 1% niższym, niż rozpoczął – przyniósł spadek kursu akcji Inter Cars do 163 zł w lipcu, a następnie gwałtowne odbicie do 225 zł na koniec grudnia. Skonsolidowany zysk netto Grupy urosł 20% w stosunku do roku poprzedniego. Inter Cars odnotował prawie 13% wzrost przychodów ze sprzedaży w 2014 roku w porównaniu z ubiegłym rokiem. Dynamika przychodów w podstawowym segmencie działalności, czyli sprzedaży w kraju, wyniosła blisko 12%, przewyższając wzrosty deklarowane przez innych dystrybutorów (około 5% r/r). W 2014 roku Inter Cars uruchomił 40 nowych filii, co oznaczało rozrost sieci do 330 filii pod koniec roku, w tym 169 filii

roku (81 zł).

Wydaje się, że powodem negatywnej reakcji na kursie było obsunięcie się skonsolidowanego zysku netto Spółki o 7% w stosunku do roku poprzedniego. Przychody Inter Cars wzrosły o prawie 9% w 2012 roku, w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Grupa otworzyła 25 nowych filii, co oznacza, iż 31 grudnia 2012 roku sie sprzedaży liczyła łącznie 274 filie, na co składały się 152 filie polskie i 122 filie zagraniczne. Rok 2012 był trudny dla rynku usług serwisowych i dystrybucji części samochodowych. Po raz pierwszy od 1990 roku

Notowania akcji spółki Inter Cars S.A.,
Źródło: Stooq



w Polsce i 161 za granicą.

Na większości rynków Spółka rośnie szybciej niż konkurenci. Średnia dynamika sprzedaży zagranicznych spółek dystrybucyjnych przekroczyła 25% r/r. Spółki zależne, ulokowane już w 12 krajach, zajęły pozycje liderów lub miały za zadanie stać się nimi w ciągu kilku lat. Sukces 2014 roku Spółka zawdzięczała głównie poszerzaniu oferty produkcyjnej. Rynek rośnie, ale presja konkurencyjna także nasilała się, głównie z powodu spadku sprzedaży eksportowej krajowych dystrybutorów po kryzysie ukraińskim do takich krajów, jak: Rosja, Białoruś i Ukraina.

W 2015 roku kurs Inter Cars poszybował do 260 zł za akcję, żeby skorygować się do 222 zł 10 czerwca. Rynek oczekuje, że przy wzroście sprzedaży o ponad 10% r/r w bieżącym roku zysk netto Grupy przebieje poziom 200 mln zł. Spółka szczyti się tym, że ma największą ofertę części motoryzacyjnych w Europie. Wchodzenie na kolejne rynki jest formą dywersyfikacji biznesu i poszukiwania wzrostu wyższego niż oferuje rynek krajowy. Dalszy rozwój sieci dystrybucji i logistyki wspierany ma być przez poszerzanie bazy magazynowej. Spółka wdraża nowy system (WMS) w logistykę i buduje centrum logistyczne w Zakroczymiu. Centrum, które ma kosztować 150 mln zł, z czego ponad połowa ma być przeznaczona na logistykę wewnątrzmagazynową (innowacyjny na tle branży dystrybucji części samochodowych system sorterów), ma zostać uruchomione w połowie 2016 roku. Spółka nadal koncentruje się na rozwoju Motointegratora, który ma tworzyć przewagę konkurencyjną. Ten telefoniczny i internetowy serwis skierowany do klientów indywidualnych i właścicieli flot ma pomagać w realizacji zakupu usług i produktów motoryzacyjnych w serwisach samochodowych autoryzowanych przez Spółkę. Projekt realizowany jest w oparciu o blisko 5 000 warsztatów, skupionych

w Motointegrator Partner. Inter Cars to nie tylko dystrybucja, ale także regeneracja części i podzespołów motoryzacyjnych – realizowana przez Lauber i produkcja naczepek – realizowana przez Feber.

Liczba filii Inter Cars

Patrząc na 25-letnią historię Spółki, nie sposób nie dostrzec powtarzającego się elementu, jakim jest ciągły rozwój sieci sprzedaży, zwiększanie liczby filii, a co za tym idzie – przychodów Grupy. Od 2000 roku przychody wzrosły z poziomu 200 mln zł do prawie 4 mld zł w 2014 roku, co daje średnią dynamikę przekraczającą 20%. 4 mln zł straty netto w 2000 roku, zostały zamienione w 178 mln zł zysku w 2014 roku. Oczywiście, na poziomie rentowności netto, Spółka przechodziła pewne zawirowania, choćby w latach 2005 i 2008, kiedy zysk netto gwałtownie spadał, jednak wielokrotnie udawadniała inwestorom, że jej długoterminowa strategia jest słuszna.



KRZYSZTOF SOSZYŃSKI spotkanie z 200-osobową reprezentacją Przedstawicieli Handlowych Inter Cars, Warszawa. Czerwiec 2015

Dlaczego niska cena nie jest dobrym kryterium w tworzeniu przewag konkurencyjnych.

Ponieważ kryterium czysto cenowe jest rozwiązaniem szeroko dostępnym dla wszystkich oraz dlatego, że potencjał takiego cenowego wysścigu w dół bardzo szybko się kończy. Jeżeli więc chciałbym zablokować swojego konkurenta, powinienem raczej zaofertować naszemu Klientowi jakąś dodatkową korzyść. I nie koniecznie musi być to korzyść wprost generująca przyzysk. Wystarczy aby w dalszej perspektywie była jakkolwiek powiązana z rozwojem potencjalnych procesów sprzedażowych.

Jeżeli porównamy jabłka do jabłek to oczywiście na tle takiego porównania zdecydowanie trudniej się będzie wyróżnić. Ale jeżeli tylko dodamy do naszej oferty coś, co Klient przypomni sobie w chwili otrzymywania od konkurencji niższej ceny, to pojawi się także nadzieja na wygraną. Oczywiście taka metoda nie sprawdza się w każdym przypadku, ale z praktyki i z naszych doświadczeń wynika, że dużo Klientów jednak wybiera wartości dodane. W końcu gdyby tak nie było, to Inter Cars, który przez ostatnie 25 lat nigdy nie konkurował ceną, nie mógłby stać się kilkakrotnie większą siłą od kolejnego gracza na polskim rynku osobowym.





Wystarczy rozejrzeć się wokół. Każdy z naszych konkurentów ma coraz więcej produktów, coraz lepszą sieć dystrybucji, coraz więcej tras, czyli coraz bardziej zbliża się do nas. Naszym zadaniem jest więc znajdowanie pomysłów na coraz nowsze i coraz wyraźniejsze odróżnianie się na tle rynku.

Jednym z takich naszych wyróżników z pewnością powinno być PARTNERSTWO. W naszej relacji z filiami sprawdziło się fantastycznie. I tak jak blisko 15 lat temu udało się nam wprowadzić w życie i rozbudować do wspaniałych rozmiarów nieomal utopijny plan wspólnoty interesów z kilkuset partnerami w całej Europie, tak teraz chcielibyśmy postawić sobie za cel przekonanie współpracujących z nami warsztatów o sile podobnego partnerstwa tkwiącego w koncepcji certyfikatu dla sieci warsztatów wyróżnianych znakiem Motointegrator Partner. Dziś to rzecz jasna jeszcze nowy i stosunkowo mało rozpoznawalny przez Kierowców znak, ale wierzymy, że już wkrótce stanie się realną wartością pozwalającą warsztatom na pozytywne wyróżnianie się w tłumie.

Myśląc o zasadności naszej strategii pamiętajmy, że naszą konkurencją nie jest żadna konkretna firma o konkretnych przyzwyczajeniach czy modelu biznesowym. Pamiętajmy, że jako Inter Cars wspólnie ze wszystkimi naszymi grupami filialnymi konkurujemy przede wszystkim z dużą ilością niewielkich podmiotów, często gotowych do świadczenia niestandardowych usług, takich np. jak otwarcie punktu po godzinach urzędowania czy bardzo indywidualne podejście do Klienta. Konkurując więc z taką w pewnym sensie nieidentyfikowalną personalnie siłą, chcielibyśmy dostarczać naszym Klientom coś, czego jak dotąd nie oferuje im nikt inny – chcielibyśmy razem z produktem dostarczać współpracującym z nami warsztatom zainteresowanego zakupem usługi Kierowcę.

Oczywiście przy wszystkich naszych planach związanych z rynkiem B2C należy pamiętać, że usługi motoryzacyjne w Internecie konstruują się dopiero nawet w Europie Zachodniej. Projektując więc nasze procesy najczęściej realizujemy coś po raz pierwszy, opracowujemy i wytyczamy samodzielne szlaki, starając się

tworzyć najbardziej optymalne rozwiązania. To wirtualny i realny asystent na drodze, doradca motoryzacyjny dostępny przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu pod egidą firmy Inter Cars, działającej z 25-letnią tradycją i posiadającej ponad 60.000 Klientów w całej Europie.

Zadając sobie pytanie czym jest sieć Motointegrator, wyobraźmy sobie linie powiązań pomiędzy tablicą reklamową, jaką jest platforma Motointegrator.pl oraz pięcioma tysiącami znaczków z logo Motointegrator Partner naklejonych na drzwiach współpracujących z nami warsztatów. Znaczków mówiących Kierowcy, że to jest właśnie miejsce, do którego dostarczamy części i które rekomendujemy do zakupu usługi.

Nie myślmY więc o Motointegrator.pl jak o czystym narzędziu elektronicznym, bo my je będziemy codziennie zmieniać i udoskonalać. MyślmY raczej o gigantycznej tablicy reklamowej powiązanej siecią małych znaczków z tysiącami drzwi wejściowych do warsztatów.

Przewagi konkurencyjne

OFERUJEMY NASZYM KLIENTOM Z OBSZARU B2B COŚ, CZEGO NIE OFERUJE IM NIKT INNY NA RYNKU

**POZYSKUJEMY DLA NICH KLIENTÓW KOŃCOWYCH,
KTÓRYCH PRZEKIEROWUJEMY DO WARSZTATÓW**



Mając przed oczami wizję sieci Motointegrator Partner należy pamiętać także o rosnącej z każdym dniem roszczeniowej postawie Konsumentów, pragnących mieć wszystko szybko, jakościowo, w komfortowych warunkach i najchętniej bardzo tanio. Sprostanie takim wyzwaniom wydaje się być znacząco łatwiejsze z wykorzystaniem naszego portalu, naszej wirtualnej recepcji dla warsztatu, naszego 24h call centre i wszystkich naszych udogodnień około-sprzedażowych.



Przewagi konkurencyjne

Jak daleko sięgnę pamięcią, Inter Cars od zawsze wyznaczał trendy w podejściu do Klienta. To od zawsze był i nadal będzie nasz rynkowy wyróżnik. Teraz chcielibyśmy, aby podobny wyróżnik zaczął charakteryzować także wszystkie warsztaty oznakowane certyfikatem Motointegrator Partner. Aby tak się stało, potrzebne jest w naszym partnerstwie z warsztatami zrozumienie jednej zasady – Klient przychodzący do warsztatu za pośrednictwem programu Motointegrator nie jest niczym innym Klientem tylko warsztatu. Jeżeli Kierowca nie będzie zadowolony po wizycie w warsztacie, to oceni negatywnie warsztat, a nie platformę, przez którą dowiedział się o jego istnieniu. Dlatego tak ważne jest, aby warsztaty, działając w naszym programie, rozumiały, że przez cały czas pracują wyłącznie na własną markę.

Jak zatem połączyć ideę marki Motointegrator Partner z wizerunkiem warsztatu w taki sposób, aby nie zgubić przy tym autorytetu lokalnej marki? Otóż z taką myślą właśnie został zaprojektowany program Motointegrator Partner w którym:

- zdajemy sobie sprawę z faktu, że wartość choćby niewielkiej marki właściciela warsztatu jest na lokalnym rynku znacząco cenniejsza od szyldu nawet największej i najlepszej sieci globalnej
- proponujemy jedynie umieszczenie małego znaczka certyfikującego na drzwiach wejściowych
- nasze kompleksowe wsparcie w żadnym razie nie ma polegać na przymusie korzystania ze wszystkich punktów naszego programu – oferując pełne spectrum działań zachęcamy aby Klient sam decydował z których elementów oferty chciałby w danym momencie skorzystać, a do których być może przekona się nieco później lub wcale

Chcąc zbudować prawdziwy program partnerski z warsztatami, musimy codziennie pokazywać im, jakie wartości dodane mogą od nas pozyskiwać. I chociaż część z nich nie będzie chciała początkowo patrzeć na inne walory niż cena, naszą rolą jest prezentowanie naszym partnerom nie tylko krótkoterminowych

wartości cenowych ale także, wartościowych w dłuższej perspektywie kryteriów wspierających ich dalszy rozwój i metody naszej współpracy. Mówimy przy tym naszym Klientom: sprzedajemy nasz katalog być może nie najtaniej, ale zdecydowanie w najlepszej cenie, jeżeli policzysz wszystkie wartości dodane. Słowo „najtaniej” bowiem bywa złudnym chwytem marketingowym. Można kupić sobie telefon przy którym rodzi się pytanie – czy jest to taki sam telefon jak kolegi? Okazuje się, że jeden jest z gwarancją a drugi nie, jeden ma pamięć 32 GB, inny 8 GB, a jeszcze inny 64 GB. Telefon można powiedzieć jak telefon, ale kiedy wejdzie się głębiej w szczegóły oferty, okazuje się ona zupełnie inna...

Dlatego chcielibyśmy, aby program Motointegrator Partner był bardzo szczegółową i bardzo atrakcyjną ofertą, znacząco podnoszącą wartość podstawowego katalogu. I oferującą coś, czego w podobnej skali kompleksowości nie oferuje nikt inny na rynku.

Zakroczym - miasto przyszłości

Na skrzyżowaniu dróg krajowych 62 z „siódemką”, w mieście, które w 2022 roku obchodzić będzie swoje 600-lecie, powstaje nowoczesne centrum logistyczne. W Zakroczymiu, bo o nim mowa, powstaje kompleks trzech hal (dwie, już stojące, zostały zaadoptowane na potrzeby centrum), które będą bazą dla jednego z najnowocześniejszych centrów logistycznych w Europie. Bliskość lotniska w Modlinie i niewielka odległość od Warszawy (około 30 kilometrów) nie jest tu bez znaczenia. To wielka szansa dla niedużego, liczącego 3,5 tysiąca mieszkańców miasta.

Zwielokrotnienie potencjału

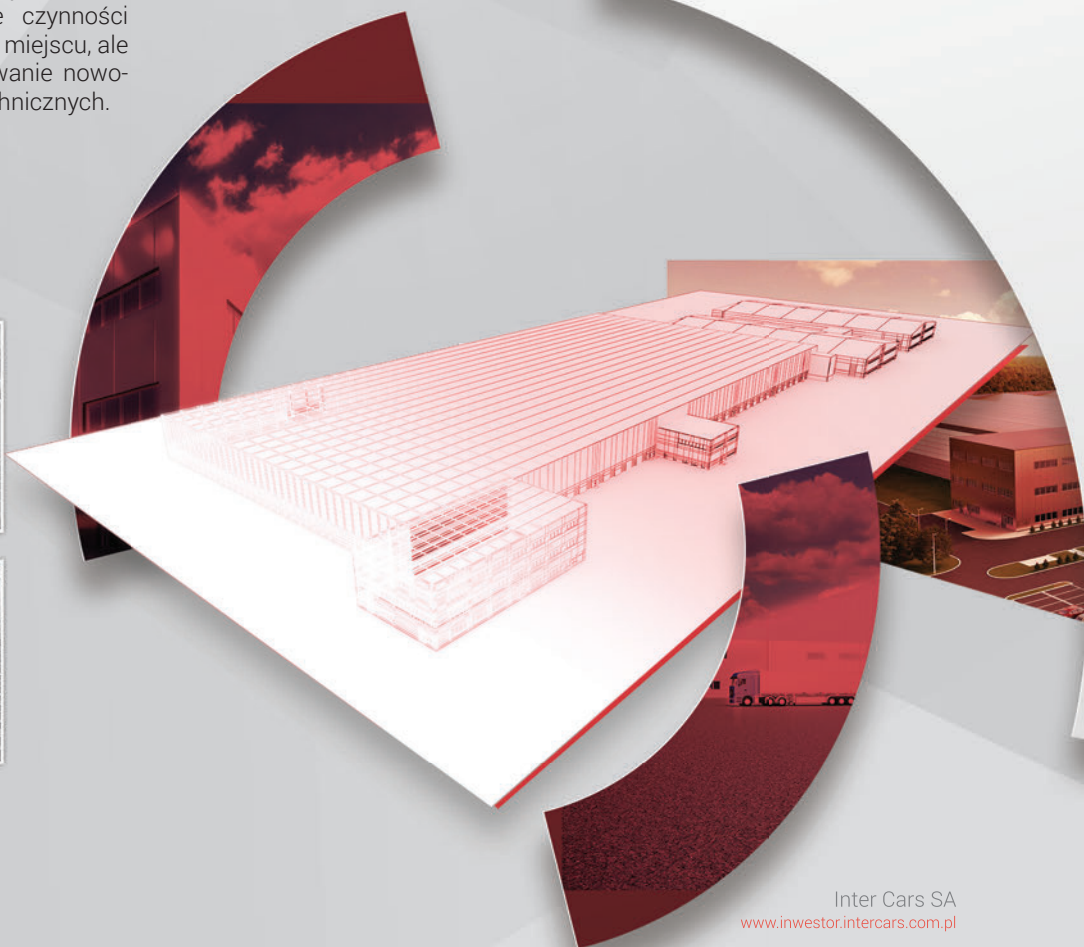
Centrum zatrudniać będzie początkowo ponad 250 osób. Weźmie na siebie przyjęcie towarów od dostawców, realizację zamówień, wydań, konfekcjonowania i zwrotów oraz obsługę przeładunków cross-docking (polega to na przeładunku i wysyłce towarów do odbiorcy bezpośrednio po dostarczeniu ich do magazynu, bez konieczności ich składowania). Centrum będzie pracować wydajniej nie tylko przez wzgląd na ułożenie czynności logistycznych w jednym miejscu, ale również przez zastosowanie nowoczesnych rozwiązań technicznych.

Nowe Centrum Logistyczne zwiększy wydajność przepływu towarów i umożliwi świadczenie usług logistycznych, co wpłynie na pozycję, konkurencyjność i potencjał całej Grupy Inter Cars.

Ważne nie tylko dla Inter Cars

Ważnym elementem współpracy Inter Cars S.A. było porozumienie z władzami miasta. W lutym 2014 roku radni gminy Zakroczym wyrazili zgodę na objęcie terenów o powierzchni ok. 15,8 ha granicami Warmińsko-Mazurskiej Strefy Ekonomicznej. Inicjatorem przyłączenia do strefy był sam Inter Cars, który przekonywał władze, że spowoduje to rozwój także gminy Zakroczym. Pierwotnie przewidywano zabudowę na powierzchni do 20 tys. m², opartą na stosowanej obecnie technologii w zakresie logistyki. Wartość takiej inwestycji szacowaliśmy na poziomie ok. 75 mln zł w okresie kolejnych 3 lat – napisali członkowie zarządu ILS, spółki

zależnej od Inter Cars (świadczącej usługi logistyczne i transportowe) i późniejszego operatora inwestycji. Włączenie do strefy pozwoli na rozszerzenie zabudowy do co najmniej 40 tys. m², a maksymalnie do 60 tys. m² w kolejnych 5 latach. Według szacunków, wartość inwestycji wyniesie, wartość inwestycji wyniesie nie mniej niż 155 mln zł, a liczba miejsc pracy będzie na poziomie nawet 650. Brakujące elementy infrastruktury technicznej, takie jak: gazociąg, kanalizacja, media teleinformatyczne, wybudowane zostaną na koszt Grupy Inter Cars.



27 maja odbyła się uroczystość podpisania Aktu Erekcyjnego pod budowę Europejskiego Centrum Logistycznego ILS Grupy Inter Cars SA w Zakroczymiu.

Dobra polityka jest dobra tylko wtedy, kiedy służy ludziom – powiedział podczas uroczystości wicepremier Janusz Piechociński. A najlepiej służy wtedy, kiedy służy gospodarce. W ten sposób Minister Gospodarki odniósł się do współpracy pomiędzy Inter Cars, a regionalnymi samorządami.

(...) Nasza siła bierze się ze zrozumienia starej prawdy, że razem możemy więcej. (...) Ważna jest wiara we własne siły, która pomaga nam postrzegać biznes w ramach dobrych relacji i szacunku dla każdego; szacunku dla właściciela i menadżera, ale także szacunku dla pracownika. Mimo, że nie mieliśmy dotąd w zwyczaju wprowadzać

do specjalnych stref ekonomicznych inwestycji z pogranicza spedycji, logistyki i handlu, to to Centrum w takiej strefie się znalazło. Ponieważ, po pierwsze – wspiera polską ekspansję gospodarczą w branży, która jest bardzo rozwojowa. Po drugie – jest to wsparcie dla firmy kapitału polskiego, która ma odwagę myśleć o nowych rynkach – dodał J. Piechociński.

W trakcie wystąpienia Janusz Piechociński wręczył Spółce Inter Cars oraz - odrębnie - Krzysztofowi Oleksowiczowi **Odznaki za Zasługi dla Gospodarki Rzeczypospolitej Polskiej**. Odznaka ta przyznawana jest przez Ministra Gospodarki w uznaniu zasług

poniesionych dla rozwoju gospodarki Rzeczypospolitej Polskiej. Nagrody przyznawane są za wybitne osiągnięcia w sferze innowacji, promocji polskiego przemysłu, wdrażania nowych technologii, prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej oraz wprowadzania efektywnych metod zarządzania. Wyróżnieni tą nagrodą menadżerowie mają znaczący wkład w ustanawianie wysokich standardów prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, a działalność ich firm pozytywnie wpływa na konkurencyjność naszej gospodarki.



Uroczystość podpisania Aktu erekcyjnego Centrum w Zakroczymiu była jednocześnie uroczystą inauguracją Podstrefy Zakroczym Warmińsko-Mazurskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Pod aktem podpisali się: Krzysztof Oleksowicz - Inter Cars, Wojciech Aleksandrowicz - ILS, Wicepremier Janusz Piechociński, Marek Karólewski - Prezes Warmińsko-Mazurskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej; Magdalena Biernacka - Starosta Nowodworski oraz Burmistrz Zakroczymia Artur Ciecierski. W ten

symboliczny sposób rozpoczęli wspólny projekt, który jest czymś więcej niż tylko komercyjną inwestycją; jest zaczątkiem rozwoju lokalnej gospodarki.

Stan gotowości

Obiekt będzie gotowy na przełomie lipca i sierpnia 2015 r. Kolejne 7 - 8 miesięcy będzie trwało wdrażanie nowego taśmociągu. Ostatecznie, centrum zacznie funkcjonować latem 2016 roku. Zakroczym przejmie główny ciężar obsługi klientów

Inter Cars. Przyjęcia i wydania towaru będą realizowane za pomocą około 40 bram rozładunkowych. Główny magazyn to kompletna 4 - poziomowa zabudowa regałowa, 17.000 miejsc paletowych i 18.000 miejsc półkowych, a także system taśmociągów o łącznej długości 2100 metrów, który połączy się dodatkowo z dwoma sorterami: cross-belt sorter (daje możliwość sortowania 20.000 produktów na godzinę) i sorter ślizgowy (zapewnia wysoką wydajność i dokładność sortowania wielu rodzajów produktów).



EUROPEJSKIE CENTRUM LOGISTYCZNE

CAŁKOWITA ZMIANA LOGIKI OPERACJI LOGISTYCZNYCH INWESTYCJA, KTÓRA OTWIERA DRZWI DO PRZYSZŁOŚCI

- SPÓŁKI MIĘDZYNARODOWE
- SPÓŁKI PARTNERSKIE
- KLIENCI STRATEGICZNI
- AMAZON
- E-BAY

Dzięki inwestycji w najbardziej zaawansowany technologicznie, kompleksowy projekt logistyczny branży motoryzacyjnej w Europie, będziemy przygotowani zarówno do własnego rozwoju Grupy Inter Cars wyrażającego się we wzroście z obecnych około 4 mld złotych do około 6 mld złotych w ciągu kolejnych kilku lat podobnie, jak będziemy także przygotowani do obsługi światowych producentów i dystrybutorów w skali być może nawet porównywalnej.

Wspólnymi siłami



KRZYSZTOF OLEKSOWICZ

Nasze Centrum Logistyczne w Czosnowie zostało wybudowane i oddane do eksploatacji w 2000 roku. Czas pokazał, że rozwiązania, które zostały tam zastosowane, to rozwiązania z XX wieku. Upłynęło już 14 lat i pora na rozwiązanie odpowiednie dla XXI wieku. Stąd pomysł budowy Centrum Logistycznego w Zakroczymiu. Plany magazynu w Czosnowie były przygotowane dla firmy mającej roczny obrót 200 mln zł. W przyszłym roku zbliżymy się do 4 mld obrotu. To oznacza, że musimy mieć magazyny, które są w stanie obsłużyć 20-krotnie większą masę towarową. Dodając do tego taki asortyment jak opony, akumulatory, wyposażenie warsztatów czy części do samochodów ciężarowych, potrzebujemy zupełnie innych rozwiązań logistycznych, niż do tej pory.

Centrum Logistyczne w Zakroczymiu będzie najnowocześniejszym magazynem zajmującym się dystrybucją części zamiennych w Europie.



ROBERT KIERZEK

Wszystkie inwestycje powinny dać nam bardzo mocne podstawy do dalszej ekspansji, zarówno w Polsce – choć tu mamy mocną pozycję – jak i w innych krajach europejskich. Stawiamy na intensywny rozwój produktów monokulturowych (takich jak opona, olej, akumulator). Poszerzamy oferty dla samochodów ciężarowych (materiały eksploatacyjne, naprawcze, elementy hamulcowe, zawieszenia, układy pneumatyczne). Q-Service Truck, spółka zależna Inter Cars, dostała autoryzację na naprawę i serwis skrzyń automatycznych do pojazdów ciężarowych i tym też będziemy się w 2015 roku intensywnie zajmować.



PIOTR ZAMORA

W związku z oddaniem w przyszłym roku nowego magazynu centralnego zakładamy sprzedaż magazynu oraz biur w Nadarzynie pod Warszawą. Jest to obiekt, który przejęliśmy w 2007 przy okazji połączenia z firmą JC Auto, co wpłynęło pozytywnie na nasze przepływy finansowe. Nieruchomości w Nadarzynie zastąpione zostaną przez nowy magazyn centralny w Zakroczymiu, który wraz z kilkoma projektami IT, pozostaje głównym zadaniem inwestycyjnym Inter Cars w tym i kolejnym roku.

Centrum logistyczne w Zakroczymiu planujemy otworzyć latem przyszłego roku. W tym roku poniesiemy około 60 proc. zaplanowanych na ten cel nakładów inwestycyjnych, które łącznie w tym i przyszłym roku wyniosą około 150 mln zł, z czego ponad połowa trafi na logistykę wewnątrzmagazynową. Jeżeli chodzi o obsługę rosnącego wolumenu na rynkach zagranicznych, to właśnie temu głównie służy magazyn w Sosnowcu, który zastąpił magazyn z Mysłowicach na początku 2015. Magazyn w Mysłowicach to około 17 tys. m kw. wynajętej powierzchni magazynowej.

Ankieta

Uprzejmie prosimy o wypełnienie poniższej ankiety. Będziemy wdzięczni za opinie, które wnikliwie przeanalizujemy. Wykorzystamy je wyłącznie w celu doskonalenia komunikacji z rynkiem w ramach Relacji Inwestorskich Inter Cars S.A.

INFORMACJE WSTĘPNE

Wypełniający

☐

inwestor indywidualny

☐

dziennikarz/przedstawiciel mediów

☐

analityk

☐

partner biznesowy

OCENA KONFERENCJI

Jak ocenia Pan/Pani poziom merytoryczny konferencji?

☐

wysoki

☐

niski

☐

średni

☐

nie mam zdania

Czy tematyka konferencji była zgodna z Pana/Pani oczekiwaniami?

☐

TAK, spodziewałem/am się takich tematów jak zostały omówione

☐

NIE, spodziewałem/am się zupełnie innych tematów

☐

Moje oczekiwania tylko częściowo pokryły się z tematami konferencji

Czy dzisiejsza konferencja pozwoliła Panu/Pani uzyskać wszystkie interesujące Pana/Pani informacje?

☐

TAK, uzyskałem/am wszystkie informacje, które mnie interesowały

☐

NIE, spodziewałem/am się bardziej szczegółowych informacji

☐

Uzyskałem/am część interesujących mnie informacji

Które z podanych podczas konferencji informacji są dla Pana/Pani najważniejsze?

☐

strategia spółki

☐

perspektywy rozwoju

☐

wyniki finansowe

☐

dane o otoczeniu
makroekonomicznym spółki

Które z podanych podczas konferencji informacji są dla Pana/Pani najmniej ważne?

☐

strategia spółki

☐

perspektywy rozwoju

☐

wyniki finansowe

☐

dane o otoczeniu
makroekonomicznym spółki

OCENA RELACJI INWESTORSKICH

Proszę zaznaczyć, z których źródeł informacji o Inter Cars S.A. Pan/Pani korzysta:

☐

sprawozdanie finansowe

☐

dane o otoczeniu makroekonomicznym spółki

☐

rekomendacje analityków

☐

osoby zarządzające spółką

Proszę zaznaczyć, jak ogólnie ocenia Pan/Pani poziom relacji inwestorskich prowadzonych przez Inter Cars S.A.

☐

bardzo dobrze

☐

źle

☐

trudno powiedzieć

Czy wzięłby Pan/Pani udział w dniach otwartych spółki?

☐

tak

☐

nie

☐

nie wiem

W jaki sposób uzyskuje Pan/ Pani informacje o spółce?

☐

strona www

☐

spotkania inwestorskie

☐

bezpośredni kontakt
z przedstawicielem spółki

☐

telekonferencja

☐

media gospodarcze
i finansowe

Notatki

Notatki

Notatki

Inter Cars SA
ul. Powińska 64, 02- 903 Warszawa
NIP 118 14 52 946
REGON 014992887
KRS 0000008734
www.inwestor.intercars.com.pl