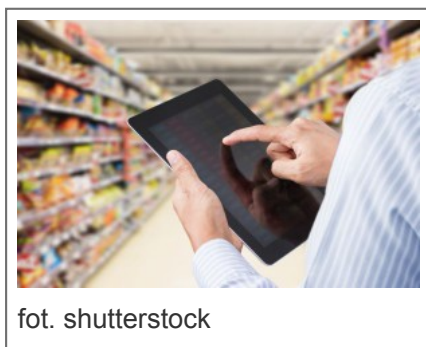


Foodcom buduje w Polsce platformę brokerską dla rynku spożywczego

Autor: Puls Biznesu Data: 14-04-2015, 08:28



Aleksander Paciorkiewicz, założyciel firmy Foodcom, twierdzi, że w Polsce często zdarza się, że zakłady produkcyjne, działające w branży spożywczej, nawet zlokalizowane w sąsiadujących miejscowościach, handlują ze sobą poprzez zagranicznych pośredników, tracąc przy tym na wysokich prowizjach.

Dlatego zdecydował więc, że sam utworzy sieć kontaktów i zbuduje platformę brokerską, która będzie bardziej konkurencyjna dla krajowych firm, a przy okazji pozwoli zarobić również jemu - informuje Puls Biznesu.

Założyciel firmy Foodcom buduje w Polsce platformę brokerską dla rynku spożywczego. Zaczyna od branży mleczarskiej i oleju palmowego. Przedsiębiorca własną spółkę założył w październiku 2014 r., wykorzystując wcześniejsze doświadczenia zawodowe, zdobyte w pracy u zagranicznego pośrednika z rynku spożywczego. Teraz przedstawiciele krajowego sektora, głównie mleczarskiego, próbuje przekonać do innego, niż powszechnie stosowany na rynku, modelu rozliczeń.

Jak informuje Puls Biznes obecnie pośrednicy kupują od producenta towar i sprzedają go dalej, nie ujawniając przy tym wysokości pobieranych prowizji. Aleksander Paciorkiewicz ujawnia kulisy takich transakcji. Jego firma kojarzy kupujących ze sprzedającymi, ale pobiera prowizję, której wysokość jest znana obu stronom.

Dotąd firma Foodcom zdołała nawiązać współpracę z europejskimi producentami mleczarskimi, np. Friesland Campina czy Arla Foods; w Polsce współpracuje ze spółkami: Mlekovita, Mlekpól, Łowicz. Firma obsługuje również producentów olejów (np. Olenex) oraz pasz (Van Drie Group).

Więcej czytaj w Pulsie Biznesu.
