

Unimot inwestuje w sieć stacji paliw AVIA i w nowe technologie

Rozmowa z Maciejem Szozdą, Prezesem UNIMOT S.A.



Maciej Szozda, Prezes UNIMOT S.A.

Prezesem spółki UNIMOT S.A jest Pan od stycznia 2018 roku. Jakie główne cele stawiał Pan sobie obejmując tę funkcję i w jakim stopniu udało się je Panu zrealizować?

Skupiłem się wówczas na stworzeniu w Polsce nowej sieci stacji paliw pod marką AVIA. Jest

to dla mnie bardzo ciekawe wyzwanie w obszarze, w którym przez wiele lat odnosiłem sukcesy, reprezentując krajowe koncerny paliwowe. Obecnie z satysfakcją mogę przyznać, że w ciągu sześciu miesięcy udało nam się uruchomić 7 nowych stacji AVIA i podpisać kilkanaście nowych umów partnerskich. Obecnie pod tym brandem działają 22 stacje. Równolegle przygotowywaliśmy UNIMOT do dynamicznego rozwoju w tym sektorze, czyli zwiększaliśmy kompetencje, szkoliliśmy pracowników, wdrażaliśmy nowe systemy usprawniające pracę. Liczę, że do końca bieżącego roku uda nam się uruchomić 50 stacji AVIA, a na koniec 2020 r. będziemy dysponować siecią 100 stacji w Polsce.

Spółka UNIMOT jest również od niedawna notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych. Proszę przedstawić korzyści jakie osiągnęła firma wchodząc na rynek kapitałowy. Jak duże środki udało się pozyskać od inwestorów?

UNIMOT S.A. jest notowany na GPW od marca 2017 r. Wcześniej, przez 5 lat, akcje Spółki były uplasowane na rynku NewConnect. W wyniku emisji nowych akcji, Spółka pozyskała 96,6 mln zł netto, które efektywnie wykorzystuje na intensyfikację hurtowej sprzedaży paliw, inwestycje w nowoczesne technologie (aplikacja Tankuj24) oraz wprowadzenie do Polski nowego brandu – franczyzowej sieci stacji paliw AVIA. Obecność w gronie spółek notowanych na głównym rynku GPW jest nie tylko dużym wyróżnieniem, ale potwierdzeniem naszej najwyższej wiarygodności biznesowej i transparentności.

Od początku 2017 r. Spółka buduje sieć stacji paliw pod marką AVIA na podstawie umów franczyzowych typu master franchising. Jak ten model biznesowy sprawdza się w praktyce? Czy umożliwia on również rozwój firmy na rynkach zagranicznych?

Unimot inwestuje w sieć stacji paliw AVIA i w nowe technologie

AVIA to nie jest zwykła sieć franczyzowa. To stowarzyszenie, idea, która pozwala uczestnikom sieci poczuć, że budują ją także dla siebie. Naszą przewagą konkurencyjną jest m.in. duża swoboda, jaką dajemy naszym partnerom, niczego nie narzucamy. Jako jedyna sieć w Polsce dopuszczamy możliwość tzw. dualnego brandingu, czyli obok logo marki AVIA na wiacie i pylonie stacji może się znaleźć marka współpracującego z nami przedsiębiorcy, znana na lokalnym rynku. Dzięki temu klient widzi identyfikację ze znaną siecią, ale jednocześnie ma świadomość, że wciąż tankuje u tego samego przedsiębiorcy, którego zna i szanuje od lat. Z kolei, właściciel stacji ma dzięki temu przekonanie, że nie traci tej bazy klientów, którą zbudował przez lata. Tego rodzaju model planujemy też wdrożyć na rynkach zagranicznych.

Jak Pan ocenia poziom merytoryczny niedawnej Konferencji Wallstreet Karpaczu? Jakie wnioski płynące z tej konferencji są dla Pana najbardziej interesujące?

Bardzo pozytywnie odbieram tegoroczną Konferencję WallStreet. To doskonała możliwość bezpośredniej, otwartej rozmowy z inwestorami i poznania ich oczekiwań. Zwłaszcza Targi Twoje Inwestycje były dla nas bardzo cennym doświadczeniem w zakresie wymiany opinii.