



● Sylvia Olbińska i Krzysztof Dzielak, współwłaściciele Epee Polska

Pomysł na kryzys

Epee Polska to jedna z najbardziej dynamicznie rozwijających się firm w naszym kraju. Miniony rok był dla przedsiębiorstwa okresem wielu pozytywnych zmian. Nowa siedziba (własne większe biuro), większa liczba pracowników, uruchomienie zintegrowanego systemu zarządzania, zmiana centrum logistyczno-magazynowego (poprawa jakości obsługi klienta) to tylko niektóre z nich.

Czy bieżący rok, mimo kryzysu walutowego, będzie dla firmy równie dobry? Czym przedsiębiorstwo chce się obronić w tych trudnych dla branży czasach i na czym polega fenomen zabawek Epee opowiadają Sylvia Olbińska i Krzysztof Dzielak, współwłaściciele firmy.



● Fifi Niezapominajka

„Świat Zabawek”: Czy są Państwo zadowoleni z wyników finansowych osiągniętych ze sprzedaży gwiazdkowej?

Sylvia Olbińska, Krzysztof Dzielak: – Pod koniec zeszłego roku kryzys gospodarczy w naszym kraju nabierał dopiero realnych kształtów. Dlatego bessa na rynku finansowym, która dotknęła inne państwa, nie wpłynęła na sprzedaż oferowanych przez nas zabawek. Sezon gwiazdkowy, który trwa u nas od września do listopada, okazał się bardzo dobry. Szczególnie dobrą sprzedaż osiągnęliśmy we wrześniu i w październiku.

Wielu przedsiębiorców, myśląc o bieżącym roku, mówi: „kryzys”, „wzrost cen”, „stagnacja”, „mniejsze wydatki na zabawki” etc. Czy Państwo także podzielają te opinie?

– Niestety, kryzys w tym roku przestał być jedynie hasłem medialnym, stając się faktem. Wszyscy o nim mówią i w mniejszym lub większym stopniu odczuwają jego skutki. Stagnacja? W naszym przypadku na pewno nie możemy mówić o takim stanie, ponieważ jako stosunkowo młoda firma w ciągu pierwszych lat bardzo szybko się rozwinęliśmy, osiągając zamierzoną pozycję na rynku. W związku z tym nie prognozujemy już aż tak dużej dynamiki wzrostu. Co do przewidywań odnośnie zmniejszenia się wydatków na zabawki, to według nas istnieją dwa bardzo ważne czynniki, które nie powinny wpłynąć na zakup dóbr przeznaczonych dla najmłodszych. Po pierwsze, w ciągu ostatnich lat nastąpił wyraźny baby boom. Po drugie, nasza branża zależna jest od kilku szczególnych sezonów, jak: urodziny, Dzień Dziecka, Gwiazdka, powrót do szkoły, zakończenie roku szkolnego itd. Zabawki kupowane są właśnie na takie okazje i dlatego nie wierzymy w to, że rodzice nagle masowo przestaną obdarowywać swoje pociechy prezentami. Raczej odmówią kupienia sobie jakichś rzeczy, ale dziecku nie, by w ten sposób uchronić je przed trudną sytuacją.

Spadek wartości złotego zdecydowanie nie służy importerom. Naturalną konsekwencją takiego stanu rzeczy jest wzrost cen na towary lub minimalna marża własna. W styczniu ceny towarów i usług konsumpcyjnych były wyższe o 3,1 proc. niż przed rokiem (źródło: GUS). Czy ceny zabawek oferowanych przez



● Gormiti