

Foodbuy. Nowy kanał zakupów dla gastronomii

Wszystko będzie się odbywać całkowicie online. Kupujący będzie wybierać najkorzystniejsze oferty, produkty, dostawców, a także region z którego chce kupić produkty. Można będzie je kupować z najdalszych zakątków Polski bez wpływu na koszt dostawy i jej termin. Przedsięwzięcie ruszy w połowie maja.

Platforma działająca pod adresem foodbuy.pl pozwoli na codzienne, powtarzalne zakupy produktów wraz z dostawą, która będzie realizowana od kliku do maksymalnie 24 godzin, w stałej cenie, bez względu na miejsce zakupu.

Serwis z jednej strony skierowany jest do producentów - w tym m.in. rolników, grup producenckich, przetwórców, z drugiej zaś do klientów, którymi mogą być np. restauracje, hotele i firmy cateringowe.

Projekt ma charakter niekomercyjny. Nie jest pobierana marża ani prowizji od realizowanych transakcji, których liczba jest nieograniczona. Opłaty serwisowe, związane z utrzymaniem platformy dotyczą tylko poszczególnych grup. Przedsiębiorcy (klienci) ponoszą jednorazową opłatę wpisową (40 zł netto). Dostawcy, w zależności od skali oferty, płacą wpisowe w wysokości od 100 zł do 11 tys. zł, a następnie od 75 zł do 800 zł miesięcznie (abonament jest niższy dla członków Izby Gospodarczej Gastronomii Polskiej i wynosi od 40 zł do 500 zł miesięcznie).

Obecnie trwa wirtualne zatowarowanie platformy FoodBuy. Przewidywany termin zakończenia tej operacji to 10 maja br., a zgodnie z planem już niespełna tydzień później strona ma być dostępna dla biznesu.

Przedsięwzięcie realizuje Izba Gospodarcza Gastronomii Polskiej, która powstała w lipcu 2020 roku w celu ochrony gastronomii w czasie pandemii. Obecnie Izba skupia 854 firmy z tej branży.

źródło: foodbuy.pl

oprac.: Edyta Chodakowska-Kieźel

fot.: Mateusz Duchnowski

