

Rok 2009 może być rekordowy pod względem inwestycji

Rynek franczyzy nadal jest w naszym kraju w fazie rozkwitu. Coraz więcej firm sprzedaje licencje za granicą, a na system partnerski decydują się przedstawiciele kolejnych branż. W 2008 r. przybyło w Polsce 100 systemów franczyzowych

BEATA KROWICKA

Sieci franczyzowe w Polsce przez kolejny rok z rzędu rozwijały się w szybkim tempie. - Zanotowano rekordowe w historii naszego rynku inwestycje. Na przełomie 2008 i 2009 roku w Polsce blisko 22 tys. franczyzobiorców prowadziło 25,6 tys. sklepów i punktów usługowych w ramach 480 sieci franczyzowych - mówi Michał Wiśniewski, dyrektor ds. franczyzy w firmie doradczej Profit System. Trwa podsumowywanie roku, dlatego nie jest jeszcze znana ostateczna wartość inwestycji, jednak już wiadomo, że wyniosły więcej niż odnotowane w 2007 r. 1,15 mld zł.

Stale rośnie też zainteresowanie sieci ekspansją zagraniczną. Już 49 polskich systemów sprzedaje licencje w innych krajach, a kolejnych 46 firm zamierza wyjść poza rodzimny rynek w ciągu najbliższych lat. We franczyzę poza granicami Polski zamierza wejść m.in. sieć obuwnicza Gino Rossi, która jest zainteresowana rynkiem czeskim i niemieckim. Duże zainteresowanie zagraniczną działalnością wyraża też spółka Eurokotra, właściciel sieci Nicole prowadzącej stoiska z ofertą wód toaletowych. Firma ta oferuje tzw. licencje master, które pozwalają franczyzobiorcy na pozyskiwanie partnerów w innych krajach. Na tej zasadzie placówki Nicole powstają już w Chorwacji, Serbii, Bośni i Hercegowinie oraz na Ukrainie.

Setka nowych graczy

O tym, że franczyza staje się w Polsce coraz popularniejszym sposobem na biznes, świadczy fakt, że systemy partnerskie w zeszłym roku uruchomiło aż 100 firm oferujących najróżniejsze produkty i usługi. Licencje na swoje sklepy sprzedawać zaczęły m.in. sieci Zielony Kot i Świat

Torebek, które oferują akcesoria i dodatki do modnych strojów.

Pierwsze salony partnerskie otworzyła sieć Komfort, znana z szerokiej oferty dywanów, wykładzin i podłóg. - W 2008 roku otworzyliśmy sześć sklepów franczyzowych, a na początku 2009 kolejne trzy. Po kilku miesiącach możemy ocenić, że efekty są dla nas satysfakcjonujące, salony te zarabiają na siebie. Optymizmem napawa to, że z ośmiu partnerów, którzy działają teraz w sieci, czterech jest zainteresowanych otwieraniem kolejnych placówek - mówi Marcin Grzelak, dyrektor ds. franchisingu sklepów Komfort. Do końca roku firma zamierza powiększyć sieć partnerską o kolejnych 15 placówek.

Na rozwój wyłącznie przez salony franczyzowe zdecydowała się w zeszłym roku duńska sieć BoConcept, która w 2008 r. otworzyła pierwszy partnerski sklep we Wrocławiu.

- Planujemy rozwój sieci franczyzowej w innych dużych polskich miastach: Poznaniu, Łodzi, Krakowie, Szczecinie - mówi Jarosław Lehwarek, dyrektor zarządzający firmy w Polsce. - Obliczamy, że wymagany kapitał niezbędny do otwarcia salonu wynosi ok. 350 tys. euro. Jednak środki finansowe to nie wszystko. Nasi franczyzobiorcy są ludźmi, którzy znają rynek dóbr luksusowych, interesują się branżą, znają najnowsze trendy we wzornictwie i mają lub wynajmują odpowiedni lokal.

Swoje systemy udostępniają też dostawcy coraz ciekawszych usług. W zeszłym roku ruszyło pierwsze całodobowe przedszkole Tequesta. W tym roku mają powstać dwie placówki partnerskie. Zeszły rok na start biznesu wybrali też właściciele sieci szkół językowych Mobile English, której lektorzy dojeżdżają na zajęcia do uczniów. W

tym roku firma chce zwiększyć zasięg działania z 35 do 70 miast i podwoić liczbę swoich lektorów. Plany rozwoju przez sprzedaż licencji ma także Ośrodek Szkolenia Psów Pastel, który w tym roku chce otworzyć osiem psich szkół. Branża edukacyjna jest coraz bardziej zauważalna na rynku franczyzowym. W zeszłym roku liczba firm szkoleniowych oferujących placówki partnerskie zwiększyła się o 25 proc.

Dzięki sprzedaży licencji rozwija się także coraz więcej biur turystycznych. Spółka Euro Multi Agent, właściciel sieci Multita, w zeszłym roku zapowiedziała rozwój przez franczyzę. We własne biuro podróży wraz z wyposażeniem trzeba zainwestować przynajmniej 74 tys. zł. Zwrot włożonych w placówkę środków ma nastąpić po dwóch latach. - Budowę sieci franczyzowej rozpoczynamy w tym roku. Liczymy na otwarcie dziesięciu punktów - mówi Roman Fon, wiceprezes sieci.

Umacnianie pozycji

Sieci franczyzowe działające już od kilku lat również nie osiadają na laurach. W strukturach spółki Redan funkcjonują dwa systemy partnerskie - marka Top Secret z 79 sklepami licencyjnymi oraz Troll z 45. - Zaplanowaliśmy otwarcie 20 sklepów franczyzowych Top Secret i wierzymy, że będzie to możliwe - mówi Robert Kozielski, wiceprezes GK Redan. - Współpraca na zasadach franczyzy jest korzystna dla obu stron. Dla nas duże znaczenie ma fakt, iż możemy dynamicznie rozszerzać sieć sprzedaży bez angażowania środków własnych na adaptację lokali. Nie bez znaczenia jest również bezpośrednie zaangażowanie licencjobiorców w prowadzenie sklepów, ich



Systemy partnerskie w zeszłym roku uruchomiło aż 100 firm oferujących najróżniejsze produkty i usługi

Rok 2009 może być rekordowy pod względem inwestycji

stała obecność i weryfikacja pracy personelu.

Na rozwój franczyzy stawia także koncern LPP, który od 2004 r. uruchamia partnerskie placówki młodzieżowej sieci z ubraniami Cropp Town. W tym roku firma postanowiła ruszyć ze sprzedażą licencji na salony Reserved oraz Mohito. Salony franczyzowe mają powstawać w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców.

W związku ze wzrastającą konkurencją na polskim rynku pocztowym szybki rozwój planuje także sieć PAF, która pro-

wadzi 476 placówek i punktów obsługi klienta, w tym dziewięć własnych. - Do końca 2009 roku zamierzamy posiadać nie mniej niż 500 placówek oraz 700 POK. Wynika to z potrzeb naszych nadawców w zakresie awizowania korespondencji rejestrowanej - wyjaśnia Marek Sadowski, prezes PAF.

Bieżący rok będzie też stał pod znakiem rozwoju dla sieci osiedlowych supermarketów Carrefour 5 Minut. Obecnie firma ma już 30 sklepów partnerskich i plan otwarcia kolejnych kilkunastu w 2009 r.

Odporne na zawirowania

Sieci partnerskie starają się nie tylko nie stracić, ale wręcz skorzystać na kryzysie. - Z jednej strony sieci bardzo dynamicznie się rozwijają, z drugiej - nie działają w próżni, a ogólna sytuacja w gospodarce przekłada się na wyniki sieci handlowych czy usługowych - uważa Michał Wiśniewski z firmy Profit System. - Prognozy są jednak bardzo optymistyczne. Rok 2009 może być rekordowy pod względem inwestycji franczyzobiorców.

Choć branża finansowa ma obecnie poważne kłopoty, ten

sektor nadal dynamicznie rozwija się we franczyzie. 100 placówek BZ WBK Partner w 2009 r. zamierza uruchomić Bank Zachodni WBK.

Z kolei sieć doradztwa finansowego Gold Finance, która od zeszłego roku podpisała już 15 umów franczyzowych, zamierza w tym roku otworzyć 27 lokali. - W kryzysie dopatrujemy się raczej szans niż zagrożeń. Zanim zawirowania na rynkach finansowych były odczuwalne w Polsce, wprowadziliśmy kompleksową ofertę siedmiu banków - mówi Łukasz Błażejew-

ski, prezes Gold Finance. - W najbliższym czasie na rynku pojawi się także wiele aplikacji wartościowych doradców finansowych, którzy planują zmienić pracę z różnych powodów. Już dziś odnotowujemy znacznie większą ilość wysłanych do naszej firmy aplikacji, szczególnie osób pochodzących z firm, które nie zareagowały w odpowiednim momencie na zmiany.

Również sieci z innych branż chcą skorzystać na zawirowaniach na rynku. - W czasie budowlanego szaleństwa znale-

zienie dobrej lokalizacji granicyło z cudem, a ceny czynszów szybowyły niczym ostatnio kursy walut. Teraz jest odwrotnie, ceny się ustabilizowały z tendencją spadkową. Dlatego czas spowolnienia na rynku nieruchomości zamierzamy wykorzystać na rozwój i pozyskanie atrakcyjnych powierzchni pod sklepy DDD. Nasi potencjalni franczyzobiorcy mają podobne obserwacje - mówi Piotr Matluch, prezes sieci DDD Dobre Dla Domu.

- Beata Krowicka