



**Katarzyna
Kucharczyk**

katarzyna.kucharczyk@parkiet.com



**Andrzej
Kazimierczak**

andrzej.kazimierczak@parkiet.com

analiza&rynek

Czy franczyza wyjdzie z kryzysu gospodarczego obronną ręką?

Spowolnienie gospodarcze sprzyja rozwojowi sieci franczyzowych, ponieważ taka inwestycja jest mniej ryzykowna niż założenie własnego biznesu. W tym roku w Polsce, według ekspertów, ma przybyć w sumie 3,5 tys. nowych placówek. Rozwój utrudnia trudniejszy dostęp do kredytów

System franczyzowy sprawdza się w kryzysie – twierdzą spółki działające w oparciu o franczyzę. Z kolei eksperci szacują, że w całym 2009 roku w branży franczyzowej powstanie 30 tys. nowych miejsc pracy. Michał Wiśniewski, analityk zajmujący się franczyzą firmy Profit System, podkreśla, że w czasie stagnacji obserwuje zwiększone zainteresowanie zakupem licencji franczyzowej. Profit System szacuje, że w tym roku przybędzie 3,5 tys. franczyzowych sklepów i punktów usługowych. Na koniec roku może ich być zatem 30 tys. Analitycy podkreślają, że wzrost jest zauważalny zarówno po stronie podażowej (mocno rośnie liczba ofert franczyzowych), jak i popytowej.

Problemem może być dostęp do kredytów, choć nie są wymagane duże kwoty. Koszt uruchomienia punktu franczyzowego w ponad połowie sieci nie przekracza 100 tys. zł. Średnia inwestycja to około 260 tys. zł. Najdroższe są supermarkety i stacje benzynowe, gdzie wydatek może sięgnąć ponad 5 mln zł.

Ważna elastyczność

– Kluczem do sukcesu jest pomysły na franczyzę. Powinien być uniwersalny, dopasowany nie tylko do rynkowego dobrobytu, ale i do okresów, kiedy gospodarka zwalnia. To właśnie w takim czasie przynależność do sieci przynosi szczególne korzyści, pozwala bowiem łagodniej

przeżyć przez trudniejszy okres – mówi Marek Wesółowski, członek zarządu Emperii Holding, działającej w branży handlu detalicznego i hurtowego.

Z systemu franczyzy zadowolony jest również giełdowy Eurocash. – Naszym mottem jest jakość, a nie ilość. Jest wiele sieci, które zrzeszają więcej sklepów niż Delikatesy Centrum, ale ich obrót jest zdecydowanie

W czasie stagnacji obserwujemy większe zainteresowanie zakupem licencji franczyzowej.

Dekoniunktura na rynku pracy skłania część ambitnych osób do założenia własnej firmy.

Problemem są jednak mniejsze możliwości inwestycyjne potencjalnych franczyzobiorców.

Michał Wiśniewski
PROFIT SYSTEM

mniejszy – mówi Pedro Martinho, członek zarządu Eurocashu.

Znana marka pomaga w walce z konkurencją

Zarządy spółek pytane, czy nie zamierzają zaostrzać warunków umów, twierdzą, że nie mają takich planów. – Nie odczuwamy dekonunktury, bo branża FMCG (dobra szybko zbywalne – red.) nawet w kryzysie radzi sobie dobrze. Nie zaostrzaliśmy warunków umów. Z naszych obserwacji wynika, że nawet w czasie dekonunktury sporo osób chce przystępować

do naszej grupy. Znana marka pomaga łatwiej radzić sobie z konkurencją. Do tego dochodzi też pomoc w kwestii m.in. promocji – mówi Eliza Orepiuk z Grupy Muszkietierów prowadzącej sklepy Intermarche oraz Bricomarche. We franczyzę wszedł również Carrefour. – W tym roku otworzyliśmy dziesięć sklepów w systemie franczyzowym, a do końca roku zamierza uruchomić kilka następnych – mówi Maria Cieślakowska, rzecznik Carrefoura. Dodaje, że nie ma w planach zaostrzenia warunków umów.

Bankructwo niestraszne

Franczyza nie do końca chroni przed ewentualnymi kłopotami. – Kryzys dotyka każdego w takim samym stopniu i gorsze wyniki nie są przypadłością jedynie franczyzodawcy lub franczyzobiorcy, lecz dotyczą obu stron – mówi Dariusz Pachla, wiceprezes odzieżowego LPP. Podkreśla, że współpracujący ze spółką franczyzobiorcy mają jednak pewność otrzymania towaru. – To nie jest tak oczywiste w przypadku innych firm. Przedsiębiorstwa w słabej kondycji nie są w stanie zakupić odpowiednich ilości towaru z nowych kolekcji – dodaje Pachla.

W branży zdarzają się jednak bankructwa. Bogusz Kruszyński z Redanu podkreśla, że franczyzobiorcy w takich sytuacjach bardzo szybko reagują – nawiązują współpracę z nową firmą, zmieniają logo i asortyment. – Koncentrujemy się na rozwoju sieci przez przejęcia sklepów

od marek, które z różnych powodów schodzą z rynku – mówi.

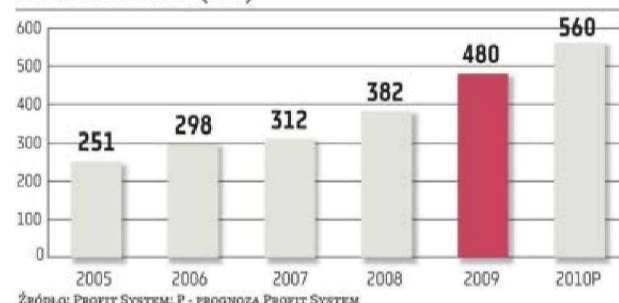
– Otworzyliśmy w tym roku najwięcej franczyzy w historii. Po części dzięki temu, że do nas odchodzili franczyzobiorcy innych, niepewnych firm – dodaje wiceprezes LPP. Z kolei Piotr Nowjalis, wiceprezes obuwniczego NGz, twierdzi, że do jego firmy regularnie zgłaszają się zainteresowane osoby. – Nie nawiązujemy już jednak takich relacji, bo nasza strategia opiera się na własnych inwestycjach i współpracy z dotychczasowymi partnerami – mówi.

Bunt franczyzobiorców

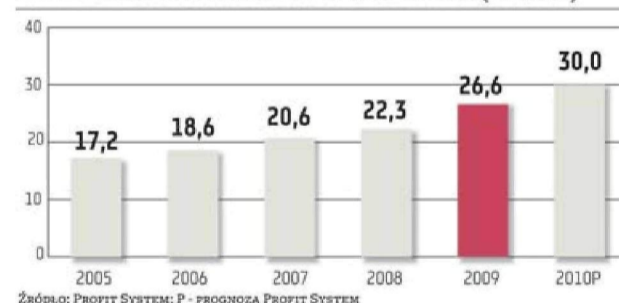
Jednak nie zawsze relacje pomiędzy spółką a franczyzobiorcą układają się bardzo dobrze. W II półroczu zarząd giełdowego Sfinksa postanowił zmienić zapisy umów franczyzowych, motywując to tym, że wcześniejsze były dla spółki niekorzystne. – Obecnie firma prowadzi 23 restauracje Sphinx przejęte od 12 franczyzobiorców. Nie wykluczamy, że będziemy chcieli przejmować kolejne lokale, w szczególności te, które wbrew analizom notują zaskakująco słabe wyniki, a prowadzący je restaurator nie jest zainteresowany zmianą modelu działania – mówi Bogdan Bruczek, wiceprezes Sfinksa. Dodaje, że nie ma planów, aby docelowo lokale własne stanowiły większość w portfelu spółki. – Naszym celem jest rozwój sieci poprzez franczyzę – podkreśla.

Przypadki odejścia franczyzobiorców miały również miej-

LICZBA SYSTEMÓW FRANCZYZOWYCH DZIAŁAJĄCYCH W NASZYM KRAJU (SZT.)



LICZBA SKLEPÓW I PUNKTÓW USŁUGOWYCH PROWADZONYCH PRZEZ FRANCZYZOBIORCÓW W NASZYM KRAJU (TYS. SZT.)



sce w Polbanku. – Od początku roku zrezygnowało 66 partnerów, jednak w tym czasie podpisaliśmy też kilkanaście nowych umów. Prowadzenie placówki franczyzowej banku w dobie kryzysu nie jest łatwe. Nie wszyscy partnerzy zaakceptowali spadek zyskowności, który nastąpił w całym sektorze – mówi Piotr Głowski, dyrektor sieci sprzedaży Polbanku. Dodaje, że sytuacja się ustabilizowała. – Codziennie zgłaszają się dwie,

trzy nowe osoby zainteresowane współpracą – mówi.

Wiśniewski podkreśla jednak, że Sfinks i Polbank to raczej incydentalne przypadki i że nie należy z nich wyciągać zbyt pochopnych wniosków. – W przypadku Sfinksa umowy zawierały różne błędy. Z kolei Polbank jest nastawiony na sprzedaż kredytów hipotecyjnych. Gdy ta mocno spadła, załamała się również dochodowość franczyzobiorców – mówi.