

Sklepy wolą działać w sieci

HANDEL | Franczyzowe grupy zrzeszają już 16,4 tys. placówek. W tym roku przybędzie ok. 2 tys. kolejnych

PIOTR MAZURKIEWICZ

Co roku z polskiego rynku znika kilka tysięcy małych sklepów spożywczych. Ich właściciele nie są w stanie zaproponować tak niskich cen jak sieci, które składając u producentów duże zamówienia, mogą uzyskać korzystniejsze warunki. Dlatego szansą dla małych sklepów jest wchodzenie do sieci franczyzowych.

- Mimo spadku ogólnej liczby sklepów spożywczo-przemysłowych liczba franczyzowych rośnie. Zwłaszcza w wypadku małych placówek wejście do sieci jest często ostatnią deską ratunku. Szacujemy, że w tym roku liczba franczyzowych sklepów z artykułami



122,4
tys. zł

wynosiła w 2010 r. średnia inwestycja franczyzobiorcy w jeden sklep

+GRUPY FRANCZYZOWE ZWIĘKSZAJĄ SZANSĘ NA PRZETRWANIE MAŁYCH SKLEPÓW

spożywczymi i przemysłowymi wzrosła o co najmniej 2 tys. - mówi Michał Wiśniewski, dyrektor działu doradztwa Profit System. Według danych tej firmy w 2010 r. na tym rynku działało 61 franczyzowych sieci.

Właściciele wchodzących w ich skład sklepów zachowują niezależność finansową i pozostają właścicielami placówek. Jednak wchodząc do sieci z uznaną już na rynku marką, mogą zdobyć więcej klientów, m.in. dzięki organizowanym

w ramach sieci akcjom promocyjnym. Ten trend wśród handlowców jest coraz bardziej zauważalny, a spodziewane spowolnienie na rynku proces ten jeszcze przyspieszy.

Z badań przeprowadzonych przez Makro Cash & Carry wynika, że aż co drugi właściciel niezrzeszonych sklepów spożywczych myśli o przyłączeniu się do sieci franczyzowej. Ponad 20 proc. ankietowanych jako zalety tego rozwiązania wskazuje możliwość zakupu towarów po niższych cenach

oraz jednolite oznakowanie sklepów.

Makro rozwija sieć franczyzową pod marką ODIDO, w ramach której działa już 560 sklepów. Co prawda do liderów, jak choćby ABC z ponad 4 tys. sklepów, ma jeszcze daleko, ale - jak podaje Makro - średnio dziennie wchodzą do sieci dwa kolejne. Jednak konkurencja o kolejne sklepy jest ostra - z rynku w 2010 r. zniknęła jedna sieć, choć w latach wcześniejszych ich liczba systematycznie rosła. Poza wspomnianym ABC, za-

rażanym przez grupę Euro-cash, wśród największych sieci franczyzowych są Lewiatan, Nasz Sklep, Sieć 34 czy Groszek. - W ramach sieci franczyzowych i partnerskich grupy działa 5,2 tys. placówek. Od stycznia umowę z siecią Groszek podpisało 131 detalistów, z siecią Lewiatan 350. Sieć Euro Sklep powiększyła się o 75 placówek, a sieć Koliber o 21 - mówi Kazimierz Mars, prezes Tradisu, zarządzającego m.in. tymi sieciami.

Rozwijają się także inne firmy. - W tym roku otworzyliśmy dziesięć sklepów Intermarche, a do końca roku planujemy jeszcze trzy. Z kolei sieć Bricomarche już urosła o pięć placówek, a pojawiają się jeszcze dwie - mówi Bartłomiej Tarłowski z biura komunikacji Grupy Muszkieterów, która na koniec 2010 r. miała 161 sklepów Intermarche i 74 Bricomarche. ■

4 tysiące

co najmniej tyle małych sklepów spożywczych zniknie w tym roku z polskiego rynku

@ | masz pytanie, wyślij e-mail do autora

p.mazurkiewicz@rp.pl