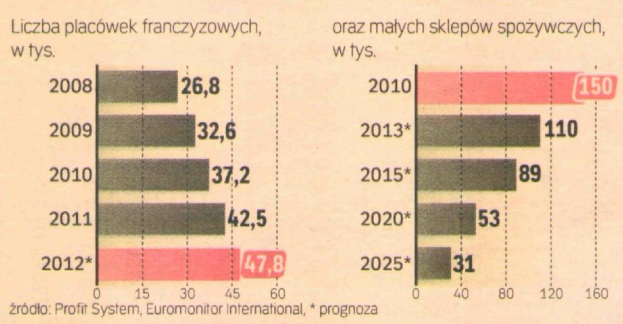
W grupie walczą o rynek

HANDEL | Ostra konkurencja powoduje, że coraz więcej sklepów wchodzi do sieci franczyzowych

PIOTR MAZURKIEWICZ

Polski rynek handlowy od kilku lat jest jednym z najbardziej konkurencyjnych w Europie. Podstawowym orężem w walce o klienta są ceny, a pojedynczy sklep pod tym względem nie ma szans na konkurowanie z wielkimi sieciami. Dlatego właściciele, zwłaszcza niewielkich sklepów spożywczych coraz częściej decydują się wejść do już działających sieci w systemie franczyzowym. Głównym magnesem jest dostęp do zamówień na bardziej konkurencyjnych warunkach, niż miałby na to szansę nawet właściciel kilku sklepów.

Z raportu firmy doradczej Profit System wynika, że w 2011 r. w Polsce działało już ponad 42,5 tys. placówek franczyzowych, a ich liczba przez rok wzrosła o 5,3 tys. Firma prognozuje, że na koniec 2012 r. będzie to ok. 48 tys. Profit System podaje, że za wzrost rynku w największym stopniu odpowiadają właśnie sklepy spożywcze, których w ramach sieci franczyzowych działa już ponad 21 tys. i ich liczba dalej szybko rośnie.



źródło: Profit System, Euromonitor International, * prognoza

WSPÓŁPRACA SZANSĄ NA PRZETRWANIE

Zdecydowanym liderem jest ABC z grupy Eurocash, w której jest ich już 4,6 tys., a w ciągu roku przybyło ok. 550.

– Rynek sklepów tradycyjnych się kurczy, ale nam i tak udało się zwiększyć na nim sprzedaż – mówił Pedro Martinho, członek zarządu Eurocash. Z kolei sieć Delikatesy Centrum powiększyła się o 120 placówek i ma ich już 655. Według założeń w tym roku może się pojawić nawet 175 kolejnych. Z kolei pod markami Zielony Kłos oraz IGA grupa prowadzi ponad 150 sklepów.

– Wszystkie chcemy rozwijać. Niektóre sklepy z jednej sieci przenosimy do innych, gdzie pasują lepiej – dodaje Ireneusz Ozga, prezes Eurocash Franczyza. Grupa staje się głównym rozgrywającym na handlowym rynku franczyzowym. Zarządza w sumie już 9 tys. sklepów. Dzięki przejęciu od Emperii Holding spółki dystrybucyjnej weszły do niej takie sieci jak Lewiatan czy Groszek.

Szybko rozwijają się też inne sieci w tym systemie, jak Intermarche i Bricomarche, zarządzane przez Grupę Muszkieterów. Na franczyzę stawia też Carrefour, który już od 2007 r. otwiera tego typu sklepy osiedlowe.

System franczyzowy polubiły także inne branże. W 2011 r. o 42 proc. wzrosła liczba placówek wchodzących do dużych sieci biur doradztwa prawnego i gospodarczego, zaś agencje nieruchomości zanotowały 35-proc. dynamikę. Jedną z największych jest KNC Nieruchomości, która tylko w 2011 r. powiększyła się o 25 biur.

Ogółem na rynku w 2011 r. pojawiło się 116 nowych systemów franczyzowych, ale jednocześnie 67 zrezygnowało ze sprzedaży licencji. – Z naszych obserwacji wynika, że liczba systemów franczyzowych będzie stale rosnąć. Przewidujemy, że do końca 2012 r. na polskim rynku może działać ich 820 – mówi Michał Wiśniewski, dyrektor działu doradztwa Profit System. Firma podaje, że największa konkurencja panuje na rynku odzieżowym, na którym działają aż 163 sieci franczyzowe. Z kolei w gastronomii jest ich 111, z czego aż 20 wystartowało w 2011 r. ■

TRWA POGROM NIEZALEŻNYCH HANDLOWCÓW

Do 2025 r. liczba małych sklepów spożywczych w Polsce ma spaść do zaledwie 31 tys. Teraz jest ich ponad 100 tys. Ich polski rynek jest najbardziej rozdrobniony w Europie, a udział tzw. handlu nowoczesnego (sieci hiper-, supermarketów oraz dyskontów) wciąż wynosi poniżej 50 proc. Jednak zmiany następują systematycznie, choć powoli. Nawet w kryzysowych latach większość sieci zwiększa obroty. Zwłaszcza dyskonty rozwijają się w błyskawicznym tempie, wypierając z rynku tradycyjne sklepy. Stara się walczyć z tym Makro, w którego hurtowniach zaopatruje się ten sektor. Dlatego rusza z kolejną już edycją akcji „Tu mieszkam, tu kupuję". – Chcemy wspierać właścicieli sklepików w rozwoju biznesu – mówi Magdalena Figurna, rzecznik Makro Cash & Carry Polska. ■

@ masz pytanie, wyślij e-mail do autora
p.mazurkiewicz@rp.pl