

Warszawa, 2 kwietnia 2014

Informacja prasowa:

Raport o rynku franczyzy w Polsce Tysiąc pomysłów na biznes w 2014 roku

W 2014 roku zadebiutuje na rynku tysięczna marka franczyzowa - wynika z „Raportu o rynku franczyzy” wykonanego przez firmę doradczą PROFIT system. Najwięcej nowych systemów powstaje w gastronomii i branży odzieżowej, ale tam też jest najwięcej porażek. Najliczniejsza pod względem liczby franczyzobiorców pozostaje branża spożywcza, ale to placówek doradztwa prawnego i biznesowego przybywało najszybciej w 2013 roku.

Miniony rok był kolejnym, w którym liczba systemów franczyzowych i agencyjnych wzrosła. Jeszcze szybciej przybywało placówek prowadzonych przez franczyzobiorców. **W tym roku liczba firm na licencji znanych marek może przekroczyć 63 tysiące.** Głównym powodem, dla którego przedsiębiorcy od lat, niezależnie od sytuacji na rynku, decydują się na współpracę franczyzową, jest efekt skali np. w postaci lepszych warunków zaopatrzenia. Znaczenie franczyzy najlepiej widać na przykładzie branży spożywczej, gdzie mimo ogólnego spadku liczby sklepów na rynku, ich liczba we franczyzie systematycznie rośnie. Tu również działa najliczniejsza sieć, którą po raz kolejny okazała się marka abc, należąca do Eurocash, posiadająca ponad 6,1 tys. sklepów.

Franczyza na polskim rynku rozwija się dynamicznie, ale nierównomiernie. Zdaniem analityków PROFIT system należy rozróżnić dwie grupy sieci. Pierwszą stanowią firmy, gdzie franczyza wpisana jest w strategię rozwoju. Przykładem takiego podejścia jest Intermarche, gdzie wszystkie sklepy należą do franczyzobiorców, a właściciele supermarketów zarządzają centralą Grupy Muszkieterów. Zupełnie inaczej wygląda to w przypadku Biedronki, która opracowała swoją ofertę franczyzy w minionym roku. Biedronka ma bardzo liczną sieć sklepów własnych, a rynek dyskontów w Polsce staje się coraz bardziej nasycony. Zapewne franczyza będzie tylko uzupełnieniem istniejącej sieci dyskontów tej marki.

Podobny podział występuje w branży finansowej, w zależności czy placówki partnerskie mają istotny udział w sprzedaży produktów banku, czy też pełnią funkcję uzupełniającą. Wśród banków, które zapowiadają otwarcia kolejnych placówek partnerskich wymienia się Alior Bank, BZW BK, Eurobank, Getin Bank oraz Meritum. Podobne plany deklaruje ubiegłoroczny debiutant z branży finansowej, firma Kredigo - pierwsza sieć franczyzowa oferująca kredyty „chwilówki”.

Nowością na polskim rynku franczyzy jest również iPowiat.pl, lokalna wyszukiwarka internetowa, w której pojedyncza licencja obejmuje terytorium jednego powiatu lub dzielnicy dużego miasta. W sumie w 2013



roku na rynku pojawiło się 101 nowych franczyz. Rekordowa okazała się gastronomia, gdzie przybyły 22 nowe systemy. Swoim pomysłem na biznes chętnie dzielili się także właściciele sieci sklepów spożywczych (18 nowych systemów) oraz marek odzieżowych (12), w tym marki znane na rynku od wielu lat, jak łódzkie Pawo. **Na koniec 2013 roku działało łącznie 941 systemów na licencji.**

Franczyzobiorca mądry po kryzysie

Z „Raportu o franczyzie w Polsce 2014” wynika, że w ubiegłym roku z franczyzy zrezygnowały 52 firmy – najwięcej (po 11) z branży odzieżowej i gastronomii. Kryzys nauczył potencjalnych franczyzobiorców wybierać z głową, dlatego z rynku znikają sieci, które nie są w stanie zaoferować partnerom sprawdzonego i zyskowego pomysłu na biznes.

Wzrost liczby placówek franczyzowych w 2013 roku zanotowało ponad 44 proc. franczyzodawców. Rozwój sieci był możliwy m.in. dzięki obniżeniu kwoty inwestycji oraz stworzeniu mniejszych formatów, które można otwierać także w mniejszych miastach. Telepizza, która postanowiła szukać parterów biznesowych także poza dużymi aglomeracjami ograniczyła koszty związane z otwarciem i utrzymaniem restauracji o około 20-30 proc. oraz uelastyczyła opłaty franczyzowe. Natomiast sieć Smookie.pl handlująca e-papierosami udziela franczyzobiorcom 30-dniowego kredytu kupieckiego na start, a na zapłatę za każde dodatkowe zamówienie towaru daje 14 dni.

Średnia inwestycja we franczyzę w 2013 roku wyniosła 211,05 tys. zł w handlu i 105,73 tys. zł¹ w usługach. Zdecydowanie częściej – także z uwagi na cenę – franczyzobiorcy wybierali polskie systemy, które stanowią 85,5 proc. rynku. Franczyzodawcy z Polski coraz częściej decydują się również na rozwój zagraniczny. Z Raportu PROFIT system wynika, że już 93 rodzime systemy mają przynajmniej jedną placówkę funkcjonującą poza granicami naszego kraju.

O firmie:

PROFIT system to międzynarodowa firma konsultingowa, która specjalizuje się w opracowywaniu systemów franczyzowych. Konsultanci PROFIT system współpracują z największymi funkcjonującymi sieciami z branży m.in. FMCG, gastronomia, finanse i bankowość, moda. Opracowali ponad 200 funkcjonujących systemów franczyzowych i partnerskich w Europie Środkowej.

PROFIT system jest wydawcą miesięcznika Własny Biznes Franchising (Polska, Czechy, Ukraina) oraz portalu Franchising (Polska, Czechy, Słowacja, Ukraina, Rosja, Węgry, Rumunia, Serbia, Chorwacja). Od dwunastu lat organizuje Targi Franczyzy w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie. W ramach „Akademii Franczyzy” szkoli przyszłych franczyzodawców i kandydatów na franczyzobiorców. PROFIT system blisko współpracuje z Polską Organizacją Franczyzodawców w promowaniu idei franchisingu. Więcej o firmie na profitsystem.pl.

¹ Średnia kwota inwestycji bez hoteli. Kwota z hotelami wynosi 1033,37 tys. zł, źródło: Raport o rynku franczyzy w Polsce 2014, PROFIT system