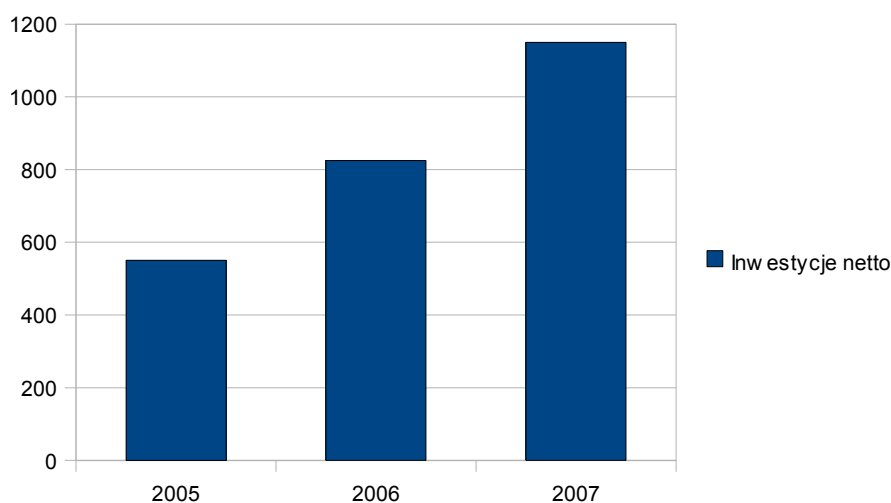


Warszawa 24 kwietnia 2008 r.

INFORMACJA PRASOWA**Raport o franczyzie i systemach agencyjnych w Polsce 2008****Rekordowe inwestycje franczyzobiorców i eksport najlepszych francyz**

Firma konsultingowa PROFIT system po raz szósty przygotowała „Raport o franchisingu i systemach agencyjnych w Polsce”. Raport wskazuje na rekordowe w historii naszego rynku inwestycje franczyzobiorców i początek ekspansji polskich systemów za granicę.

Wzrost inwestycji obserwowany w całej gospodarce wyraźnie zaznaczył się również w sektorze franczyzy. W ciągu ostatniego roku franczyzobiorcy zainwestowali ponad 1,1 mld złotych we własne firmy na licencji franczyzowej.

Inwestycje netto franczyzobiorców w latach 2005-2007 w mln. zł

Franczyza i systemy agencyjne są biznesem na każdą kieszeń. Na polskim rynku działa bowiem ponad 70 systemów o kwocie inwestycji początkowej nie przekraczającej 50 tys. zł, w tym przede wszystkim - placówki bankowe, ale także małe punkty handlowe i usługowe. Połowa franczyzobiorców zainwestowała w swoje placówki francyzowe do 110 tys. zł. Pozostała część poczyniła znacznie większe inwestycje i średnia kwota inwestycji wzrosła w ciągu roku o 25 tys. do poziomu 335 tys. z. Najbardziej kapitałochłonne są supermarkety i stacje benzynowe, gdzie inwestycja może przekroczyć 5 mln zł.

Eksport polskich marek

Już 40 polskich francyzodawców z sukcesem sprzedaje licencje na biznes poza Polską, a kolejnych 38 planuje zagraniczną ekspansję w 2008 roku. Polska franczyza emigruje głównie do krajów ościennych: prawie 25% marek francyzowych rozpoczyna rozwój od Czech. Najlepiej sprzedają się licencje na sklepy odzieżowe (Reserved, Cropp Town, House, Diverse, Atlantic). Wraz z polskimi markami francyzowymi za granicę wyjeżdżają doradcy francyzowi, którzy przenoszą na rynki sąsiednie rozwiązania prawne i finansowe sprawdzone w Polsce. Firma PROFIT system otworzyła oddziały w Czechach i na Ukrainie.

Franchising w Polsce – stabilny wzrost

Na przełomie 2007 i 2008 roku w Polsce 19 tys. franczyzobiorców prowadziło 22,7 tys. sklepów i punktów usługowych w ramach 440 sieci franczyzowych. Natomiast w 58 sieciach agencyjnych działało 14 tys. agentów prowadząc ponad 17 tys. placówek. Liczba nowych systemów franczyzowych i agencyjnych (warunek: sprzedana przynajmniej jedna licencja) wzrosła w ciągu roku o 21,5% i od kilku lat utrzymuje się na wysokim poziomie charakterystycznym dla gospodarki w fazie szybkiego rozwoju.

Franczyza rozwija się w Polsce głównie w handlu i usługach, przy czym w handlu najpopularniejsze są sklepy odzieżowe (np. Reserved, Cropp Town, House), a w usługach – punkty gastronomiczne. Wśród systemów agencyjnych w handlu najwięcej jest sklepów spożywczo-przemysłowych (np. Żabka lub saloniki prasowe Kolportera), a w usługach pośredników finansowych (np. placówki partnerskie Eurobanku, ING czy Expandera).

Popularny wśród dużych firm, coraz częściej obecny na giełdzie

Na rozwój przez franczyzę lub agencję zdecydowały się między innymi: RUCH (franczyzowe kawiarnie iCoffee i agencyjne kioski), Komfort (sklepy z podłogami i wykładzinami), Xelion (punkty doradztwa finansowego), giełdowa spółka Auxillium (punkty doradztwa księgowego), Sferis (spółka-córka giełdowego Actiona z siecią sklepów ze sprzętem IT), Play (sklepy ze sprzętem telekomunikacyjnym) oraz RE/MAX (biura nieruchomości), który rozpoczął w Polsce budowę sieci franczyzowej. Coraz więcej spółek debiutujących na giełdzie uwzględnia w planach rozwoju franczyzę. Plany te znajdują aprobatę u inwestorów.

Także w branży finansowej wciąż trwa dobra koniunktura na tworzenie placówek na licencji. Agencyjne placówki zakładane są zazwyczaj w mniejszych miastach, gdzie koszt założenia własnego oddziału byłby dla banku zbyt wysoki. Do grona franczyzodawców dołączył Eurobank (w 2007 roku) oraz Getin Bank (na początku 2008 roku). Pojawienie się placówek partnerskich kolejnych banków było bezpośrednio związane z dobrą koniunkturą trwającą cały czas w branży bankowej – partnerzy zarabiają głównie na sprzedaży kredytów hipotecznych, małych pożyczek gotówkowych i kart kredytowych.

Firmy wybierają rozwój poprzez franczyzę, aby szybko rozwinąć swoje sieci detaliczne i uzyskać efekt skali. Pozwala to na obniżenie efektywnych kosztów funkcjonowania sieci i ekspansję dzięki większej specjalizacji firmy.

Wartość przychodów

W tym roku po raz drugi PROFIT system zbadał przychody franczyzobiorców i agentów. Przychody franczyzobiorców i agentów ze sprzedaży wyniosły w badanym okresie roku ponad 72 mld zł, co jest wzrostem o 44 proc. w stosunku do roku 2006, i jest równoważnością prawie 7 proc. PKB. Przy czym średnia sprzedaż różniła się w zależności od branży: najmniej wyniosła w przypadku punktów finansowych – kilkanaście tys. zł miesięcznie, a najwięcej w wielkopowierzchniowych sklepach np. Intermarche – Grupa Muszkieterów (średnio powyżej miliona zł) oraz branży paliwowej – ponad 700 tys. zł miesięcznie. Wysokość przychodów jest proporcjonalna do wysokości inwestycji.

Dojrzały rynek

Utrzymująca się przewaga sieci rodzimych nad zagranicznymi oraz ekspansja za granicą to typowe oznaki dojrzałości franczyzy – uważają doradcy PROFIT system - Takim symptomem jest również żywe reagowanie sektora franczyzy i agencji na trendy w gospodarce świadczy o tym dynamiczny rozwój systemów bankowych, sieci sklepów z artykułami wyposażenia wnętrz (Dobre Dla Domu), rozwój

prywatnych usług pocztowych (PAF Operator Pocztowy) oraz pojawienie się nowych sieci z branży nieruchomości (RE/MAX)

Rynek franchisingu w Polsce jest już dobrze zorganizowany. Działa na nim **Polska Organizacja Francyzodawców**, która zrzesza największe sieci francyzyzowe, krajowe i zagraniczne, działające w Polsce. Coraz większą popularnością cieszą się media poświęcone francyzyzie. Nakład miesięcznika **Własny Biznes FRANCHISING** wynosi obecnie 16-20 tys. egz. Rośnie oglądalność portalu **Franchising.pl** (50 tys. unikalnych użytkowników miesięcznie). W kalendarz imprez targowych wpisał się również organizowany po raz szósty w dniach 9-11 października Ogólnopolski Salon Franchisingu.

Opracowanie: Michał Wiśniewski z zespołem PROFIT system

Więcej informacji:

Michał Wiśniewski

Dyrektor działu franchisingu

Tel: (0-22) 665 88 22, 665 13 34, kom. 601 09 99 09

e-mail: mwisniewski@profitsystem.pl