

Hipermarkety coraz mniej popularne

18 lipca 2017

Rozwój sieci hipermarketów w Polsce znacząco wyhamował, ponieważ nie są one już tak atrakcyjne dla Polaków jak w latach dziewięćdziesiątych minionego wieku. Stąd polscy konsumenci coraz częściej sięgają po produkty z oferujących podobne ceny, ale mniejszych sklepów blisko miejsca zamieszkania, których w ubiegłym roku w całym kraju przybyło blisko tysiąc.

Jak zauważa portal Forsal.pl, odwrót wielkopowierzchniowych sklepów jest widoczny chociażby po działaniach sieci Tesco. Brytyjska firma na początku czerwca poinformowała o likwidacji dziewięciu swoich placówek, natomiast teraz wspomina też o redukcji powierzchni zajmowanych obiektów. Miejsce powstałe po zmniejszeniu sklepów zajmują najczęściej przedstawiciele branży odzieżowej. Poza Tesco liczbę marketów redukują również Biedronka oraz Carrefour, które w ubiegłym roku zlikwidowały odpowiednio 28 i 6 placówek.

Problemy Tesco oraz Auchana, po tym jak sieć przejęła Real, biorą się z faktu, iż oba koncerny skupiały się dotąd na rozwoju wielkopowierzchniowych obiektów wolno stojących, a to właśnie one według badań firmy analitycznej PMR przeżywają największe kłopoty. W ubiegłym roku liczba super- i hipermarketów spadła do 4905 z blisko 4960 w roku 2015, na co wpływ miały w dużej mierze bankructwa sieci Alma oraz MarcPol. Ogółem w ubiegłym roku otwarto cztery nowe wielkopowierzchniowe obiekty handlowe, choć wcześniej ich liczba rosła pięciokrotnie szybciej.

Duże markety stały się po prostu za mało atrakcyjne dla polskich konsumentów, których przyciągały przede wszystkim w ostatniej dekadzie ubiegłego stulecia, kiedy po latach

komunizmu Polacy byli spragnieni nowych towarów. Obecnie jednak duże sieci w coraz mniejszym stopniu konkurują cenowo z małymi osiedlowymi sklepami, dlatego to właśnie one przeżywają ponowny rozkwit. Szacuje się, że w ubiegłym roku przybyło ich blisko tysiąc, a już parę lat temu wspomniana sieć Carrefour zaczęła otwierać małe franczyzowe obiekty.

Właściciele wielkopowierzchniowych sklepów, aby zachować liczbę klientów nie mogą sobie pozwolić na podwyżki cen, dlatego branżę najprawdopodobniej czeka dalsza konsolidacja. Forsal.pl wskazuje, że najprawdopodobniej kilka podmiotów będzie dążyło do kontrolowania kilku modeli handlowych występujących pod różnymi markami.

Na podstawie: Forsal.pl

Źródło: Autonom.pl