

Ofensywa hipermarketów

4 lutego 2011

Imperialistyczne plany na 2011 r. ogłosili najwięksi gracze handlu detalicznego w Polsce – brytyjskie Tesco, francuski Carrefour, niemiecki Lidl i portugalska Biedronka. Krajowi handlowcy już szacują straty.

Tesco planuje w tym roku podwoić liczbę otwarć sklepów, a w przyszłości stać się największą siecią handlową pod względem wartości obrotów ze sprzedaży w naszym kraju. Kluczem do sukcesu ma być poszerzenie asortymentu, jednak nie o produkty regionalne czy żywność ekologiczną, a o większą liczbę tanich, wyprodukowanych w Chinach artykułów przemysłowych i tekstylnych.

Biedronka, lider handlu detalicznego w Polsce (obsługujący ponad 2,5 mln klientów dziennie), tanio skóry nie sprzeda. Właściciel sieci, firma Jeronimo Martins, zamierza bowiem zakupić pociąg towarowy, wyposażony w komory chłodnicze, który będzie dostarczał zagraniczne produkty na lokalne półki sklepowe. Ma to pozwolić gigantowi zaoszczędzić sporo czasu i pieniędzy, dzięki czemu możliwa stanie się dalsza ofensywa na rynku. Do 2015 r. Biedronka planuje zwiększyć liczbę placówek z 1600 do 3000.

W sukurs Biedronce idzie Carrefour, który od 2011 r. dzięki wprowadzeniu ulepszanego modelu franczyzy zamierza otwierać w Polsce nawet 200 sklepów osiedlowych Carrefour Express rocznie. Podobne plany, choć o trochę mniejszej skali, ma również Lidl.

Wszystko wskazuje więc na to, że w 2011 r. sklepikarze z polskich miast i miasteczek, a nawet rodzime sieci handlowe będą miały jeszcze więcej powodów do zmartwień. Co roku z mapy Polski znika kilka tysięcy małych i średnich sklepów, a ten rok, m.in. z powodu ambitnych planów największych sieci

handlowych, może się pod tym względem okazać jednym z najgorszych w dziejach.

Źródło: [Obywatel](#)