

Proximitatea ține capul de afiș pentru retailerii internaționali

17 Sep 2018 | de Alina Dragomir



[1]

Deși la prima vedere începutul lui 2018 a fost destul de timid, marile lanțuri de magazine au recuperat teren până la finalul primului semestru, marcând un ritm de extindere mai alert prin comparație cu primele șase luni ale anului trecut. Demn de menționat este faptul că cele mai multe deschideri au fost pe segmentul de proximitate, Profi adjudecându-și de departe titlul de campion la capitolul expansiune, cu peste 50% din totalul deschiderilor.

166 este numărul deschiderilor operate de marii jucători de retail pe piața locală în primele șase luni ale lui 2018, cu 32 de unități comerciale mai mult decât în aceeași perioadă a anului trecut. Liderul detașat în topul celor mai expansivi retailerii internaționali este Profi care a inaugurat în primul semestru nu mai puțin de 103 magazine. Pe poziția a doua în clasament se situează Mega Image cu 31 de inaugurări, cei doi retailerii fiind urmați de Lagardère Travel Retail, cu 8 deschideri sub

bannerele Hub Convenience și 1 Minute, și de rețelele Auchan și Lidl, fiecare bifând câte 7 deschideri.

Cu un buget de peste 50 de milioane de euro alocat expansiunii și remodelărilor, Profi s-a remarcat printr-un ritm foarte alert al deschiderilor, adjudecându-și mai mult de jumătate din numărul total al inaugurărilor La nivel de formate, rețeaua controlată de fondul de investiții Mid Europa Partners și-a dublat deschiderile sub bannerul Profi comparativ cu primele șase luni ale lui 2017, bifând 26 de magazine noi versus 13 în perioada ianuarie-iunie 2018. O dinamică mai bună poate fi remarcată și pe formatul City, unde Profi a deschis 48 de locații noi față de 22 anul trecut. Cât despre magazinele Loco, au fost inaugurate doar 29 de locații, un ritm de extindere mult mai lent prin comparație cu anul precedent când au fost deschise 45 de locații.

DESCHIDERI MAGAZINE IKA ÎN SEM I			
Rețea	Deschideri S1 2017	Deschideri S1 2018	Număr actual de magazine
<i>Hypermarket</i>			
Auchan	0	0	33
Carrefour	0	0	32
Cora	0	0	12
Kaufland	3	3	119
<i>Cash&Carry</i>			
Metro	0	0	30
Selgros	0	0	22
<i>Supermarketuri</i>			
MyAuchan	0	0	3
Market	1	3	214
Mega Image	6	15	264*
Profi	13	26	409
<i>Proximitate</i>			
Profi City	22	48	207
Shop&Go	14	16	356*
Express Orange	1	3	22
Profi Loco	45	29	196
My Auchan	4	7	15
Hub Convenience	1	3	18
1 Minute	6	2	32
<i>Discounteri</i>			
Lidl	8	7	227
Penny Market	4	4	225
Supeco	2	0	9
<i>Mag. specializate</i>			
dm drogerie markt	4	0	91
Gusturi românești	0	0	2
TOTAL	134	166	

Sursa: informații furnizate de companii și aplicația universulderetail.ro

* Numărul de magazine la data de 30 iunie

[2]Și Mega Image și-a continuat planurile de dezvoltare și, mai mult decât atât, a investit în extinderea rețelei de magazine dincolo de zonele care au consacrat-o. Astfel, în primele șase luni au fost

inaugurate 31 de magazine noi, din care 15 Mega Image (incluzând două extinderi de locații din Shop&Go în Mega Image) și 16 magazine Shop&Go, în București și localitățile limitrofe, dar și în Brașov, Constanța, Giurgiu, Ploiești și Timișoara. De altfel, Timișoara este cea mai recentă piață pe care a intrat Mega Image, inaugurând în luna iunie primul supermarket Mega Image. În plus, odată bifată intrarea pe o piață nouă, retailerul a continuat expansiunea în Timișoara sub formatul Shop&Go. În Capitală, cel mai important proiect l-a constituit inaugurarea concept-store-ului Cobălcescu, un proiect a cărui investiție se ridică la peste 3 milioane de euro și care integrează toate conceptele speciale testate de retailer în celelalte unități ale sale, precum Equilibrium Health & Wellness, Wine Gallery, Fromagerie și insula Angst, dar și o zonă cu pește proaspăt.

Proximitatea, canalul cu cele mai multe deschideri

Din perspectiva dinamicii canalelor de vânzare, se remarcă faptul că cele mai multe proiecte au fost dezvoltate în segmentul de proximitate, acesta reușind să atragă nu mai puțin de 108 deschideri, cu 15 locații mai mult decât în primele șase luni ale anului trecut. O dinamică foarte bună poate fi observată și pe canalul de supermarketuri, unde retailerii internaționali au bifat 44 de inaugurări, marcând astfel un plus de 23 de magazine.

Dacă vorbim despre rețelele de magazine cu discount, ritmul de expansiune a fost ușor mai lent anul acesta, fiind inaugurate 11 unități comerciale în primul semestru, cu 3 locații mai puțin față de proiectele de expansiune înregistrate în intervalul ianuarie-iunie 2017. Lidl este campionul deschiderilor pe acest format, bifând 7 inaugurări în București, dar și în localități mai mici precum Balotești, Tunari, Sighișoara sau Orăștie.

În ceea ce privește segmentul de hypermarketuri, ritmul de expansiune a rămas constant comparativ cu primul semestru din 2017, fiind inaugurate tot 3 magazine noi – singurul retailer care și-a continuat investițiile pe acest canal fiind Kaufland. Un alt proiect dezvoltat de retailul german este hypermarketul estival, un proiect care a luat naștere anul trecut. Astfel, dacă în 2017 retailerul german deschidea în stațiunea balneoclimaterică Sovata un hypermarket într-un cort, anul acesta locația vizată pentru magazinul estival a fost nordul stațiunii Mamaia.

Cât despre segmentul cash&carry, lucrurile par a fi intrat într-un con de umbră. Ultima investiție a avut loc în a doua parte a anului trecut, când Selgros a deschis la Bistrița un nou magazin în format compact.

Ce se întrevade la orizont?

Deși mai sunt doar patru luni până la final de an, dacă ținem cont de planurile anunțate, 2018 are șanse să fie cel mai expansiv an pentru retailerii internaționali din perioada post criză:

- Kaufland a pus pe listă investiții de 200 de milioane de euro, un buget dublu față de 2017, destinat atât extinderii, cât și remodelărilor de magazine. Până la finalul lunii martie 2019, retailerul are în plan 10 deschideri, atât în București, cât și în orașe mai mici. De altfel, Kaufland a anunțat că va menține acest ritm și în anii următori, fiind de părere că în momentul de față este loc pentru 180 de magazine Kaufland pe plan local.
- Pentru Carrefour, S2 va sta sub semnul extinderii magazinelor de proximitate, păstrând același ritm al expansiunii ca și în 2017. În același timp, S2 va fi marcat și de deschiderea de noi magazine de tip hypermarket, primul fiind Carrefour Roman, în luna noiembrie, în interiorul centrului comercial Roman Center Value.
- Și strategia Profi merge în aceeași direcție. Retailerul și-a setat să mențină ritmul actual al deschiderilor în toate formatele pe care le operează și, în măsura în care va obține autorizațiile necesare, chiar să accelereze acest ritm. Astfel, până la finalul anului, Profi ar trebui să fie foarte aproape de 900 de magazine, marcând 200 de deschideri în 2018.
- Investiții în expansiune vom vedea și la Mega Image. „Continuăm extinderea în același ritm. Până la finalul lunii august am ajuns la 71 de locații inaugurate de la începutul anului”, a precizat Raluca Alexandrescu, Loyalty & E-Commerce Marketing Manager, Mega Image.
- Tot pe segmentul de proximitate, vom vedea inaugurări și din partea Lagardere Travel Retail. ”Până la finalul anului mai deschidem cel puțin două locații Hub Convenience, dintre care una va fi în stația de metrou Aviatorilor. În ceea ce privește 1 Minute, avem cel puțin 3 locații noi până la finalul anului, iar pentru 2019 ne propunem să continuăm expansiunea. Ținta pentru anul viitor este să deschidem 5 magazine noi la metrou

și 7 magazine sub brandul 1 Minute, din totalul de 27 de unități incluse în bugetul pentru 2019”, a precizat Petruța Ioniță, Head of Marketing & Category Management la Lagardère Travel Retail România.

- Pentru Penny Market, 2018 stă sub semnul constanței, retailerul intenționând să deschidă un număr de 20-25 de magazine, în linie cu ritmul extinderii din 2017. De la începutul anului și până în acest moment, retailerul a bifat doar 4 magazine, astfel că în următoarele luni ar trebui să vedem un ritm mult mai alert.
- Nu în ultimul rând, tot pentru a doua parte a anului este așteptată intrarea retailerului rus Svetofor, care a anunțat primele deschideri pentru luna septembrie, sub brandul Mere. Mai mult, dacă lucrurile vor evolua în linie cu așteptările, retailerul de tip hard-discount vrea 16 magazine până la finalul lui 2018.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/proximitatea-tine-capul-de-afis-pentru-retailerii-internationali>

Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/225-sl-proximitatea-cap-afis-retailerii-internationali.jpg>

[2] https://www.magazinulprogresiv.ro/sites/default/files/Interactiv_lasi_2018/225-SL-Proximitatea-cap-afis-retailerii-internationali-gr.jpg