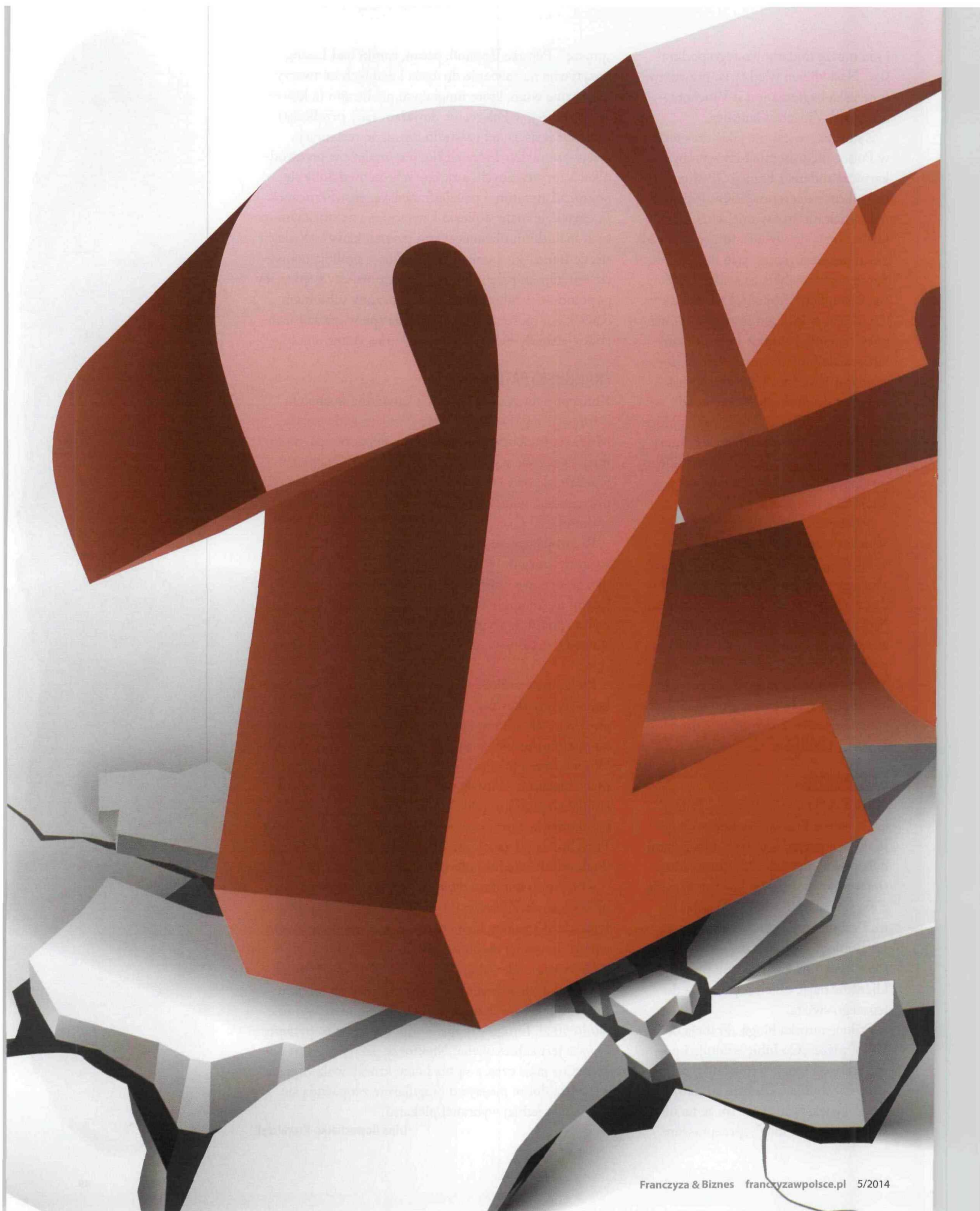




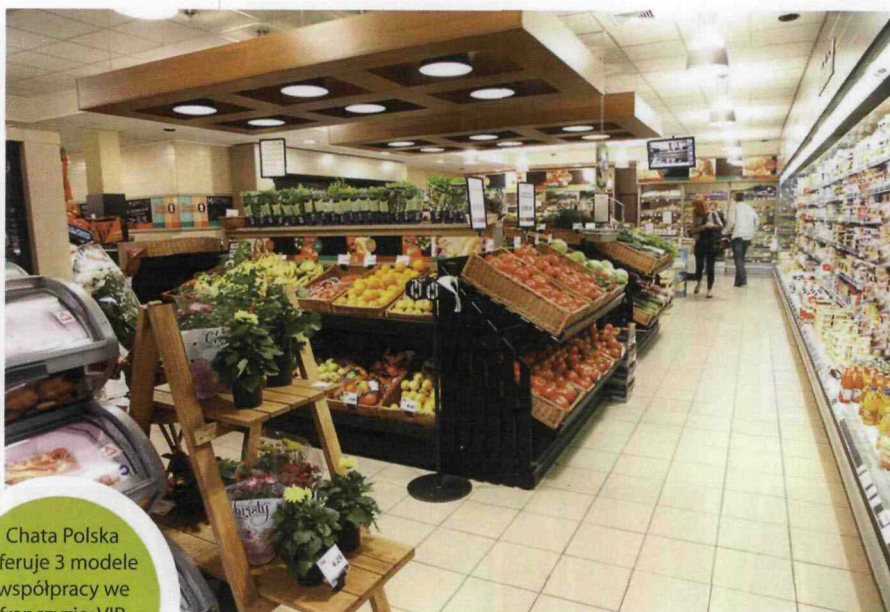
TRAFIGIONNYCH FRANCZYZ

W tym roku mija 25 lat funkcjonowania reguł gospodarki wolnorynkowej w naszym kraju. Z tej okazji powstało wiele różnorodnych analiz, zestawień i rankingów podsumowujących dokonania tego okresu w gospodarce. Mu pokusiliśmy się o stworzenie zestawienia 25 francyz, które w naszej opinii na przestrzeni tych 25 lat najlepiej poradziły sobie w realiach wolnego rynku, i które nadal mają szansę na rozwój.

TO NIE JEST RANKING

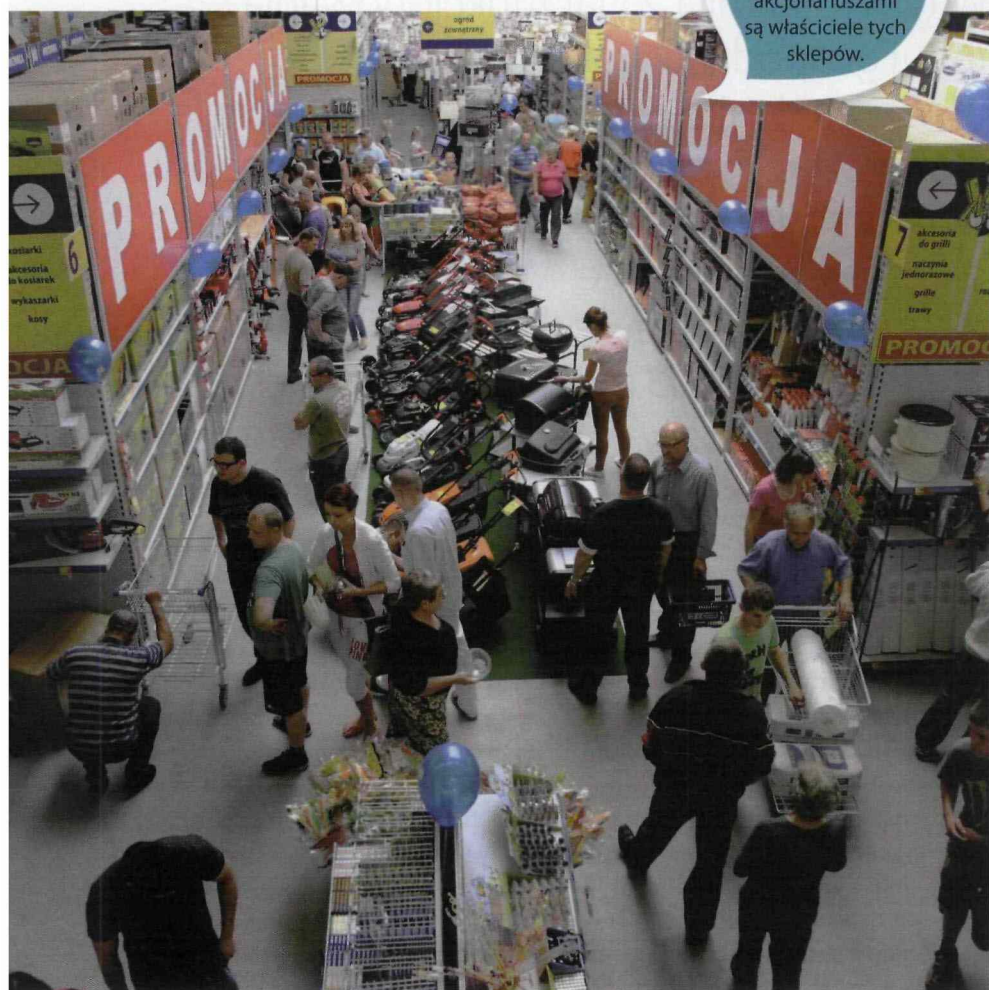
Na początek musimy jasno i wyraźnie stwierdzić, że nasze zestawienie nie jest rankingiem. Stworzenie takowego w realiach polskiego rynku francyzowego jest zadaniem karkołomnym i praktycznie niewykonalnym z tej prostej przyczyny, że nie sposób jest uzyskać od wszystkich uczestników rynku porównywalnych i wiarygodnych danych na temat ich wyników finansowych, ilości działających placówek, liczby rozwiązanych umów

francyz itp., które mogłyby stanowić podstawę do tworzenia różnego rodzaju rankingów i zestawień czy nadawania ratingów poszczególnym ofertom francyz. Polscy francyzodawcy nie mają bowiem obowiązku, tak jak to ma miejsce w USA czy niektórych krajach europejskich, przygotowywania i udostępniania tzw. dokumentu ujawniającego, w którym przekazywane są obszerne informacje na temat danej oferty francyz, firmy francyzodawcy oraz osób nią



Chata Polska oferuje 3 modele współpracy we franczyzie: VIP, Premium, Standard.

Operatorem sieci PSB Mrówka jest spółka, której akcjonariuszami są właściciele tych sklepów.



zarządzających, a także zweryfikowane wyniki finansowe firmy franczyzodawcy.

Nie mając dostępu do takich obiektywnych i porównywalnych danych nie da się stworzyć rzetelnego rankingu, w którym można by ustalić kolejność od najlepszego w dół. Było już kilku, którzy próbowali i wszyscy połamali sobie na tym zęby. Mając na względzie opisane powyżej okoliczności postanowiliśmy oprzeć się tej, skądinąd bardzo kuszącej pokusie, ustalenia kolejności w naszym zestawieniu. Ograniczyliśmy się do pogrupowania wybranych przez nas francyz w kategorii branżowe, w ramach których zostały one uszeregowane alfabetycznie.

JAK POWSTAŁO ZESTAWIENIE

Przygotowując to zestawienie bazowaliśmy przede wszystkim na własnym doświadczeniu, analizach i obserwacjach rynku i procesów na nim zachodzących. Zajmujemy się tym na co dzień od wielu lat, mamy za sobą dziesiątki zrealizowanych projektów doradczych i opracowań analitycznych, więc uważamy, że mamy odpowiedni zasób informacji i doświadczenia aby pokusić się o przygotowanie takiego zestawienia. Co oczywiście nie oznacza, że nie jest ono skażone naszymi subiektywnymi opiniami i poglądami. Oczywiście, że jest. W końcu to nasz autorski wybór, z którym nie każdy musi się zgodzić. Tym bardziej, że selekcionując franczyzy do zestawienia staraliśmy się kierować nie tylko historią ich dotychczasowej działalności, ale także perspektywami ich dalszego rozwoju w przyszłości. A próby przewidywania przyszłości są zawsze, a w biznesie szczególnie, obarczone dużym ryzykiem błędu i subiektywizmu. Ale w końcu o gustach się nie dyskutuje. Tak więc wiedząc, że nie uciekniemy od zarzutu braku obiektywizmu nie próbujemy nawet udowodniać, że nasz wybór jest w pełni obiektywny i całkowicie bezstronny. W zestawieniu

znalazły się franczyzy, które w naszej opinii odniosły sukces na przestrzeni ostatnich 25 lat, i które mają szansę kontynuować go w przyszłości. Niedowiarków spieszmy zapewnić, że miejsca w zestawieniu nie można było sobie kupić, i że jedynie część firm, które w nim się znalazły jest, bądź była w przeszłości, naszymi klientami.

PO CO TO ROBIMY?

Przede wszystkim dlatego, że praktycznie non-stop jesteśmy zasypywani pytaniami o to które franczyzy są dobre, którą franczyzę polecamy, która franczyza jest aktualnie „sexi”, itd. To zestawienie ma być przynajmniej częściową odpowiedzią na te pytania, na tyle obiektywną na ile jest to możliwe w sytuacji ograniczonego dostępu do danych na temat wszystkich ofert franczyzy dostępnych na rynku.

5.10.15.
rozwija się
z sukcesami
poprzez franczy-
zę, także poza
Polską.



DOBRE FRANCZYZY HANDLOWE

4F	odzież i akcesoria sportowe
5.10.15	odzież dla dzieci
adidas	odzież i obuwie sportowe
Big Star	odzież
BP	stacje paliwowe
Butik	odzież damska
Chata Polska	FMCG
Cocodrillo	odzież dla dzieci
Delikatesy Centrum	FMCG
Eurokiosk	salony prasowe
Grene	artykuły rolniczo-techniczne
Intermarche	FMCG
LOTOS	stacje paliwowe
Mydlarnia u Franciszka	kosmetyki naturalne
Orlen	stacje paliwowe
PSB Mrówka	artykuły budowlane i wyposażenia wnętrz
Triumph	bielizna
Yes	biżuteria
Yves Rocher	kosmetyki

A po trosze była to zabawa intelektualna. Sami bowiem byliśmy ciekawi, które z francyz sprawdziły się na przestrzeni lat a równocześnie nadal mają potencjał rozwojowy. Tak jak się spodziewaliśmy okazało się, że pomimo iż na rynku funkcjonuje kilkaset ofert franczyzy (niektórzy mówią nawet o tysiącu, ale my nigdy nie możemy doliczyć się więcej niż sześciuset) to wyselekcjonowanie spośród nich kilkudziesięciu, które odpowiadają tym kryteriom wcale nie okazało się specjalnie trudne ani czasochłonne. Schody zaczęły się dopiero po ustaleniu finałowej trzydziestki, z której trzeba było wyeliminować pięć firm. Ale i z tym problemem dość szybko się uporaliśmy.

KOGO BRAKUJE?

Uważny obserwator rynku franczyzowego na pewno zauważy, że w zestawieniu brakuje dużych sieci spożywczych, takich jak abc, Groszek, Nasz Sklep czy Odido. Problem z nimi jest taki, że funkcjonują one na zasadach tzw. „miękkiej” franczyzy, co oznacza, że de facto ciągle są to bardziej grupy zakupowe niż sieci franczyzowe. Sami „franczyzobiorcy” tych sieci z rozbijającą szczerością przyznają, że cenią sobie niezależność i to, że nie muszą płacić opłat franczyzowych.

Nie uwzględniliśmy także sieci stricte agencyjnych, w których franczyzobiorca (a tak naprawdę agent) jedynie pośredniczy w sprzedaży usług swojego franczyzodawcy (mocodawcy), czyli jego rola jest ograniczona do znalezienia klienta na produkty czy usługi świadczone przez organizatora sieci, który niejednokrotnie sam też jest pośrednikiem (tak często bywa np. w przypadku pośredników finansowych czy ubezpieczeniowych). Nie odmawiamy przy tym atrakcyjności tym ofertom współpracy, ale musimy jednak pamiętać, że pomimo wielu podobieństw agencja to nie franczyza. Wyjątek zrobiliśmy jedynie dla PKO BP, które ma chyba najstarszą, bo



funkcjonującą od lat 50-tych ubiegłego wieku, na naszym rynku ofertę współpracy na zasadach zbliżonych do franczyzy. Chcieliśmy w ten sposób docenić ofertę współpracy, która, pomimo różnych turbulencji, sprawdziła się zarówno w realiach gospodarki socjalistycznej, jak i wolnorynkowej.

W zestawieniu nie znalazły się także marki, które zakończyły już rozwój poprzez franczyzę na polskim rynku, choć niekiedy nadal oferują franczyzę na rynkach zagranicznych. Z tego powodu z żalem, ale musieliśmy pominąć sieci rozwijane przez LPP (np. Reserved) czy NG2 (głównie CCC), choć jesteśmy pełni uznania dla ich sukcesów.

KRÓLUJE HANDEL

Nasze zestawienie zdecydowanie zdominowały sieci handlowe. Jest ich w nim aż 19. I nie powinno to

PKN Orlen był prekursorem franczyzy na rynku paliwowym w Polsce.



DOBRE FRANCZYZY W GASTRONOMII

DaGrasso pizzerie

McDonald's fast food

Telepizza pizzerie

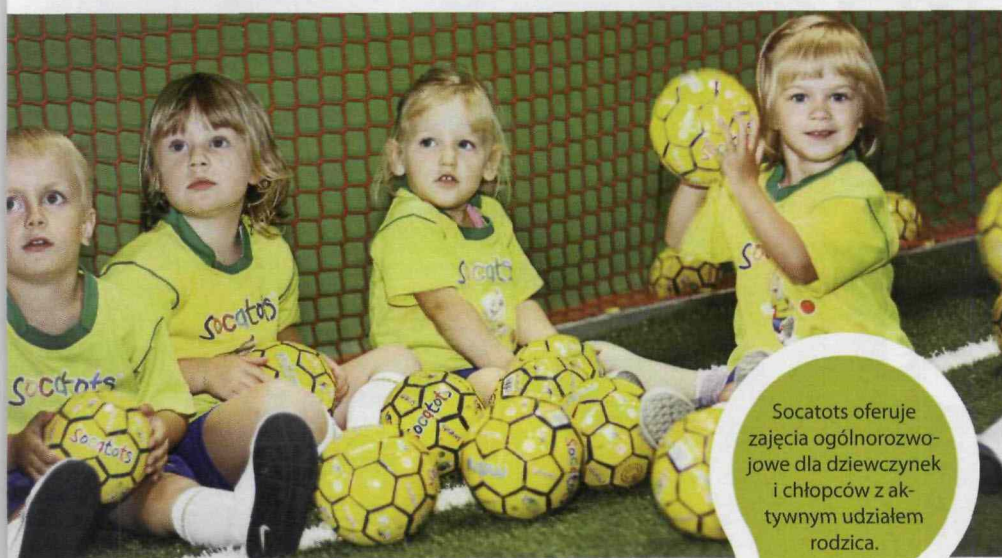
DOBRE FRANCZYZY W USŁUGACH

Early Stage szkoła językowa dla dzieci

PKO BP placówki bankowe

Socatots zajęcia sportowe dla dzieci

Sieć Telepizza
posiada obecnie
115 placówek,
w tym
83 franczyzowe.



Socatots oferuje
zajęcia ogólnorozwo-
jowe dla dziewczynek
i chłopców z ak-
tywnym udziałem
rodzica.

nikogo dziwić, bo przecież począwszy od początku lat 90-tych ubiegłego wieku franczyza rozwijała się przede wszystkim w handlu. Najwięcej (7) mamy sieci handlujących odzieżą. Jest wśród nich m.in. jeden z prekursorów franczyzy na polskim rynku (adidas), dwie sieci sprzedające odzież dla dzieci (5.10.15 i Cocco-drillo), trzy sieci oferującą odzież dla dorosłych, aczkolwiek przeznaczoną dla różnych grup odbiorców (4F, Big Star, Butik) oraz monobrandowa sieć z bielizną (Triumph).

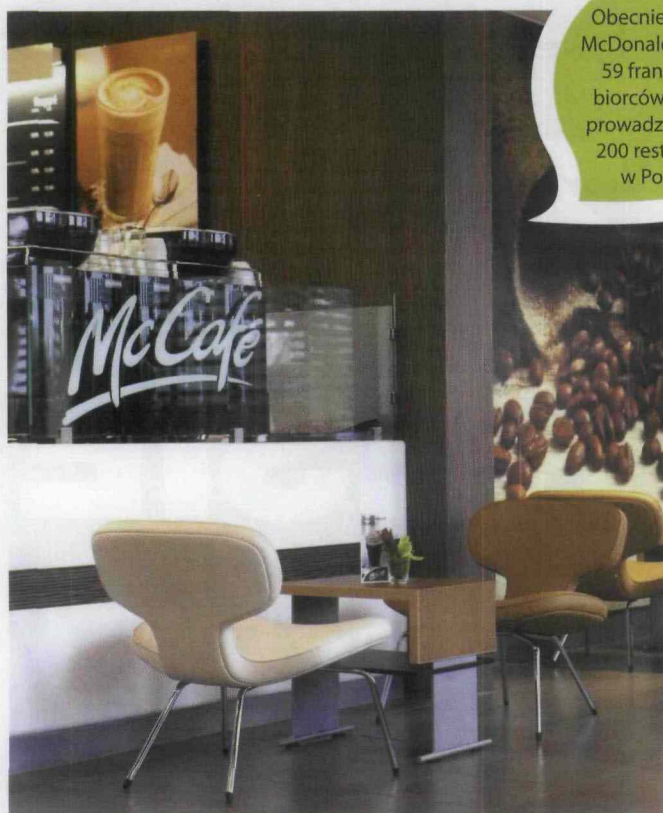
Na uwagę zasługuje obecność aż trzech sieci paliwowych (BP, LOTOS, Orlen), ale trzeba pamiętać, że marka, pod którą prowadzi się działalność w tym sektorze rynku jest wyjątkowo istotna dla klienta detalicznego, ponieważ jest ona postrzegana praktycznie jako gwarancja jakości kupowanego paliwa. Branża paliwowa jest chyba najbardziej dojrzała i uporządkowana w sektorze handlu detalicznego, więc siłą rzeczy oferty franczyzowe w niej funkcjonujące są dopracowane.

Handel artykułami spożywczymi jest również reprezentowany przez trzy sieci (Chata Polska, Delikatesy Centrum i Intermarche). Działają one w różnych formatach, ale łączy je to, że warunki współpracy jakie oferują francyzobiorcom przynajmniej przypominają klasyczną franczyzę.

Pozostałe koncepty handlowe, które znalazły się w zestawieniu oferują bardzo różnorodny asortyment, począwszy od artykułów technicznego zaopatrzenia rolnictwa (Grene), przez artykuły budowlane i wyposażenia wnętrz (PSB Mrówka), prasę (Eurokiosk), kosmetyki (Yves Rocher, Mydlarnia u Franciszka) a na biżuterii kończąc (YES).

MAŁO GASTRONOMII

Mając na względzie dużą liczbę (około 140) dostępnych na rynku ofert franczyzowych w gastronomii zaskoczeniem może wydawać się obecność w zestawieniu jedynie trzech firm oferujących franczyzę



Obecnie w sieci McDonald's działa 59 franczyzobiorców, którzy prowadzą ponad 200 restauracji w Polsce.

w tym sektorze rynku. Ale przynajmniej są wśród nich prawdziwe tuzy, takie jak światowa ikona franczyzy McDonald's, największa sieć pizzerii w Polsce DaGrasso i Telepizza, która od początku działalności w naszym kraju konsekwentnie stawia na franczyzę.

USŁUGI W DEFENSYWIE

W krajach, w których franczyza jest dobrze rozwinięta funkcjonuje ona, poza gastronomią, właśnie głównie w usługach. W Polsce tak się jeszcze nie dzieje a analiza przyczyn takiego stanu rzeczy to temat na odrębną opowieść. Wśród reprezentantów sektora usług w zestawieniu trafionych francyz mamy bank (PKO BP), szkołę językową dla dzieci (Eatly Stage) i zajęcia sportowe dla dzieci (Socatots).

Andrzej Krawczyk