

Problemy Tesco to 4,5 mld zł rynku do podziału między pozostałe sieci handlowe [WYWIAD]

data aktualizacji: 2019.11.20



- Udział Tesco w rynku będzie maleć i sieć, jeszcze niedawno należąca do piątki najważniejszych graczy, może nawet wypaść z czołowej dziesiątki. Pomędzy innych graczy do podziału zostanie ok. 4,5-5 mld zł (...), więc dzięki zmianie strategii Tesco inne sieci podzielą się ok. 40 proc. dodatkowej sprzedaży - mówi portalowi wiadomoscihandlowe.pl Bartosz Bolecki, starszy analityk rynku handlu detalicznego w agencji badawczej PMR.

Kto najwięcej zyska na problemach Tesco w Polsce? Jak zwykle będzie to największy gracz, czyli Biedronka?

Byłbym ostrożny w zakładaniu, że to Biedronka zyska najwięcej. Najpierw należałoby odpowiedzieć na pytanie, dlaczego klienci wybierali Tesco, a nie pobliski dyskont Biedronki czy Lidla.

Przyczyną mógł być często asortyment, np. część osób preferuje produkty markowe lub szeroką ofertę nabiału czy mięsa „za lady”, a więc coś, czego nie znajdą w dyskontach. Być może konsumenci wybiorą zamiast dyskontu hiper- lub supermarket innej sieci, nawet jeśli będzie się to wiązało z dłuższym dojazdem do takiego sklepu. Nie zapominajmy o tym, że sześć hipermarketów

Tesco ma zostać przejętych przez sieć Kaufland.

Niewątpliwie zyska najbliższa konkurencja zamykanych placówek, zwłaszcza w obszarze zakupów impulsowych. Ci operatorzy przejmą też klientów, którzy wybierali Tesco ze względu na najbliższą lokalizację. Byłbym jednak ostrożny przed zakładaniem jaką część sprzedaży zamkniętych sklepów uda im się zagospodarować.

Czy w związku z problemami brytyjskiej sieci widać już zmiany w udziałach rynkowych poszczególnych formatów sklepów i konkretnych operatorów?

Wstępnie szacując, udział hipermarketów spadnie o 0,5 p.p. Należy jednak pamiętać, że większość sklepów zamykanych przez Tesco to placówki o mniejszej powierzchni (wg definicji PMR supermarket- red.) i w efekcie udział kanału supermarketów również odnotuje nieznaczny spadek, o 0,2-0,3 p.p.

To spadek niewielki, ale tym bardziej widoczny, że w ostatnich latach udział kanału supermarketów rósł głównie za sprawą szybkiej ekspansji tzw. supermarketów proximity, czyli m.in. Dino, Delikatesów Centrum i Stokrotki.

Tesco, tracąc ponad połowę obrotów w Polsce, zmniejszy swoje udziały rynkowe do ok. 2 proc. Do zagospodarowania pozostanie zatem atrakcyjny kąsek...

Udziały Tesco są różnie wyliczane, w zależności od definicji rynku. Według danych PMR udział Tesco w rynku spożywczym w Polsce w 2018 roku wyniósł 3,5 proc. Po obniżeniu przychodów do ok. 5 mld zł skurczy się do ok. 1,7-1,8 proc.

Należy zakładać, że udziałami Tesco podzielą się przede wszystkim rodzaje sklepów, w których klienci mogą robić zakupy kompleksowe, czyli hipermarkety, supermarkety i dyskonty.

Co z kanałem e-grocery?

Ponieważ Tesco ogranicza także liczbę sklepów realizujących zamówienia online, można spodziewać się, że i tu pojawi się gracz, który wypełni pustkę. Najprawdopodobniej będzie to e-sklep sieci Carrefour, który mocno postawił na rozwój e-commerce. Natomiast nie spodziewałbym się, że kanał internetowy przejmie sprzedaż placówek stacjonarnych.

Warto też zwrócić uwagę na zmiany w asortymencie sieci - Tesco rezygnuje z wielu kategorii artykułów przemysłowych. To może być szansa na dodatkową sprzedaż choćby dla dyskontów niespożywczych - z jednej strony Pepco, ale z drugiej dla szybko rozwijających się sieci takich jak Tedi, Action czy Dealz.

Podsumujmy, które sieci handlowe mają największe szanse na zagospodarowanie „bezpąskich” udziałów rynkowych po Tesco?

Tak jak wspominałem, część udziałów przechwycą inne sieci hipermarketów - najwięcej powinien zyskać Kaufland, który przejmie część lokalizacji. Szansę na przejęcie części klientów mają też duże hipermarkety, które mają podobną strukturę asortymentową do Tesco. Dużo produktów markowych, artykułów przemysłowych czy na wagę oferują Auchan, Carrefour czy E.Leclerc.

Część udziałów na pewno przejmą te sklepy, które są położone najbliżej zamkniętych placówek, czyli dyskonty, głównie sklepy Biedronki lub Lidla. W przypadku mniejszych miejscowości mogą to być także proximity supermarkety sieci Dino czy Delikatesy Centrum.

Jak może wyglądać rynek detaliczny w 2020 po zrealizowaniu przez Tesco planowanej restrukturyzacji, która zakłada mocne obcięcie asortymentu, ograniczenie liczby placówek do 318 i zmniejszenie ponad 60 hipermarketów?

Udział w rynku Tesco będzie maleć i sieć, jeszcze niedawno należąca do pięciu największych graczy, może nawet wypaść z czołowej 10. Pomędzy innych operatorów do podziału zostanie ok. 4,5-5 mld zł. Z jednej strony to znacząca suma, bo z naszych prognoz wynika, że wartość rynku spożywczego w 2020 roku wzrośnie o 12 mld zł. Dzięki zmianie strategii Tesco inne sieci będą miały do podziału między siebie ok. 40 proc. dodatkowej sprzedaży.

Z drugiej strony, ta sprzedaż rozłoży się pomiędzy sieci, więc nie należy spodziewać się, że pojawi się jednoznaczny zwycięzca w tej sytuacji.

A w dłuższej perspektywie?

Warto zastanowić się jaka przyszłość czeka największe hipermarkety. Mniejsze placówki, czyli dyskonty i supermarkety nie są w stanie zaspokoić wszystkich potrzeb zakupowych konsumentów. Z wyników badania przeprowadzonego przez PMR wynika, że aż 59 proc. konsumentów raz na jakiś czas ma potrzebę zrobić zakupy w hipermarkecie, bo odwiedzane na co dzień sklepy nie zaspokajają ich potrzeb w 100 proc.

W przypadku dyskontów czy proximity supermarketów posiadanie bardzo szerokiej oferty produktów markowych czy świeżych jest niemożliwe m.in. poprzez ograniczenia związane z powierzchnią. Z drugiej strony funkcjonowanie jako miejsce zakupów uzupełniających w dłuższej perspektywie się nie sprawdzi, bo rynek spożywczy w Polsce jest rynkiem niskiej marży.

KLIKNIJ I PRZECZYTAJ TAKŻE:

[Kto najbardziej skorzysta na problemach Tesco - Biedronka, Lidl, Kaufland, a może ... Carrefour?](#)

[Hipermarkety Tesco po zmianach. Czy sieć przekona Polaków do częstszych zakupów? \[GALERIA\]](#)

[Tesco spotkało się z polskimi dostawcami. Czego dowiedzieli się o planach sieci w Polsce?](#)



Na zdjęciu: *Bartosz Bolecki, starszy analityk rynku handlu detalicznego, PMR*

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/problemy-tesco-to-4-5-mld-zl-ryнку-do-podziału-mie,58675>