

Chata Polska zdradza plany na 2020 r. Priorytetem wzrost konkurencyjności sieci

data aktualizacji: 2020.02.23



Zachęcanie franczyzobiorców do prowadzenia więcej niż jednego sklepu, poprawa warunków handlowych oraz wdrażanie nowych technologii to niektóre z kluczowych priorytetów sieci Chata Polska na bieżący rok. Przedstawiciele polskiego detalisty poinformowali o nich podczas konferencji "Challenges 2020", jaka odbyła się w piątek w Poznaniu.

Jak podkreślał Grzegorz Górecki, dyrektor generalny Chaty Polskiej, rok 2019 był dla sieci "rokiem zmian". W tym czasie udało się zintegrować dział zakupów Chaty Polskiej i sklepów własny w jeden zespół. Doszło również do połączenia działów sprzedaży i marketingu, jak również przeprowadzono zmiany w dziale IT (digitalizacja procesów i nowe projekty).

W 2019 r. Chata Polska osiągnęła na sklepach franczyzowych wzrost obrotów o 2,62 proc. Niektóre sklepy rosy sieci rosły pod tym względem szybciej niż dyskonty - rekordowa placówka zanotowała poprawę obrotów aż o 14,2 proc.

W niektórych kategoriach produktowych sieć rosła wyjątkowo szybko. Przykładowo, sprzedaż w kategoriach zup i dań gotowych wzrosła o niemal 11 proc., a w kategoriach przetworów warzywnych

i produktów mięsnych o prawie 10 proc. Zmalała natomiast sprzedaż m.in. słodyczy - o 0,5 proc., co jednak i tak było wynikiem lepszym od rynkowej średniej dla supermarketów, która wyniosła -1,5 proc.

Największych szans na poprawę wyników Chata Polska upatruje w kategoriach tłuszczów, żywności dla zwierząt, alkoholi oraz napojów (również gorących). To obszary, w których dynamika sprzedaży w sieci była w minionym roku poniżej średniej rynkowej dla supermarketów. Z kolei jako kategorie, w których Chata Polska zamierza rozwijać w najbliższym czasie nowe kompetencje, wskazano m.in. zdrową żywność, cukierki sprzedawane w luzie, piwo bezalkoholowe, dania gotowe chłodzone oraz kategorię produktów ready-to-eat.

W minionym roku historycznym wydarzeniem dla Chaty Polskiej było przekroczenie bariery 300 sklepów, co nastąpiło 12 grudnia. W skali pełnego roku sieć rozrosła się w ujęciu netto o ponad 30 placówek handlowych (jeszcze w styczniu ub.r. działało ich 268). Ogółem w 2019 r. Chacie Polskiej udało się przyłączyć 64 nowe placówki (w ujęciu brutto).

W 2019 r. z sukcesem rozwijana była gazetka Chaty Polskiej. Udziały produktów z gazetki w sprzedaży sklepów niemal się podwoiły, z ok. 4 proc. do 7,4 proc. Z kolei w przypadku marży doszło do wzrostu z 6,1 proc. do ponad 7,8 proc.

Grzegorz Górecki wskazał, że kluczowymi wyzwaniami na 2020 r. w skali makro będą dla firm z branży handlowej m.in. implikacje związane z rynkiem pracy, nowe i podniesione podatki (wzrost akcyzy, opłata cukrowa), zmiany klimatyczne oraz rosnące koszty zmienne (energia, odpady komunalne). Oprócz tego zwrócił uwagę na zmiany klimatyczne (w tym częstsze susze) oraz regulacje takie jak podatek od handlu (który może wejść w życie 1 lipca), kasy fiskalne online, czy nowe dyrektywy dot. tworzyw sztucznych.

A co będzie priorytetem dla Chaty Polskiej na 2020 r.? Po pierwsze, sieć zamierza pracować nad poprawą warunków handlowych. W samym tylko minionym roku doszło do przenegocjowania 105 kontraktów. Z kolei na ten rok wytypowano 168 umów, nad którymi przedstawiciele firmy zamierzają się pochylić. Od początku stycznia udało się renegocjować już 12 z nich.

Po drugie, poszerzana będzie oferta dla sklepów w ramach pakietu franczyzowego. Obejmie to m.in. nowe kontrakty, regionalne produkty, oraz zdrową żywność. Zapowiedziano także wybór "kluczowych partnerów" spośród producentów i dostawców oraz dalsze podnoszenie atrakcyjności gazetki (poszerzanie asortymentu w promocji, poprawa marż i cen oraz udziałów w sprzedaży).

Kolejnym istotnym działaniem Chaty Polskiej w 2020 r. będzie obniżanie kosztów związanych z obsługą sieci dla franczyzobiorców posiadających minimum dwa sklepy. Obecni franczyzobiorcy będą również zachęceni do polecania osób chętnych do przyłączenia się do Chaty Polskiej - pomoże w tym startujący "program 5000+", w ramach którego franczyzobiorcy otrzymają 5 tys. zł netto za skuteczne polecenie, które doprowadzi do otwarcia sklepu.

Chata Polska zintensyfikuje także działania marketingowe. Wśród zaplanowanych inwestycji na ten cel wskazano m.in. reklamę radiową oraz spoty na telebimach w MPK Poznań. Działania te widoczne będą już lada dzień, na początku marca.

Jak wskazano podczas konferencji "Challenges 2020", innym priorytetowym działaniem na ten rok będzie poprawa wykorzystania magazynu centralnego sieci m.in. w zakresie in-outów oraz innych inicjatyw wspólnych z producentami.

Chata Polska skupi się także na rozwijaniu promocji w ramach tzw. wielosztuk, rozwoju kategorii produktów zmiennowagowych i produktów regionalnych. Ponadto dojdzie do szerszego wdrożenia

programu zbierającego dane ze sklepów oraz automatyzacji procesów zakupowych. W tym ostatnim przypadku zmiany zauważymy już niebawem, bowiem już w marcu wystartują testy kas samoobsługowych. W fazie pilotażowej obejmą one cztery sklepy Chaty Polskiej.

Podczas piątkowego wydarzenia dowiedzieliśmy się także, że sprzedaż Marola do sklepów franczyzowych - w przypadku oddziałów Poznań i Zielona Góra - wzrosła w minionym roku o 13 proc. względem roku 2018. Dla porównania, rok wcześniej wzrost względem 2017 r. wynosił 7 proc. Co istotne, Marol jako całość odzyskał rentowność, co traktować można jako symboliczny koniec procesu restrukturyzacji.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/chata-polska-zdradza-plany-na-2020-r-priorytetem-w,61125>