

Handel hurtowy i detaliczny w Szwajcarii

W Szwajcarii handel hurtowy zorientowany jest rynek krajowy a jego głównymi odbiorcami są budownictwo, przemysł, handel detaliczny i gastronomia. Kondycja branży zależy zatem w dużym stopniu od koniunktury budowlanej i przemysłowej oraz od poziomu prywatnej konsumpcji. Wielu hurtowników prowadzi również działalność eksportową i importową, co uzależnia ich od bieżących kursów wymiany walut, wysokości cen na światowych rynkach i polityki prowadzonej w zakresie handlu zagranicznego. Najważniejsze podbranże w handlu hurtowym to handel hurtowy maszyn i wyposażenia (udział zatrudnienia na poziomie 24%), artykułów spożywczych i napojów (udział zatrudnienia na poziomie 15%), pozostałych dóbr konsumpcyjnych (udział zatrudnienia na poziomie 29%) oraz produktów chemicznych, materiałów budowlanych i surowców (udział zatrudnienia na poziomie 23%). Sukces w branży, w której występują relatywnie niskie marże może gwarantować duży wolumen handlu przy jednoczesnych niskich kosztach magazynowania, krótkich okresach realizacji dostaw i stałych inwestycjach w systemy informatyczne i systemy zarządzania magazynowego. Alternatywą może być wyspecjalizowanie się w handlu produktami niszowymi lub zawieranie umów dystrybucyjnych na wyłączność. Większość podmiotów zajmujących się handlem hurtowym, aby zapobiegać dystrybucji bezpośredniej pomiędzy producentem a odbiorcą końcowym oferuje klientom również szereg usług dodatkowych.

Handel detaliczny uzależniony jest przede wszystkim od aktualnego popytu, związanego z przyrostem liczby ludności i wysokością płac. Sprzedawcy detaliczni w rejonach turystycznych w pewnych branżach (np. zegarki) zależą także w dużym stopniu od nasilenia liczby turystów. Istotnym czynnikiem określającym popyt, w szczególności w handlu przygranicznym jest także kurs wymiany walut, przekładający się bezpośrednio na rozmiary turystyki zakupowej. Handel artykułami spożywczymi jest skoncentrowany wśród krajowych sprzedawców, a właściwie dwóch monopolistycznych sieci Coop i Migros. Widoczna do niedawna ekspansja na rynek szwajcarski sklepów Aldi i Lidl w ostatnich latach znacznie się spowolniła. Sieci zagraniczne spoza branży spożywczej są nieco silniej reprezentowane i dynamika ich wchodzenia na lokalny rynek jest większa. Również sprzedaż przez internet zyskuje coraz większe znaczenie, wpływając tym samym na zmiany w strukturze handlu stacjonarnego. W dobrych i drogich lokalizacjach sklepy coraz częściej służą jako tak zwany „showrooming”, mający na celu prezentacje oferty i komunikacje z klientem, podczas gdy właściwy zakup odbywa się za pomocą internetu. Pracownicy handlu detalicznego zatrudnieni są w 48 800 zakładach, 35% z nich pracuje w handlu artykułami spożywczymi, pozostałe 65% w innych branżach.

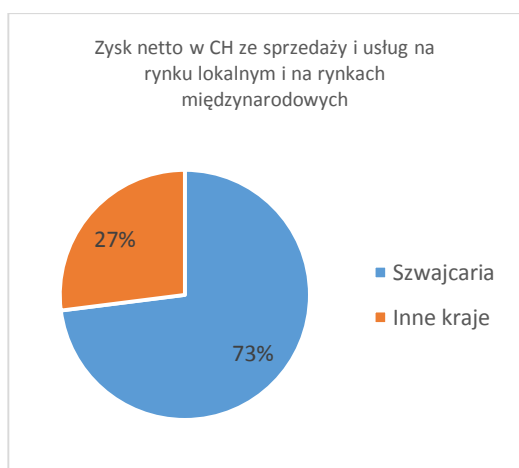
Coop

Grupa Coop istnieje na rynku szwajcarskim od 150 lat. W tym czasie przekształciła się z niewielkiego przedsiębiorstwa w globalną sieć produkcyjno – usługową, zajmującą się handlem detalicznym i hurtowym. Coop jest liderem na rynku szwajcarskim. Prowadzi działalność również na terenie Niemiec, Francji, Polski, Rosji i Rumunii. Jest właścicielem domów towarowych, supermarketów, punktów sprzedaży sprzętu elektronicznego i elektrycznego, sprzętu AGD, mebli i oświetlenia oraz zegarków. Jest również właścicielem restauracji, stacji benzynowych i aptek. Posiada także sporą liczbę sklepów internetowych. Od 20 lat dystrybuje własną markę zdrowej żywności Naturplan. Produkty te są wysokiej jakości przy jednoczesnym zachowaniu atrakcyjnych cen. Obecnie Coop jest liderem w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności na rynku szwajcarskim. Marka Coop ma silną i ustabilizowaną pozycję na rynku, która zapewnia stałe relacje z partnerami biznesowymi. Firma długoterminowo współpracuje i korzysta z doświadczeń takich organizacji jak Bio Suisse, the Research Institute of Organic Agriculture, Max Havelaar czy Suckler Cow Switzerland.

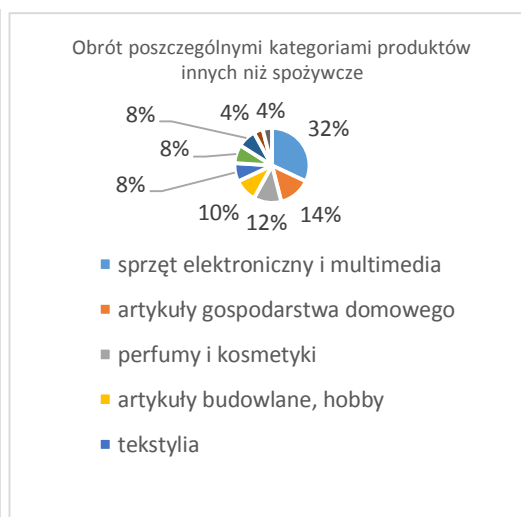
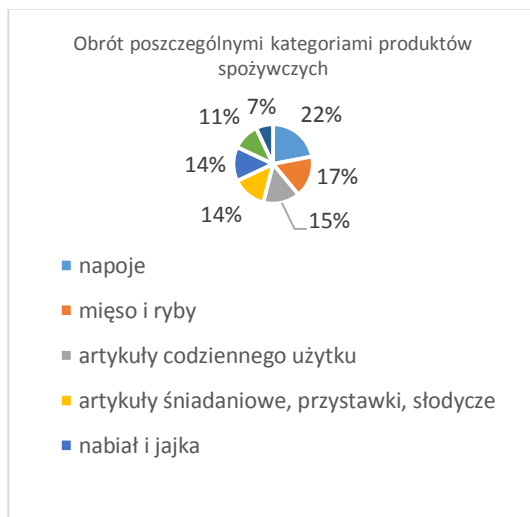
Z raportu za 2014 rok wynika, że na terenie Szwajcarii działa 837 supermarketów, zajmujących łącznie powierzchnie 981 784 m². Zyski netto ze sprzedaży produktów w supermarketach należących

do sieci Coop wyniosły w 2014 roku 10,6 miliona franków i były o 0,7% wyższe niż w roku 2013. W roku sprawozdawczym zamknięto 14 placówek handlowych, w których miejsce powołano 23 nowe, wiele z nich zmodernizowano i rozbudowano. W 2014 roku Coop wprowadził nowy znak jakości „Mini Region”. Marka ta opiera się na wykorzystywaniu surowców do wytwarzania gotowych produktów od rolników z danego regionu Szwajcarii. Aktualna oferta produktów oznaczonych tym znakiem obejmuje około 2 200 specjałów produkowanych z wykorzystaniem jak największej ilości składników pochodzących z gospodarstw rolnych z obszaru zlokalizowanego najbliżej linii produkcyjnej. W ten sposób Coop wpisuje się w szwajcarską politykę wspierania małych i średnich firm głównie z sektora rolniczego, dbając jednocześnie o ochronę środowiska i zrównoważony rozwój tutejszych regionów.

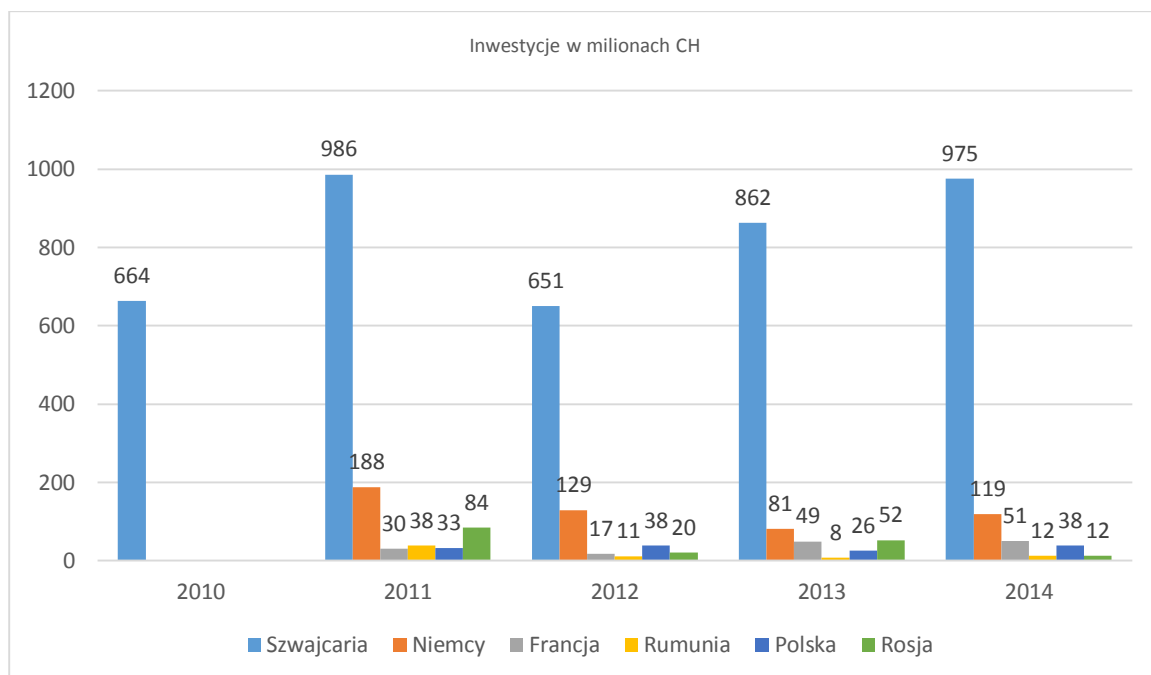
Większość zysku generowana jest na rynku wewnętrznym i przede wszystkim przez branżę spożywczą.



W branży spożywczej największy obrót ogółem notowany jest w kategorii napojów, mięsa i ryb oraz artykułów użytkowych natomiast w pozostałych branżach dominuje sprzęt elektroniczny i multimedia, artykuły gospodarstwa domowego oraz kosmetyki i perfumy.

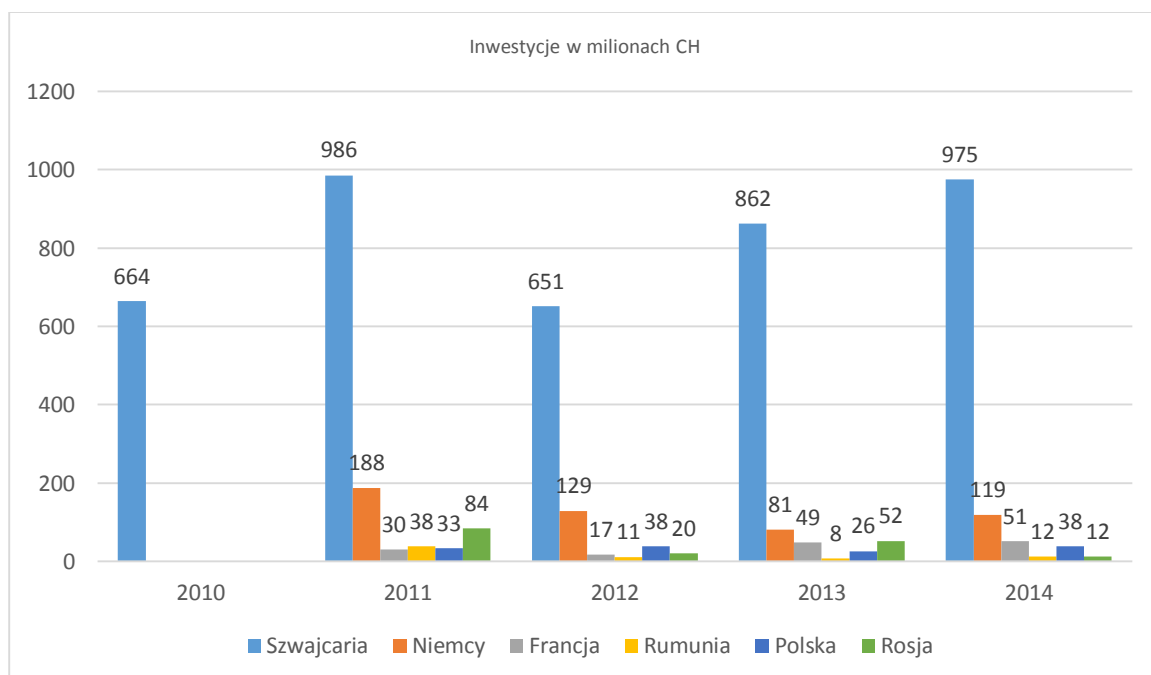


COOP notuje wzrost inwestycji nie tylko na rynku wewnętrznym ale także na rynkach zagranicznych. W 2014 roku najistotniejszymi partnerami zagranicznymi byli Niemcy, Francja i Polska. Spadek poziomu inwestycji odnotowano jedynie na rynku rosyjskim.



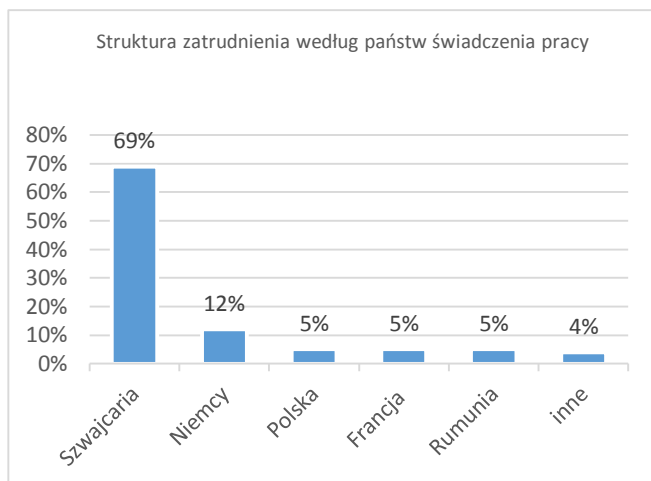
Zaangażowanie grupy Coop w Polsce

Polska jest obecnie trzecim co do wielkości zagranicznym rynkiem inwestycyjnym dla Grupy Coop, która reprezentowana jest przez dwa podmioty. Jednym z nich jest Selgros Cash & Cary działający w ramach Transgourmet Central and Eastern Europe Group.



W ramach inwestycji w 2014 roku został otwarty nowy hipermarket w Lublinie. **Jest to szesnasta z dwudziestu zaplanowanych hurtowni Selgros w Polsce.** W nowej hali na powierzchni około 10.000 m² zgromadzony został jeden z najszerszych asortymentów na rynku. Artykuły spożywcze

i przemysłowe ze wszystkich branż są pogrupowane tematycznie i ułożone w łatwo dostępny dla klientów sposób. **Oferta Selgros** obejmuje zarówno produkty spożywcze, chemię gospodarczą, jak i artykuły przemysłowe oraz odzież. Oferta obejmuje w sumie ponad 45 tysięcy produktów. Łącznie firma obsługuje 16 sklepów wielkopowierzchniowych zlokalizowanych na obszarze 156 015 m² w 13 największych polskich miastach. Kapitał zakładowy Selgros Sp. z o.o. na dzień 31.12.2014 r. wynosił 87,2 mln CH. Liczba pracowników zatrudnionych na terenie Polski stanowi średnio 5% w strukturze ogólnego zatrudnienia grupy Coop, co w 2014 roku przełożyło się na 3 882 miejsca pracy.



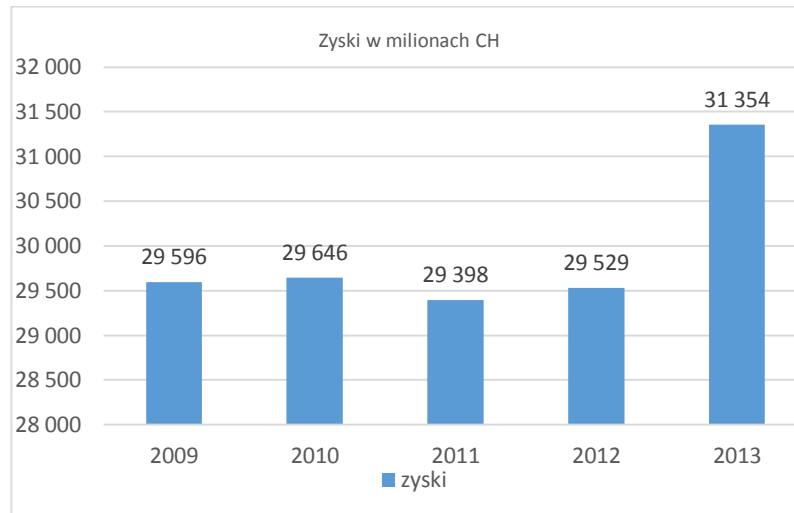
W najbliższych latach prognozowany jest dalszy wzrost inwestycji Grupy Coop w Polsce. W 2015 roku planowane jest otwarcie jednego lub dwóch kolejnych obiektów handlowych, w ramach realizacji przyjętej strategii rozwoju, której celem jest stworzenie ogólnopolskiej sieci 20 hurtowni Selgros.

Drugim podmiotem należącym do Grupy Coop, który działa na polskim rynku jest Bell Polska Sp. z o.o. specjalizująca się w handlu artykułami spożywczymi a w szczególności produkcją i dystrybucją wędlin. W 2014 roku firma obchodziła swoje dwudziestolecie działalności na rynku polskim. Obecnie Bell Polska posiada nowoczesny zakład produkcyjny w Niepołomicach oraz centrum dystrybucyjne w Kostrzynie Wielkopolskim pod Poznaniem. Jej kapitał zakładowy na dzień 31.12.2013 wynosił 2,7 mln. CH. Modernizacja i rozbudowa zakładu produkcyjnego, która zakończy się w 2015 roku podniesie jego roczną wydajność z 6,5 do 11 tysięcy ton rocznie. Bell Polska działa we wszystkich kanałach dystrybucyjnych: hurcie i detalu, sieciach handlowych oraz food service.

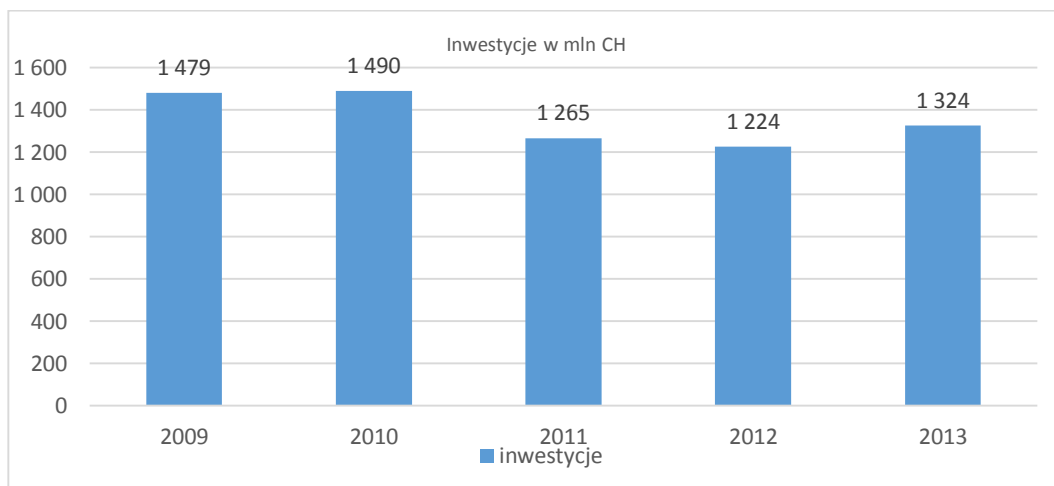
Migros

Drugą siecią dominującą na szwajcarskim rynku jest MIGROS. Spółdzielnia Migros została założona w 1925 roku. Podobnie jak Coop grupa Migros działa w wielu obszarach; od marketów spożywczych, poprzez sklepy ogrodnicze, restauracje, stacje benzynowe Migrol, księgarnie Ex libris, apteki, kluby fitness, księgarnie, biura podróży Hotelplan aż po własny Migros Bank. W strukturze Spółdzielni znajdują się również szkoły językowe Eurocentres, placówki kształcenia dorosłych Klubschule Migros oraz zakłady produkcyjne m.in. Chocolat Frey. Misją strategiczną grupy jest wychodzenie naprzeciw codziennym potrzebom klientów w najważniejszych obszarach ich funkcjonowania. Oferta kierowana jest do szerokiego grona odbiorców z różnych poziomów społecznych. Artykuły spożywcze i przemysłowe dystrybuowane są w sklepach Migros i dyskontach Denner. W obu sieciach oferowane są między innymi produkty promowane pod marką każdego ze sklepów. Denner oferuje towary w niższych, przystępniejszych cenach. Na terenie całego kraju zlokalizowana jest sieć stacji benzynowych Migrol, na których często znajdują się również sklepy spożywczo – przemysłowe Migrolino.

Od 2009 roku dochody sieci wykazują tendencję wzrostową. W 2013 roku osiągnęły poziom ponad 31 milionów CH.



W latach 2009-2010 Migros odnotował spory wzrost w zakresie inwestycji, po dwóch latach nieznacznego spadku od 2013 roku grupa ponownie zwiększa nakłady inwestycyjne. Jest to zgodne z przyjętą strategią wzmocnienia pozycji rynkowej Migrosa. W ostatnich latach najwięcej zainwestowano w rozwój spożywczej sieci dyskontowej Denner i sieci odzieżowej Globus, która oferuje produkty wielu światowych marek takich jak: Armani, Hugo Boss, Bugatti, Burberry, Calvin Klein, Chanel, Dior, Gucci, Mont Blanc, Prada, Swarovski czy Versace.



Denner dzięki rozszerzeniu asortymentu i zwiększeniu kanałów dystrybucji zanotował wzrost sprzedaży o ok. 1,4%. Globus po przejęciu domu mody Schild stał się wiodącym dystrybutorem detalicznym wysokiej jakości odzieży na szwajcarskim rynku. Dynamiczny rozwój i zwiększenie dochodów dotyczy także sklepów Migrolino zlokalizowanych przy stacjach benzynowych. Oprócz podstawowego asortymentu akcesoriów samochodowych oferują one także artykuły spożywcze i przemysłowe.

Poziom sprzedaży grupy Migros na rynku szwajcarskim w 2013 roku w milionach CH.

Argowia	3'314.2
Zurych	2'470.9
Wschodnia Szwajcaria	2'377.3
Lucerna	1'392.4
Vaud	1'154.5
Genewa	1'027.8
Bazylea	938.4
Nauchatel - Friburg	770.8
Ticino	513.8
Valais	502.6

Grupa Migros jest również zaangażowana poza granicami Szwajcarii. Migros France (Genewa) wygenerowała w 2013 roku sprzedaż na poziomie 140.9 milionów CH, Migros Germany (Bazylea) – na poziomie 39,6 milionów CH.

Migros jest największym prywatnym pracodawcą w Szwajcarii. Łącznie zatrudnia 94,276 osób z czego na terenie kraju 81,456 osób z zarobkami powyżej średniej krajowej. Struktura zatrudnienia w sieci Migros wynika z prowadzonej przez szwajcarski rząd polityki wspierania aktywności zawodowej kobiet, które stanowią 62% w grupie wszystkich zatrudnionych pracowników.



Również Migros Bank odnotowuje wzrost skali swojej działalności oraz wzrost przychodów, przede wszystkim dzięki napływowi depozytów oszczędnościowych i ożywienia w branży papierów wartościowych.

Sytuacja Grupy Migros oceniana jest jako bardzo korzystna. Kreowany jest wizerunek innowacyjnej i przynoszącej zyski firmy, która cieszy się ogromnym zaufaniem wśród mieszkańców Szwajcarii. Promocja marki jako wiodącej na rynku krajowym nie jest trudna, ponieważ szwajcarscy konsumenci preferują lokalne produkty, kierując się przy ich wyborze przede wszystkim krajem pochodzenia, a dopiero w drugiej kolejności ceną.

