

Rozwój sieci handlowych w Polsce trwa mimo wakacji. W lipcu Tesco otworzyło 7 nowych sklepów, a w sierpniu i w pierwszych dniach września planuje otworzyć 6 kolejnych, czyli łącznie 13 marketów z kilkudziesięciu zaplanowanych na rok 2011/12. Sieć nieustannie szuka też gruntów lub powierzchni handlowych pod nowe sklepy różnej wielkości, od hipermarketów ze stacjami benzynowymi po małe, osiedlowe i lokalne sklepy.

W najbliższych latach Tesco chce kupić lub wynająć ponad tysiąc nowych lokalizacji w około 600 miejscowościach.

Nowe placówki Tesco mogą powstawać już w miejscowościach liczących 2 tysiące mieszkańców, jeśli łącznie w gminie mieszka 5 tys. osób. Sieć może inwestować w powierzchnie handlowe już od 300 mkw. lub w grunty od 2 tys. mkw. – Ekspansja sieci handlowych nie ma jednego kierunku, np. do mniejszych miejscowości. Tesco buduje nowe sklepy w małych miejscowościach i w metropoliach, wszędzie tam, gdzie nadal są klienci z utrudnionym dostępem do nowoczesnego handlu – mówi Paweł Dworak, dyrektor ekspansji Tesco Polska.

Tego lata największe sklepy Tesco powstały bądź wkrótce powstaną w Grójcu – 3 000 mkw., Kędzierzynie-Koźlu – 2 000 mkw., Raciborzu – 1 700 mkw. oraz w Warszawie-Ursus – 1 600 mkw. powierzchni handlowej. Pozostałe nowe lokalizacje to sklepy o powierzchni od 800 mkw. w Myślenicach po 600 mkw. w Żabnie w woj. małopolskim – najmniejszej miejscowości, w której tego lata otwiera się Tesco - Żabno liczy bowiem około 4300 mieszkańców. Małe supermarkety powstają w innych małych miejscowościach jak Ścinawa na Dolnym Śląsku – 6 000 mieszkańców, Kłodawa w wielkopolskim – 6 700 mieszkańców, czy Poręba na Śląsku – 10 200 mieszkańców. Największymi miastami, w których Tesco oddaje w wakacje do użytku swoje nowe supermarkety osiedlowe, są: Skierniewice, Tczew, Częstochowa i Warszawa-Włochy. Regionalnie najwięcej nowych placówek zyskały Mazowsze i Śląsk.

Nieruchomości pod nowe sklepy najczęściej były kupowane lub wynajmowane od firm i deweloperów. W przypadku 5 sklepów, Tesco zawarło umowy kupna-sprzedaży lub najmu z prywatnymi właścicielami gruntów lub budynków. Łącznie na inwestycje w roku 2011/12 sieć planuje wydać miliard złotych. Powierzchnia sprzedaży powiększy się o ponad 100 tys. mkw. czyli ponad 14 proc. Tylko w wakacje przybędzie niemal 17 tys. mkw. nowej powierzchni handlowej, czyli ponad 16 proc. tegorocznego planu Tesco.

Niedawno otwarty sklep Tesco w Raciborzu był tysięcznym sklepem tej sieci w Europie Środkowej. W czerwcu br. centrala Tesco ogłosiła, że planuje podwoić swoje zyski z działalności biznesowej w Europie Środkowej i Wschodniej do 10 proc. w roku 2014/15 poprzez regionalizację dostawców, otwieranie różnorodnych sklepów i sprzedawanie większej ilości usług takich jak: stoiska z telefonami, salony optyczne, apteki, usługi foto i rozwój usług finansowych. – W Polsce możliwości rozwoju daje nadal każdy rodzaj działalności handlowej. Hipermarkety zmodernizowane do formatu Tesco Extra zwiększają sprzedaż o około 20 proc. Supermarkety w formacie Tesco przyciągają klientów bogatą ofertą produktową, a małe sklepy osiedlowe sprzedają taniej i oferują nieco więcej niż dyskonty. Dzięki wszechstronności, Tesco jest w stanie dopasować odpowiedni sklep niemal do każdej lokalizacji – dodaje Paweł Dworak.

Tesco Polska