

V Česku převládají domácí franšízky, dohnat je chtějí noví zahraniční hráči

V Česku každoročně přibude více než deset franšízových konceptů

Na trh chtějí vstoupit nové fastfoody z USA i značky z Austrálie

Lucie Hrdličková
lucie.hrdlickova@economia.cz

Synonymem franšízového byznysu byly v tuzemsku dlouhou dobu pouze restaurace americké fastfoodové značky McDonald's. Dvacet jedna let po otevření její první pobočky ale v Česku působí už nejméně 170 franšízových konceptů a jejich počet meziročně roste v průměru o 12 procent. Jen loni na českém trhu přibýlo podle prvních odhadů téměř dvacet značek z různých oborů.

Své pobočky v Česku přitom formou franšízingu (tj. podnikání třetího subjektu pod zajetou značkou) už dávno neotvírají jen známé zahraniční značky typu KFC, Starbucks Coffee či Yves Rocher.

Podle studie o franšízingu společnosti Profit Systém převýšil v uplynulých letech počet českých franšízových značek počet těch zahraničních (tvoří 55 procent trhu). K dosud nejúspěšnějším se řadí drogerie TETA, obchody Hruška, restaurace Potrefená husa a Švejk, či prodejce přírodní kosmetiky Botanicus. Tomu už se podařilo expandovat do Rakouska a Německa.

Kolik se v českém franšízovém byznysu točí celkem peněz, zatím nikdo nevyčíslil. Evropské asociace franšízingu ale měří velikost trhu počtem zaměstnanců – ten činí v případě Česka zhruba 30 tisíc lidí.

Gastronomie táhne

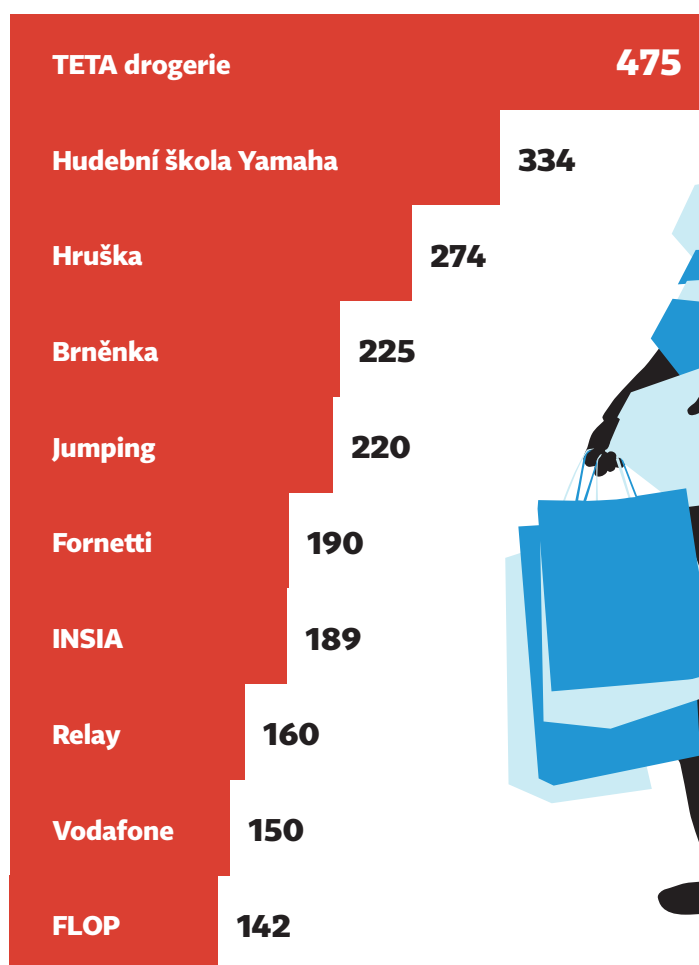
„V letech 2006 až 2008 byl v tuzemsku obrovský boom v realitních sítích. V tuto chvíli je stálý pokrok u restauračních zařízení, hotelů a kavárenského byznysu,“ popisuje franšízové trendy předseda správní rady České asociace franchisingu a majitel licencí na McDonald's Ivo Lamich.

„Zájem o licence je opravdu veliký. Například McDonald's má minimálně několik žadatelů o licenci týdně,“ říká z vlastní zkušenosti Lamich.

Společnost, která utrhá čtyři miliardy korun ročně, loni podepsala v Česku smlouvu s dvěma novými

Podnikání pod cizí značkou v ČR

Největší sítě (podle počtu poboček)



Původ franšízových značek působících v Česku (pět nejvíce aktivních zemí)



15



USA

11



Itálie a Německo

8



Francie

5



V. Británie

franšízanty, kteří aktuálně provozují tři restaurace.

Stále větší zájem je teď ale také o „plnokrevné“ české koncepty restaurací. „V loňském roce jsme plánovali otevřít jednu novou restauraci, nakonec se otevřely dvě,“ řekl HN Pavel Barvík z Pivovarů Staropramen, které vlastní licence na jednu z největších českých sítí restaurací Potrefená Husa.

Zahraníční značky se nevzdávají
Své štěstí přesto chce na českém trhu zkusit hned několik amerických značek, které podnikají v oblasti rychlého občerstvení.

Jak HN informovala Jana Rückeroová z Obchodního oddělení Velvyslanectví USA, už v tuzemsku hledají franšízanty společnosti Benigan's, Dairy Queen, Denny's či Wchich Wich. Terén sondují také americké „zmrzlinárny“ Cold Stone Creamery či Marble Slab Creamery.

Začínajících franšízantů zbankrotuje 20 procent. U běžných podnikatelů je to až 80 procent.

Ivo Lamich

Předseda správní rady České asociace franchisingu a majitel licencí na McDonald's

Z Austrálie se k nám podle Australské obchodní komise znovu chystá kavárenský řetězec Gloria Jeans Coffee, který v loňském roce odešel kvůli krachu franšízanta, a také prodejce bižuterie Diva.

Lákadlo pro investory

Franšízové podnikání má podle lidí z oboru nálepku bezpečného podnikání. I proto se do něj od dob ekonomické krize zajímá stále více menších subjektů, pro něž je jednodušší naskočit do rozjetého vlaku a investovat do zajetého konceptu a značky.

Velikost vstupní investice na rozjetí byznysu se v jednotlivých odvětvích pohybuje v řádu několika milionů korun v závislosti na ceně licence a zázemí, který franšízantovi poskytne majitel licencí.

„Začínajících franšízantů zbankrotuje 20 procent. U běžných podnikatelů, kteří podnikají na vlastní triko, je ta úmrtnost až

osmdesátiprocentní,“ srovnává Lamich rizika podnikání.

Ve franšízovém byznysu se díky nižšímu riziku podnikání rýsuje nový trend, kterým je investování do zajetých franšízových sítí.

„Zvažujeme vstup investora do naší společnosti Daos Plus, která drží licence na restaurace Švejk a která dosud žádného investora neměla. Produkt je zajímavý především pro toho, kdo využije síť a bude v ní umisťovat své produkty, třeba pro pivovary,“ řekl HN Radovan Sochor z Daos Plus, který prodává licence na restaurace Švejk.

Český franšízový byznys

12 PROCENT
Meziroční nárůst počtu franšízových konceptů v tuzemsku.

55 PROCENT
konceptů už je českých.

61 PROCENT
franšíz je ze sektoru služeb.

39 PROCENT
představují franšízové obchody.

30 TISÍC LIDÍ
zaměstnává český franšízový byznys.

Česko a největší franšízové trhy v Evropě

	Počet franšíz. konceptů	Počet poboček
Česko	170	4366
Francie	1569	62 041
Německo	990	66 900
V. Británie	929	4010

ZDROJ: ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU, EUROPEAN FRANCHISE REPORT PROFIT SYSTÉM FRANCHISE SERVICES