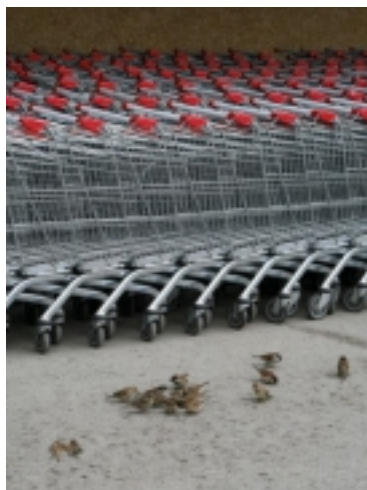


Hypermarkety - expanze do regionů



Author: SF / pb | Published: 28.02.2012

Stran teritoriálních směrů dnes již poměrně střídme hypermarketové expanze Ondřej Vlček dodává: „Výstavba nových objektů se nyní soustředí především do menších regionálních měst s populací 10 - 15 tisíc obyvatel, kde maloobchodní řetězce nabízejí na zmenšené prodejní ploše mix potravin, oděvů a potřeb do domácnosti.“

Inovace pro nové tisíciletí

Trh hypermarketů se v České republice začal tvořit v roce 1996, kdy byl otevřen první z nich, a to brněnský Globus. Od té doby se tento segment maloobchodního trhu dynamicky rozrůstá, ovšem různým způsobem, přičemž jakýmsi zlomovým bodem je rok 2000. Zhruba do přelomu tisíciletí se maloobchodní řetězce v Česku koncentrovaly především na velká města, kde stavěly hypermarkety o prodejní ploše více než 10 000 metrů čtverečních. „Po roce 2000 se expanzní strategie jednotlivých řetězců více diverzifikovaly. V současné době se obvykle staví hypermarkety o prodejní ploše 3 000 - 4 000 metrů čtverečních,“ říká O. Vlček. Podle něj za trendem zmenšování výměr v Česku hodně populárních megaprodejen stojí především dva důvody. Jednak kupující s vyššími příjmy preferují menší formáty prodejen (od supermarketů až po specializované obchody), jednak v menších regionálních městech není tak velká prodejní plocha zapotřebí a pro kupující je zajímavější spíše pestrá skladba potravinářského i nepotravinářského zboží.

Největší nasycení trhu hypermarketů je možné vysledovat v regionu Karlovy Vary (kde na 1 hypermarket připadá zhruba 22 000 obyvatel), následuje kraj Ústí nad Labem (s téměř 30 000 obyvatel na 1 hypermarket) a Moravskoslezský kraj (na 1 hypermarket tu připadá 31 000 obyvatel). Naopak nejmenší saturace trhu hypermarketů je v hlavním městě, kde na jeden hypermarket připadá přibližně 50 000 Pražanů. Relativně slabou síť hypermarketů v metropoli ovšem svým způsobem vyvažují jiné formáty maloobchodních prodejen. (Zajímavé je, že teritoriální rozmístění největších maloobchodních prodejen jde přesně „proti“ kupní síle jednotlivých regionů.) Pokud se sleduje absolutní počet hypermarketů v jednotlivých krajích, pak nejvíce se jich nachází v Moravskoslezském kraji (zhruba 40), za nímž následují Střední Čechy a Ústecký kraj.

Hypermarkety v České republice v roce 2012

Kraj	Počet hypermarketů
------	--------------------

Liberecký	11
Vysočina	12
Karlovarský	14
Pardubický	14
Plzeňský	15
Královéhradecký	15
Jihočeský	17
Olomoucký	17
Zlínský	18
Praha	25
Jihomoravský	27
Ústecký	28
Středočeský	29
Moravskoslezský	40

Zdroj: JLL, únor 2012

Velká pětka

Na tuzemském trhu hypermarketů nyní působí pět hráčů: nizozemská Ahold Group (Albert Hypermarket), britské Tesco, rakouský Interspar a dvě německé firmy: Globus a Schwarz (s hypermarketem Kaufland).

Tesco vstoupilo na tuzemský trh v roce 1996, kdy koupilo od americké firmy K-Markt řetězec obchodních domů. První hypermarket Tesco byl otevřen o dva roky později na pražském Zličíně (dnes je součástí Avion Shopping Parku). V roce 2006 společnost převzala dalších 11 hypermarketů společnosti Carrefour a své české portfolio dále rozšířila loni, kdy Britové od česko-slovenské investiční skupiny Penta koupili 129 minimarketů Žabka a 47 supermarketů Koruna. Aktuálně Tesco v Česku vlastní a provozuje 78 hypermarketů a ve své expanzi pokračuje - letos například otevřelo nový hypermarket v Ivančicích u Brna.

Nizozemská skupina Ahold Group působí v ČR už od roku 1990, kdy koupila řetězec supermarketů Mana (v roce 2000 - 2001 byl přejmenován na Albert). Prvním hypermarketem této firmy se stala Hypernova v Praze-Průhonicích, přičemž k dnešku u nás tento řetězec provozuje 55 hypermarketů pod značkou Hypermarket Albert. V uplynulých letech skupina Ahold Group svoji obchodní strategii v České republice změnila a zaměřuje se především na supermarkety.

Rakouský Interspar je v ČR aktivní od roku 1992, nicméně jeho první hypermarket byl otevřen až v roce 1997, a to v Českých Budějovicích. Hypermarkety Interspar jsou středně velké objekty o prodejní ploše 3 000 - 5 000 metrů čtverečních, které se orientují především na kvalitní zboží. V současné době je u nás 33 hypermarketů Interspar, když od minulého roku společnost spouští i menší formáty Spar (supermarkety) a Spar To Go (convenience shops).

Tradičně silné Německo

Německá skupina Schwarz vstoupila na český trh v roce 1998, a to jak s hypermarkety Kaufland, tak diskontními supermarkety Lidl, když první Kaufland byl otevřen v roce 1998 v Ostravě. Dnes u nás společnost Schwarz provozuje 101 hypermarketů a je tak v Česku nejsilnějším hráčem v tomto maloobchodním segmentu. Zaměřuje se na středně velké prodejní plochy kolem 5 000 metrů čtverečních a rychlou expanzi. Ve větších městech se hypermarket Kaufland obvykle nachází v blízkosti diskontních

prodejen oděvů a obuvi (Takko, Deichmann, KiK Textilien), nebo s nimi sdílí prodejní plochy v jedné nemovitosti.

Jak již bylo řečeno, právě německý Globus u nás v roce 1996 expanzi hypermarketů odstartoval. V současné době má tato společnost v České republice 15 hypermarketů. Od výše uvedené tuzemské „hypermarketové“ konkurence se odlišuje tím, že stále zachovává větší rozměry prodejen (nad 8 000 metrů čtverečních), a to v kombinaci s menší galerií služeb, které doplňují nabídku zboží. Součástí řady hypermarketů Globus jsou také hobby-markety.

Ilustrace: [Kirobuch](#)

28.02.2012 09:18, SF / pb