

ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

1. Η Βουλγαρία βιώνει εντυπωσιακή ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου το τελευταίο διάστημα, με ξένες επιχειρήσεις να εισέρχονται στην αγορά και να ανταγωνίζονται τις ήδη ισχυροποιούμενες εγχώριες εταιρείες. Η αγοραστική κουλτούρα της χώρας μεταβάλλεται καθώς το ανταγωνιστικό και ταχέως μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις του κλάδου να προσφέρουν διαφορετικές μορφές λιανικού εμπορίου. Η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και η υψηλή εσωτερική ζήτηση έχουν επιταχύνει την δημιουργία μεγάλων εμπορικών κέντρων (malls), μικρών αγορών λιανικών πωλήσεων και υπεραγορών εκτός πόλεων. Οι ξένες επιχειρήσεις προσελκύονται στην Βουλγαρία από την ταχύτητα αύξησης του διαθέσιμου εισοδήματος, παρά την χαμηλή βάση εκκίνησης του.

2. Οι παραπάνω διαπιστώσεις επιβεβαιώνονται από την καταγραφή των πλέον πρόσφατων επιχειρηματικών σχεδίων που έγιναν γνωστά από μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου λιανικών πωλήσεων. Η γερμανική εκπτωτική αλυσίδα Plus, μέλος του Ομίλου Tengelmann, ανακοίνωσε ότι πρόκειται να λειτουργήσουν στην Βουλγαρία τα πρώτα καταστήματά της το πρώτο τρίμηνο του 2008, με μεγάλο επενδυτικό στόχο (διψήφιο μέγεθος εκατ. € που θα επενδυθούν). Η εν λόγω εταιρεία ακολούθησε τις επίσης γερμανική Kaufland και την λιθουανική VP Market, οι οποίες έχουν ήδη εισέλθει ή ανακοινώσει ότι θα εισέλθουν στην βουλγαρική αγορά. Στην εγχώρια αγορά παρόντες είναι ήδη οι γερμανικές METRO, HIT, BILLA και η τουρκική RAMSTORE, η οποία όμως φαίνεται ότι συρρικνώνεται με σκοπό την διακοπή της λειτουργίας της. Κατά καιρούς έχει γίνει αναφορά στο ενδιαφέρον και άλλων μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου, όπως η γαλλική Carrefour και η γερμανική Lidl, οι οποίες μέχρι τώρα ενδιαφέρονταν περισσότερο για τις γειτονικές (από τις νέες) αγορές όπως η Ρουμανία, αφού το μέγεθος της βουλγαρικής λειτουργούσε αναβλητικά. Ακόμη και επιχειρήσεις από άλλες βαλκανικές χώρες βλέπουν στην Βουλγαρία ευκαιρίες επέκτασης, όπως η σερβική αλυσίδα Delta M, η οποία περιέλαβε την Βουλγαρία στα σχέδια επέκτασής της στα Βαλκάνια ύψους 388 εκατ. δολαρίων όπως ανακοινώθηκε πρόσφατα. Για την εν λόγω επιχείρηση δεν έχει ξεκαθαρίσει ο τρόπος εισόδου, εάν δηλ. θα πραγματοποιήσει νέες επενδύσεις ή θα προτιμήσει την εξαγορά υπάρχουσας αλυσίδας. Πάντως η Delta M σχεδιάζει να επεκτείνει τις δραστηριότητές της στα Βαλκάνια με στόχο ένα 10-15% των αγορών και να το προσθέσει στο 25% της σερβικής αγοράς που ήδη κατέχει.

3. Εκτός των ξένων επιχειρήσεων και οι Βουλγαρικές του κλάδου έχουν ανακοινώσει σχέδια επέκτασης. Η αλυσίδα Piccadily ανακοίνωσε ότι μέχρι το τέλος του 2008 θα ξεκινήσουν την λειτουργία τους ακόμη 10 νέα καταστήματα επιπλέον των 6 ήδη λειτουργούντων στην Σόφια, την Βάρνα και το Βέλικο Τέρνοβο. Η επιτυχία της βουλγαρικής αυτής αλυσίδας είναι χαρακτηριστική ιδιαίτερα μετά την εντυπωσιακή της είσοδο στην αγορά της πρωτεύουσας όπου κατάφερε να αποκτήσει τα δύο καταστήματά της στα δύο πρόσφατα (από ενός έτους) λειτουργούντα εμπορικά κέντρα της Σόφιας. Το 20% της εν λόγω αλυσίδας ανήκει στην Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης, η οποία μέχρι τώρα ήταν και η μοναδική χρηματοδότης της. Μετά την εξαιρετικά επιτυχημένη είσοδο στην αγορά της Σόφιας (έδρα της εταιρείας είναι στη Βάρνα) οι τράπεζες της χώρας έχουν αρχίσει τις προσφορές τους για την χρηματοδότησή της. Άλλη μία βουλγαρική αλυσίδα, η

CBA, με 10 σούπερμαρκετς επίσης στο Βέλικο Τέρνοβο, Γκάμπροβο και Ρούσσε ανακοίνωσε ότι σχεδιάζει την επέκτασή της με ρυθμό 4-8 καταστημάτων ετησίως. Σημειώνεται ότι η εν λόγω επιχείρηση είναι πολυμετοχική εταιρεία 170 μικροιδιοκτητών καταστημάτων λιανικής και χονδρικής πωλήσεως.

4. Εντυπωσιακή είναι εξάλλου η πορεία των εν λειτουργία τριών εμπορικών κέντρων της Σόφιας, η οποία έχει ωθήσει στην ανακοίνωση και άλλων αν και ρεαλιστές αναλυτές της αγοράς διερωτώνται εάν υπάρχει επαρκής χώρος και για άλλα. Εδώ και ένα χρόνο λειτουργούν στην Σόφια 3 εμπορικά κέντρα (City Center Sofia, The Mall of Sofia, Sofia Sky Center). Χαρακτηριστικό της καλής πορείας τους είναι το γεγονός ότι αν και τα ενοίκια είναι ιδιαίτερα υψηλά – και οι εν γένει όροι ενοικίασης μάλλον επαχθείς και άκρως ασυνήθιστοι για τα μέχρι τώρα κρατούντα στην εγχώρια αγορά – εν τούτοις υπάρχει πλήρης κάλυψη των διαθέσιμων χώρων τους και μάλιστα έχουν δημιουργηθεί και οιονεί «λίστες αναμονής» για νέους ενδιαφερόμενους να εισέλθουν σε αυτά. Αποτέλεσμα αυτής της επιτυχίας είναι η ανακοίνωση για την κατασκευή άλλων 10 (!) εμπορικών κέντρων στην πρωτεύουσα και αρκετών ακόμη στην επαρχία. Ειδικοί της αγοράς αναμένουν ότι εντός των αμέσως επομένων ετών, κάθε πόλη της Βουλγαρίας με πληθυσμό 100.000 κατοίκων θα διαθέτει ένα εμπορικό κέντρο, οδηγώντας παράλληλα πολλούς σε προβληματισμό τόσο για την βιωσιμότητα αυτών ακριβώς των κέντρων όσο και στην επίπτωσή τους στην λειτουργία του εκτός αυτών εμπορίου. Σε φάση κατασκευής βρίσκονται ήδη το εμπορικό κέντρο στην Στάρα Ζαγόρα του οποίου η επένδυση θα ανέλθει στα 26 εκατ. € (από την Βουλγαρική εταιρεία Alexandra Group) και εκείνο στην Βάρνα του Κατασκευαστικού Ομίλου Orchid Developments με το εντυπωσιακό ύψος επένδυσης των 130 εκατ. € .

5. Σε ότι αφορά σε ελληνικά σχέδια αυτά αφορούν σε αντίστοιχη ανάπτυξη εμπορικών κέντρων από την Lamda Developments και τον όμιλο Danaos Developments στην περιοχή της Σόφιας και των περιχώρων της.

6. Ειδικότερα σε σχέση με την εξέλιξη της αγοράς των λιανικών πωλήσεων παραθέτουμε στοιχεία χρήσιμα για τους ενδιαφερόμενους. Στις μεγάλες πόλεις της χώρας (Σόφια, Φιλιπούπολη, Βάρνα, Μπουργκάς και Ρούσσε) πραγματοποιούνται περίπου το 70% των λιανικών πωλήσεων. [Εξάλλου το 71% του εκ 7,7 εκατ. κατοίκων πληθυσμού της χώρας συνιστά αστικό πληθυσμό]. Οι συνολικές λιανικές πωλήσεις το 2005 στην Βουλγαρία ανήλθαν σε 6,1 δισεκ € ενώ για το 2006 εκτιμάται ότι ανήλθαν στα 6,3%. Η πρόβλεψη για τα επόμενα έτη κάνει λόγο για συνολικές λιανικές πωλήσεις 6,7 δισεκ € το 2007, 7,1 δισεκ € για το 2008, 7,5 δισεκ € για το 2009 και 7,9 δισεκ € για το 2010. Πιο αναλυτικά και σύμφωνα με επίσημες πηγές αλλά και στοιχεία που προέρχονται από επαγγελματικές οργανώσεις, οι συνολικές λιανικές πωλήσεις στην Βουλγαρία κατανέμονται μεταξύ ειδών παντοπωλείου και μη σε μία αναλογία 49%-51%. Εξ αυτών οι στεγασμένες πωλήσεις αντιπροσωπεύουν το 99% του συνόλου με συνολική ανάπτυξη 48% ενώ οι υπαίθριες παρουσιάζουν ανάπτυξη 120%. Πιο συγκεκριμένα οι λιανικές πωλήσεις ειδών παντοπωλείου οι οποίες το 2005 ανήλθαν σε 3 δισεκ € παρουσίασαν αύξηση 28% τα τελευταία 5 χρόνια και καλύπτουν το 49% της αγοράς, με ιδιαίτερο δυναμισμό να παρουσιάζουν τα σούπερ μάρκετς και τα υπερμάρκετς. Οι πωλήσεις ειδών μη-παντοπωλείου ανήλθαν το 2005 στα 3,1 δισεκ € καταγράφοντας αύξηση 74% τα 5 τελευταία χρόνια και καταλαμβάνοντας το 51% των συνολικών λιανικών πωλήσεων. Οι μεγαλύτερες από αυτές πραγματοποιούνται τα Χριστούγεννα και εν γένει στο τέλος του έτους.

7. Οι προβλέψεις για την πορεία των λιανικών πωλήσεων κάνουν λόγο για αύξησή τους κατά 51% μέχρι το 2010 (σε σχέση με το 2005). Οι λόγοι για την μεγάλη αυτή αύξηση εντοπίζονται στην μεταβολή του καταναλωτικού προτύπου που ευνοεί τις λιανικές πωλήσεις τόσο αγαθών όσο και υπηρεσιών, μέσω των νέων μορφών καταστημάτων, εμπορικών επωνυμιών και πιστωτικών διευκολύνσεων, σε συνδυασμό και με προσφορές, εκπτώσεις, leasing κλπ. Σημαντική παράμετρο συνιστά επίσης η αύξηση του αριθμού των καταστημάτων. Ενώ το 2006 υπήρχαν 40.834 παντοπωλεία, 322 σούπερμαρκετς και 16 υπερμάρκετς, το 2010 εκτιμάται ότι θα υπάρχουν 38.540 παντοπωλεία, 383 σούπερμαρκετς και 31 υπερμάρκετς. Εξάλλου οι αλυσίδες εκπωτικών καταστημάτων θα αυξηθούν από 55 το 2006 σε 161 το 2010. Τέλος οι πωλήσεις ειδών μη-παντοπωλείου αναμένεται ότι θα αυξηθούν κατά 37% (2005-2010) και θα προσεγγίσουν τα 4,3 δισεκ € το 2010. Τέλος εκτιμάται ότι το 2008 θα υπάρχουν στην Βουλγαρία: 35 υπέρμαρκετς του Swartz Group και 8 του Hit, 130 σούπερμάρκετς του VP Market, 43 του Rewe, 32 του Fantastiko, 25 του Piccadily και 5 του Migros Turk. Σε αυτά πρέπει να προστεθούν 30 εκπωτικά καταστήματα του Rewe και 25 του Ομίλου Tengelman, ενώ το Cash&Carry METRO θα έχει 10 μονάδες. Οι ειδικοί του κλάδου προσθέτουν στα ανωτέρω και τα μικρά καταστήματα λιανικής των αλυσίδων σταθμών καυσίμων, ήτοι 450 της Petrol AD, 155 της Lukoil, 100 της Shell, 90 της OMV και 60 των ΕΚΟΕΛΔΑ.

Δρ. Δημήτρης Ζώμας
Σύμβουλος
Οικ. & Εμπ. Υποθέσεων Α΄