

# Równe tempo E.Leclerca

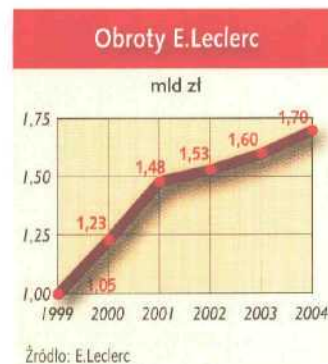
Duże supermarkety i małe hipermarkety planuje uruchamiać E.Leclerc. Przy swoich sklepach zamierza otwierać stacje paliwowe.



Historia zatoczyła koło. W 1996 r. E.Leclerc otworzył w Warszawie hipermarket o powierzchni sprzedaży 2,5 tys. m<sup>2</sup>, następnie powiększył ją do 6 tys. m<sup>2</sup>.

W ubiegłym roku E.Leclerc zwiększył obroty o około 6% w stosunku do 2003 r., do poziomu 1698 mln zł. Według informacji firmy przyczyniła się do tego m.in. większa o 11% liczba klientów niż rok wcześniej. E.Leclerc, podobnie jak w 2003 r., otworzył w ub.r. jeden hipermarket i dwa supermarkety, ale zwiększenie liczby kupujących nastąpiło również w wyniku rozwoju programu lojalnościowego, wdrożonego w sieci dwa lata temu. Natomiast uruchamianie mniejszych niż kilka lat temu placówek wpłynęło na nieznaczne zmniejszenie się wartości koszyka zakupowego. E.Leclerc konsekwentnie realizuje strategię rozwoju supermarketów. Pierwsze mniejsze placówki o powierzchni około 2 tys. m<sup>2</sup> i wyposażone w 20 kas ruszyły w 2003 r. w Kłodzku i Belchatowie, równocześnie rozpoczęto budowę dwóch kolejnych. W marcu ub.r. ruszył supermarket w Nowym Targu, a na początku grudnia pierwszych klientów przyjął supermarket w Tychach. E.Leclerc zapowiada uruchomienie w tym roku dwóch supermarketów na Śląsku, których budowa ruszyła już w ub.r., i rozpoczęcie kolejnych dwóch inwestycji. Krzysztof Gajewski, dyrektor hipermarketu E.Leclerc na warszawskich Bielanach podkreśla,

że mimo mniejszej powierzchni supermarkety E.Leclerc zachowały strukturę asortymentu charakterystyczną dla hipermarketów, a w obrotach znaczącą pozycję stanowią artykuły przemysłowe. Trend zmniejszania powierzchni obecnie otwieranych hipermarketów nie ominął i E.Leclerca. Uruchomiony



w listopadzie ub.r. hipermarket w Elblągu ma 4 tys. m<sup>2</sup> powierzchni sprzedaży, podczas gdy starsze placówki miały średnio powierzchnię sprzedaży wynoszącą 6 tys. m<sup>2</sup>. Trend ten wynika z lokalizowania sklepów już nie w największych miastach, ale średniej wielkości. Obecnie działa jedenaście hipermarketów, być może w tym roku uda się E.Leclercowi zwiększyć ich liczbę o jedną placówkę. Rozwój supermarketów spowodował konieczność dostosowania do nowej sytuacji systemu zaopatrzenia. Do hipermarketów dostawy realizowali producenci, ale sieć supermarketów potrzebuje już centralnego systemu zaopatrzenia. W marcu ub.r. ruszyła platforma logistyczna E.Leclerca w Błoniu pod Warszawą, skąd do sklepów sieci dostarczane są produkty spożywcze suche, chemia gospodarcza i kosmetyki, w tym produkty pod własną marką ECO+. Natomiast produkty świeże pochodzą z magazynu w Grudziądzu, ich dostawami zajmuje się firma Raben. E.Leclerc inwestuje także w rozwój sieci stacji paliwowych przy swoich sklepach. Obecnie działają cztery stacje (w Olsztynie, Rzeszowie, Radomiu, Lublinie), w tym roku mają być otwarte stacje w Elblągu i Belchatowie.

E.Leclerc zapowiada utrzymanie dotychczasowego tempa i poziomu inwestowania. W 2004 r. koszt inwestycji wyniósł około 100 mln zł i taką samą sumę E.Leclerc zamierza zainwestować w tym roku.

mo

## Stopniowy rozwój

Liczba sklepów i powierzchnia sprzedaży sieci E.Leclerc



Miesięcznik

Śr. nakład 35000 egz.

Zasięg ogólnopolski

