



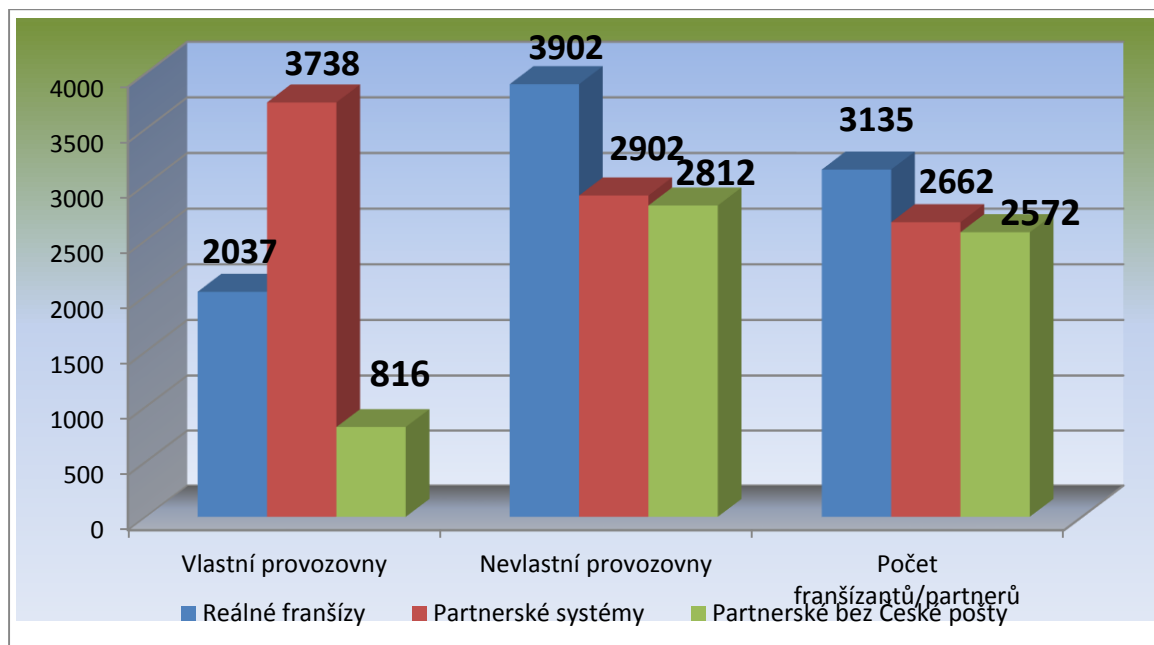
## České značky hrají prim

PRAHA, 3. března 2016 – Podíl tuzemských značek na českém franšizovém trhu neustále roste. Na začátku letošního roku tvořily české franšizové značky 65 % trhu, což představuje meziroční nárůst o 7 p.b. Neznamená to však, že by se zahraniční sítě o náš trh nezajímaly, nebo by z něj dokonce odcházely. Vyplývá to z Reportu franchisingu Česká republika 2015, který každoročně zpracovává společnost PROFIT system franchise services.

Zahraníční značky si udržují konstantní růst, ale jejich podíl rok od roku klesá. „Domníváme se, že tento trend, který svědčí o určité vyzrállosti tuzemského franšizového trhu, bude stále pokračovat. Dnes víme, že Česko je pro zahraniční sítě stále atraktivní. V poslední době odhalilo svůj záměr o vstup hned několik zahraničních značek,“ říká Marek Halfar, ředitel poradenské společnosti PROFIT system franchise services.

Důvodem, proč podíl českých značek roste, je fakt, že stále více tuzemských podnikatelů již vnímá rozvoj prostřednictvím franšizových licencí jako atraktivní způsob expanze. Díky němu totiž mohou proniknout i do regionů, ve kterých by se jim nevyplatilo budovat pobočky vlastní.

**Graf 1: Počet vlastních, franšizových a partnerských poboček a franšizantů/partnerů**



Zdroj: Franšizing Report Česká republika 2015

Na počátku roku 2016 fungovalo na tuzemském trhu 236 konceptů, jež se rozvíjely prostřednictvím licenčních partnerů. Na základě úpravy metodiky, ke které společnost PROFIT system franchise services přikročila, patřilo 190 mezi reálné franšizy, 46 konceptů pak řadíme mezi partnerské systémy. Na

PROFIT system s r.o. Na Pankráci 1618/ 30, 140 00 Praha 4, Tel/ fax: +420 234 633 305

[www.profitsystem.cz](http://www.profitsystem.cz), [kancelar@profitsystem.cz](mailto:kancelar@profitsystem.cz), [www.franchisingINFO.cz](http://www.franchisingINFO.cz), [redakce@franchisingINFO.cz](mailto:redakce@franchisingINFO.cz)  
Společnost je zapsána v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze v oddílu C, vložce číslo 167803  
IČO: 286 67 743; DIČ: CZ286 67 743; výše splaceného základního kapitálu: 500.000 Kč

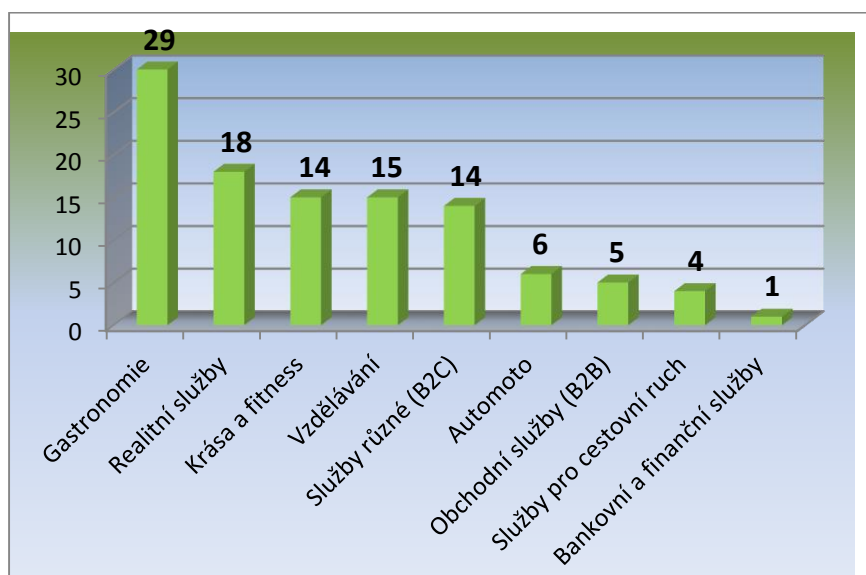
základě změny metodiky a konsolidace franšizového trhu se společnost PROFIT system rozhodla zaměřit se ve svém Reportu franchisingu pouze na reálné franšizy a vyřadit z analýzy firmy fungující pouze na bázi partnerské spolupráce.

Hlavními atributy franšizového trhu byl růst mladších konceptů a konsolidace těch již déle na trhu působících. Mladší koncepty, kterým se podařilo etablovat na vysoce konkurenčním trhu, začaly expandovat se svými pobočkami do dalších regionů. Jednalo se například o franšizy sítě Konopná lékárna, poradenské společnosti Extéria, automyček MaxDrive či firmu zajišťující lékařskou soukromou přepravu Novodobá sanitka. Naopak firmy, které na českém trhu působí už více než 6 let a postupně rozšířily svou síť do všech regionů, započaly s konsolidací své sítě. Tyto společnosti se zbavovaly části franšizových partnerů a zavíraly neefektivní pobočky. Jejich sítě se tak zmenšovaly. Příkladem mohou být Hudební škola YAMAHA nebo obchody Hruška.

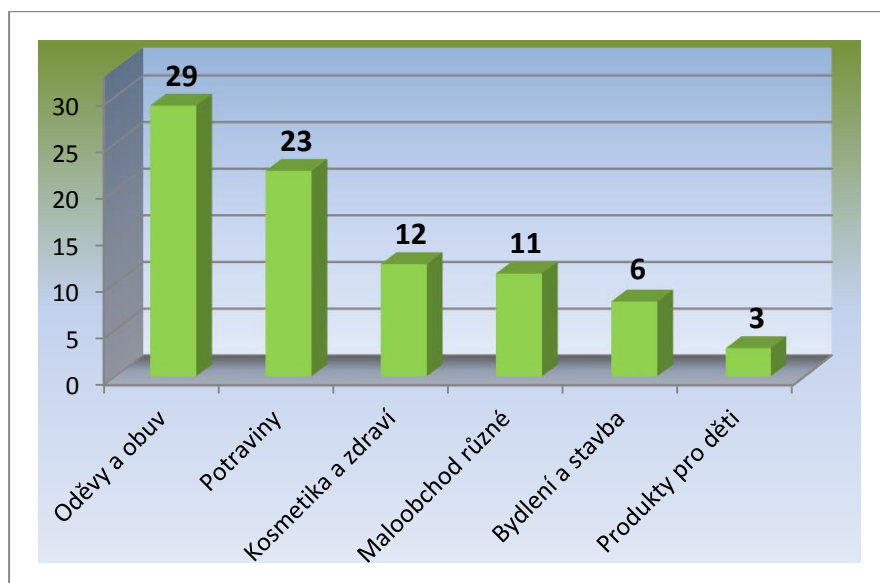
*„V letošním roce se tuzemský franšizový trh stane svědkem dalšího růstu počtu nových franšizových konceptů. Jeho dynamika však nebude taková, jako v předešlých letech. Franšizový trh dospěl do fáze, kdy postupně dosahuje vrcholu a strop by se mohl pro následující období nacházet na úrovni 270 v případě započítání partnerských systémů, respektive 210, budeme-li mluvit o reálných franšizách,“* vysvětluje Marek Halfar.

Jak již bylo zmíněno, Report franchisingu se zaměřil především na reálné franšizy. *„Zároveň jsme při porovnávání počtu franšizových a partnerských poboček také očistili jejich počet o pobočky České pošty, jež má přes 3000 provozoven, což by naše statistiky zkreslilo,“* vysvětluje Marek Halfar s tím, že loni na tuzemském trhu podnikalo pod franšizovými koncepty 3139 lidí, kteří měli na starosti více než 3900 franšizových poboček. Do spolupráce s partnerskými sítěmi bylo zapojeno přes 2600 podnikatelů, ti provozovali téměř 2900 partnerských poboček.

**Graf 2: Rozdělení sektoru SLUŽBY**



**Graf 3: Rozdělení sektoru kategorie Obchod**



Rok 2015 opět prokázal, že model franšizingu pro svůj rozvoj stále volí častěji společnosti působící v sektoru Služeb. Počet reálných franšizových konceptů působící v tomto sektoru činil 106 značek, na oblast Obchodu pak zbývá 84 konceptů. Nejvíce franšizových sítí můžeme nalézt v kategorii Gastronomie (29 franšizových řetězců), Oděvy a obuv (29), třetí příčku pak zaujímají koncepty z kategorie Potraviny (23). Na čtvrtém místě pak jsou Realitní služby s 18 franšizovými sítěmi.

**TOP 5 největších franšizových sítí (dle počtu franšizových poboček):**

| Top 10 franšizových poboček | Počet franšizových poboček | Počet vlastních poboček |
|-----------------------------|----------------------------|-------------------------|
| TETA drogerie               | 441                        | 345                     |
| Brněnka                     | 244                        | 0                       |
| Hruška                      | 219                        | 448                     |
| Hudební škola Yamaha        | 172                        | 1                       |
| Minit (bývalé Fornetti)     | 150                        | 0                       |
| <b>Celkem</b>               | <b>3902</b>                | <b>2037</b>             |

Franšizing je ověřenou metodou vydělávání peněz, kterou s úspěchem používají v mnoha oborech tisíce a tisíce podnikatelů na celém světě. Jde o systém marketingu produktů, služeb a technologií, spočívající v těsné a stálé spolupráci mezi právně a finančně odlišnými podniky – franšizorem a franšizantem - v

rámci které franšízor poskytuje svým franšízantům určitý nárok, ale rovněž je zavazuje k povinnosti provozovat činnost v souladu s koncepcí franšízingu.

Tento nárok opravňuje každého franšízanta, výměnou za bezprostřední anebo zprostředkované finanční služby, například k využívání obchodního názvu, ochranné značky zboží nebo značky služby, know-how, obchodních a technických metod, apod. Mezi oběma subjekty je uzavřena smlouva v tomto smyslu.

*„Franšízový způsob rozvoje využívají zejména značky, které chtějí se svou sítí expandovat například do regionů. Díky franšízingu se tak mohou realizovat i v oblastech, ve kterých by vlastní pobočky neotevřely. Mnohdy je pro ně rozvoj prostřednictvím franšízantů nejen rychlejší, ale ekonomicky výhodnější,“*  
doplňuje Marek Halfar.

**V případě dotazů kontaktujte prosím:**

**Ing. Barbora Štanglová**

PROFIT system franchise services s.r.o.

+420 742 042 040

e-mail: [bstanglova@profitsystem.cz](mailto:bstanglova@profitsystem.cz)

**Poznámky pro editory:**

Společnost **PROFIT system franchise services s.r.o.** je mezinárodní konzultační společnost, která se zabývá komplexním poradenstvím v oblasti **franšízingu**. Společnost již zpracovala přes 200 franšízových konceptů pro různé obory, včetně bankovních. Jako jediná konzultační společnost ve svém oboru v České republice poskytuje rovněž podporu v oblasti **public relations a komunikace s médii**. Společnost také vyhledává vhodné kandidáty pro prodej franšízových licencí a je členem skupiny PROFIT system s pobočkami v Polsku, na Ukrajině, Maďarsku, Rumunsku, Srbsku, Rusku a také na Slovensku. Další informace jsou k dispozici na: [www.profitsystem.cz](http://www.profitsystem.cz).

Společnost PROFIT system franchise services s.r.o. provozuje odborný portál [Franchising.cz](http://Franchising.cz), který je jediným specializovaným portálem na franšízingu v ČR. Denně přináší články o podnikání pod cizí značkou, vyhledává franšízanty a nabízí zajímavé podnikatelské příležitosti. Portál je zdrojem informací i pro Slovenskou republiku, která zatím takto zaměřeným informačním portálem nedisponuje. Od roku 2012 společnost také vydává čtvrtletník [Vlastní firma FRANCHISING](#), který je jediným volně prodejným magazínem o podnikání pod zavedenou značkou.

Společnost PROFIT system franchise services s.r.o. je řádným členem **České asociace franchisingu**.