

Веригата за бързо хранене „Събуей“ търси франчайз партньори

През българския си филиал може да влезе и в Румъния до края на годината

Деница Ватева | denitzav@dnevnik.bg

Втората по големина в света верига за бързо хранене „Събуей“ (Subway) планира да отвори още 27 заведения в България през следващите 7 години, съобщи директорът „Развитие“ за страната Иван Тодоров. В момента марката разполага с два обекта - в София и във Варна. „Ще се насочим предимно към по-големите градове“, каза още Тодоров. Подходящите места за новите заведения са оживени улици и молове. В момента „Събуей“ наби-

Разходи за контрагента:

- Инвестиция - от 100 хил. до 210 хил. долара
- Първоначалната такса - 10 хил. долара за нов ресторант и 5000 за всеки следващ
- 8% от седмичния оборот се плаща на компанията майка



ра франчайз партньори, които искат да работят под марката. Минимал-

ната инвестиция във всеки обект е 100 хил. долара, а максималната - 210

хил., като сумата зависи от квадратурата на помещението. Първоначалната такса за франчайза е 10 хил. долара за нов ресторант и 5000 долара за всеки следващ обект. При компанията майка отиват още по 8% от седмичния оборот на всеки от ресторантите. Задължителното меню на „Събуей“ включва 12 вида сандвичи, предлагани навсякъде по света. Допуска се да бъдат прибавени и нови типове, които включват специфични съставки, характерни за

Планира да отвори още 27 заведения в страната

всеки регион. В момента продуктите за българските сандвичи се доставят от Германия. В средата на годината веригата ще настъпи и към Румъния. Според източници от пазара е възможно това да стане през българския филиал. „Ще по-

магаме с каквото можем при навлизането там“, коментира Тодоров. „Събуей“ е втората по големина верига за бързо хранене в света след „Макдоналдс“. Тя разполага с над 30 хил. ресторанта на всички континенти. Стратегията ѝ предвижда съсредоточаване върху европейския пазар през следващите години. Именно на Стария континент трябва да бъдат открити нови 10 хил. обекта, работещи изцяло на франчайз.

Британските търговци очакват слаби приходи от коледния сезон

Близо една трета от британските търговски вериги, които се тързват на борсата, са понижали прогнозите си за приходите от продажби за приключилото тримесечие, установи одиторската компания „Грант Торнтън“, цитирана от „Блумбърг“. Общо 27% от публичните търговски вериги са свалили очакванията си за приходите си, като в списъка влизат както по-малко известни имена, така и големи вериги като „Маркс енд Спенсър“ и „Некст“ | БЛУМБЪРГ



Половината китайски износители на играчки вече са извън играта

Половината китайски производители и износители на играчки са фалирали или са спрели да работят през първите 11 месеца на миналата година. Това съобщи „Блумбърг“, като се позовава на правителствени данни. Броят на китайските компании, които произвеждат играчки и ги продават в чужбина, е намалял до 4211 в края на ноември от 8040 в края на 2007 г. Наполовина е намалял и броят на производителите, чийто годишен оборот от продажби зад граница е по-малък от 1 млн. долара. Според правителствените данни през ноември китайските компании са продали в чужбина играчки за 700 млн. долара, което е спад в продажбите на годишна база от 8.6 на сто. В глобален мащаб почти 75% от продадените играчки всяка година са с китайски

8.6%

спад на продажбите има само за ноември

произход. Според „Вашингтон поуст“ гък световният пазар на играчки се оценява на над 22 млрд. долара. Преди по-малко от месец базираната в Хонконг асоциация на производителите на играчки заяви, че през тази година продажбите на китайски играчки по света няма да отбележат ръст. Организацията се аргументира със задаващата се в САЩ и Европа рецесия. Наскоро в Хонконг уволнени служители на фабрики

за играчки се сблъскаха с полицията по време на протести. В края на годината броят на хората в Хонконг и Китай, които работят в сектора, се увеличи чувствително заради свиването на производството и обявените уволнения. Анализатори посочват, че от февруари не само китайските, но и останалите производители на играчки, които присъстват на американския пазар, ще си имат нови главоболия. Тогава в сила влиза специален за-

кон, чиято цел е да направи играчките безопасни за потребителите. Това включва ограничаването или изключването на оловото като съставка в боите, с които се оцветява продукцията, както и по-стрикти условия за премиаване на контрол над качеството. Конгресът одобри законната мярка, след като миналата година милиони играчки с китайски произход бяха изтеглени от американските магазини заради опасения, че съдържащото се в боята им олово може да доведе и до отравяне. Тогава пострадаха не само китайски компании - сред опарените беше и гигантът „Мател“, който произвежда популярната кукла Барби. Дружеството беше принудено да изтегли над 20 млн. бройки от продукцията си заради непокрити условия за безопасност. | ДНЕВНИК

„Мартинели“ затварят малките магазини, отварят големи

Лили Границка | liligr@dnevnik.bg

Една от водещите фирми за обзавеждане у нас - „Мартинели“, ще затвори три малки магазина и ще се съсредоточи основно върху шоурумове, съобщи Мариана Митева, финансов мениджър на дружеството. Това е част от бизнес стратегията на компанията, с която се оптимизират разходите в условията на криза, допълни тя. Митева заяви, че компанията има достатъчно поръчки, които да изпълнява през следващите две години, а дотогава се надява кризата да е отминала. „Мартинели“ е една от предпочитаните фирми за обзавеждане на хотели. Магазините, които се затварят, са един във Варна и два в София на ул. „Герги Софийски“ и ул. „Раковски“. В същото време компанията открива нов

шоурум в търговския парк в Пловдив. В края на годината гък отвори врати магазинът на бул. „Симеоновско шосе“ в София. Той е с площ 2000 кв.м и предлага обзавеждане от най-високия луксозен клас. Компанията „Мартинели“ е основана през 1994 г. Предлага комплексно обзавеждане за дома, офиса, вилата и хотела. Притежава 18 шоурума в големите градове на страната. Има складови бази и собствен автопарк. За нея работят 350 души. Предлага четири серии обзавеждане - висок клас, икономична серия, екзотик стил и домашен стил. Компанията е директен вносител на керамика и обзавеждане от Италия, Испания и Португалия.