

Verlag van die Hoof-Uitvoerende Beampte

14



JW Basson

SAKE-OMGEWING

Die sake-omgewing in die verslagdoeningstydperk het die kleinhandel sektor voor baie uitdagings te staan gebring. Teen die agtergrond van die flou prestasie van die ekonomie as geheel het die besteebare inkomste van verbruikers, in die besonder dié in die laer-inkomstegroepe, groot druk ervaar. Faktore soos hoë huishoudelike skuld en die stygende koste van noodsaaklike dienste soos elektrisiteit en vervoer het hul koopkrag ondermyn. Alhoewel die sterk rand plaaslike verbruikers gedeeltelik teen die volle impak van internasionale voedsel- en energiekoste beskerm het, het dit ook uitvoere vanuit

Suid-Afrika belemmer en werkskepping beperk. Hoewel die verkope van duursame goedere soos motorvoertuie herleef het namate meer welgestelde verbruikers voordeel uit die lae rentekoers getrek het, was besteding op snelomsetverbruikersgoedere steeds bedruk en was daar min faktore wat 'n verbetering sou aandui.

Die bestuur is toenemend besorg oor die vermoë van baie kleiner plaaslike verskaffers om te oorleef. Hoë insetkoste en rigiede arbeidsregulasies maak dit al hoe moeiliker vir hulle om mededingend te bly ten opsigte van invoere. Hul afwesigheid sou nie net werkloosheid verhoog in sommige sektore waarin die Groep sake doen nie, maar sou ook die voorraad van sekere produkkategorieë in gevaar stel. Gebeurlikheidsplanne om sodanige produkte van alternatiewe bronne te verkry, is gereed ten einde die Groep teen enige potensiële negatiewe gevolge te beskerm.

BEDRYFSOORSIG

Prysmedinging tussen voedselkleinhandelaars in die Suid-Afrikaanse mark was steeds aggressief. Ten einde verbruikers by te staan en sy posisie om konsekwent die laagste pryse te bied te beskerm, het die Groep se supermarkkettings pryserhogings tot die minimum beperk deur kostebesparings na verbruikers oor te dra. Meer as 40% van sy produkkategorieë kon dus teen dieselfde of 'n laer prys as in die vorige verslagdoeningstydperk aangekoop word.

Interne voedselinflasie het 'n gemiddelde van -0.1% vir die verslagdoeningstydperk gehandhaaf (2010: 2.2%) in vergelyking met die amptelike voedselprysinflasie van 3.2%. Teen hierdie agtergrond het omset vir die 52 weke tot Junie 2011 met 7.3% gegroei in vergelyking met die 53 weke van die vorige finansiële



Deur internasionale beste praktyk op alle aspekte van die onderneming toe te pas, het die bestuur die lae prysposisionering van sy supermark handelsmerke toenemend versterk wat gesorg het dat 64.3% van alle Suid-Afrikaanse kopers nou by die groep se kettings inkopies doen, aldus AMPS.

jaar. Op 'n vergelykbare basis van 52 weke was die groei 9.7%.

Streng kostebestuur en die voortgesette verbetering in doeltreffendheidsvlakke het dit vir die Groep moontlik gemaak om sy handelsmarge tot 5.5% te verhoog. Die bestuur beskou dit as 'n bevredigende prestasie in die lig van aansienlike stygings in bedryfskoste soos personeelsalarisse, huurgeld en elektrisiteit in die tweede helfte van die jaar.

KERNSAKE

Die Groep se kernsake – sy drie supermarkkettings Shoprite, Checkers en Usave, wat altesaam die hele LSM-verbruikerspektrum in Suid-Afrika dek – het suksesvol handel gedryf in die verslagdoeningstydperk. Shoprite, die grootste van die drie ten opsigte van omset en hoeveelheid winkels, is steeds die dominante speler in die middel- tot laer-inkomstesektore ondanks sterker mededinging van 'n toenemende getal deelnemers. Hy het dit teëgewerk deur sy teenwoordigheid uit te brei in veral ekonomies benadeelde woongebiede

met volle-diens-supermarkte wat apteke insluit en sodoende toenemend toegang tot voorskryf- en toonbankmedisyne bied. In die verslagdoeningstydperk het die Groep 11 netto nuwe winkels geopen, wat die totaal in Suid-Afrika op 331 te staan bring.

Checkers het sy posisie in die hoërinkomste-verbruikersegment verder veranker, in so 'n mate dat 53% van sy klante nou in LSM 8-10 val. Die handelsmerk se herposisionering was so suksesvol dat dit toenemend die voorkeur-ankerhuurder vir baie nuwe inkopiesentrums landwyd is. Dit was, vir die derde opeenvolgende jaar, die snelgroeiendste supermarkketting in die land. Dit het sy reekse spesialisaaanbiedinge soos landgoedwyne, eksotiese kase en handelsmerk- vars vleisprodukte steeds verder uitgebrei.

Usave se lae kostestruktuur stel dit in staat om konsekwent vergelykbare produkte teen laer pryse as sy mededingers te verkoop. Die ketting se strategiese rol in 'n toenemend mededingende plaaslike mark het in die verslagdoeningstydperk toegeneem. Ten einde toegang tot wenslike persele te verkry, ontwikkel dit op innoverende maniere

15



Verlag van die Hoof-Uitvoerende Beampte (vervolg)

winkels in samewerking met grondeienaars. Die ketting sal sy program vir die opening van nuwe winkels in die nuwe finansiële jaar versterk.

Deur internasionale beste praktyk op alle aspekte van die onderneming toe te pas, het die bestuur die lae prysposisionering van hierdie handelsmerke toenemend versterk. Sodoende trek die Groep voordeel uit onlangse AMPS-navorsing wat toon dat verbruikers meer as een winkel besoek om items op grond van prys uit te soek. Navorsing vanuit dieselfde oord toon dat die Groep se kettings nou deur 64.3% van alle Suid-Afrikaanse kopers besoek word.

In die Sunday Times se toekenning vir tophandelsmerke in 2011, waarvan die weners deur verbruikers gekies word, het die Shoprite Groep onlangs in die kategorie geriefsgoedere- en kruidenierswinkel gewen, vir die tweede agtereenvolgende jaar en vir die vyfde keer sedert die ontstaan van die toekenning.

In die verslagdoeningstydperk het die Groep 54 netto supermarkte geopen, 46 daarvan binne Suid-Afrikaanse grense. Die Groep bedryf nou 814 supermarkte, 700 daarvan in Suid-Afrika. Ten einde te verseker dat dit toegang het tot gebiede waar dit in die toekoms sou wou handel dryf, koop die Groep ook toenemend grond en geboue vir potensiele ontwikkeling. Die Groep beoog om ten minste dieselfde hoeveelheid winkels in die nuwe finansiële jaar te open, 16 daarvan elders in Afrika.

GROEPDIENSTE

Die bestuur glo dat die Groep goed geposisioneer is vir toekomstige groei vanweë sy uitgebreide infrastruktuur vir die verkryging en verspreiding van produkte, 'n veelvlakkige winkelnetwerk vir die verskillende handelsmerke, van die gesofistikeerde inligtingstegnologie (IT) stelsels beskikbaar ter ondersteuning van sy werksaamhede, en

ervare bestuur ten opsigte van alle aspekte van die onderneming. Deur die beginsels van deurlopende toevoer toe te pas, word winkels herontwerp om handelsruimte te vergroot en ruimte vir die bekendstelling van die nuutste tendense in uitleg en aanbieding te skep.

Dit is 'n algemeen aanvaarde feit dat voedselkleinhandel 'n aanvullingsonderneming is. Die verskaffingsketting is dus noodsaaklik vir die sukses van enige voedselkleinhandelaar.

Die Shoprite Groep het meer as 17 jaar gelede onderneem dat dit die maksimum doeltreffendheid uit die verskaffingsketting kon put slegs indien dit elke stadium van daardie proses kon beheer. Terselfdertyd het die Groep begin om te belê in die gevorderste IT-stelsels om die verskaffingskettingfunksies te ondersteun. Hierdie stelsels word gereeld opgegradeer ten einde op hoogte van die nuutste internasionale ontwikkelings te bly.

Die afgelope twee jaar het die Groep aansienlik in die uitbreiding van sy verspreidingsfasiliteite belê, met groot aanbouings by sy sentrums in Brackenfell en Centurion, sodat laasgenoemde steeds die grootste in Afrika is.

AANVULLENDE DIENSTE

Die idee om dit vir klante moontlik te maak om al hul inkopies onder een dak te doen, is verder uitgebrei deur die bekendstelling van apteke in die Groep se supermarkte onder die naam MediRite en drankwinkels onder die naam LiquorShop. Laasgenoemde is by of naby die ingang na Shoprite- of Checkers-supermarkte. Albei lewer 'n diens aan klante en verbeter sodoende hul inkopie-ervaring.

In die verslagdoeningstydperk het MediRite sy getal apteke van 104 tot 121 gegroei en hy begroot vir 'n verdere 22 in die nuwe finansiële

16



jaar. Sy apteke geniet veilige verskaffingskanale van sy mede-filiaal-maatskappy, die farmaseutiese groothandelaar Transpharm, met takke in sowel Kaapstad as Gauteng, wat 93% van hul algehele produkreëks voorsien en hulle die geleentheid bied om direk van internasionale markte aan te koop. Ondanks die gedempte groei in die drankbedryf as geheel het LiquorShop in die verslagdoeningstydperk snel gegroei en 37 winkels in sleutelgebiede geopen, wat die getal winkels nou op 120 te staan bring. Groei sal in die nuwe finansiële jaar verder versnel, aangesien 40 nuwe winkels beplan word, maar dit sal geheel en al afhang van die tempo waarteen lisensies uitgereik word. LiquorShop bied 'n omvattende reëks spiritualieë en ander alkoholrankies.

'n Paar jaar gelede het die Groep die Money Market-konsep bekend gestel ten einde sy aanbod van 'n eenstop-inkopie-ervaring in sy supermarkte te vergroot. Die Money Market-toonbanke brei steeds sy reëks dienste uit, van geldoorplasings en vlieg- en buskaartjies tot die betaling van elektrisiteitsrekeninge, munisipale dienste en verkeersboetes. As deel van hierdie diens bied Computicket, die land se grootste kaartjeverkoper, kaartjies vir bykans alle groot sport-, kulturele en vermaaklikheidsgeleenthede aan.

UITBREIDING BUIE SUID-AFRIKA

Die Groep brei voortdurend sy werksaamhede na Afrika uit en het goeie vordering daarin gemaak om sy teenwoordigheid regoor die vasteland te vestig, jare voor sy mededingers. Die Groep sal sy 17de Afrika-land betree met die opening van 'n Shoprite-supermark in die sakekern van Kinshasa in die Demokratiese Republiek van die Kongo, voor einde 2011. Die uitbreidingsprogram in Nigerië is ook goed op dreef: vier Shoprite-supermarkte is geskeduleer om in die volgende

jaar te open en vele ander geleenthede word ook tans ondersoek.

Nuwe Shoprite-supermarkte sal ook in die nuwe finansiële jaar in Angola, Botswana, Ghana, Madagaskar en Uganda open. Die Usaveketting sal ook sy voetspoor vergroot deur vroeg in die nuwe finansiële jaar sy eerste tak in Zambië te open as deel van 'n bekendstelling van ses winkels in Afrika-lande.

Ten einde die gevolge van 'n duur rand teë te werk, voer die Groep nou handelsware vir sy Afrika-werksaamhede in vanuit vele ander lande buiten Suid-Afrika. Terselfdertyd poog die bestuur voortdurend om Suid-Afrikaanse vervaardigers te oorreed om werksaamhede te vestig in die lande waarin die Groep sake doen.

Die uitdaging waarvoor die Groep te staan kom, is om aan die voerpunt van die voedselkleinhandel op die vasteland te bly. Dit word gedoen deur keur-persone te identifiseer en te bekom in stede en lande waar die Groep voornemens is om sy teenwoordigheid te vestig of uit te brei; ook deur voortdurend bestaande winkels te opgradeer ten einde te verseker dat hulle steeds 'n opwindende inkopie-ervaring bied of deur hulle te skuif na nuwe persele waar hulle nader aan die hart van ontwikkelende stadskerne is.

MEUBEL-AFDELING

Die meubel-afdeling, wat drie kettings bedryf – House & Home, OK Furniture en OK Power Express – het 'n moeilike handelsjaar beleef. Kleinhandelaars het met 'n gemiddelde deflasie van 15.7% in tuisvermaakprodukte en toestelle te kampe gehad.

In hierdie moeilike omstandighede het die meubel-afdeling omset verhoog deur konsekwent 'n baie mededingende prysvasstellingstrategie toe te pas en die hoeveelheid direkte invoere te vergroot.



Verlag van die Hoof-Uitvoerende Beampte (vervolg)

Dit het die afdeling nie net mededingend gehou nie, maar ook 'n beter winsmarge opgelewer. Die twee kettings wat op die laer- tot middel-inkomstemark afgestem is – OK Furniture en OK Power Express – het die sterkste relatiewe groei getoon. Die resultate vir House & Home, wat 'n verlaging in omset aangemeld het, weerspieël grotendeels die finansiële probleme van sy hoër-inkomstemark. Die totale omset van R3,060 miljard was 1.9% hoër as in 2010 terwyl die handelswinst van R131 miljoen marginaal hoër as in die vorige jaar was.

Die afdeling het steeds sterk gegroei ten opsigte van nuwe winkels. In die jaar tot Junie 2011 is 20 netto nuwe winkels bygevoeg – 16 onder die OK Furniture-handelsmerk, drie House & Home-winkels en een OK Power Express – wat die totale getal winkels op 300 te staan bring, 30 daarvan buite Suid-Afrikaanse grense. OK Furniture is verreweg die dominante handelsmerk, met 232 van die 300 winkels wat onder hierdie naam handel dryf.

OK-FRANCHISE

Die Groep se franchise-afdeling gebruik die Groep se supermark-aankoopvermoë om franchise-houers mededingende pryse te bied tesame met die hulpbronne en vaardighede om hul klante 'n haalbare inkopie-ervaring te bied.

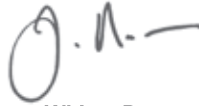
Dit was 'n moeilike tyd vir al die afdeling se lede wat onafhanklike handelaars is wat regoor Suid-Afrika en Namibië asook in Botswana sake doen. As gevolg van hul afhanklikheid van 'n enkele winkel is hulle sensitief vir enige afswaai in die ekonomie. 'n Hoogs mededingende omgewing, lae voedselinflasie en skerp stygings in insetkoste het druk op lede se winsgewendheid geplaas.

Die OK-franchise-afdeling (OKFD) het omset met 7.8% verhoog en

bedryfswinst het toegeneem omdat bokoste die groei in inkomste nageloo het. 'n Belangrike ontwikkeling in die verslagdoeningstydperk was die aanbod wat gemaak is vir Metcash se franchise-afdeling. Dit sal OKFD 'n verdere platform bied waarop hy sy werksaamhede kan vergroot en sy franchise-houers kan vermeerder, in so 'n mate dat dit bykans twee jaar se organiese groei sonder verandering aan sy risiko-profiel sal verteenwoordig. Die transaksie is na afloop van jaareinde deur die mededingingsgesag bekragtig en sal 'n toevoeging van sowat 150 lede tot OKFD tot gevolg hê, al het die meerderheid van hulle 'n klein omsetbasis in vergelyking met bestaande OKFD-franchises.

ERKENNING

Dit was nog altyd vir my 'n eer om 'n span te lei wat so toegewyd en so op sukses toegespits is soos die bestuur en personeel van die Shoprite Groep. Ek werk al lank saam met sommige van hulle, ander is nuut in die span, maar saam het hulle dieselfde strew: om die beste te wees, hoe swaar die tye ook al is. Hierdie beskouing het hulle goed te pas gekom die afgelope finansiële jaar, waarin hulle voor baie uitdagings te staan gekom het wat hulle aangepak het met die wil om te wen. My opregte dank aan hulle almal.



Whitey Basson

Hoof-uitvoerende beampte

26 Augustus 2011

