

Ключевые события продуктового ретейла (05.03.18-11.03.18)

Выпуск 3

Финансовая отчетность и инновации «Дикси»

Планы «Вкусвилл» в 2018 году: 500 новых магазинов

Планы X5 в Саратовской области

Расширения крупнейших продуктовых ретейлеров

2018 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

«Дикси»: рекордные убытки, снижение расходов на персонал, инновации и открытие интернет-магазина

ГК «Дикси» опубликовала данные о рекордных значениях убытков за всю историю компании – 6 млрд руб. за 2017 год. По данным сети подобные результаты связаны с амортизацией нематериальных активов, полученных в результате покупки сети «Виктория» в 2011 году. Положительным фактом является уменьшение расходов на персонал в компании на 18% до 29,6 млрд руб. (повышение эффективности и закрытие магазинов).

На форуме Food Business Russia 2018 IT-директор «Дикси» Владимир Муравьев рассказал об инновациях в сети: оплата через Alipay, дроны и видеонаблюдение для инвентаризации на складах компании, искусственный интеллект и др. В перспективах сети открытие интернет-магазина, но компания сделает это «во второй волне» ретейлеров.

X5 укрепляет позиции в Саратовской области

X5 Retail Group заключило сотрудничество по развитию розничной торговли с правительством Саратовской области. В планах компании построить распределительный центр, а также открыть к 2019 году 130 магазинов в регионе. Все это создаст не менее 2200 новых рабочих мест.

«Магнит» начал развитие в Воркуте

В Воркуте начинают открываться магазины «Магнит», и в ближайшее время сеть расширится до 5 торговых точек. Компания стала первой федеральной торговой сетью в регионе.

«Ашан» открыл гипермаркет в Красноярске

В Красноярске открылся первый гипермаркет «Ашан Сити», столь удаленный от Москвы. Торговая площадь магазина составляет 4 800 кв. м, а ассортимент 26 000 SKU. Инвестиции в открытие магазина составили 370 млн руб.

Расширение Metro Cash & Carry

Новый торговый центр будет построен в Солнцево к 2020 году. Общая площадь составит 9,4 тыс. кв. м., а торговая – 6,5 тыс. кв. м. В 2019 году намечено открытие ТЦ в Пушкинском районе. Ранее сообщалось, что в ближайшие несколько лет Metro Cash & Carry откроет в Подмосковье 5 торговых центров.

«Фасоль» появилась на АЗС в Красноярске

АО «Красноярскнефтепродукт» открыл в Красноярске первый магазин «Фасоль» у АЗС франчайзинговой программы METRO. Это пилотный проект, который ориентирован, прежде всего, на повышение лояльности жителей города, которые проводят большую часть времени за рулем. Таким образом, такое расположение позволит водителям сэкономить время и удовлетворить необходимые потребности в продуктах питания.

«Утконос» жалеет о закрытии собственных розничных магазинов и планирует вернуться в офлайн

В рамках Food Business Russia 2018 одной из дискуссионных тем стала диджитализации продуктового ретейла, в ходе которой генеральный директор платформы «Утконос» Максим Бахтин признался, что компания жалеет о закрытии офлайн-магазинов и теперь пытается вернуться к данному формату через постаматы и продуктоматы.

Планы «Вкусвилл» на 2018 год: 500 новых магазинов и расширение географии присутствия

Выступая на международной конференции Food Business Russia 2018, директор по развитию сети Михаил Мамчур рассказал о планах «Вкусвилла» в предстоящем году, а именно открытие еще 500 магазинов и выход на рынок Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода. В настоящее время сеть активно развивается и получает признание не только столичных, но и региональных покупателей.

Новый кобрендинг: Тинькофф Банк, Азбука Вкуса и Mastercard

Участники нового кобрендингового проекта начали выпускать банковские карты, участвующие в бонусной программе «Азбуки Вкуса». Покупатели могут расплачиваться баллами в супермаркетах, магазинах «АВ Маркет», минимаркетах «АВ Daily» и интернет-магазине av.ru.

Новый сервис по доставке продуктов питания получил инвестиции в размере 500 млн руб.

Девелоперская группа «Ташир» планирует вложить за год 500 млн руб. в сервис по доставке покупок из продуктовых магазинов и аптек SaveTime. Приложение SaveTime предназначено для заказа товаров из магазинов-партнёров «Ташира». На данный момент компания работает с сетями «Перекрёсток», «ВкусВилл», «Детский мир», «Республика», «Рив гош» и аптеками «36,6».

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

X5 Retail Group

X5 заключила соглашение о сотрудничестве с правительством Саратовской области

X5 Retail Group, одна из ведущих мультиформатных розничных российских компаний, заключила соглашение о сотрудничестве с правительством Саратовской области. Документ подписали на экономическом форуме «Движение только вперед!» губернатор Саратовской области Валерий Радаев и директор по взаимодействию с органами государственной власти X5 Retail Group Станислав Наумов.

Соглашение предусматривает совместные действия по развитию розничной торговли в регионе для удовлетворения потребностей населения в высококачественных товарах по доступным ценам, а также по продвижению отечественных товаров, в том числе местных производителей. Стороны также договорились о взаимодействии в разработке и реализации программ для социально незащищенных граждан, в том числе рассмотреть возможность применения электронных социальных карт покупателя, которые предоставляют дополнительные привилегии при покупках в магазинах сетей X5.

В соответствии с соглашением X5 планирует до конца 2019 года открыть в Саратовской области 130 магазинов, а также распределительный центр (РЦ) в этом году. Реализация плана позволит создать не менее 2200 новых рабочих мест и укрепить сотрудничество с локальными поставщиками.

В настоящий момент под управлением X5 Retail Group в Саратовской области работают 125 универсамов «Пятерочка», 7 супермаркетов «Перекресток» и 1 гипермаркет «Карусель».

Источник: <https://www.retail.ru/news/149115/>

Новые супермаркеты откроются в Люберцах и Балашихе

Супермаркеты «Перекресток» откроются в марте на улице Звездной в Балашихе и на Новорязанском шоссе в Люберцах, сообщили в пресс-службе министерства потребительского рынка и услуг Московской области в пятницу.

«Инвестиции в строительство новых торговых объектов общей площадью 2,8 тыс. кв м составили порядка 110 млн руб. Кроме того, создано более 70 новых рабочих мест», - приводятся в сообщении слова министра потребительского рынка и услуг Московской области Владимира Посаженникова.

По его словам, в новых супермаркетах будет представлена широкая ассортиментная линейка наименований товаров, при этом до 40% продукции - подмосковных производителей, в некоторых категориях товаров доля подмосковной продукции превышает 90 %. Все супермаркеты "Перекресток" предоставляют 10% скидку держателям социальной карты Подмоскovie.

На территории Московской области на сегодняшний день работают 109 супермаркетов «Перекресток». Из них шесть магазинов были открыты в текущем году и в ближайшее время запланировано открытие еще четырех объектов.

Источник: <http://www.interfax-russia.ru/Center/news.asp?id=913843>

Магнит

В Воркуту зашел «Магнит»

До Заполярья наконец-то добрались федеральные торговые сети.

Воркутинцы чуть ли не штурмом взяли в понедельник новый магазин федеральной торговой сети, который открылся на ул. Гагарина, 5. Там начал работу первый «Магнит». Этого дня жители Заполярья ждали давно. Как известно, цены в магазинах на Крайнем Севере сильно разнятся с центральной Россией, а вот зарплаты нет, что открыто признал однажды и глава администрации Воркуты Игорь Гурьев. 7 Марта в Воркуте откроется «Магнит у дома» на бульваре Пищевиков, 35, на подходе еще три. Обычно при заходе федеральных сетей открываются параллельно и «Пятерочки», как это произошло прошлым летом в Печоре. И по информации, которой располагает администрация города, «Пятерочка» свои планы по заходу в Воркуту не меняла - это вопрос лишь времени.

- Овощи дешевле и намного, цены приемлемы, не на все, правда, но сравнить есть с чем, - комментирует «ВКонтакте» Елена Кремнёва.

- Очень тесно! Не пройти к витринам! Цены на овощи и фрукты порадовали! Мандарины 68 руб., капуста - 18 руб., а в «Каскаде» мандарины 130, капуста - 40 руб., - добавляет Елена Лежнюк.

- Бананы за 77 р., да когда такое было? Приятно, что федеральный магазин привнес городу некую связь глубинки с центром, совершенно иное культурное обслуживание и подходы, - порадовался и Сергей Дуркин.

Есть, конечно, такие, кто не видит принципиальной разницы между привычными магазинами и «Магнитом». Тем более, что первый день работы был омрачен нестандартной ситуацией с хлебом. Из-за сбоев в кассовой программе покупателям не смогли пробить хлеб - образовались очереди и суматоха. Но, думается, эти нюансы вскоре уладятся. Напомним, что местные предприниматели собирали петиции против захода федеральных торговых сетей на рынок Воркуты, предрекая потерю прослойки малого бизнеса и сокращению рабочих мест в регионе. Решение этого вопроса власти отдали на откуп здравому смыслу и здоровой конкуренции. К примеру, продавцы, нанятые в ЗАО «Тандер» уже сейчас отмечают высокую зарплату и наличие социального пакета, о которых, работая у местных предпринимателей, они и мечтать не могли.

Источник: <https://nevnov.ru/region/Syktvkar/539784-v-vorkutu-zashe-magnit>

Ашан

«Ашан»: выиграет тот, кто работает с локальными производителями

Татьяна Федорович, директор по региональным закупкам «Ашан» рассказала на форуме Food Business Russia 2018 о развитии сети в регионах и работе с поставщиками.

По словам Татьяны Федорович, в непродовольственных товарах побеждает ретейлер, который сможет обеспечить, благодаря крупным логистическим платформам, присутствие недорогого, но интересного товара в своих магазинах. В продуктовом же ретейле побеждает сеть, у которой больше локальных и свежих товаров.

В условиях продовольственного эмбарго — это особенно актуально, покупатели, а вслед за ними и сети, все больше интересуются фермерской продукцией. Однако, объемы производства, удаленность и другие технические сложности не всегда позволяют работать с такими производителями в масштабах всей сети.

– В Барнауле есть отличный производитель сыра, но он в двух часах езды от города, – приводит пример Федорович.

По словам представителя «Ашан», из всех поставщиков ретейлера 95% – это локальные производители. Если смотреть по товарным категориям, то представленность местных продуктов составляет от 60 до 90%.

Согласно исследованию британской компании IGA, сетям стоит информировать покупателя о происхождении товара. Если это локальное производство, то требуется еще и дополнительно усилить на этом акцент. На европейских рынках люди чаще выбирают то, что сделано рядом.

Татьяна Федорович также сообщила, что «Ашан» планирует в этом году открывать магазины в трех форматах – у дома, супермаркеты и гипермаркеты городского типа. Так, 6 марта ретейлер открыл первый гипермаркет в Красноярске, позднее в марте – в Краснодаре. Однако, основной упор будет сделан на ребрендинг. Как ранее заявляла Федорович, в гипермаркетах недостаточно просто выложить товар – покупатель должен получать удовольствие.

Источник: <https://www.retail.ru/news/149085/>

В Красноярске открылся первый гипермаркет «Ашан»

«Ашан Сити Красноярск» стал 33-м магазином формата «Сити» в России. Инвестиции в проект составили 370 млн рублей.

Торжественное открытие первого гипермаркета «Ашан Сити» в Красноярске состоялось 6 марта 2018 года. Новый магазин с торговой площадью 4 800 квадратных метров расположен в ТЦ «Зеленый» по адресу г. Красноярск, ул. Мужества, 10. Команда гипермаркета – 185 человек во главе с директором Татьяной Гавриленко. «Ашан Сити Красноярск» предлагает своим клиентам 26 000 наименований товаров.

В магазине представлена продукция собственного производства таких отделов, как пекарня и кулинария. Также работает специально организованная зона экспресс-кафе. В магазине есть дополнительная услуга для клиентов – чистка рыбы и приготовление рыбных полуфабрикатов. В гипермаркете представлен расширенный ассортимент косметики: помимо известных брендов, в ассортименте магазина присутствует 380 уникальных косметических продуктов и средств для макияжа под собственной торговой маркой Cosmia.

– «Я очень рад открывать сегодня первый гипермаркет Ашан в Красноярске. Этот город стал самым удаленным на восток от Москвы среди всех городов присутствия Ашан», – сказал Франсуа Реми, генеральный директор «Ашан Ритейл Россия».

Источник: <https://www.retail.ru/news/149134/>

Лента

Максим Фомин: «100 рабочих мест будет создано в Подмосковье благодаря строительству нового гипермаркета «Лента»

В феврале 2018 года Министерством строительного комплекса Московской области выдано разрешение на строительство гипермаркета «Лента» в городском округе Мытищи в районе деревни Шолохово.

«Строительство гипермаркета обеспечит еще 100 рабочих мест для жителей городского округа и новые условия для их комфортной жизни в городе, что полностью отвечает градостроительной политике региона», – сообщил заместитель Председателя Правительства Московской области – министр регионального стройкомплекса Максим Фомин.

Новый объект будет возведен с учетом всех современных норм и требований. Согласно плану строительства, новый гипермаркет будет располагать собственной парковкой для покупателей, в том числе для людей с ограниченными возможностями, а также газовой котельной и трансформаторной подстанцией. Общая площадь запланированного объекта составит 10 тысяч кв. метров.

«Объекты торговли по-прежнему востребованы жителями подмосковных городов. Вместе с тем, данный сегмент коммерческой недвижимости по-прежнему привлекателен и для инвесторов. В 2017 году было введено в эксплуатацию порядка 1 миллиона квадратных метров торговых площадей, что на 25 % больше по сравнению с 2016 годом. В настоящий момент в регионе строится около 3 миллионов квадратных метров торговой недвижимости площадью свыше 10 тысяч квадратных метров», – прокомментировал глава строительного комплекса Подмосковья Максим Фомин.

Источник: http://msk.mosreg.ru/sobytiya/novosti_ministerstva/02-03-2018-13-35-03-maksim-fomin-100-rabochikh-mest-budet-sozdano-v-po

«Лента» готовится открыть новый магазин в Барнауле

В ближайшее время состоится открытие супермаркета «Лента» в спальном районе Барнаула, на улице Северо-Западной, 155. Также ретейлер весной должен открыть еще несколько точек в Барнауле. Они разместятся в ТЦ «Бум» на улице Георгия Исакова, 260, на Сергея Семенова, 9 и Кулагина, 44. Все они закрыты на ремонт с ноября 2017 года.

Магазины «Ленты» займут помещения, которые ранее арендовал «Холди дискаунтер», входящий в ГК «Холидей». В прошлом году генеральный директор «Ленты» Ян Дюннинг сообщил о подписании соглашения о приобретении 22 супермаркетов в Сибири у ГК «Холидей». Из них 11 находилось в Новосибирске, 7 в Кемерово и 4 - в Барнауле. После этого магазины были закрыты на реконструкцию для соответствия требованиям «Ленты».

До этой сделки компания управляла 36 гипермаркетами и 4 супермаркетами в Сибири. Всего же в России «Ленте» принадлежат 231 гипермаркет и 97 супермаркетов.

Источник: https://shopandmall.ru/news/Lenta_gotovitsya_otkryt_novyy_magazin_v_Barnaule

«Лента» открывает 45-й супермаркет в Москве

Новый магазин торговой сети «Лента» открылся в Москве по адресу Пятницкое шоссе, д. 29, к.2. Общая площадь супермаркета составляет 1 410 кв. м, из которых 773 кв. м занимает торговое пространство. В торговом зале установлено 6 кассовых аппаратов. Супермаркет находится в арендованном помещении.

Новый магазин стал третьим супермаркетом, открытыми «Лентой» в 2018 году. С открытием магазина компания увеличила сеть до 232 гипермаркетов в 84 городах России и 100 супермаркетов в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге и Центральном регионе.

Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 5,6 тысяч кв.метров, средняя площадь супермаркета – 900 кв.метров. Компания оперирует 7 собственными распределительными центрами.

Источник: https://shopandmall.ru/news/Lenta_otkryvaet_45_supermarket_v_Moskve

Дикси

В 2017 году чистый убыток «Дикси» вырос до 6 млрд рублей

«Дикси» нарастила убыток до 6 млрд рублей и считает его «бумажным», говорится в отчете компании.

Группа «Дикси» (включает в себя магазины «Дикси», «Виктория» и «Мегамарт») отчиталась о наибольшем в истории компании убытке, который составил 6 млрд руб. Представитель ретейлера заявил, что такой убыток связан с амортизацией нематериальных активов, образовавшихся при покупке сети «Виктория» в 2011 году. Выручка «Дикси» за 2017 год составила 282,8 млрд руб. (-9% за год).

«Чистый убыток в размере 6 млрд рублей за 2017 год и 5 млрд рублей в четвертом квартале имеет место только на бумаге. В четвертом квартале произошло обесценение и амортизация нематериальных активов, образовавшихся при покупке сети «Виктория» в 2011 году. Сумма обесценения составила более 5 млрд рублей. Эта транзакция является не денежной бухгалтерской проводкой и не влияет на операционную деятельность компании», — отметили в пресс-службе «Дикси».

Скорректированный результат четвертого квартала 2017 года — чистая прибыль в размере 129 млн рублей, таким образом, компания является прибыльной уже три квартала подряд, добавили в пресс-службе.

Источник: пресс-релиз «Дикси»

IT-директор ГК «Дикси» рассказал об инновациях в сети

Владимир Муравьев, IT-директор ГК «Дикси», рассказал на форуме Food Business Russia 2018 о применении ИИ, внедрении Alipay и использовании дронов.

Одной из технологий, внедряемых в настоящее время, является прием платежей Alipay. Спикер сообщил, что в магазинах «Дикси» жители Китая смогут расплатиться при помощи Alipay уже в ближайшие дни.

Кроме того, в компании используется искусственный интеллект для распознавания договоров. Причем ИИ может выделять в договоре принципиальные места, например, определенные условия возврата денег.

— Последние пару лет мы уделяем инновациям большое внимание. Мы создавали базу стартапов, из которой многое почерпнули для себя и ввели в эксплуатацию, — отметил Муравьев.

Спикер сообщил, что «Дикси» применяет дронов для проведения инвентаризации складов. Специальный программно-аппаратный комплекс проекта GoodsScan позволяет присматривать за складскими запасами за счет камер и дронов, установленных на обычные погрузчики. Однако, по словам спикера, инновации проблематично тиражировать на всю сеть сразу:

— Amazon Go пока в единственном экземпляре, потому что в нем на квадратный метр килограммы аппаратуры. Распространить это на тысячи магазинов стоит огромных денег. Найти эти средства при наших поисках маржинальности и низкой цены довольно трудно.

Интернет-магазин «Дикси» собирается открывать «второй волной».

— Нон-фуд ретейлеры уже давно должны были запрыгнуть в этот поезд. У фуд-ретейла впереди еще много чего. Наши лидеры набьют шишки, а мы скопируем модель, — сообщил Муравьев.

Источник: <https://www.retail.ru/news/149110/>

ГК «Дикси» начала подключать магазины к платежной системе Alipay

Это позволит торговым сетям «Дикси» и «Виктория» привлечь дополнительный клиентский трафик за счет студентов и туристов из Китая.

Подключение к системе Alipay первых тестовых магазинов «Дикси» началось в конце февраля в Москве и Санкт-Петербурге. Сегодня принято решение о тиражировании сервиса на все торговые объекты сети с ежедневным подключением не менее 150 магазинов. В ближайшее время система станет доступна и во всех регионах присутствия компании. Также ведется тестирование работы с Alipay сети супермаркетов «Виктория». Внедренный функционал может быть в дальнейшем использован для подключения других электронных средств оплаты.

Российские продукты питания традиционно очень ценятся китайскими покупателями и считаются экологически чистыми и полезными. Особенно популярны среди китайцев российские сладости и выпечка. Подключение Alipay к кассам «Дикси» позволит китайским туристам и постоянно проживающим в России гражданам Китая оплачивать товары в магазинах наиболее комфортным и привычным способом – с помощью мобильного приложения.

Теперь всю информация о торговых точках, товарах и акциях сети «Дикси» китайский турист может получать в мобильном приложении Alipay на китайском языке. Система геотаргетинга позволяет туристам оперативно находить места, где можно купить интересующие их продукты. Приложение также позволяет планировать покупки заранее на этапе подготовки к поездке в Россию.

По данным исследования компании Nielsen, более 90% китайских туристов предпочитают во время заграничных поездок использовать мобильное приложение в качестве основного платежного инструмента.

Директор по развитию бизнеса Alipay в России, странах СНГ и Ближнего Востока Богдан Задорожный: «Гости из Китая активно и много интересуются российскими товарами, причем речь идет не только о премиальном, но и регулярном ассортименте магазинов формата «у дома», среди которого овощи и фрукты, молочная продукция, выпечка и кондитерские изделия».

Источник: <https://www.retail.ru/news/149146/>

«Дикси» рекордно сократила расходы на персонал

Группа «Дикси» (управляет торговыми сетями «Дикси», «Виктория» и «Мегамаст») в 2017 году сократила расходы на персонал на 18% или на 6,6 млрд руб. — до 29,6 млрд руб., также группа снизила в 4,5 раза общую сумму вознаграждения топ-менеджерам до 286,7 млн руб., следует из отчетности компании. Это рекордное сокращение затрат на персонал, проведенное ретейлером за последние 10 лет.

«Сокращение затрат связано с повышением эффективности бизнес-процессов, в том числе закрытием нерентабельных магазинов, новой системой премирования, автоматизацией ряда бизнес-процессов в рамках общей политики контроля за расходами и более рациональным использованием средств», — представитель сети.

«Дикси» исторически имеет самый высокий уровень затрат на персонал в отрасли, говорит старший аналитик BCS Global Market Марат Ибрагимов. По его словам, продемонстрированное снижение является рекордным для «Дикси» за последние 10 лет. По итогам 2017 года, по подсчетам Ибрагимова, показатель затрат «Дикси» на персонал составил 31 452 руб. на 1 кв. м. В 2016 году аналогичный показатель был равен 38 905 руб. за 1 кв. м. Для сравнения, аналогичный показатель у «Магнита» в 2016 году составлял 18 135 руб. на 1 кв. м., у X5 Retail Group — 20 266 руб. на 1 кв. м. (за 2017 год компании еще не публиковали отчетность по МСФО). Самыми высокими

затраты на персонал «Дикси» фиксировала в 2015 году, говорит Ибрагимов: тогда они составили 42 623 руб. за 1 кв. м.

«Дикси» показала рекордное снижение затрат на персонал в абсолютной величине и в расчете на квадратный метр торговой площади (на 19%). При этом ретейлер по-прежнему серьезно отстает от лидеров отрасли по данному показателю, что свидетельствует о наличии существенного потенциала для дальнейшей оптимизации этой статьи расходов за счёт более гибкого использования линейного персонала в магазинах», — сказал Ибрагимов.

Источник: <http://www.foodnewstime.ru/novosti-torgovli/diksi-rekordno-sokratila-rasxody-na-personal.html>

ФАС признала «Дикси» нарушителем закона по жалобе «Мортадель»

Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС) признала АО «Дикси Юг» нарушителем закона «О торговле» по иску от производителя колбасы «Мортадель». Об этом сообщает пресс-служба ведомства.

«Ретейлер в одностороннем порядке определил условия договора по некоторым услугам, которые являлись невыгодными для ООО «Фирма «Мортадель» и привели к ограничению доступа поставщика на товарный рынок», — говорится в сообщении.

Ретейлера привлекут к административной ответственности по части 2 статьи 14.40 КоАП (нарушение антимонопольных правил при осуществлении торговой деятельности). По тексту закона, компании грозит штраф в размере от 2 до 5 млн руб.

В пресс-службе «Дикси» решение регулятора назвали «странным».

Конфликт между компаниями начался весной 2017 года после того, как «Мортадель» потребовал от «Дикси» снизить торговую наценку на свою продукцию с текущих 182-220% до 150% и вернуть свыше 100 млн руб., якобы выплаченных сети за «лжемаркетинг». В ответ ретейлер расторг договор с производителем о поставках из-за выявленных проблем с качеством продукции.

Одновременно с этим «Мортадель» пожаловался в ФАС на противозаконные требования со стороны «Дикси» (и получил ответную жалобу), а также подал иск к ретейлеру в Арбитражный суд Московской области на сумму 47,4 млн руб. В сентябре суд в удовлетворении иска отказал; в свою очередь, ФАС в июле возбудила по жалобе «Мортадель».

Источник: пресс-релиз «Дикси», <http://tass.ru/ekonomika/5015144>

Metro Cash & Carry

Торговый центр Metro Cash & Carry в Солнцево откроется в начале 2020 года

Торговый центр Metro Cash & Carry построят в Солнцево, сообщила в пятницу пресс-служба Мосгосстройнадзора. Там уточнили, что разрешение на строительство торгового центра выдано по адресу: Боровское шоссе, вл. 12, корп.2.

«Строительство планируется завершить в начале 2020 года», — приводятся в сообщении слова председателя ведомства Олега Антосенко.

Как отмечается, общая площадь ТЦ составит 9,4 тыс. кв. м, торговая — 6,5 тыс. кв. м. Паркинг будет рассчитан на 260 машиномест.

Торговый комплекс возводится за счет средств инвестора. Застройщик — ООО «Метро Кэш энд Керри».

«К проверкам торгового центра в Солнцево комитет приступит после подачи застройщиком извещения о начале работ», — добавляется в материалах.

Как сообщалось, на март-апрель текущего года намечено открытие двух гипермаркетов Metro в Подмосковье — вблизи деревни Ликино Одинцовского района и около поселка Апаринки Ленинского района. В 2019 году планируется открытие ТЦ Metro в Пушкинском районе.

Источник: <http://realty.interfax.ru/ru/news/articles/91207/>

Заправься «Фасолью» на КНП

8 февраля АО «Красноярскнефтепродукт» (КНП) торжественно открыло первый в Сибири магазин «Фасоль» франчайзинговой программы компании METRO Кэш энд Керри. Полный бак! И полный пакет!

До недавнего времени магазинами шаговой доступности для красноярцев были разного вида и рода торговые ларьки и павильоны, но в последнее время их активно убирают с городских улиц. С другой стороны, многие автомобилисты привыкли делать покупки продуктов и предметов быта в магазинчиках при АЗС, но, как правило, ассортимент в них небогат, да и устраивают такие торговые точки в основном на магистральных трассах за городом.

Компания «Красноярскнефтепродукт», которая сегодня активно развивает крупнейшую сеть АЗС в крае (у КНП 140 заправок в регионе), решила исправить этот недостаток, по крайней мере, в отношении своих клиентов! Стремление помочь тем, кто большую часть жизни проводит за рулем (в частности, упростить ежедневные покупки), и привело к союзу КНП с одной из самых известных мировых торговых сетей - компанией METRO. Тандем дал жизнь первой «Фасоли» в Красноярске по адресу улица Грунтовая, 24а. В минимаркете широкий ассортимент товаров: детское питание, молочная продукция, свежая выпечка, ароматный кофе, также есть автомобильные аксессуары и масла.

- Это не просто магазинчик при автозаправке, а небольшой, но полноценный минимаркет, специально разработанный METRO Кэш энд Керри для сетей АЗС «Красноярскнефтепродукт», - акцентировал внимание журналистов генеральный директор АО «Красноярскнефтепродукт» Андрей Чернов. Мы надеемся, что эта первая «Фасоль» станет привлекательной не только для автомобилистов, но и для жителей близлежащих домов, поскольку здесь в новом микрорайоне подобных магазинов нет.

Международная сеть METRO Cash & Carry активно сотрудничает с российскими компаниями в рамках франшизных соглашений. За последние 2 года под брендом «Фасоль» запустили 260 магазинов. Из них на заправках было всего 2, и те в Московской области. Проект с «Красноярскнефтепродукт» стал третьим для России и первым в Сибири.

- Мы всегда ищем надежных партнеров, которые строят устойчивый бизнес на основе долгосрочных планов. «Красноярскнефтепродукт» - именно такая компания. Они работают в регионе почти 100 лет и давно зарекомендовали себя как мощная сеть заправок. «Поэтому, когда КНП проявил интерес к созданию торговой сети на своих АЗС, мы с радостью пошли навстречу», - сказал генеральный директор METRO Кэш энд Керри в России Джери Калмис. - У нас уже есть успешный опыт работы с сетями АЗС. Сибирь же для нас очень важный и очень перспективный регион. Держатели франшизы «Фасоль» берут на себя обязательства по обеспечению широкого ассортимента продуктов, включая товары под собственными марками METRO. Часть товаров руководство магазина выбирает самостоятельно, с учетом потребностей покупателей, региональных особенностей и зоны покрытия магазина. Первая «Фасоль» на АЗС «Красноярскнефтепродукт» кроме продовольственной группы товаров может предлагать широкий ассортимент товаров для дома и даже для дачи, поскольку находится на окраине города.

- «Фасоль» на АЗС по адресу улица Грунтовая, 24а,- это наш пилотный проект. По итогам его реализации мы будем планировать дальнейшее развитие сети подобных магазинов,- пообещал гендиректор КНП Андрей Чернов. - Полноценный магазин при АЗС - это сегодня уже необходимость, поскольку автомобиль для многих красноярцев стал предметом первой необходимости - таким же, как продукты питания.

На фоне бесконечных жалоб красноярцев на дефицит парковочных мест у торговых комплексов «Красноярскнефтепродукт», похоже, начинает продвигать непривычное пока решение: не автомобилисты заправляют машины на АЗС, чтобы ехать в магазин, а наоборот - магазины «приезжают» на АЗС, где автомобилисты заправляют машины. Поистине восточная притча наоборот - не Магомет идет к горе, а гора к Магомету! - Очень важно развивать в Красноярске современные форматы ретейла шаговой доступности, которые позволят повысить качество жизни горожан,- заявил заместитель главы города - замглавы Красноярска, руководитель департамента социально-экономического развития Вячеслав Полищук.- Сотрудничество КНП с признанным международным лидером МЕТРО Кэш энд Керри поможет всем нам по-новому взглянуть на то, какой может быть современная торговля и «у АЗС».

Источник: http://www.krasrab.com/archive/2018/02/14/04/view_article

Другие темы

Как будут меняться форматы магазинов?

Растущая конкуренция и развитие интернет-торговли заставляют ретейлеров искать новые ниши и рынки. Как при этом будут меняться традиционные форматы магазинов, обсудили участники рынка на форуме Food Business Russia 2018.

Сети присматриваются к формату «супермаркет» и считают его перспективным для развития в ближайшее время. Так, «Лента» начала строить супермаркеты только несколько лет назад, «Азбука вкуса» активно развивается в регионах, X5 Retail Group вкладывает средства в редизайн «Перекрестков».

Марита Коскинен, заместитель генерального директора сети Prisma, сообщила, что компания планирует в ближайшее время развиваться именно в сегменте «супермаркет». В скором времени ретейлер планирует открыть первый супермаркет площадью 400 кв. м. в Санкт-Петербурге. Сеть собирается занять среднюю нишу между магазинами у дома и премиальными супермаркетами вроде «Азбуки вкуса».

В ближайшее время никаких особенных изменений в формате «у дома» эксперты не ожидают. По мнению Федякова, даже сокращение инвестиционной программы «Магнита» не окажет сильного влияния на сегмент. Доля «Магнита» и X5 вместе составляет 2/3 рынка.

— Не думаю, что у других игроков есть потенциал занять нишу, даже если ее освободит «Магнит». На всех фронтах высокая конкуренция, и инвестиционные возможности у большинства компаний весьма и весьма ограничены, — пояснил эксперт.

Самые переломные тренды прогнозируются в формате «гипермаркет». С одной стороны, этот формат очень популярен в России из-за широкого ассортимента и низких цен. За последние годы создан огромный парк продуктовых гипермаркетов — их сейчас в России больше 1000. С другой стороны, набирают популярность интернет-магазины. Гипермаркеты не будут закрываться под давлением онлайн-ретейла, но им придется включать интернет-каналы в свою бизнес-модель. Например, в Европе популярен сервис дистанционного заказа продуктов. Покупатель формирует заказ, а потом просто заезжает забрать его. Во Франции доля таких продаж в общей выручке достигает 10%.

Марита Коскинен также отмечает, что тяжелее всего с интернет-магазинами будет конкурировать нон-фуд гипермаркетам. По ее мнению, из таких магазинов исчезнет крупная бытовая и кухонная техника, но останутся товары повседневного употребления. В России компания Prisma откажется от развития продуктовых гипермаркетов. В Финляндии этот формат держится, потому что 80% покупателей лояльны бренду, а доля рынка Prisma составляет около 50%. В России в этом сегменте компании работать тяжело. Одним из направлений эволюции гипермаркетов будет предоставление дополнительного покупательского опыта. Сейчас мало просто представить широкий ассортимент товара — это покупателю могут предложить и интернет-магазины. Татьяна Федорович, директор по региональным закупкам «Ашан», отметила, что гипермаркет должен становиться зоной для приятного проведения времени.

— Если мы создадим удовольствие от покупки, клиент вернется, потому что средняя корзина в гипермаркете будет дешевле чем в магазине у дома, — отметила Федорович.

Сети будут изменять свои традиционные форматы по мере выхода в регионы. По словам Татьяны Федорович, чем глубже ретейлер заходит в регион, тем меньше населения в городах. Соответственно, от гипермаркетов идет переход к супермаркетам, а затем к супермаркетам у дома.

Источник: <https://www.retail.ru/news/149083/>

Глава «Утконос» признал ошибочность закрытия офлайн-магазинов

Последние традиционные розничные магазины были закрыты в 2013 году

В рамках международного форума Food Business Russia 2018 состоялась дискуссионная сессия «Диджитализация Food Retail: как Big Data расширяет границы индустрии».

В сессии приняли участие Антон Мироненков, бывший директор по стратегии X5 Retail Group (сегодня стало известно, что Антон Мироненков возглавил дирекцию больших данных, созданную ретейлером), Марк Завадский, глава Alibaba Russia, Александр Барсуков, генеральный директор TOT, Владимир Муравьев, IT-директор ГК «Дикси» и Максим Бахтин, генеральный директор «Утконос».

Эксперты сошлись во мнении, что в ближайшее время в ретейле начнется «битва экосистем», в состав которых будут входить все возможности покупки, платежей и банковских услуг в рамках бесшовного Customer Journey. При этом изначально преимущество будет на стороне тех игроков, которые уже уверенно чувствуют себя в условиях онлайн-коммерции, как, например, крупнейший российский e-grocery оператор «Утконос».

В ходе дискуссии Максим Бахтин, генеральный директор платформы «Утконос» выразил сожаление о принятом ретейлером решении закрыть все традиционные магазины, – последние офлайн точки были закрыты в 2013 году, а до 2011 года сеть управляла 200 магазинами.

«Было ошибкой закрывать традиционные розничные магазины. Теперь мы пытаемся вернуться обратно в офлайн, но делаем это уже с помощью других инструментов, – таких, как постаматы и продуктоматы», – рассказал Максим Бахтин.

Источник: https://new-retail.ru/novosti/retail/glava_utkonosa_priznal_oshibchnost_zakrytiya_oflayn_magazinov4768/

«Вкусвилл» в 2018 году хочет открыть 500 магазинов, планирует выйти в Петербург

Сеть магазинов «Вкусвилл» в 2018 году хочет увеличить количество своих торговых точек вдвое, открыв 500 магазинов, а также планирует выйти на рынок Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода, сообщил директор по развитию «Вкусвилла» Михаил Мамчур.

"План на 2018 год у нас — добавить еще 500 магазинов к действующим", — сказал Мамчур, выступая на саммите Food Business Russia. Позже он уточнил, что на конец 2017 года компания управляла 513 магазинами. Кроме того, по его словам, ретейлер намерен открыть магазины в Нижнем Новгороде и Санкт-Петербурге.

"Вкусвилл" в 2012-2017 годах открыл 446 магазинов. При этом 2014 год директор по развитию сети называет «переломным». «У нас пошел рост, мы поняли, что наш продукт востребован. Мы видим это до сих пор: от жителей районов ежедневно приходят письма с просьбами открыть магазины», — сказал он. Мамчур также напомнил, что в 2017 году компания открыла свои первые магазины вне московского региона.

"В середине 2017 года мы вдруг решили, что мы все-таки пойдем дальше. Мы открыли первые магазины в Твери, Ярославле, Владимире, Рязани, Туле и Калуге, и, к своему удивлению, получили там достаточно большую лояльность наших покупателей. Причем мы становились в тех местах, где представленность продуктов достаточно высокая", — отметил директор по развитию «Вкусвилла».

Источник: <https://news.rambler.ru/other/39277740-vkusvill-v-2018-g-hochet-otkryt-500-magazinov-planiruet-vyiti-v-peterburg/?updated>

Тинькофф Банк, Азбука Вкуса и MasterCard запускают кобрендовые карты

Крупнейший онлайн-банк в мире Тинькофф Банк, розничная сеть «Азбука Вкуса» и международная платежная система Mastercard представили кобрендовые банковские карты «Тинькофф — Азбука Вкуса» категорий World Mastercard и World Mastercard Black Edition.

Держатели банковских карт «Тинькофф — Азбука Вкуса» платежной системы Mastercard получают бонусы клубной программы «Вкусомания» за все покупки по карте. Накопленными бонусами можно оплачивать покупки в супермаркетах «Азбука Вкуса», «АВ Маркет», минимаркетах «АВ Daily» и интернет-магазине AV.RU по курсу 100 бонусов = 1 рубль.

Александр Бро, руководитель управления развития партнерских программ Тинькофф Банка, комментирует: «Мы рады объявить о начале трехстороннего сотрудничества между Тинькофф Банком, розничной сетью «Азбука Вкуса» и платежной системой Mastercard. Вместе мы подготовили широкую линейку кобрендовых карт, чтобы каждый покупатель смог подобрать для себя наиболее подходящий вариант в зависимости от покупательских предпочтений. Максимальную выгоду от использования новых карт получают клиенты, которые наиболее активно будут ей пользоваться для оплаты покупок в «Азбуке Вкуса».

Привилегии для держателей карт «Тинькофф — Азбука Вкуса» категории World Mastercard Black Edition:

- 30 000 приветственных бонусов «Вкусомания». Начисляют их сразу после активации карты.
- 6 бонусов «Вкусомания» за каждый потраченный рубль в супермаркетах «Азбука Вкуса», «АВ Маркет», минимаркетах «АВ Daily» и интернет-магазине AV.RU.
- 2 бонуса «Вкусомания» за каждый потраченный рубль в категориях «АЗС», «Рестораны» и «Аптеки» — только для кредитных карт.
- 1 бонус «Вкусомания» за каждый потраченный рубль на все остальные покупки от Тинькофф-банк.
- До 30 бонусов за каждый потраченный рубль по спецпредложениям от партнеров Тинькофф Банка. Подключить специальные предложения можно в личном кабинете на сайте Tinkoff.ru или в мобильном приложении Тинькофф.
- Членство в клубной программе «Вкусомания» розничной сети «Азбука Вкуса» в статусе Club Premium. Премиальный статус получают все клиенты после оформления и активации карты «Тинькофф — Азбука Вкуса» категории World Mastercard Black Edition.

Статус действует на протяжении всего срока действия банковской карты. Участники программы Club Platinum получают ежегодный абонемент на один бесплатный кофе в супермаркетах «Азбука Вкуса», «АВ Маркет» и минимаркетах «АВ Daily» ежедневно в течение месяца, 2 бесплатных билета на закрытые мероприятия «Азбуки Вкуса» ежегодно и другие преимущества. Например, клиентам доступны персональные предложения, коллекционные акции, различные задания и квесты с увлекательным содержанием и ценными призами.

Также держатели этих карт получают все преимущества, доступные клиентам по картам премиальной категории World Mastercard Black Edition от Тинькофф Банка: доступ в бизнес-залы ожидания LoungeKey более чем в 1 000 аэропортах по всему миру, круглосуточную помощь персонального менеджера, консьерж-сервис, годовой полис страхования выезжающих за рубеж и другие.

Стоимость обслуживания дебетовой карты — 999 руб. в месяц, кредитной — 7 990 руб. в год.

Привилегии для держателей карт «Тинькофф — Азбука Вкуса» категории World Mastercard:

- До 20 000 приветственных бонусов в зависимости от типа карты. Начисляют сразу после активации карты.

- До 6 бонусов за каждый потраченный рубль в рубль в супермаркетах «Азбука Вкуса», «АВ Маркет», минимаркетах «АВ Daily» и интернет-магазине AV.RU.

- 2 бонуса за каждый потраченный рубль в категориях «АЗС», «Рестораны» и «Аптеки» — только для кредитных карт.

- 1 бонус за каждый потраченный рубль на все остальные покупки.

- До 30 бонусов за каждый потраченный рубль по спецпредложениям от партнеров Тинькофф Банка. Подключить специальные предложения можно в личном кабинете на сайте Tinkoff.ru или в мобильном приложении Тинькофф.

- Членство в клубной программе «Вкусомания» розничной сети «Азбука Вкуса». Карту «Вкусомания» получают все клиенты после оформления и активации карты «Тинькофф — Азбука Вкуса» категории World Mastercard. Участники этой программы получают ежегодный абонемент на один бесплатный кофе в супермаркетах «Азбука Вкуса», «АВ Маркет» и минимаркетах «АВ Daily» в течение месяца, бесплатную доставку заказов из интернет-магазина AV.RU раз в месяц. Также участникам доступно множество персональных предложений, основанных на истории покупок клиента, тематические задания, игры и квесты с ценными призами и увлекательным содержанием.

Обслуживание дебетовой карты категории World Mastercard бесплатно при наличии активного вклада, активного кредита наличными, или при наличии на карточном счете не менее 30 000 руб. за расчетный период. В остальных случаях комиссия за обслуживание равна 99 рублей в месяц. Стоимость обслуживания кредитной кобрендовой карты World Mastercard Тинькофф Банка — 590 руб. в год.

Клиенты Тинькофф Банка могут одновременно пользоваться дебетовой и кредитной картами «Тинькофф Банк — Азбука Вкуса». В этом случае все бонусные баллы за покупки по картам накапливаются на единый бонусный счет.

Все карты «Тинькофф Банк — Азбука Вкуса» поддерживают бесконтактную технологию оплаты, в том числе через Android Pay, Apple Pay и Samsung Pay.

Оставить заявку, подробнее изучить условия обслуживания и тарифы можно на сайте Tinkoff.ru или в мобильном приложении Тинькофф. Карта будет доставлена клиенту в течение нескольких рабочих дней в удобное для него место и время. Обслуживание карты полностью дистанционное и не требует посещения офиса.

Источник: <https://www.retail-loyalty.org/news/tinkoff-bank-azbuka-vkusa-i-mastercard-zapuskayut-kobrendovye-karty/>

Строительная группа «Ташир» инвестирует 500 млн рублей в сервис доставки покупок из магазинов SaveTime

Девелоперская группа «Ташир» Самвела Карапетяна за год инвестирует около 500 млн рублей в сервис заказа и доставки товаров из магазинов SaveTime. Об этом «Ведомостям» рассказал представитель «Ташира» и гендиректор проекта Дмитрий Дорошенко.

Деньги пойдут на развитие и оптимизацию технологического процесса, а также маркетинг и рекламу. Условия сделки стороны не раскрывают.

С помощью приложения SaveTime можно заказывать товары в магазинах «Перекрёсток», «Вкусвилл», «Детский мир», «Республика», «Рив гош» и аптеках «36,6». Стоимость доставки фиксированная — 199 рублей. Пока сервис работает только в Москве, но «Ташир» планирует выходить в другие города и расширять количество магазинов-партнёров.

По словам Дорошенко, доставка занимает не больше часа, за неё отвечает сервис Gett Delivery, которому SaveTime платит за подачу машины и километры в пути. Сейчас SaveTime изучает рынок в поисках новых партнёров, но сотрудничество с Gett наиболее эффективно в долгосрочной перспективе, отметил Дорошенко.

Глава SaveTime добавил, что может потребоваться и собственная доставка — например, для крупной бытовой техники и электроники.

Основной бизнес «Ташира» — девелопмент и управление коммерческой недвижимостью. В январе 2018 года группа заняла третье место в рейтинге «Короли российской недвижимости», подготовленном российским Forbes. Доход «Ташира» от аренды составляет \$650 млн в год.

Источник: <https://vc.ru/34262-stroitel'naya-gruppa-tashir-investiruet-500-mln-rublej-v-servis-dostavki-pokupok-iz-magazinov-savetime>