

Ключевые события продуктового ритейла (21.05.18-27.05.18)

Выпуск 14

ВТБ продал 11,8% «Магнита» «Марафон Групп»
«Оптотек Ряды»: рост выручки на 90% в I кв. 2018

X5 наращивает сотрудничество с регионами

Новые назначения в «О'кей»

«Перекресток Экспресс» попытаются продать в декабре

2018 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

«Марафон Групп» приобрела долю в «Магните»

Инвестиционная компания осуществила сделку с «Магнитом» по покупке 11,8% акций ритейлера, общей стоимостью более 62,5 млрд рублей. Президент «Марафон Групп» Александр Винокуров: «Магнит» - это отличная инвестиционная возможность, которая сегодня недооценена. Среди других проектов «Марафон Групп» – совместный проект с «Ростехом» в фармацевтической отрасли, аптечный оператор «Мега Фарм» и др. Основателем и президентом инвестиционной группы является Александр Винокуров, зять министра иностранных дел Сергея Лаврова.

«Перекресток Экспресс» попытаются вновь продать в декабре 2018

В связи с низкой рентабельностью магазинов сети, X5 закрывает часть торговых точек «Перекрестка Экспресс». 5-10 магазинов займет «Пятерочка», остальные будут ждать покупателей. Если после повторного выставления на продажу в декабре 2018 года их так и не найдут, магазины будут закрыты. «Перекресток Экспресс» - единственная торговая сеть X5, показавшая в 2017 году отрицательные операционные показатели: выручка сети снизилась на 11,6% до 9,8 млрд рублей, средний чек – на 2,5%.

«Холидей» могут признать банкротом

Долг ритейлера составляет 3,2 млрд рублей, а количество поданных исков в Арбитражный суд превышает 800. Участники рынка не исключают факта признания «Холидей» банкротом.

X5 Retail Group активно налаживает сотрудничество с регионами России

В рамках уплотнения сотрудничества со Ставропольским краем компания планирует построить крупный логистический центр на территории Кавказских Минеральных Вод в 2020 году. Площадь объекта составит 30 тыс. кв. м, а инвестиции – 1 млрд рублей. Кроме того, компания и Ставропольский край нацелены увеличить количество поставщиков в торговые сети X5 до 100 (сейчас их 86).

Новые договоры о сотрудничестве компания заключила и с регионами Северо-Западного федерального округа. В течение будущих двух лет X5 планирует открыть от 30 до 50 новых магазинов, построить распределительные центры в Ярославской области и Республике Карелия, повысить инвестиционную привлекательность Вологодской области, а также расширить взаимодействие с местными производителями во всех регионах сотрудничества.

С Республикой Татарстан X5 намерена активно сотрудничать в области инновационного и технологического развития. Компания планирует стать партнером ОЭЗ «Иннополис» и разместить там свой IT-центр компетенций.

Выручка «Оптoclуба Ряды» за I квартал 2018 года выросла на 90%

Согласно подведенным итогам деятельности компании «БигБокс», управляющей магазинами «Оптoclуб Ряды», выручка ритейлера за первый квартал 2018 года по сравнению с аналогичным периодом 2017 года выросла на 90% и составила 1,7 млрд рублей. Количество чеков выросло на 82%, а средний размер чека – на 8% и составил 2 783 рубля. Сопоставимые продажи также возросли на 43%. К концу первого квартала 2018 года было выдано 19 742 клубных карт, что в несколько раз превышает результаты 2017 года. К концу 2018 года компания ожидает достигнуть 10 млрд рублей выручки.

«Дикси» завершает делистинг и планирует не выплачивать дивиденды

По итогам 2017 года компания анонсировала убыток в размере 42,5 млн рублей, в связи с чем Совет директоров рекомендовал не выплачивать акционерам дивиденды.

Кроме того, компания завершает делистинг с Московской фондовой биржи, в результате которого АО «Дикси Юг» получила право выкупа оставшихся акции материнской компании ПАО «Дикси Групп», что, в итоге, приведет к увеличению доли первой до 95%.

Участники продовольственного рынка просят перенести внедрение «Меркурия»

Данная просьба поступила по возникшим ранее причинам, связанным с неготовностью поставщиков переходить на ЭВС и возникновению рисков в сфере поставок продукции. Такую же ситуацию описывают и ведущие продуктовые ритейлеры, однако у большинства из них доля поставщиков, готовых перейти на новую систему возросла по сравнению с более ранними периодами: у «Ашана» - 30%, у X5 – 60%, у «Дикси» - 50%, у Магнита – более 50%. Вместе с тем, Минсельхоз позитивно оценивает готовность перехода на ЭВС «Меркурий».

Совместные проекты «Почты России» и «Магнита» запустят уже в июне

«Почта России» и «Магнит» анонсировали даты запуска совместных проектов. План по объединению логистических мощностей начнет работать с июня 2018 года на маршруте из Нидерландов и Германии. Продажа продукции ритейлера в почтовых отделениях начнет реализовываться с июля 2018 года. В качестве тестовых площадках были выбраны 12 стационарных и 1 передвижное отделение в Краснодарском крае, Рязанской области и Москве.

Стартовал проект по выдаче наличных средств в кассах продуктовых магазинов

Mastercard, «Русский Стандарт» и Metro Cash&Carry, представляющая интересы франчайзинговой сети «Фасоль», подписали меморандум о возможности выдачи наличных средств в кассах продуктовых магазинов при условии покупки товаров. Данная услуга поможет увеличить выручку за счет комиссии и снизить затраты на инкассацию, однако лишит банки коммуникации с клиентами. Вместе с тем, ФАС признала, что данная операция не приведет к ограничению конкуренции на рынке. Об участии в данном или подобном проекте задумываются также «Евросеть», Visa и «Сбербанк».

В «Магните» станет меньше печатной продукции

Компания приняла решение ликвидировать секции газет и журналов в магазинах в некоторых регионах России, чем вызвала большое недовольство со стороны производителей и дистрибьюторов печатной продукции. Однако, по словам «Магнита», данное решение принято с целью оптимизации бизнеса в виду снижения спроса на данный вид продукции в некоторых магазинах в 5 регионах, что негативно сказывается на бизнесе как самого ритейлера, так и печатных изданий.

X5 усиливает контроль в области условий по хранению и транспортировке товаров

Компания начинает тестирование новых решений в области инновационной маркировки продуктов питания. Специальные штрих-коды не позволят просканировать товар на кассе, если у него истек срок годности, а термоактивные метки будут контролировать не только оставшийся срок годности, но и фиксировать нарушения температуры при транспортировке и хранении продукции. Тестирование нового проекта началось в категориях «фреш» и «ультра-фреш» в 200 магазинах «Пятерочка» в Москве и Московской области.

Технология JDA Software увеличила объем продаж до 10,5% в «Карусели»

Внедренная технология автоматического создания детализированных планogramм, которая учитывает максимальное количество товаров в категории, позволила увеличить объемы продаж до 10,5% в отдельных категориях товаров торговой сети «Карусель». Технология основывается на покупательском опыте и мерчендайзинге сети и позволяет снизить операционные затраты. В основе нового IT-решения лежит технология JDA Software. До конца 2018 года функциональность планogramм расширят, что позволит учитывать до 100% ассортимента в 6 категориях во всех гипермаркетах «Карусель».

X5 и ЦРПТ создадут Единый каталог товаров

Центр развития перспективных технологии и X5 заключили сотрудничество в области создания Единого каталога товаров, цель которого будет заключаться в разработке единых стандартов в описании товаров и предоставлении доступа всех участников рынка к унифицированным данным обо всех продаваемых товарах. X5 обеспечивает проект методологической поддержкой и первичным наполнением справочника информацией. Пилот проекта запланирован на июнь 2018 года.

«Лента» ожидает нового независимого неисполнительного директора в Совете директоров

На данную позицию выдвинута Юлия Соловьева, которая в настоящее время работает в должности директора по бизнес-операциям на развивающихся рынках региона EMEA в Google. Голосование состоится 22 июня, и в случае положительных результатов она займет позицию Антона Артемьева.

«О'кей» назначил новых управленцев

Новыми топ-менеджерами компании стали: Мартин Питерак – директор по операционной деятельности (экс Ahold, Kaufland), Павел Ремезов – директор по недвижимости (экс «Лента», ОБИ и Metro Cash & Carry), Никша Некич – глава дирекции собственного производства (экс Kaufland), Тино Анджич – директор по стратегическому маркетингу (экс Leo Burnett, WPP, J Walter Thompson), Динко Гаджев – глава дирекции «Овощи и фрукты» (экс Kaufland).

Metro начнет собирать батарейки для утилизации

Ритейлер присоединился к программе федеральной инфраструктуры по сбору использованных батареек, инициированной компанией Duracell. В 17 торговых центрах Metro Москвы и Московской области будут установлены специальные боксы. В дальнейшие планы входит расширение и увеличение их числа до 80 пунктов.

Инновационному развитию «Магнита» поможет Samsung

Ритейлер и Samsung Electronics подписали бессрочный договор о сотрудничестве в области цифровой трансформации бизнеса продуктовой розницы. Основными направлениями работы будут предоставление мобильных устройств и специализированных решений Samsung и их адаптация к требованиям ритейлера, взаимодействие в рамках разработки инновационных технологий для розничной торговли и др.

«Честный знак» запретит продажу нелегальных товаров

Платформа «Честный знак», объединяющая единую национальную систему маркировки товаров и единый каталог товаров, запретит ритейлерам продажу нелегальной продукции. Платформа начнет функционировать в полном объеме после тотального перехода торговых сетей на онлайн-кассы, запланированного на лето 2018

года. Проверить сертифицированность продукции будет возможно с помощью сканирования специального кода Data Matrix, являющегося электронным паспортом товара и предоставляющего всю информацию о нем (место, дата и время производства, срок годности и пр.). После выявления нарушений проверке подвергнется вся торгово-производственная цепочка товара.

Клиентскую карту в Metro Cash & Carry стало получить еще проще

Изменения коснулись процесса выдачи клиентских карт для профессиональных клиентов. Теперь вместо 7 документов требуется толь 2 – доверенность на держателей карт и форма Metro об общих условиях закупок. Первые результаты новых правил в процедуре показали рост выдачи карт в 30% при оформлении в магазинах и в 40% - онлайн.

Новый регион «Перекрестка»

Торговая сеть «Перекресток» открыла первый магазин в Республике Карелия в городе Петрозаводск. Площадь магазина составляет 800 кв. м, а ассортимент насчитывает более 8 000 наименований. Для удобства покупателей продукция местных поставщиков выделена специальным стоппером. Кроме того, в новом «Перекрестке» можно приобрести также продукты кулинарии и хлебобулочные изделия собственной пекарни.

Новый формат супермаркета «Лента» в Барнауле

Недавно открывшийся новый супермаркет в Барнауле значительно отличается от других форматов сети. В первую очередь, отличия заключаются в небольшой площади (торговый зал - 353 кв. м), не характерной для классических супермаркетов, и особенно в ассортименте (3,6 тыс. наименований), который представляет собой объединение ассортиментного ряда магазина «у дома» и гипермаркета.

В Кемерово запустилась доставка продуктов из «Ленты»

Сервис Городской доставки в рамках реализации проекта «Цифровой город» запустил сервис доставки продуктов из гипермаркетов «Лента». Каталог товаров работает пока в демо-режиме. Стоимость услуги доставки составляет 250-290 рублей.

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

X5 Retail Group

Покупатели пропустили «Перекресток Экспресс»

X5, не найдя покупателей на сеть «Перекресток Экспресс», закрывает часть ее магазинов с низкой рентабельностью, рассказал источник “Ъ”, близкий к ритейлеру. По его словам, около пяти-десяти объектов были отданы под «Пятерочки», остальные закрытые точки не вписались в этот формат. В декабре, продолжает источник “Ъ”, сокращенную по размерам сеть повторно предложат к продаже: если и после этого заинтересованных не появится, оставшиеся магазины закроют.

X5 постепенно расторгает договоры аренды сети «Перекресток Экспресс», добавляет другой собеседник “Ъ” на рынке недвижимости.

О продаже «Перекрестков Экспресс» X5 объявила в октябре 2017 года. По итогам 2017 года «Перекресток Экспресс» была единственной сетью в составе X5 с отрицательной динамикой продаж. Ее выручка снизилась на 11,6%, до 9,77 млрд руб. (0,8% в общей выручке ритейлера), средний чек сократился на 2,5%, до 278,1 руб.

Глава управления операций на российском фондовом рынке «Фридом Финанс» Георгий Ващенко оценивает текущую стоимость бизнеса сети «Перекресток Экспресс» в \$92–106 млн.

Управляющий партнер Peregrine Capital Николай Габышев полагает, что на «Перекресток Экспресс» нет покупателей в силу низкой доходности формата с такой малой площадью: большой ассортимент в нем не разместить, есть сложности с логистикой. Господин Габышев считает наиболее вероятным сценарием закрытие оставшихся «Экспрессов». При этом эксперт считает правильной стратегией текущий план X5 повторно выставить на продажу сеть «Перекресток Экспресс» после ее оптимизации.

Руководитель отдела стрит-ритейла JLL в Москве Юлия Назарова отмечает, что в основном магазины «Перекресток Экспресс» находятся в местах с хорошим пешеходным трафиком и в зонах с высокой деловой активностью. По многим из них собственники объектов уже ведут переговоры с потенциальными арендаторами, причем не только с конкурентами X5, но также с аптеками, заведениями общепита и другими форматами, поясняет она. Например, по словам эксперта, помещение «Перекрестка Экспресс» на Цветном бульваре активно рассматривают в том числе и банки. Продажа сети, добавляет госпожа Назарова, как правило, обсуждается на более раннем этапе, чем вывод объектов на открытый рынок.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3635180>

«Фермеры в зоне X5»: почему «Пятерочка» заинтересовалась Ставропольским краем

Все больше ставропольских сельхозтоваропроизводителей поставляют свою продукцию в крупные торговые сети.

На днях в Ставрополе побывала вице-президент Торгово-промышленной палаты России Елена Дыбова, которая совместно с президентом ТПП Ставрополя Борисом Оболенцем обсуждала с правительством региона в лице губернатора Ставрополя Владимира Владимировича поставки продуктов в крупные торговые сети. ТПП проводит пилотный проект «Агро! За качество!», который направлен на поддержку местных производителей, расширение линейки товаров и увеличение объемов их присутствия на прилавках федеральных торговых сетей. Наш край входит в число шести пилотных регионов, на территории которых будет реализован проект.

Стоит отметить, региону есть, что предложить федеральным сетям: край — лидер производства овощей в закрытом грунте. Как сообщал заведомо краевой думы Александр Кузьмин, по итогам прошлого года было произведено больше 20 тысяч тонн овощей.

Компанией, активно интересующейся Ставрополем, стала X5 Retail Group, которая представляет сети «Пятерочка», «Карусель» и «Перекресток». Группа планирует построить крупный логистический центр на территории Кавмингруппы. По представительным данным, инвестиции в реализацию проекта составят миллиард рублей, строительство начнется в 2020 году. Планируется возвести помещение площадью 30 тысяч квадратных метров, обеспечить работой 600 человек. Еще один подобный распределительный центр планируется построить и в Майкопе. Как стало известно «Блокноту», компания активно интересуется республиками и планирует нарастить долю присутствия на этих территориях. Смотри на ситуацию с подобного ракурса, становится понятно, для чего группе два крупных оптово-распределительных центра и налаженная база поставщиков в двух южных регионах.

«Блокнот» решил пообщаться с президентом ТПП Ставрополя Борисом Оболенцем и узнать итоги Совета рынка, а также планы X5. Он пояснил, что на сегодняшний день поставки в группу осуществляют 86 ставропольских компаний, по итогам встречи к ним может прибавиться еще 5.

Борис Оболенец ответил на главный вопрос, волнующий жителей края — почему на полках местных магазинов так мало ставропольских овощей. На его взгляд, особой проблемы в ситуации нет.

- Во-первых, «Пятерочка» - формат низкого ценового сегмента, поставлять туда продукты по высоким ценам не имеет смысла — они не продаются. Могу сказать, что в «Ленте» есть наши, местные овощи. Также есть они и в «Весне», в «Метро». Я, к примеру, не вижу какой-то особой проблемы в том, что куплю в магазине не ставропольские овощи, а краснодарские. Оттого, что они будут именно наши, зубы станут лучше? - шутит он.

Что касается болгарского перца, то тут вопрос лишь в том, что он на территории края либо не выращивается совсем, либо в очень маленьком количестве, отсюда и высокие объемы импорта, как следствие — высокие цены.

Доля присутствия ставропольских сельхозпроизводителей в федеральных торговых сетях довольно высокая.

- В нашем крае 86 компаний поставляют свою продукцию в X5. Для примера, в Ленинградской области поставляют продукты всего 2 компании, в Смоленской области — всего 20 компаний, и считается, что это много, - пояснил президент региональной ТПП.

- На совете рынка было принято решение довести количество ставропольских поставщиков сельхозпродукции до 100. Красивая цифра, а главное — что у региона есть для этого все ресурсы. Могу сказать, что еще 5 компаний войдут в общее количество поставщиков по итогу прошедшего Совета рынка. Главное, чтобы прошли все проверки. Речь идет о Казьминском молочном комбинате, Сыроделе и Шоколенде, - рассказал он.

Важный момент в налаживании связей с ритейлом, что поставки осуществляют не только крупные, но и мелкие компании. Тут стоит отметить, что порой крупные сети пренебрегают мелкими предпринимателями, поскольку те не всегда могут предоставить товар в нужных объемах и вовремя.

- Могу сказать, что между крупными и мелкими производителями постоянные споры. Мелкие жалуются, что заходят лишь крупные поставщики, поскольку могут обеспечить большие объемы. В свою очередь, вторые говорят о том, что слишком

много проверок. Ведется тотальный контроль производства, вплоть до мест для курения работников. В ИП подобное все же не практикуется, им полегче. Поэтому здесь палка о двух концах, - объяснил он.

Борис Оболенец признался, что не большой поклонник крупного сетевого ритейла. Как пример, привел бытующие мнения о том, что сети демпингуют, требуют невыполнимых условий. Однако в ситуации не все так однозначно, и порой изнутри ситуация выглядит несколько иначе.

- Я хорошо помню, когда в регион пришел «Окей». На встречу приехали представители одной и местных компаний и сказали, что могут обеспечить поставки мяса в любом объеме, но только тушами. Представители сети выразили готовность к сотрудничеству, но поставили условие, что мясо должно быть фасованным. В ответ производитель отказался, развернулся и ушел, бросив, что фасовкой не занимается, - на конкретном примере пояснил Борис Оболенец.

- Могу сказать, что разговор был довольно конструктивным. X5 требования не ломили, проблем не было, как, например, во Владимирской области, когда пошли требования, - подвел итог глава ТПП.

Источник: <http://bloknot-stavropol.ru/news/fermy-v-zone-kh5-pochemu-pyaterochka-zainteresov-975838>

«Умные» планы увеличили продажи в «Карусель»

X5 Retail Group внедрила технологию автоматического создания детализированных планов для гипермаркетов. Благодаря этому продажи в ряде категорий выросли до 10,5% по итогам первых трех месяцев использования решения, пишет The DairyNews со ссылкой на сайт АКОРТ.

Так, рост продаж в гипермаркетах «Карусель» по отношению к итогам первых трех месяцев 2017 года составил 3-8% в категории «Сопутствующие товары», 5% - в категории «Чай и кофе» и 10.5% - среди средств для бритья. Такой эффект был достигнут благодаря учету в планах максимального количества товаров в категории с точностью до SKU. Наилучшее место на полке для каждого товара определяется на основе покупательского опыта, правил мерчендайзинга торговой сети.

Помимо повышения продаж за счет работы с новыми планами оптимизируются трудозатраты сотрудников, появляется возможность точно отслеживать и планировать ввод и вывод товара из ассортимента, настраивать логистику, планировать презентационный запас и объем продукции на складе. В совокупности эти возможности снижают операционные затраты.

«Умные» планы учитывают свойства торгового оборудования, предпочтения покупателей, исторические данные о скорости продаж отдельных видов продукции, данные об ассортименте по категориям, размер и вид упаковки товаров и многие другие факторы. Технология позволяет не только автоматически создавать схемы выкладки для каждого стеллажа в гипермаркете, но и очень оперативно вносить изменения в них.

В основе внедренного решения лежит технология JDA Software, дополненная функцией учета индивидуальных принципов выкладки товара в каждом гипермаркете. Технологический модуль интегрирован с ERP-системой, SAP BI и обменивается данными с JDA Floor Planning. Тестирование генератора планов успешно завершилось в декабре 2017 года, на сегодняшний день разработка переведена в постоянную эксплуатацию. Планы автоматически формируются для категории «Напитки» в 30 гипермаркетах, а для категорий «Стиральные порошки», «Кофе», «Чай» и «Водка» - в 59 гипермаркетах.

До конца 2018 года в «умных» планах будет учитываться до 100% ассортимента в категориях «Бакалея», «Кондитерские изделия», «Сопутствующие товары»,

«Алкоголь», «Напитки», «Товары для животных» во всех гипермаркетах сети «Карусель». До конца 2019 г. сеть планирует перевести на работу с улучшенными планами до 85-90% ассортимента и автоматизировать контроль выкладки товара на полки в соответствии с планами.

Источник: <http://www.dairynews.ru/news/umnye-planogrammy-velichili-prodazhi-v-karusel.html>

X5 договорилась о сотрудничестве с четырьмя российскими регионами

X5 Retail Group, одна из ведущих мультиформатных розничных компаний России, в рамках Петербургского международного экономического форума заключила сразу четыре соглашения о взаимодействии с регионами страны: Ленинградской, Вологодской и Ярославской областями, а также Республикой Карелия.

Согласно документу, подписанному губернатором Ленинградской области Александром Дрозденко и директором по взаимодействию с органами государственной власти X5 Станиславом Наумовым, X5 продолжит активное развитие в регионе. В частности, компания планирует в течение двух лет открыть на территории субъекта не менее 30 новых магазинов и создать, таким образом, порядка 600 рабочих мест. Все вновь открываемые объекты будут адаптированы для маломобильных граждан. Кроме этого, X5 намерена продолжать и расширять сотрудничество с местными производителями и реализовывать в Ленинградской области благотворительные программы. В Ленинградской области работает 335 универсамов «Пятерочка», 6 супермаркетов «Перекресток», 3 гипермаркета «Карусель».

Соглашение о взаимодействии с Ярославской областью, подписанное губернатором региона Дмитрием Мироновым и Станиславом Наумовым, предполагает строительство в области распределительного центра X5 и открытие 50 магазинов в течение 2018–2019 годов. Так, компания сможет создать около 800 новых рабочих мест. Также стороны рассмотрят возможность организации в магазинах «Уголка ярославского фермера» в рамках развития сотрудничества с местными производителями. В регионе уже функционирует 140 магазинов компании: 133 универсама «Пятерочка», пять супермаркетов «Перекресток» и два гипермаркета «Карусель» — в них работают 1740 человек.

Договоренности, достигнутые с губернатором Вологодской области Олегом Кувшинниковым, предусматривают сотрудничество, направленное на повышение инвестиционной привлекательности региона, продвижение продукции российского, в том числе местного производителя, социальную поддержку малоимущих граждан. Компания планирует активнее наполнять рынок региона качественными товарами, в том числе локального производства. В настоящее время в области открыты 126 магазинов «Пятерочка», что обеспечивает работой 1400 жителей региона.

Сотрудничество X5 с Республикой Карелия направлено на совместное развитие розничной торговли в регионе для удовлетворения потребности населения в высококачественных товарах по доступным ценам. Соглашение, закрепляющее эти договоренности, было подписано главой республики Артуром Парфенчиковым и Станиславом Наумовым. До конца 2019 г. X5 планирует открыть в Карелии около 30 магазинов, а также распределительный центр. Запуск логистического комплекса поспособствует укреплению сотрудничества с локальными производителями, а также повышению уровня трудовой занятости в регионе. Благодаря реализации этих планов X5 создаст не менее 700 рабочих мест. Сегодня под управлением X5 в регионе работают 85 универсамов «Пятерочка» и 1 супермаркет «Перекресток», которые обеспечивают работой более 1200 жителям области.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151024/>

X5 протестирует метки-хамелеоны

Метки-хамелеоны позволят X5 Retail Group выявить нарушения при хранении и транспортировке товара, а штрих-коды заблокируют продажу просроченного товара.

X5 Retail Group протестирует сразу три уникальные технологии с нанесением на продукты инновационной маркировки, блокирующей продажу товара с истекшим сроком годности и фиксирующей нарушения температуры при хранении и транспортировке.

В частности, X5 совместно с несколькими поставщиками начала пилотный проект, в рамках которого реализует продукцию категорий «фреш» и «ультра-фреш» со штрих-кодами формата EAN 13+5, содержащими информацию о сроке годности товара. Это позволяет не допустить продажу просроченной продукции, которая на кассе идентифицируется как брак. В настоящий момент технология тестируется в 200 магазинах «Пятёрочка» в Москве и Московской области.

В ближайшее время X5 начнет пилотирование новой технологии отбраковки несвежего товара с помощью термоактивных меток. Метки-хамелеоны помогут покупателям и сотрудникам магазина установить, соблюдался ли температурный режим при транспортировке и хранении продукции. Эта технология особенно актуальна для контроля качества замороженных продуктов, в случае разморозки которой метка меняет цвет и уже не вернет исходный при повторной заморозке. Эта технология разработана студентами Томского Государственного Университета (ТГУ), который с 2016 года является партнером X5. Тестирование термоактивных меток стало новым этапом взаимодействия ритейлера и ВУЗа в области развития технологий.

Благодаря еще одному пилотному проекту X5 покупатели также с помощью меток-хамелеонов смогут контролировать фактически оставшийся срок годности товара. При неправильном хранении срок годности продукта может уменьшаться, и, чтобы отследить текущее состояние товара, некоторые поставщики X5 будут наносить на свою продукцию специальные метки, которые при разных температурных условиях меняют свой цвет с разной скоростью. Так, например, при температуре +4°C метка-хамелеон полностью потемнеет за 6 дней, а при температуре +6°C — уже за 4,5 дня. С помощью таких меток покупатели смогут получать достоверную информацию о качестве и безопасности продуктов, а сотрудники ритейлера — оперативнее обновлять товар в торговых залах и устранять нарушения условий хранения продукции на всей цепочке поставок.

X5 стремится предлагать покупателям только безопасные продукты и контролировать качество товаров на всей цепочке их движения — от производителя до кассы розничного магазина. Сквозной контроль качества товаров с применением технологий невозможен без участия поставщиков и производителей, поэтому X5 приветствует и рассматривает различные технологические инициативы производителей продовольствия, нацеленные на усиление и автоматизацию контроля качества.

Источник: <https://www.retail.ru/news/150943/>

X5 и Республика Татарстан договорились о развитии инноваций для ритейла

X5 Retail Group объявляет о начале сотрудничества с Республикой Татарстан в инновационной и технологической сферах. Соответствующее соглашение подписали министр информатизации и связи Республики Татарстан Роман Шайхутдинов и главный финансовый директор X5 Retail Group Светлана Демяшкевич в рамках Петербургского Международного Экономического Форума.

Стороны договорились развивать инновационную и социально-экономическую инфраструктуру Республики Татарстан в сфере розничной торговли, а также работать над усилением импортозамещения и развитием российских информационных технологий.

Соглашение предусматривает создание на территории особой экономической зоны «Иннополис» ИТ-Центра компетенций X5 Retail Group. Для этого X5 Retail Group будет присвоен статус партнера ОЭЗ «Иннополис». В новом центре компетенций будут разрабатываться инновационные продукты для автоматизации и роботизации процессов в розничной торговле, испытание современных технологий, продуктов и услуг, созданных в особой экономической зоне «Иннополис».

Заместитель премьер-министра Республики Татарстан, министр информатизации и связи Роман Шайхутдинов:

«Мы заинтересованы в привлечении в Иннополис крупных компаний, которые не видят своего дальнейшего развития без внедрения в производственный процесс самых новых и прогрессивных технологий. Наше сотрудничество с X5 Retail Group будет способствовать как модернизации сферы розничной торговли с применением современных технологий, продуктов и услуг, так и в целом развитию инновационной среды в Республике Татарстан».

Светлана Демяшкевич, главный финансовый директор X5 Retail Group:

«Сотрудничество с Республикой Татарстан в области развития науки и технологий открывает принципиально новые возможности не только для X5 Retail Group, но и для отрасли розничной торговли в целом. В условиях цифровизации экономики именно технологии создают возможности для успешной конкуренции и гибкого масштабирования бизнеса. Мы уделяем серьезное внимание ИТ-технологиям и инновациям, реализуем стратегический проект по работе с большими данными, развиваем роботизацию и автоматизацию процессов, и я уверена, что совместная работа с экспертами Университета Иннополис позволит нам добиться высоких результатов».

Фабрисио Гранжа, директор по информационным технологиям X5 Retail Group:

«Создание ИТ-Центра компетенций на базе Университета Иннополис усилит и обогатит новыми знаниями нашу внутреннюю ИТ-команду. Опыт коллег из центров развития робототехники, моделирования и анализа больших данных, а также центра геоинформационных систем Университета Иннополис позволят нам нарастить экспертизу и обеспечить более высокое качество внедряемых решений. Безусловно, следующий шаг за построением специализированных продуктовых команд, так как в Иннополисе есть все условия для развития инноваций и новых технологий». Также по условиям соглашения X5 Retail Group совместно с Университетом Иннополис планируют проводить исследовательские проекты и готовить ИТ-специалистов, организовывать ИТ-олимпиады для школьников, создавать образовательные программы для студентов и трудоустраивать лучших ИТ-специалистов в X5.

Кирилл Семенихин, директор Университета Иннополис:

«Университет Иннополис выпускает ИТ-специалистов для работы в реальном секторе экономики и реализует проекты на стыке образования, науки и бизнеса вместе со ста тридцатью партнёрами. Сотрудничество с X5 Retail Group, крупнейшим игроком рынка розничной торговли, позволит нам глубже понимать задачи ведущих российских компаний, разрабатывать эффективные цифровые решения, способствовать внедрению новейших технологий в повседневные процессы и подготавливать наиболее востребованные индустрией кадры». X5 Retail Group сотрудничает с крупнейшими российскими институтами развития, исследовательски-

ми и учебными организациями, стартапами и зрелыми компаниями. Совместно с Фондом Развития Интернет-инициатив и фондом «Сколково» развивает новые технологии в ритейле.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151050/>

X5 поддержала создание Единого каталога товаров

X5 Retail Group первой среди российских ритейлеров присоединилась к меморандуму Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ) о сотрудничестве в рамках создания Единого каталога товаров. Документ был подписан на полях Петербургского международного экономического форума директором по взаимодействию с органами государственной власти X5 Станиславом Наумовым и председателем совета директоров ЦРПТ Михаилом Дубиним.

ЦРПТ берет на себя функции технического оператора и инвестора проекта. X5 осуществляет методологическую поддержку и первичное наполнение справочника информацией о товарах. Его пилотная эксплуатация начнется в июне 2018 года, промышленная — не позднее октября текущего года.

Каталог создается при поддержке Минпромторга России, координирующего запуск Единой национальной системы маркировки и прослеживаемости товаров. Единый каталог товаров станет важной частью этой системы. Цель такого каталога — разработать единые стандарты для описания продукции и предоставить всем участникам рынка доступ к унифицированным данным обо всех продаваемых в стране товарах. При внесении подробной информации в Единый каталог и производителю, и товарной позиции будут присваиваться свои уникальные номера. В каталоге также будет храниться разрешительная и сопроводительная документация, которая необходима, например, для продажи лекарств и продуктов животного происхождения.

«Унификация и стандартизация справочной информации о товарах позволят бизнесу существенно сэкономить трудовые и финансовые ресурсы, которые сегодня уходят на многократное описание каждого наименования продукции в соответствии с требованиями различных организаций. Мы, как один из лидеров продовольственного рынка, рады поделиться своей экспертизой и знаниями в области каталогизации продукции, чтобы сделать Единый справочник максимально эффективным инструментом для всех отраслевых игроков», — подчеркнул Станислав Наумов.

«Создание Единого каталога товаров началось в первой половине 2018 года. Для его эффективной работы необходимо объединение усилий добросовестных участников рынка товарооборота. Мы рассчитываем, что наше сотрудничество станет базой для создания в России единой системы и приглашаем других игроков рынка — производителей, поставщиков, ритейлеров, контент-сервис провайдеров — присоединиться к этой работе», — отметил Михаил Дубин.

Доступ к информации Единого каталога товаров будет свободным и бесплатным для зарегистрированных пользователей, в том числе для EDI провайдеров, лабораторий, розничных сетей и потребителей. Сам каталог будет постоянно обновляться и расширять свой функционал, создавая полезные сервисы для потребителей и бизнеса.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151056/>

В X5 Retail Group опровергли информацию о переходе главы «Перекрестка» в «Магнит»

Генеральный директор сети «Перекресток» Владимир Сорокин продолжит свою работу в X5 Retail Group, сообщил RNS представитель ритейлера.

«Владимир Сорокин продолжает руководить “Перекрестком”», — сказал он RNS.

Ранее «Коммерсант» сообщал, что после перехода экс-гендиректора сети «Пятёрочка» X5 Retail Group Ольги Наумовой на должность исполнительного директора сети «Магнит» за ней в «Магнит» может также перейти нынешний гендиректор сети «Перекресток» Владимир Сорокин.

Источник: <https://rns.online/consumer-market/V-X5-Retail-Group-oprovergli-informatsiyu-o-perehode-glavi-Perekrestka-v-Magnit-2018-05-21/>

«Перекрёсток» вышел в Карелию

Торговая сеть «Перекресток» открыла свой первый супермаркет в Республике Карелия сразу в ее столице — Петрозаводске. Магазин торговой площадью 800 кв. м расположен в ТРЦ «Тетрис» (ул. Маршала Мерецкова, 11).

Дарья Осиновская, директор дивизиона «Северо-Запад» торговой сети «Перекресток»: «Главная миссия нашей компании — обеспечить качественными услугами современной торговли жителей каждого города, каждого района. Покупатели Санкт-Петербурга и некоторых городов Ленинградской области уже знакомы с нашей торговой сетью».

Торговая сеть «Перекресток» предлагает покупателям расширенный ассортимент свежей продукции: овощей, фруктов, молочной продукции, мяса, птицы и рыбы, а также кулинарии собственного производства, хлеба и выпечки, изготовленных в пекарне супермаркета. Ассортимент нового магазина включает свыше 8000 наименований товаров, в числе которых и продукция местных производителей. Для удобства покупателей на полках предложение от локальных поставщиков выделено специальным стоппером «Наше, карельское». Местные предприятия поставляют в магазин хлеб, молочную продукцию, мясную гастрономию, кулинарные изделия и другие товары.

В настоящий момент на Северо-Западе компания представлена 86 супермаркетами в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, магазин в Петрозаводске стал 87-ым в СЗФО.

Торговая сеть «Перекресток» является лидером рынка России по продажам в формате «супермаркет». На 31 марта 2018 года сеть включала в себя 674 торговых объекта, расположенных в 126 городах и населенных пунктах России.

Источник: <https://www.retail.ru/news/150914/>

Магнит

Александр Винокуров — РБК: «Магнит» в начале своего марафона»

«Марафон Групп» приобрела почти 12% сети «Магнит». Об условиях сделки, а также о планах по развитию одной из крупнейших розничных сетей в эксклюзивном интервью РБК рассказал президент инвестиционной группы Александр Винокуров.

— Сделка по покупке группой ВТБ доли в «Магните» была недавно, в феврале 2018-го. И тут сразу ваша. Вы участвовали в переговорах с Сергеем Галицким, основателем «Магнита», с самого начала?

— Это две разные сделки. Мы о сделке между ВТБ и Сергеем Галицким узнали, как и все, после ее объявления. У нас появился интерес к покупке части их [ВТБ] пакета.

— Когда этот «интерес» появился? Если верить официальным заявлениям, сделка между ВТБ и «Магнитом» готовилась более полугодом. Ваша значительно быстрее прошла.

— Сразу после сделки между банком и Галицким. Как инвесткомпания мы должны уметь быстро реагировать на возможности, которые предоставляет рынок. Возможность появилась — мы ею воспользовались.

- Вы можете назвать параметры сделки?
- [Мы приобретаем] чуть больше 12 млн акций (соответствует 11,82% уставного капитала), общая стоимость которых на сегодня превышает 62,5 млрд руб. (около \$1 млрд. — РБК). Сделка денежная, для нее привлечены собственные и заемные средства, структурирована она как сделка РЕПО.
- И основной кредитор — это ВТБ, вероятно?
- Да, кредитование все-таки — это основной бизнес банка.
- Зачем «Марафону» «Магнит»? С учетом вашего прошлого опыта, работы в А1, почему не X5 Retail Group, также входящая в «Альфа-Групп»? Предположу, что бизнес X5 Retail Group вы точно должны знать лучше.
- «Магнит» — крупнейшая розничная сеть мирового масштаба. Для «Марафон Групп» — это стратегическая инвестиция. Ритейл — быстро меняющийся перспективный рынок, открывающий большие возможности, и наша группа заявляла о своем интересе к розничному рынку с первого дня своего существования. Мы расцениваем «Магнит» как отличную инвестиционную возможность. Абсолютно уверены в том, что сегодня компания недооценена. «Магнит» в начале своего «марафона» — ряд понятных мер может существенно повысить ее стоимость в обозримом временном горизонте.
- Вы лично встречались с Сергеем Галицким? Он знал о вашем предстоящем появлении в компании?
- Нет, но надеюсь, что такая возможность представится. Я считаю, что только сильнейший бизнесмен мог построить такую компанию.
- Каким образом будет организовано управление?
- В «Магните» в настоящее время формируется новая система корпоративного управления. Совет директоров уже избран и объявлен. Участвовать в управлении компанией планируем в соответствии с лучшими мировыми практиками — через совет директоров и собрание акционеров в соответствии с нашей долей в акционерном капитале.
- Может ли появиться еще партнер у вас или ВТБ в «Магните»?
- Возможно все, однако на данном этапе таких планов нет.
- Вы рассматриваете покупку доли в «Магните» как долгосрочную инвестицию или планируете перепродать ее через какое-то время?
- Это долгосрочная инвестиция, нам стратегически интересен рынок ритейла. Более вероятно увеличение нашей доли в среднесрочной перспективе, чем продажа пакета.
- Планируете ли вы вместе с ВТБ изменить позиционирование «Магнита», ценовую категорию сети и т.д.?
- Мы вместе с остальными акционерами «Магнита», включая ВТБ, будем стремиться максимизировать стоимость компании. Сейчас готовится новая стратегия развития сети, однако подробнее об этом говорить преждевременно.
- Будете ли вы использовать сеть своих аптек для развития аптечного направления «Магнита»?
- «Мега Фарм» — это наш партнерский проект с X5 Retail Group, который развивается в соответствии с ранее озвученными планами. Планов по сотрудничеству с «Магнитом» у «Мега Фарма» нет. Развитие аптечного проекта «Магнита» в настоящее время обсуждается в числе других стратегических инициатив. Решение будет приниматься советом директоров и реализовываться топ-менеджментом сети.

— Незадолго до вашей сделки новым финансовым директором «Магнита» стала Елена Милинова, которая отвечала за аналогичный блок в «Марафон Групп». Это вы рекомендовали ее в «Магнит»?

— Елену в «Магнит» пригласил топ-менеджмент сети. Нужно понимать, что Елена Милинова до прихода в «Марафон Групп» работала главным финансовым директором X5 Retail Group. Я желаю Лене удачи.

— Получается, что вы теперь будете развивать проект основного конкурента вашего бывшего работодателя. Как акционеры «Альфа-Групп» отнеслись к вашей сделке с ВТБ?

— Я с очень глубоким уважением отношусь к Михаилу Фридману и Герману Хану. Я считаю их во многом своими учителями. Полагаю, что они отнеслись к нашей сделке с интересом. Но лучше, конечно, задать этот вопрос им.

— Есть ли вероятность, что «Магнит» впоследствии будет объединен с другими розничными активами? Например, у ВТБ есть доля в сети «Лента». Или вы предложите как раз «Альфа-Групп» купить X5 Retail Group?

— Ничего нельзя исключать, но, по нашей информации, таких проектов на повестке дня нет.

Источник: https://www.rbc.ru/business/24/05/2018/5b03ff9e9a794768a6ac239f?from=center_1

«Магнит» перелистнул страницу

Ритейлер «Магнит» начал избавляться от прессы в своем ассортименте, разослав ее дистрибуторам просьбу убрать секции газет и журналов из магазинов в нескольких регионах, жалуются издатели. Из-за сокращения киосковых сетей именно супермаркеты стали для прессы главным каналом розничной дистрибуции. В самом «Магните» настаивают, что лишь сокращают присутствие печатной продукции в отдельных магазинах в связи с отсутствием спроса.

Руководство «Магнита» начало выводить из ассортимента категорию печатной прессы, сказано в заявлении Гильдии издателей периодической печати (ГИПП; есть у «Ъ»). «До конца мая предприятия-дистрибуторы печатной продукции, поставлявшие газеты и журналы в магазины "Магнит", обязаны демонтировать оборудование под торговлю прессой в сетях "Магнита" в Астрахани, Волгограде, Кабардино-Балкарии, Липецке, Челябинске и др.», — говорится в заявлении. Решение вывести прессу из ассортимента подрывает экономику ее издателей и дистрибуторов и нарушает конституционное право населения на доступ к информации, возмущена ГИПП. Гендиректор ритейлера Хачатур Помбухчан отказался комментировать решение, подчеркнув, что это внутренние процедуры и «никакого сговора против прессы» в «Магните» нет.

В пресс-службе «Магнита» заявили, что ритейлер занимает наибольшую долю среди торговых сетей по продаже прессы и речи о выводе печатной продукции из ассортимента не идет. При этом там признают, что в некоторых магазинах «у дома» «Магнит» был вынужден сократить продажи печатных изданий из-за отсутствия спроса или неэффективной дистрибуции. «Это было невыгодно как для торговой сети, так и для самих изданий», — подчеркивает представитель «Магнита».

Несколько крупных дистрибуторов подтвердили «Ъ», что получили от «Магнита» письма, из которых следует, что ритейлер действительно перестанет продавать прессу в пяти-шести регионах. «Магнит» 17 мая вечером разослал дистрибуторам письма, в которых сообщил, что принято решение о выводе категории прессы из магазинов, подтвердил гендиректор Bauer Media Group Алексей Иванов. Решение было принято без согласования с издателями и распространителями и никак не объяснялось, пока оно распространяется на пять регионов, но их количество может

вырасти, не исключает издатель. У Bauer Media Group на «Магнит» приходится 5–6% продаж.

Присутствие в крупном ритейле критично для прессы, подтверждает владелец издательства «Эгмонт» Лев Елин. «В связи с быстрым падением киосков розничные сети стали главным каналом дистрибуции печатной прессы — через них реализуется больше 70%. В Москве, например, вместо 4,5 тыс. киосков осталось 2 тыс., и те не дают привычного оборота, потому что люди привыкли ходить в магазины и супермаркеты у дома», — поясняет он.

Перемены могут быть связаны с приходом в «Магнит» новой команды, предполагает господин Иванов и соглашается руководитель одной из крупных дистрибуторских компаний. Как сообщал ранее «Ъ», после перехода под контроль ВТБ «Магнит» нанял исполнительным директором экс-гендиректора «Пятерочки» X5 Retail Group Ольгу Наумову, а также еще нескольких выходцев из X5. При этом сама «Пятерочка», по словам собеседника «Ъ» на рынке периодики, напротив, начала активно вводить прессу в ассортимент с конца 2017 года, но новая категория там шла «не очень хорошо». Этим может объясняться скепсис нового менеджмента «Магнита», предполагает собеседник. В самой X5 в понедельник ограничились заявлением, что «пресса присутствует в ассортименте всех торговых сетей» группы.

Дискаунтерам с небольшими торговыми площадями, таким как «Магнит» или «Пятерочка», выгоднее продавать быстрооборачиваемые товары, рассуждает руководитель пресс-службы «Азбуки вкуса» Андрей Голубков. «В печатной прессе спад, сегодня это побочная категория», — признает он. «Азбука вкуса» продолжает продавать журналы, так как это позволяют площади магазинов. Сейчас у прессы «есть свой покупатель», но если рынок будет постепенно от нее отказываться, то и «Азбуке вкуса» придется оптимизировать количество изданий, добавляет господин Голубков.

Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) обсуждает с издателями падение спроса на периодику и рост цен на бумагу, очередная встреча запланирована на следующей неделе, отметил директор по внешним связям АКОРТ Роман Черниговцев. «При всех благих намерениях нельзя упускать из виду сугубо экономический аспект: эта товарная категория должна быть как минимум безубыточной и для ритейла, и для прессы», — подчеркивает он.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3635747?query=%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%BD%D0%B8%D1%82>

«Магнит» анонсировал продажу продуктов в отделениях «Почты России»

«Магнит» и «Почта России» запускают первые совместные проекты. Они планируют сэкономить на объединенной доставке и продавать продукты из «Магнита» в почтовых отделениях.

Товары «Магнита» появятся в почтовых отделениях с июля 2018 года. Об этом на Петербургском международном экономическом форуме рассказали глава «Почты России» Николай Подгузов и генеральный директор «Магнита» Хачатур Помбухчан, передает корреспондент РБК.

Для тестирования были выбраны 12 стационарных и одно передвижное отделение в Краснодарском крае, Рязанской области и Москве. Вся розничная продукция в таких отделениях, за исключением «традиционно почтовых товаров», будет представлена «Магнитом». Продажа продовольственных товаров в отделениях почтовой связи особенно актуальна для жителей небольших городов и сел, где часто отсутствует выбор, говорится в заявлении партнеров.

Кроме того, стороны планируют объединять свою логистику. «Почта России» может дозагружать транспорт «Магнита» своими отправлениями. Проект по совместному использованию логистики начнется с июня 2018 года на маршрутах из Нидерландов

и Германии. По подсчетам «Почты России», она сможет на этом сэкономить от 9 тыс. до 33 тыс. руб. на каждом рейсе.

Для обработки почтовых отправок могут использовать и логистические центры «Магнита». Организация сортировки отправок силами сотрудников торговой сети и доставка корреспонденции до почтовых отделений транспортом «Магнита» может обеспечить рост эффективности, считают партнеры.

Источник: <https://www.rbc.ru/rbcfreeneews/5b0687da9a794721147d495a>

«Магнит» и Samsung заключили соглашение о сотрудничестве

Компания Samsung Electronics и розничная сеть «Магнит» заключили соглашение о намерениях сотрудничать в области цифровой трансформации. Стороны будут развивать партнерство в сфере разработки инновационных технологий для ритейла. Соглашение подписано в рамках «Петербургского Международного Экономического Форума — 2018» между вице-президентом Samsung Electronics Rus Company Сынг Сик Чой и генеральным директором розничной сети «Магнит» Хачатуром Помбухчаном. Оно вступает в силу со дня подписания и действует без ограничения сроков. Сотрудничество сторон будет направлено на создание совместных проектов в области цифровой трансформации бизнеса, которое подразумевает работу в следующих направлениях: предоставление мобильных устройств и специализированных решений Samsung и их адаптация к требованиям ритейлера; взаимодействие в рамках разработки инновационных технологий для розничной торговли, реализации совместных образовательных инициатив и проектов по таким направлениям, как Интернет вещей, «Умный ритейл» и биометрические технологии.

— «Магнит» работает над созданием лучшего предложения для своих покупателей. IT-технологии являются драйвером развития, дают большие возможности для актуализации сервиса в соответствии с пожеланиями клиентов. Сотрудничество позволит нам информировать партнеров о важных бизнес-задачах и получать доступ к новым технологиям и инструментам для их решения, — отметил генеральный директор розничной сети «Магнит» Хачатур Помбухчан.

— Мы благодарим руководство «Магнита» за высокий уровень доверия и намерены приложить все усилия для повышения эффективности бизнес-процессов компании за счет наших технологий. Мы уверены в том, что проект сотрудничества с одной из ведущих компаний розничной торговли, магазины которой ежегодно посещают миллиарды покупателей, позволит нам задать новый уровень технологического развития всей отрасли, — комментирует вице-президент Samsung Electronics Rus Company Сынг Сик Чой.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151016/>

Лента

Юлия Соловьёва выдвинута на должность независимого неисполнительного директора в совете директоров

«Лента» (LSE, MOEX: LNTA), одна из крупнейших розничных сетей России, сообщает о выдвижении Юлии Соловьёвой на должность независимого неисполнительного директора в составе Совета директоров Lenta Ltd. Голосование по вопросу назначения состоится на Годовом общем собрании акционеров Компании 22 июня 2018 г.

В настоящее время Юлия занимает должность директора по бизнес-операциям на развивающихся рынках региона EMEA в Google. В период с 2013 по 2016 г. занимала должность генерального директора Google Россия, где занималась вопросами развития, бизнес-стратегии, операционной деятельности и стратегических партнерств.

Г-жа Соловьева имеет более чем 20-летний опыт работы в таких областях, как поисковые системы, медиа, ритейл и телекоммуникации. До прихода в Google, в 2007—2012 гг. занимала высшие руководящие должности, в том числе пост президента в одном из крупнейших российских медиахолдингов «ПрофМедиа». Ранее занимала различные руководящие должности, включая должность директора по корпоративному развитию в отрасли телекоммуникаций. Работала в сфере стратегического консалтинга в офисе компании Booz Allen Hamilton в Нидерландах, а также занимала должность операционного директора в косметической компании Mary Kay в России и СНГ.

Г-жа Соловьева имеет степень MBA Гарвардской школы бизнеса (США), а также окончила переводческий факультет Московского государственного лингвистического университета со степенью бакалавра.

В случае избрания, Юлия Соловьева сменил Антона Артемьева, который занимал должность независимого неисполнительного директора Lenta Ltd с 2013 г. и покинет Совет директоров 22 июня 2018 г.

Джон Оливер, Председатель Совета директоров «Ленты»: «Я очень рад, что Юлия Соловьева согласилась войти в состав Совета директоров «Ленты». Я уверен, что в случае избрания, ее богатый опыт работы в таких отраслях, как цифровые технологии, медиа и телекоммуникации в России и за рубежом внесет значительный вклад в развитие Компании. Опыт и знания г-жи Соловьевой будут крайне полезны компании в контексте продолжающейся цифровизации сектора розничной торговли продовольственными товарами. От имени Совета директоров я выражаю признательность Антону Артемьеву, который покинет Совет Директоров, за последние пять лет он внес ценный вклад в развитие Компании, которая прошла путь от частного бизнеса до одной из крупнейших публичных розничных сетей в России».

Источник: <http://www.lentainvestor.com/ru/media-centre/news-article/id/1894>

Моцарелла, травы и "Доширак". Как выглядит новый компактный супермаркет "Лента" в Барнауле

18 мая в Барнауле открылся первый супермаркет продуктовой сети "Лента" в микрорайоне Восточный на Кулагина, 44. Ритейлер представил компактный торговый зал в бывшем ДК "Стройгаз" и особенный ассортимент. Он отчасти похож на продуктовый набор магазинов у дома, а также классических гипермаркетов "Лента", но имеет свои особенности. Пока местные жители привыкают к нему и выходят из магазина с полупустыми корзинами, а тележками вовсе не пользуются.

Мини "суперлента"

До сих пор в Барнауле работало три "Ленты": два гипермаркета в новостройках (на Павловском тракте и Власихинской) и еще один супермаркет в ТРЦ "Пионер" (площадь около 5 тысяч кв. м). На Кулагина, 44 открылся новый формат. Официально его называют супермаркетом, но он компактнее ранее представленных магазинов этой категории.

В отличие от первого "супера" в "Пионере", здесь меньше площадь. Общая — 1,2 тысяч кв. метров, а торгового зала — 353 кв. метров, сообщает официальный сайт ритейлера.

Здесь очевидно меньше ассортимент: всего 3,6 тысяч наименований против "пионерских" 6,2 тысяч (в гипермаркете продают около 36 тысяч наименований). Сама площадь зала более загружена: пространство между полками и витринами не позволит возить тележку (хотя они есть на входе в торговый зал), а покупателей обслуживают четыре кассы.

Формат супермаркета рассчитан на то, что сумма в чеке, а значит и покупок будет в три раза меньше, чем в гипермаркете (по данным сайта "Ведомости"). На Кулагина, 44 не продают бытовую технику, одежду, товары для сада, автомобилей, туризма, живую и охлажденную рыбу, канцелярию, цветы и другие товары.

Зато здесь можно найти привычный набор товаров магазина у дома: молочку, колбасы, выпечку, овощи-фрукты, напитки, кондитерку, макаронные, хлебобулочные изделия и полуфабрикаты, бытовую химию, немного посуды и другие категории. Представлены они меньшим количеством брендов и видов товара, чем в "гипере" и супермаркете.

Свой стиль

У новой "Ленты" очевидно есть свой "стиль" — особый ассортимент, выделяющий ее среди других продуктовых магазинов города. Дело не только в узнаваемых собственных торговых марках (СТМ). Здесь, например, есть охлажденное мясо и маринованный шашлык в упаковке производства федеральной компании "Мираторг". В продуктовых магазинах у дома чаще всего продают заморозку, а в специализированных — продукцию местных фермеров.

Еще в новой "Ленте", как и в гипермаркете или, например, "Бахетле", продают свежие пряные травы в мелкой упаковке. Здесь можно найти и "экзотику" вроде пряно-овощных конфитюров для мясных блюд, а также моцареллу и другие подобные товары, от которых чаще всего отказываются сети формата дискаунтер и частные магазины.

Очевидно, что "Лента" нацеливает покупателей на товары повседневного спроса, а вот категории food to go (продукты, которые удобно есть на ходу) здесь представлены скромно. Например, на выпечке ритейлер явно сэкономил. На Кулагина минипекарня работает прямо в торговом зале. Ассортимент лаконичный, свежесть — "не с пылу, с жару".

От "гиперов" новичка отличает качество представленной продукции. Некоторые позиции явно могут быть лучше: в корзине со свежими кабачками можно найти несколько побитых плодов, а цветная капуста уже завяла.

Возможно, "Лента" разработала новый формат с прицелом на развитие торговой площади, где арендаторы могут представить недостающий товар. В бывший ДК на Кулагина, 44 сейчас приглашают арендаторов. В ближайшее время откроется цветочный магазин и, возможно, возобновит работу аптека "Фармакопейка". Сейчас она закрыта, но вывеску не демонтировали.

Источник: https://altapress.ru/story/motsarella-travi-i-doshirak-kak-viglyadit-noviy-supermarket-lenta-na-vostochnom-222031#pic_422923

Кемеровчане могут заказать доставку товаров из сети гипермаркетов «Лента»

Сервис Городской доставки, запущенный в рамках проекта «Цифровой город», объявил о запуске доставки товаров из федеральной сети гипермаркетов «Лента». Сделать заказ кемеровчане могут на сайте сервиса.

На данный момент каталог продукции гипермаркета находится в демо-режиме, но команда Городской доставки уже работает над тем, чтобы сделать его удобнее. Скоро в каталоге появятся изображения и описания к товарам, а акционные предложения можно будет посмотреть в отдельном списке.

Напомним, что сервис Городской доставки был запущен в апреле 2018 года. С его помощью кемеровчане могут заказать доставку продуктов не только из гипермаркетов «Лента», но и из сети магазинов фермерских продуктов «Калина-Малина» и фирменных магазинов «Крестьянское хозяйство Волкова А. П.».

Сделать заказ можно как со стационарного компьютера, так и со смартфона или планшета. Также можно просто прислать список товаров на почту dostavka@a42.ru или продиктовать по телефону +7 3842 90 00 80. Цены товаров на сайте обновляются ежедневно и соответствуют ценам в магазинах, также сервис учитывает все скидки и акции.

Доставка осуществляется во все районы и пригороды Кемерово. Стоимость услуги в черте города - 250 рублей, в пригороде - 290 рублей. Расплатиться с курьером можно банковской картой при получении заказа. В скором времени также будет доступна оплата наличными средствами и банковским переводом для юридических лиц.

Источник: <http://gazeta.a42.ru/lenta/news/kemerovchane-mogut-zakazat-dostavku-tovarov-iz-seti-qipermar>

Дикси

Совет директоров «Дикси» рекомендовал не выплачивать дивиденды за 2017 год

Совет директоров ритейлера «Дикси» рекомендовал не выплачивать дивиденды по итогам 2017 года в связи с тем, что убыток сети составил 42,5 млн руб. в 2017 году, говорится в сообщении компании.

«Ввиду того, что убыток ПАО "Дикси Групп" по результатам 2017 года составил 42 541 000 (Сорок два миллиона пятьсот сорок одна тысяча) рублей, рекомендовать годовому общему собранию акционеров общества утвердить убыток общества, решение о распределении чистой прибыли не принимать, дивиденды по итогам 2017 года не объявлять и не выплачивать», — говорится в сообщении компании.

2 марта «Дикси» сообщила о чистом убытке по МСФО в 2017 году в размере 6,014 млрд руб., что в 2,16 раза выше показателя 2016 года. В пресс-службе «Дикси» тогда пояснили, что «чистый убыток в размере 6 млрд руб. за 2017 год и 5 млрд руб. в IV квартале имеет место только на бумаге». Показатель EBITDA компании вырос на 15% и составил 11 млрд руб. в 2017 году.

Источник: <https://rns.online/consumer-market/Sovet-direktorov-Diksi-rekomendoval-ne-viplachivat-dividendi-za-2017-god-2018-05-21/>

«Дочка» «Дикси» консолидировала 95% ритейлера

Группа «Дикси», управляющая третьим по величине продуктовым ритейлером в России, завершает делистинг с Московской фондовой биржи. Как сообщили в пресс-службе компании, дочерняя структура АО «Дикси Юг» увеличило долю в материнской компании более чем до 95 процентов. «В рамках реализации обязательного предложения АО "Дикси Юг" совместно с его аффилированными лицами стало владельцем более 95% акций ПАО "Дикси Групп"», - отмечается в сообщении.

В связи с пересечением порогового значения владения АО «Дикси Юг» получило право выкупить оставшиеся акции и направить акционерам ПАО «Дикси Групп» требование о выкупе принадлежащих им акций в течение шести месяцев с момента истечения срока принятия обязательного предложения. Ранее на балансе «Дикси Юг» находилось около 75% акций ритейлера.

АО «Дикси Юг» также сообщает, что намерено реализовать свое право выкупа акций материнской компании в установленный законодательством срок по цене 340 рублей за одну обыкновенную акцию. Напомним, в конце 2017 года совет директоров «Дикси» одобрил делистинг компании с Московской биржи. По данным на начало 2018 года под управлением компании находится 2704 магазина, включая 2534 в формате «у дома». Объем выручки компании в 2017 году сократился до отметки в 282 млрд рублей.

Источник: <http://www.malls.ru/rus/news/dochka-diksi-konsolidirovala-95-riteйлера.shtml>

Metro Cash & Carry

Metro упростит получение карты

Компания Metro обновила процедуру выдачи клиентских карт, оставив в списке необходимых документов всего два вместо семи документов, которые требовались ранее. Благодаря нововведению, скорость выдачи клиентских карт на входе в торговые центры сократилась с 15 минут до 5 минут. Эта инициатива вместе с недавним внедрением новой ценовой политики стала следующим этапом повышения клиентоориентированности компании.

Обновление законодательства за последнее время и появление новых средств автоматизации позволило значительно упростить процедуру получения карты для профессиональных клиентов оптовой сети Metro. Теперь для ее получения нужно предоставить всего два документа: доверенность на держателей карт и форму Metro об общих условиях закупок, подписанную руководителем организации. Ранее этот список насчитывал семь документов.

- Речь идёт о юридических лицах, - пояснила сотрудник отдела по корпоративным и внешним коммуникациям Metro Анна Щепилова, - но теперь для оформления карты им нужно предоставить всего два документа вместо семи. Вкупе с низкими ценами это призвано дать нам больший трафик, большую конкурентоспособность. Это первый шаг на пути к большой новой стратегии.

По результатам первого месяца работы количество ежедневно оформляемых заявок онлайн выросло, примерно, на 40% по сравнению с аналогичным периодом. Количество выданных карт в торговых центрах Metro увеличилось в среднем, на 30%.

Источник: <https://www.retail.ru/news/150952/>

К программе Duracell по сбору использованных батареек присоединяется Metro

Компания Duracell, один из ведущих производителей батареек, объявила о том, что к федеральной инфраструктуре по сбору использованных батареек присоединяется еще одна крупнейшая торговая сеть России - METRO Cash&Carry. Для сбора батареек на переработку будут установлены боксы в 17 торговых центрах METRO в Москве и Московской области. Все собранные батарейки будут перерабатываться на заводе «Мегаполисресурс» - первом в России комплексе, занимающемся экологичной утилизацией батареек.

С центрами оптовой торговли METRO Cash&Carry инфраструктура приема использованных батареек расширится до 80 пунктов сбора по всей стране. Благодаря широкой представленности сети METRO Cash&Carry в Московском регионе, боксы по сбору элементов питания будут доступны для жителей большинства районов столицы и области.

Джери Калмис, Генеральный директор METRO Cash&Carry в России: «Политика по управлению устойчивым развитием является неотъемлемой частью деятельности METRO в России и направлена, в том числе, на защиту окружающей среды. Мы рады предоставить каждому жителю России возможность корректной утилизации отходов и гордимся возможностью сделать это совместно с надежными партнерами».

Вместе с Duracell и заводом «Мегаполисресурс» METRO преследует цель наладить на общенациональном уровне сбор и экологичную переработку использованных батареек и отказаться от сжигания или захоронения этого сырья. Запуск федеральной инфраструктуры позволит каждому жителю России с лёгкостью присоединиться к проекту.

В 2018 году партнёры программы планируют и дальше расширять инфраструктуру в регионах России. Ожидается, что в результате сотрудничества на завод «Мегаполисресурс» только до конца 2018 года поступит не менее 1 000 тонн использованных батареек, что позволит получить в результате переработки около 80 тонн цинка, 100 тонн графита и 300 тонн марганца. Материалы, полученные в результате переработки, можно будет использовать в производстве карандашей, минеральных удобрений или даже железнодорожных рельсов.

Источник: <http://globalmsk.ru/firmnews/id/24737>

Ашан

Строительство распределительного центра для «Ашан» профинансирует РФПИ и Mubadala

Строительство распределительного центра для французской сети «Ашан» в «PNK Парке Косулино» в Екатеринбурге профинансирует платформа Professional Logistics Technologies (PLT), основанная Российским фондом прямых инвестиций, Mubadala Investment Company и другими ведущими ближневосточными фондами для инвестиций в логистическую инфраструктуру. Об этом сообщает пресс-служба компании PNK Group, выступающей девелопером объекта.

Напомним, что мультитемпературный распределительный центр «Ашана» площадью 30 000 кв.м возводится по индивидуальному проекту. Помимо нескольких зон с разными температурными режимами в распределительном центре предусмотрена возможность осуществления кросс-докинговых операций.

По словам Франсуа Реми, генерального директора «Ашан Ритейл Россия», новый распределительный центр будет одним из самых современных складов в России. «На складе будут внедрены новые технологические решения: больше разгрузочных ворот, меньше несущих колонн, новая система охлаждения. Все это позволит улучшить контроль за качеством товаров и предлагать нашим клиентам только самые свежие продукты. Склад будет включать в себя несколько зон: для сухих продуктов, для молока и колбасы, фруктов и овощей, а также мяса и напитков. Ежемесячно около 1000 грузовиков будут доставлять товары со склада в магазины «Ашан» в Екатеринбурге, Перми, Магнитогорске, Челябинске и Тюмени», – добавим Реми.

Как отмечает Юрий Менухов, директор PNK Group, данная инвестиция примечательна тем, что средства были привлечены на еще более раннем этапе создания объекта.

Кирилл Дмитриев, генеральный директор Российского фонда прямых инвестиций (РФПИ), комментирует: «Созданная РФПИ логистическая платформа PLT успешно развивается и демонстрирует свою эффективность. Мы рады, что строительство нового логистического центра поможет компании «Ашан» реализовать программу регионального развития и повысить доступность качественных товаров для населения, а также станет значимым вкладом в дальнейшее укрепление российско-французского делового сотрудничества».

Источник: <https://zдание.info/2390/2392/news/12087>

Другие темы

«Оптоclub Ряды» подвел итоги 1 квартала 2018 года

Компания «БигБокс», развивающая сеть «Оптоclub Ряды», подвела итоги 1 квартала 2018 года. Выручка компании составила 1,7 млрд. рублей, что на 90% больше, чем за аналогичный период 2017 года.

Рост выручки обеспечила работа по улучшению ассортимента, результатом которой стал рост как количества чеков (+82%), так и суммы среднего чека (+8%). По итогам первого квартала 2018 года размер среднего чека составил 2 763 рубля. Сопоставимые продажи сети (LFL) увеличились на 43%.

«По итогам 2018 года мы ожидаем выручку свыше 10 млрд. рублей, что почти вдвое больше, чем в 2017 году. Удвоение выручки за год становится нашей традицией», - говорит Елена Стрельцова, генеральный директор сети «Оптотклуб Ряды».

Растет и количество обладателей клубной карты. В первом квартале 2018 года было продано 19742 программ лояльности (+728%). На конец марта 2018 года в компании действовало 74199 программ лояльности, что в 4,4 раза больше, чем годом ранее. В первом квартале 2018 года доля чеков по программам лояльности составила 75%, на них приходится 86% выручки.

«Оптотклуб Ряды» - новый для России формат торговли, который уже хорошо зарекомендовал себя в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Уже в июне возможность оценить его преимущества появится у жителей Москвы и Московской области», — комментирует Август Мейер, сооснователь сети «Оптотклуб Ряды».

Источник: <https://www.retail.ru/news/150954/>

В еде не складывается цифра

До начала обязательной электронной сертификации продуктов остается чуть больше месяца, но около половины поставщиков крупнейших сетей все еще не готовы к работе в новой системе. О критической ситуации московский департамент торговли и услуг уже уведомил Минпромторг, но в Минсельхозе до сих пор считают ситуацию «позитивной».

Участники продовольственного рынка выступают за перенос сроков внедрения электронной ветеринарной сертификации (ЭВС) из-за неготовности производителей и рисков сбоя поставок продуктов. Об этом департамент торговли и услуг Москвы сообщил Минпромторгу в мае (копия письма есть у "Ъ"). ЭВС вводится для товаров животного происхождения и должна действовать как на сырье, так и на готовую продукцию. Использовать для электронной сертификации планируется систему «Меркурий», оператором которой выступает Россельхознадзор. Исходно ЭВС должна была стать обязательной с 1 января 2018 года, но из-за неготовности ряда производителей внедрение системы было решено отложить до 1 июля.

Как сообщает департамент, ритейлеры могут работать с «Меркурием», но отмечают неготовность к внедрению ЭВС со стороны поставщиков. По данным Auchan, которые приводятся в письме, только у 30% есть необходимое программное обеспечение. В Москве, пишут чиновники, полностью внедрились и успешно используют решения для работы с ЭВС только ООО «Дымовское колбасное производство» и ООО «Комбинат питания "Конкорд"» (поставляет питание в образовательные учреждения Москвы и Подмосковья). ООО «Дымовское колбасное производство» направляет 100% электронных ветсертификатов клиентам, а получает отклик приблизительно в 45% случаев, говорит представитель компании. Получить комментарий «Конкорда» не удалось.

В письме департамента также перечислены сложности, потенциальные риски и проблемы, возникающие при переходе на ЭВС. В частности, участники рынка сообщили о невозможности одновременной работы в разных интерфейсах компонента «Меркурия» «ВетИС», задержке с введением части функционала, несовпадении товарной номенклатуры «ВетИС» с реальными кодами ТН ВЭД и недостаточной оперативности технической поддержки системы. Представитель Россельхознадзора утверждает, что технических проблем, которые могли бы стать препятствием для

внедрения ЭВС, сегодня нет, а возникавшие нюансы в работе «Меркурия» были оперативно устранены.

Представитель X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») говорит, что около 40% из 1,5 тыс. поставщиков компании не подтвердили готовность к работе в «Меркурии» с 1 июля. По подсчетам «Дикси», работать с ЭВС готовы около 50% поставщиков. В «Магните» утверждают, что «Меркурий» используют более половины контрагентов сети. По словам исполнительного директора «Руспродсоюза» Дмитрия Вострикова, хуже всего дела обстоят на малых и средних предприятиях, не работавших ранее с ветсертификатами. Кроме того, большинство поставщиков испытывают затруднения в работе с ЭВС из-за разных требований со стороны сетей, добавляет он. В Россельхознадзоре подтверждают, что некоторые участники рынка до сих пор не готовы к ЭВС, и ожидают значительный рост желающих начать работу с системой «Меркурий» в июне и июле.

В департаменте торговли и услуг Москвы не ответили на вопросы “Ъ”, в Минпромторге переадресовали запрос в Минсельхоз. Там сообщили, что позитивно оценивают готовность участников рынка к переходу на ЭВС.

Представитель «Danone Россия» Татьяна Ткаченко указывает, что работа в «Меркурии» несет огромные риски срыва операций между компанией и контрагентами. В четверг компания договорилась с Центром развития перспективных технологий (совместный проект USM Holdings, «Ростеха» и «Элвис-Плюс групп» Александра Галицкого) о пилотном проекте по маркировке готовой молочной продукции. Собеседник “Ъ” в крупной пищевой компании полагает, что наибольшие сложности при переходе на ЭВС могут возникнуть у производителей, которые сегодня используют бумажные сертификаты. Из-за того, что их действие с 1 июля прекращается, а к ЭВС готовы не все, предупреждает он, с поставками некоторых продуктов могут возникнуть перебои.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3638058>

Ритейл-гиганты Auchan и X5 Retail переложили продукты на белорусские полки

Белорусский производитель ООО «Арлекс» осуществил крупные поставки торгового оборудования для российских сетей Auchan, X5 Retail, «Лента» и «Монетка». В ближайших планах – занять 10% российского рынка торгового и складского стеллажного оборудования, ёмкость которого оценивается примерно в \$100 млн. в год, рассказали в компании «Арлекс».

Российский ритейл активно переходит на торговое и складское стеллажное оборудование из Беларуси. Крупные партии уже используются торговыми сетями Auchan и X5 Retail, в том числе гипермаркетами «Карусель» и супермаркетами «Перекресток». Белорусские стеллажи и кассовые узлы от «Арлекса» также приглянулись ритейлерам «Лента» и «Монетка». География поставок – от Москвы до Екатеринбурга. Каждый контракт измеряется сотнями тысяч долларов.

ООО «Арлекс» рассчитывает в ближайшие год-два занять 8-10% российского рынка торговых и складских стеллажей. С этой целью в России создано дочернее предприятие, которое занимается исключительно сбытом и сопровождением коммерческих контрактов.

«Конкуренция в России очень высокая, причем как среди местных производителей, так и импортёров. Нам удалось выйти и закрепиться на рынке не только благодаря соотношению цены и качества, но и за счёт индивидуального подхода к инженерным решениям и высокой скорости реагирования на конкретные потребности заказчика. Там, где российским производителям требуются месяцы, мы можем уложиться в несколько недель. А для зарубежных ритейлеров, которые активно расши-

ряют свои сети, это очень важно», – объяснил директор ООО «Арлекс» Александр Цвирко.

Торговое оборудование выпускают в Минске. В 2017 году «Арлекс» переместил собственное производство на свободные площади «Мотовелозавода». Почти все процессы автоматизированы, а для работы с металлом применяются современные европейские станки и роботизированные системы. В частности, покраску готовых изделий осуществляет дорогостоящий итальянский комплекс Taiss. Более 80% продукции – серийного производства, а 20% поставок приходится на индивидуальные заказы.

«Нам удалось достаточно быстро модернизировать производство, адаптировав его под выпуск торгового и складского оборудования. Техника, которую мы сейчас используем, вдвое снижает влияние человеческого фактора и выполняет процессы с хирургической точностью. Современные компьютерные технологии дают возможность уделять больше внимания конструктиву изделия на этапе проектирования. Всё это и позволило вырваться вперед», – подчеркнул Александр Цвирко.

В Беларуси торговое оборудование «Арлекс» присутствует в магазинах практически всех ритейлеров. «На родном рынке мы уверенно доминируем. Но его ёмкость относительно невелика, что стимулирует нас работать на экспорт. Помимо России, наше оборудование поступает в страны Европы, например, в Литву и Францию», – добавил глава компании.

Компания «Арлекс» работает на рынке более 25 лет. Средняя численность сотрудников составляет около 130 человек. Среди основных направлений – производство торговых и складских стеллажей для ритейла и операторов складской логистики. Помимо этого, предприятие освоило производство собственных кассовых узлов и терминалов.

Источник: <https://belapan.by/archive/2018/05/23/957343/>

Картофель выпал из сетей

Союз производителей овощей пожаловался Минсельхозу на розничные сети, отказывающиеся покупать российский нефасованный картофель. По его данным, весной-летом ритейлеры предпочитают торговать импортом, ссылаясь на низкое качество местной продукции. Из-за этого производители могут терять около 6 млрд руб. в год. При этом компании вложили значительные средства в новые хранилища, надеясь расширить присутствие в магазинах, возмущаются участники рынка.

О том, что крупнейшие торговые сети перестали закупать российский немый нефасованный картофель, Национальный плодоовощной союз уведомил Минсельхоз на прошлой неделе. В письме на имя замминистра Евгения Непоклонова (копия есть у “Ъ”) говорится, что продукция отсутствует в сетях «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель» (все входят в X5 Retail Group), магазинах «Лента» и Billa. «Пятерочка», в частности, в апреле объявила о закрытии позиции, по которой поставлялся российский немый нефасованный картофель, сообщает союз. Сегодня в указанных сетях представлена продукция из Азербайджана, Египта и Израиля, говорится в письме. Руководитель дивизиона «Овощи» агрохолдинга «АФГ Националь» Валерий Масланов подтвердил, что в апреле—мае компания столкнулась с нежеланием крупных торговых сетей принимать на реализацию немый и нефасованный картофель.

По данным союза, отказ от закупок сети объясняют низким качеством продукции. Проблема с порчей российского картофеля к концу весны и до поступления нового урожая в середине лета существовала в предыдущие годы из-за дефицита современных хранилищ, признает исполнительный директор плодоовощного союза Михаил Глушков. Однако теперь ситуация кардинально изменилась, утверждает он: «С

2015 года построено современных хранилищ более чем на 500 тыс. тонн, но закупать российскую продукцию ритейлеры не хотят, по привычке переходя на импорт».

По оценке союза, в 2017 году в России введено хранилищ емкостью 126,8 тыс. тонн. Примерный объем инвестиций в их строительство там оценивают в 2,5 млрд руб.

Представитель X5 заявил, что российский картофель занимает около 90% продаж в магазинах компании в течение большей части года. Закупка импортного картофеля становится актуальной с апреля по июль в связи с природно-климатическими условиями нашей страны, заявил он. В «Ленте» и Billa комментарии не предоставили.

Между тем, возмущаются в союзе, действия сетей наносят ущерб российскому рынку картофеля. По его данным, в 2017 году с 30 апреля по конец июля в Россию было импортировано 365 тыс. тонн продукта. Исходя из средней оптовой цены 16,55 руб. за 1 кг, возможные потери российских производителей от ограничений сетей можно оценить в 6 млрд руб. По словам господина Масланова, «АФГ Националь» ежегодно поставляет в торговые сети около 30 тыс. тонн картофеля, примерно 50% этого объема отгружается в немытом и нефасованном виде. От ограничений могут особенно пострадать производители, специализирующиеся на производстве грязного картофеля, многие из которых не вложились в дорогостоящие системы хранения, указывает топ-менеджер.

В союзе добавляют, что, помимо нанесения ущерба производителям, сети также нарушают антимонопольное законодательство и лишают потребителя возможности выбора продуктов в доступном ценовом сегменте. Участники рынка просят Евгения Непоклонова содействовать в обеспечении доступа российского картофеля в сетевые магазины и не допустить ограничения конкуренции.

В Федеральной антимонопольной службе (ФАС) не ответили на запрос “Ъ”. В Минсельхозе заявили, что разделяют озабоченность союза, этот вопрос планируется обсудить на совещании с участием Минпромторга, Ассоциации компаний розничной торговли и Союза независимых сетей. По итогам встречи будет принято решение о целесообразности обращения в ФАС, заявил представитель Минсельхоза.

По мнению юриста правового департамента Heads Consulting Константина Ханина, плодоовощной союз намекает на наличие сговора крупнейших сетей с целью недопущения продукции в продажу, что грозит участникам сговора оборотным штрафом (до 15% от выручки). Но, отмечает он, доказать согласованность действий сетей крайне непросто: картельные соглашения документально не подтверждаются.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3637357>

Наличные с карт скоро можно будет снять на кассах магазинов

Mastercard в четверг подпишет «первый в России меморандум о внедрении проекта по снятию наличных на кассах магазинов», говорится в анонсе мероприятий Петербургского международного экономического форума. Меморандум подпишут банк «Русский стандарт» и Metro Cash & Carry – проект заработает в ее франчайзинговой сети «Фасоль», рассказали «Ведомостям» два человека, знающих это от участников мероприятия. Представители Metro Cash & Carry, «Русского стандарта» и Mastercard от комментариев отказались. Опрошенные «Ведомостями» представители других продуктовых сетей – «Дикси», «Магнита» и «Ленты» – на запросы не ответили, «Ашан» в проекте не участвует, сказал его представитель.

Чтобы снять наличные на кассе магазина, нужно будет обязательно что-то в нем купить, рассказывали люди, знающие особенности работы сервиса. Информацию подтвердил человек, знающий об этом от одного из участников проекта. Происходит это так: клиент расплачивается за товар банковской картой и называет кассиру нужную сумму наличных. Например, он оплачивает товар стоимостью 500 руб. и

снимает 1000 руб. Далее банк, выпустивший карту, одобряет покупку и выдачу наличных, и с карты списывается 1500 руб.

Эта операция называется Purchase with Cash Back (дословно – «покупка с выдачей наличных»). Такие операции проводятся в магазинах США, Великобритании, Германии и других стран. В США некоторые магазины устанавливают комиссию в \$1–3, обычно подобные операции возможны с дебетовыми картами, но в некоторых случаях – и с кредитными, и с чеками.

Предложить клиентам снимать наличные на кассах своих салонов думает и «Евросеть». «Уверены, что нашим клиентам интересна данная услуга и она будет пользоваться высоким спросом», – говорит исполнительный вице-президент «Евросети» Виктор Луканин. Запустить аналогичный проект собирается и Visa: компания рассматривает варианты реализации сервиса и планирует предложить его банкам, общал ее представитель. Аналогичная идея у Сбербанка, говорил его предправления Герман Греф, но делать проект он будет самостоятельно.

Снятие наличных на кассе магазина лишает банк канала коммуникации с клиентом через банкомат: например, в банкомате можно предложить клиенту новые продукты, рассказывает топ-менеджер банка из первой двадцатки. Кроме того, продолжает он, люди все больше платят картами, а если нужны наличные, то они привыкли их снимать в банкоматах.

Среди плюсов для магазинов собеседники «Ведомостей» называют возможность дополнительно заработать на комиссии, а также снижение затрат на инкассацию за счет сокращения наличных в кассе. Недостатки – возможные очереди на кассах.

Mastercard обращалась в Федеральную антимонопольную службу (ФАС) с вопросом, будет ли соответствовать законодательству выдача наличных в торговых точках при условии оплаты товаров в этих магазинах картой, рассказывала замруководителя управления контроля финансовых рынков ФАС Лилия Беляева. По ее словам, служба пришла к выводу, что при прочих равных условиях это не приведет к ограничению конкуренции.

Источник: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/05/24/770530-nalichnie-kassah-magazinov>

В России представили единую национальную систему маркировки товаров

В ЦРПТ отмечают, что «Честный ЗНАК» станет платформой, «объединяющей легальный бизнес и неравнодушных потребителей». «Честный ЗНАК», благодаря функционалу онлайн-касс, тотальный переход на которые произойдет летом 2018 года, закроет возможность продажи нелегального товара. Касса синхронизирует данные системы маркировки и единого каталога и не позволит продавцу продать нелегальный товар. Информация будет моментально передана в единую национальную систему.

«Впервые в стране создается глобальная система маркировки, первоначально ориентированная на работу со всеми товарами, а не с конкретными группами и подразумевающая прослеживаемость передвижения продукции по всей цепочке от производства до магазина с максимальным вовлечением общественности», – отметил председатель совета директоров ЦРПТ Михаил Дубин.

Приложение будет считывать цифровой код Data Matrix или другой тип маркировки, нанесенный на упаковку товара производителями, и моментально выдавать результаты проверки. Код Data Matrix — это электронный паспорт продукта, который даст потребителю возможность узнать практически все о товаре — место, дату и время производства, срок годности, информацию о переходе товара от собственника к собственнику, дату и место продажи. Цифровой код сложно подделать или скорректировать, а данные о товаре невозможно удалить из системы, заявляют в ЦРПТ.

«Объединение в одном проекте этих составляющих даст синергетический эффект, который ощутят все, и в первую очередь, покупатель», — рассказал Дубин.

В приложении появится возможность сообщить о выявленной нелегальной продукции: в зависимости от типа нарушения информация будет передаваться соответствующим контрольно-надзорным органам. Они в свою очередь будут иметь возможность анализировать результаты и проводить проверки недобросовестных производителей.

В разработке также находятся бонусные стимулирующие программы для самых активных покупателей, совместные проекты с крупными торговыми сетями и производителями.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151013/>

Новосибирский ритейлер «Холидей» задолжал кредиторам 3,2 млрд рублей

Новосибирский ритейлер «Холидей» задолжал кредиторам 3,2 млрд рублей. В Арбитражном суде против компании числятся более 800 исков, сообщает НГС.

По данным издания, в результате разбирательств компанию могут признать банкротом. Сотрудник кафедры инноваций и предпринимательства НГУЭУ Виталий Инжелевский заявил, что наиболее опасное для ритейлера дело — А45-10393, так как по нему в суд обратились сразу несколько кредиторов.

«Можно сделать вывод: раз несколько кредиторов обращаются, значит, имеет место системная неоплата по обязательствам. Если бы был один, то могли бы быть сомнения, что введут процедуру банкротства, а поскольку много кредиторов обратились, скорее всего, введут процедуру банкротства», — приводит его слова издание.

В марте крупный ритейлер «Лента» выкупил права аренды на 5 супермаркетов «Холидей Классик» в Новосибирске. Ещё раньше компания приобрела у «Холидей Классик» 22 супермаркета в Новосибирске, Кемерово и Барнауле общей площадью около 18 тыс. кв. м на сумму около 3 млрд руб.

Источник: <https://retailer.ru/novosibirskij-ritejler-holidej-zadolzhal-kreditoram-32-mlrd-rublej/>