

Ключевые события продуктового ритейла (25.06.18-01.07.18)

Выпуск 19

Новый генеральный директор «Перекрестка»
1500-й магазин «Пятерочки» в Московской области
Крупнейшая сделка «Ашана» в «Южных вратах»
Оптоклуб «Ряды» стал федеральной сетью
Новый Globus в Балашихе

2018 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Владислав Курбатов стал новым генеральным директором «Перекрестка»

Ранее пост занимал Владимир Сорокин, который ушел из компании по собственному желанию. До ухода Сорокина рассматривали в качестве преемника главного исполнительного директора X5 и предлагали занять должность коммерческого директора в «Магните». Владислав Курбатов ранее занимал должность операционного директора сначала в «О'кей» до 2015 года, а потом в «Перекрестке».

«Ашан» арендовал 53 тыс. кв. м в индустриальном парке «Южные ворота» в Домодедово

Данная сделка стала крупнейшей за I полугодие 2018 года, и эксперты оценивают ее стоимость более 185 млн рублей. Вместе с тем, напротив логистического парка ритейлер строит свой распределительный центр площадью 140 тыс. кв. м, который планируют сдать осенью 2018 года. Несмотря на это, «Ашан» продолжит арендовать площади в «Южных воротах».

«Магнит» объявил об открытии первых торговых точек в отделениях «Почты России»

Первые тестовые торговые точки на базе почтовых отделений появились в Москве, Краснодарском крае и Рязанской области. Всего открыто 12 стационарных и 1 передвижная торговые точки. Данный проект позволит расширить географию сети «Магнита» и оптимизировать издержки и «Почты России», и ритейлера. Ассортимент новых магазинов состоит из 200-800 наименований, а передвижной точки – из 50.

«Пятерочка» открыла магазин на севере страны и достигла новых рекордов

Торговая сеть открыла свой первый магазин в Воркуте. Разместившись в торговом центре «Мир» магазин занял площадь в 1 200 кв. м, из которых 800 кв. м приходится на торговое пространство. Ассортимент включает в себя около 6 000 наименований. В ближайшее время в городе готовятся к открытию еще 4 торговых точки сети.

Кроме того, «Пятерочка» открыла 1500-ый магазин в Московской области. Юбилейной стала торговая точка в городском округе Истра площадью более 500 кв. м с ассортиментом более 3 500 SKU. До конца 2018 года сеть планирует открыть в области еще 150 магазинов.

Globus построит новый торговый комплекс в Балашихе

Общая площадь проекта составит более 26 000 кв. м, а объем инвестиций – 800 млн рублей. Окончание строительства запланировано на конец 2019 года.

«ВкусВилл» расширяет свое присутствие в Санкт-Петербурге и устанавливает первый пандомат

После открытия первых магазинов торговая сеть готовится к открытию еще двух. Один из них площадью 250 кв. м начнет работать уже с 10 июля.

Также ритейлер установил в магазине в Москве первый аппарат по сбору пластиковых бутылок и алюминиевых банок. Если проект будет пользоваться популярностью, торговая сеть увеличит количество пандоматов в своих магазинах.

Alibaba Group начнет продавать продукты питания в России

30 июня компания провела в Москве презентацию, на которой было анонсировано, что на AliExpress заработает специальный раздел с продуктами питания от китайских производителей. Не исключено, что в будущем на площадку будут привлечены и локальные поставщики.

Оптклуб «Ряды» стал федеральной сетью

Торговая сеть объявила об открытии нового магазина в Мытищах. Ассортимент торговой точки, который сформировали специально для москвичей, насчитывает около 4 000 наименований. Ритейлер ожидает получить объем выручки данного магазина в 1,5 раза больше по сравнению с Санкт-Петербургом.

В Калининграде закрылся Spar fish&meat

После открытия в феврале 2018 года Spar принял решение закрыть свой специализированный магазин рыбы и мяса в Калининграде. Данное решение было принято в связи с низким спросом покупателей.

«Пятерочка» запустила тестирование касс самообслуживания

Торговая сеть «Пятерочка» установила тестирование устройств для самостоятельной оплаты товаров – «Выручай-кассы». На данный момент функционируют 2 кассы в Москве, но до конца 2018 года планируют расширить сеть до 50 касс в 10 магазинах столицы и завершить тест аппаратов. Кассы самообслуживания имеют голосовое сопровождение, в том числе на английском и китайском языках.

Покупатели смогут оценить магазины «Магнит»

Торговая сеть разработала приложение «Пульс М», позволяющее покупателям оценить работу того или иного магазина. Программа позволяет оценить магазин по самым разным параметрам – обслуживание, качество товаров, ассортимент и др. Все комментарии и замечания поступают руководителю конкретного магазина для устранения недочетов и налаживания эффективной работы магазина. В будущем компания планирует добавить в приложение функцию ответа о принятом решении.

«Магнит» внедряет онлайн-инкассацию

В результате сотрудничества «Магнита», «Газпромбанка» и Profindustry ритейлер начал внедрение онлайн-инкассации с применением автоматизированных депозитных машин Monipon ADM 6. Данный проект позволит значительно сократить издержки на обработку и инкассацию. До конца 2018 года компания планирует начать эксплуатацию более 10 000 аппаратов.

«Командор» снизил потребность в разменных монетах и смог устоять в конкуренции с федеральными игроками

Благодаря новой программе «Сдача на карту» торговая сеть смогла снизить потребность в разменных монетах на 50%, что привело к сокращению времени обслуживания покупателей. Карта работает по принципу электронных денег, в связи с которым кассир при «некруглой» сумме предлагает клиенту либо списать, либо зачислить необходимую сумму.

Для конкуренции с федеральными ритейлерами торговая сеть выработала стратегию «якорей», в соответствии с которой были выбраны 3 основные категории товаров – хлебобулочные и молочные изделия, а также фрукты и овощи. Она помогла снизить отток покупателей с 20% до 10%.

Магазин продуктов без упаковки как способ борьбы с увеличением мусора

Создатель фермерского кооператива LavkaLavka Борис Акимов выступил с идеей об открытии магазина продуктов без упаковки, в который покупатели должны приходить со своими контейнерами и пакетами. Борис Акимов считает, что это сформирует сознательных покупателей и будет способствовать уменьшению мусора. Магазин планируют открыть, как социальный проект, и в случае успеха после 3-х месяцев возможно создание сети таких торговых точек.

Росрыболовство планирует создать сеть государственных рыбных магазинов

С такой идеей выступила организация, считая, что это позволит стабилизировать цены на рынке. Первый магазин планируют открыть в августе-сентябре 2018 года в Мурманске, а также еще 2 во Владивостоке и Южно-Сахалинске до конца 2018 года. Площадь таких магазинов будет составлять около 200 кв. м. Росрыболовство сообщает, что за счет прямых поставок от рыбаков цены будут ниже, чем в среднем на рынке, на 20%.

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

X5 Retail Group

X5 лишилась главы «Перекрестка» и преемника CEO группы

Владимир Сорокин ушел с должности гендиректора сети супермаркетов «Перекресток» по собственному желанию, сообщил владелец сети – крупнейший российский ритейлер X5 Retail Group.

Руководить супермаркетами группы теперь будет Владислав Курбатов, операционный директор этого формата, сообщила X5.

Череда переходов

Для X5 это еще одна заметная отставка топ-менеджера. Гендиректор основного формата группы, «Пятерочка», Ольга Наумова ушла из X5 в мае из-за разногласий по поводу развития магазинов у дома и принципов менеджмента. Вслед за ней ушли региональный директор и директор по персоналу. Все они вышли работать в «Магнит», а Наумова 22 июня стала его гендиректором. Тогда же о назначении гендиректора «Пятерочки» объявила X5: им стал Сергей Гончаров, отвечавший в «Магните» за аптеки и косметику.

Трансформатор «Перекрестка»

Сорокин руководил «Перекрестком» с осени 2014 г., а до этого с 2013 г. был директором по категорийному менеджменту «Пятерочки». В 2014 г., объявляя о назначении Сорокина, ритейлер подчеркивал: «Он был одним из ключевых членов команды трансформации, отвечавшей за стратегические преобразования и создание новой операционной модели X5, а также за разработку запущенной в октябре 2013 г. концепции «Новая Пятерочка».

Сорокин проделал в «Перекрестке» огромную работу, сопоставимую с той, что Наумова завершила в «Пятерочках» к середине 2017 г., считает гендиректор «Infoline-аналитики» Михаил Бурмистров.

Сейчас «Перекресток» находится на пике, отмечает Бурмистров: очень серьезно доработана бизнес-модель, выросла конкурентоспособность, улучшилось восприятие потребителем, готовится к запуску крупнейшая в России фабрика-кухня, продолжается взрывной рост онлайн-продаж. «Некоторые супермаркеты по-прежнему отстают по эффективности от более успешных точек, но эту проблему можно решить, она не сверхсложная», – добавляет эксперт.

Причины ухода

У Сорокина было предложение стать коммерческим директором «Магнита», знает знакомый Сорокина. В то же время, по его словам, Сорокин рассматривался как один из возможных будущих преемников главного исполнительного директора всей X5 Игоря Шехтермана. «Основной причиной ухода стало то, что его видение сроков реализации таких планов не совпало с видением руководства группы», – говорит источник «Ведомостей».

Представитель X5 подтвердил «Ведомостям»: Сорокин был в числе возможных преемников главного исполнительного директора группы. «Подготовка преемников на ключевые позиции из числа внутренних кандидатов – одна из важных установок акционеров для топ-менеджеров X5 и часть оценки качества их работы», – добавил он.

Вероятно, у Сорокина были ожидания, что уход Наумовой откроет возможности и он сможет быстро занять руководящую позицию в X5, предполагает Бурмистров.

Ранее Сорокину предлагалась должность коммерческого директора «Магнита», знает он. Сорокин показывал, что заинтересован продолжать работу в команде Наумовой, а программа X5 под руководством Шехтермана по последовательной и поэтапной подготовке преемников могла показаться Сорокину слишком медленной, что и привело к решению покинуть компанию, рассуждает Бурмистров.

С другой стороны, продолжает Бурмистров, «Магнит» сейчас меняет систему мотивации менеджмента, увязывает ее с курсом акций компаний. «В отличие от X5, где уже достигнуты высокие результаты, в «Магните» продемонстрировать заметные улучшения и получить мотивационную составляющую компенсационного пакета может быть проще», – отмечает он.

Пресс-служба «Магнита» пока не прокомментировала вопросы «Ведомостей» о Сорокине.

Кто преемник

Курбатов – выходец из петербургской сети гипермаркетов «О'кей»: он проработал в ней более 13 лет и ушел в 2015 г. с должности операционного директора сети.

Заменить Сорокина на должности гендиректора «Перекрестка» не легче, чем Наумову – в «Пятерочке», считает Бурмистров. Но Курбатов, по его мнению, беспроектный вариант: «У него хороший опыт работы в «О'кей», в том числе в период, когда сеть была лидером в России по потребительскому восприятию, и это позволит «Перекрестку» не потерять темпы обновления формата и продолжить реализацию стратегии».

Источник: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/06/27/773844-x5-lishilas>

«Пятёрочка» открыла 1500-ый магазин в Подмоскowie

X5 Retail Group объявляет о том, что федеральная торговая сеть «Пятерочка» открыла 1500-ый универсам в Московской области. «Юбилейным» стал магазин в деревне Ленино городского округа Истра.

Торговая площадь нового универсама превышает 500 кв. м. В нем представлено более 3500 наименований различных товаров. Особый акцент сделан на фруктах, овощах и продуктах категории «фреш» (мясной, молочной продукции, рыбе и др.), которые занимают более трети ассортимента. При этом на 90% магазин обеспечен отечественными товарами, а около 20% ассортимента поставляют местные производители: «Рузский хлебозавод», «Клинский хлебокомбинат» и др. В прошлом году X5 начала сотрудничать более чем с 250 поставщиками, зарегистрированными в Московском регионе.

Открывшийся сегодня универсам стал 28 в Истринском районе. Его работу обеспечивает 13 человек. Всего же в Истре «Пятерочка» создала 476 рабочих мест, а по всему Подмоскowie эта цифра превышает 26 тыс.

До конца года торговая сеть рассчитывает открывать еще 11 магазинов в Истре, а всего в Московской области — более 150.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151827/>

В Воркуте открылся первый филиал сети «Пятерочка»

22 июня в Воркуте в ТРЦ «МИР» (переулок Деповский, 2) прошло открытие первого из пяти местных продовольственных магазинов российской торговой сети «Пятёрочка».

В торжественных мероприятиях приняла участие первый заместитель руководителя администрации города по социально-экономическим вопросам Светлана Чичерина.

Площадь торгового зала составляет 800 кв.м., а общая – 1200 кв.м.

Как сообщил директор республиканского филиала Виктор Дьяконов, сеть имеет на территории Воркуты свой склад, товар через железную дорогу завозится три раза в неделю. Всего в магазине насчитывается около 6000 наименований продукции, из них 15% поставляют производители из республики Коми и нескольких соседних регионов. Сейчас ведутся переговоры о продаже на торговых полках продукции Воркутинского хлебокомбината. Работу первого филиала обеспечивают 18 сотрудников.

В ближайшее время в Воркуте планируется открыть еще четыре магазина «Пятерочка» – по ул. Ленина, 29, 53Б, 64Б, ул. Суворова, 23.

– Мы рады приходу в Воркуту новых сетевых торговых компаний, бренды которых известны во всей России, но в нашем городе ранее представлены не были, – рассказала Светлана Чичерина. – Теперь жителям заполярья доступны и широкий ассортимент товаров, и высокая культура обслуживания, и федеральные скидочные программы.

Источник: <http://www.xn--80adykna.xn--p1ai/about/info/news/11714/>

«Пятерочка» тестирует говорящие кассы

X5 Retail Group объявляет о том, что торговая сеть «Пятёрочка» приступила к тестированию «Выручай-касс» - новых устройств для самостоятельной оплаты товаров.

Такие кассы предусматривают голосовое сопровождение покупки, которое поможет пенсионерам быстрее понять принцип работы нового оборудования и получить удовольствие от инновационной покупки. Для иностранных покупателей в интерфейсе кассы есть также английский и китайский языки. Интерфейс «Выручай-касс» разработан с учетом покупательского опыта и в стилистике торговой сети, что делает общение пользователей с этим устройством простым и комфортным.

Первые аппараты для самостоятельной оплаты покупок уже установлены в двух магазинах в Москве. До конца 2018 года в 10 универсамах «Пятёрочка» в Москве планируется создание специальных зон для самостоятельной оплаты товаров, в каждой из которых установят до 6 таких аппаратов. Помогать покупателям оплатить покупки на «Выручай-кассах» будет сотрудник магазина. Он будет проверять документы при покупке алкоголя и сигарет.

Установка «Выручай-касс» в магазинах может помочь увеличить количество постоянно работающих касс в магазинах, сократить очереди, особенно в часы-пик, и организовать более активную работу сотрудников в торговых залах. По предварительным прогнозам, после тестирования с помощью касс самообслуживания будут оплачивать порядка 50% покупок. «Выручай-касса» принимает к оплате наличные деньги, банковские карты всех платежных систем, баллы различных программ лояльности и купоны. Касса также позволяет накапливать и тратить бонусные баллы программы лояльности «Выручай карта».

Тестирование проекта завершится в декабре 2018 года, к этому моменту порядка 50 касс самообслуживания появятся в 10 магазинах «Пятёрочка» в Москве. В рамках пилота эксперты X5 оценят работоспособность и отказоустойчивость систем, определят самые эффективные механики информирования о маркетинговых акциях, окончательно настроят голосовой интерфейс и определят, какие способы оплаты будут наиболее востребованными среди пользователей «Выручай-касс».

Источник: <https://www.retail.ru/news/151726/>

«Перекресток» стал партнером бонусной программы метрополитена Москвы

Теперь владельцам транспортной карты «Тройка» будут доступны купоны на скидки в супермаркетах сети, расположенных на территории Москвы и Московской области.

Воспользоваться купонами на скидку в сети супермаркетов «Перекресток» можно после прохождения первоначальной регистрации на сайте программы лояльности «Город» или в ее мобильном приложении (доступно для смартфонов на базе iOS и Android). Затем в разделе «Партнеры», подраздел «Продукты», выбрать «Перекресток» и интересующее предложение от торговой сети. Перед покупкой на кассе супермаркета необходимо предъявить QR-код купона в мобильном приложении, либо в распечатанном виде. Найти купон, подходящий для печати, можно в личном кабинете в десктопной версии программы лояльности.

В будущем планируется, что накопленными бонусами программы лояльности «Город» можно будет расплачиваться на кассах супермаркетов «Перекресток», расположенных в Москве и Московской области, а также накапливать бонусы за совершенные в них покупки.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151734/>

Магнит

«Почта России» и «Магнит» открыли первые розничные точки

ПАО «Магнит» сообщает о начале продаж в тестовых точках на базе почтовых отделений в Москве, Краснодарском крае и Рязанской области.

Для пилота были выбраны как городские, так и сельские отделения — 12 стационарных и одно передвижное. Проект реализуется в рамках стратегического трехстороннего партнерства между ФГУП «Почта России» (далее – Почта России), ПАО «Магнит» и Банком ВТБ (ПАО).

Для сети «Магнит» запуск тестовых точек в почтовых отделениях означает расширение географии продаж и позволяет охватить территории, где открытие традиционных магазинов экономически нецелесообразно. Сотрудничество способствует оптимизации издержек «Магнита» и Почты России. Покупатели получают дополнительный сервис и могут совмещать посещение почтовых отделений с приобретением товаров.

Почта России стремится повысить эффективность почтовой розницы, поэтому сотрудничество с одним из ведущих ритейлеров в России является для нее перспективным направлением.

В тестовых отделениях вся продукция, за исключением почтовых товаров, представлена «Магнитом». В ассортименте стационарных точек насчитывается от 200 до 800 наименований товаров, в зависимости от площади и месторасположения отделения связи, в автолавке — около 50 позиций. В сельской местности это, в первую очередь, продукты питания, бытовая химия, предметы первой необходимости и сопутствующие товары; в городах — напитки, снеки, кондитерские изделия. При этом в селах покупатели могут влиять на ассортимент, оставляя пожелания о представленности товаров.

– Мы понимаем, что у жителей разных территорий есть свои особенности в покупательском поведении. В тестовых торговых точках мы сумели подобрать такой ассортимент и линейку товаров, которые наиболее востребованы в этих населенных пунктах. На основе анализа собственной базы данных «Магнита» для каждого отделения разработано индивидуальное предложение, – прокомментировала генеральный директор ПАО «Магнит» Ольга Наумова.

– Одна из приоритетных задач нашего совместного проекта – протестировать различные форматы в почтовых отделениях крупных городов и сельской местности. Помимо этого, во всех пилотных объектах мы также запустим доставку продуктов потребителям на дом по каталогу, который можно будет получить у почтальонов. По итогам проекта до конца года будет принято решение о его дальнейшем масштабировании, – отметил генеральный директор Почты России Николай Подгузов.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151799/>

«Магнит» запустил мобильное приложение для оценки магазинов

Розничная сеть создала программу, которая позволяет клиентам в онлайн-режиме направлять свои пожелания и замечания о работе торговых точек.

С помощью мобильного приложения «Пuls-M» покупатели магазинов «Магнит» в несколько кликов могут оценить работу объектов, рассказать, что нравится или не нравится.

Для оценки создано несколько критериев: обслуживание, качество товаров, ассортимент, наличие той или иной продукции, чистота помещения, технические неисправности и прочие. Каждая категория содержит подробные показатели. Например, уровень обслуживания на кассе включает наличие или отсутствие очередей, работу сотрудников, внешний вид персонала и другие. Посетители могут сделать фотографии и отправить их вместе с оценкой.

Информация оперативно поступает руководству конкретного магазина для устранения замечаний или рассмотрения предложений. В головном офисе розничной сети составляется статистика для системного анализа предлагаемых изменений.

— Такой канал взаимодействия помогает компании повышать уровень обслуживания и узнавать, какие аспекты в бизнес-процессах требуют большего внимания, оперативно реагировать на пожелания покупателей, совершенствовать сервис, предложения, ассортимент. Каждый может влиять на деятельность сети, участвовать в улучшении работы с минимальными временными затратами, — уточнила директор по технологиям гипермаркетов розничной сети «Магнит» Ольга Миргунова, курирующая проект «Пuls-M».

Приложение автоматически определяет геопозицию посетителя и предлагает выбрать ближайший магазин. Также можно найти объект по названию улицы.

— Следующим этапом развития приложения станет предоставление посетителям ответа о принятом решении, — отметил операционный директор розничной сети «Магнит» Артем Смоленский.

Приложение доступно для владельцев смартфонов на базе операционных систем iOS и Android. «Пuls-M» является собственной разработкой компании и будет постоянно актуализироваться.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151714/>

«Магнит» переходит на онлайн-инкассацию с использованием новейших депозитных машин

Розничная сеть «Магнит» — один из ведущих ритейлеров в России — начала масштабное внедрение онлайн-инкассации с применением автоматизированных депозитных машин Moniron ADM 6.

Целью проекта является оснащение современным оборудованием всех магазинов компании, включая торговые точки в самых отдаленных регионах. Планируется, что до конца 2018 года количество установленных машин превысит 10 000 штук.

Реализация проекта стала результатом трехстороннего сотрудничества «Магнита», Газпромбанка и Profindustry. Благодаря совместной работе была создана принципиально новая модель АДМ. Розничная сеть является пионером среди отечественных ритейлеров в сфере масштабного внедрения модифицированных автоматических депозитных машин.

Moniron ADM 6 в автоматическом режиме производит депонирование банкнот, определяет подлинность купюр, осуществляет онлайн-зачисление средств на расчетный счет компании и предоставляет возможность хранить наличные деньги. Установка устройств позволит существенно сократить издержки на обработку и инкассацию средств.

— Оборудование обеспечивает максимальную безопасность хранения денег за счет высокой степени защиты, включающей несколько уровней. Благодаря АДМ у персонала сокращается время на оформление документов, пересчет денег, исключаются ошибки.

В режиме онлайн сотрудник вносит купюры в машину. Денежные средства моментально зачисляются на расчетный счет и переходят в зону ответственности банка. Таким образом, снижается частота визитов инкассаторов, что существенно влияет на сокращение издержек, — уточняет заместитель директора финансового департамента розничной сети «Магнит» Алексей Танянский.

Разработка устройств велась, исходя из запросов ритейлера. Машины являются компактными, удобными в эксплуатации и не требуют от сотрудников специальной подготовки и навыков. В АДМ предусмотрено полное разделение операционных зон, сервисного блока и сейфа с денежной наличностью, поэтому техническое обслуживание оборудования, внесение банкнот, процесс инкассации являются изолированными друг от друга.

— Депозитная машина Moniron полностью удовлетворяет потребности ритейлера по решению актуальных проблем в части традиционной обработки выручки. Подобного проекта ранее в отрасли не было. Совместными усилиями мы провели глубокую работу по тестированию, оптимизации и модификации решения. Мы формируем стандарт отрасли, которому в будущем последуют все остальные, — отмечает президент компании Profindustry Сергей Барсуков.

— Технология онлайн-инкассации с использованием АДМ — это инновация в таком консервативном сегменте рынка, как обработка наличной выручки компаний. Использование АДМ — пример реализации кейса win-win для клиента, банка и инкассаторской компании, поскольку позволяет оптимизировать логистику инкассации, процессы обработки наличных денег и скорость зачисления выручки на счета. Применение данной технологии лидерами ритейла в ближайшие два года может изменить ландшафт рынка инкассации и обработки наличных, — считает вице-президент — начальник Департамента разработки и поддержки расчетных продуктов Газпромбанка Андрей Королев.

Источник: <https://retailer.ru/magnit-perehodit-na-onlajn-inkassaciju-s-ispolzovaniem-noveishih-depozitnyh-mashin/>

Ашан

Ашан открыл «Южные ворота»

Розничные сети стали единственными крупными арендаторами площадей в логистических хабах Подмосковья. Так, Auchan снял 53 тыс. кв. м в индустриальном парке «Южные ворота» на юге области. Эта сделка стала рекордной по итогам первой половины 2018 года. Сети вынуждены снимать дополнительные складские помещения, так как пытаются увеличивать ассортимент товаров ради удержания покупателей.

Французский ритейлер Auchan, имевший на конец 2017 года 311 магазинов в России, арендовал 53 тыс. кв. м в индустриальном парке «Южные врата» в подмосковном Домодедово, сообщил “Ъ” исполнительный директор Radius Group (девелопер комплекса) Захар Вальков. В Radius не раскрывают условия сделки. В Auchan на запрос “Ъ” не ответили. О сделке знают несколько консультантов рынка коммерческой недвижимости. Учитывая, что средняя ставка аренды склада в Подмоскowie по итогам первого квартала этого года, по данным CBRE, составила 3,5 тыс. руб. за 1 кв. м в год, Auchan может выплачивать собственнику объекта свыше 185 млн руб.

Индустриальный комплекс «Южные врата» строится к югу от Москвы, на пересечении трассы М4 «Дон» и строящейся ЦКАД. Его общая площадь 138 га, введено в эксплуатацию около 500 тыс. кв. м. Напротив этого объекта Auchan строит распределительный центр площадью 140 тыс. кв. м. Завершить строительство ритейлер планирует осенью текущего года. Захар Вальков говорит, что после сдачи в эксплуатацию распределительного центра Auchan останется арендатором в «Южных вратах». По его словам, девелопер по схожей схеме работал с DIY-сетью Leroy Merlin, которая сняла в «Южных вратах» 10 тыс. кв. м, построила в границах этого логистического хаба свой складской комплекс, но сохранила за собой ранее арендованный объем.

Потребность в большем объеме площадей возникает в связи с изменением стратегии компании. «Крупные ритейлеры обычно тщательно планируют логистику, то есть окончание договоров аренды складских мощностей, скорее всего, синхронизировано с окончанием строительства своего распределительного центра», — объясняет партнер Cushman & Wakefield Егор Дорофеев.

Он добавляет, что у Auchan мог измениться объем импорта в закупках или их структура по товарным наименованиям, в связи с чем возникла потребность в дополнительных площадях.

В мае этого года в интервью «Ведомостям» гендиректор «Ашан ритейл Россия» Франсуа Реми рассказал, что сеть будет расширять ассортимент товаров в среднем сегменте и премиум-сегменте. Сейчас в одном гипермаркете представлено около 50 тыс. наименований, после обновления перечень будет на 30–40% больше.

Новые площади нужны Auchan и в регионах — в Перми в «PNK Парке Косулино» в соответствии с требованиями ритейлера строится распределительный центр (30 тыс. кв. м). В финансировании этого проекта принимает участие Российский фонд прямых инвестиций и пул ближневосточных инвесторов.

По словам руководителя направления аналитики торговой и складской недвижимости JLL Оксаны Копыловой, сделка Auchan в «Южных вратах» пока крупнейшая с начала этого года на рынке складской недвижимости в Подмоскowie. Следом идет аренда сетью «Вкусвилл» у «Дикси» 52 тыс. кв. м в «PNK Парк Северное Шереметьево». В этом году сеть магазинов электроники DNS также сняла 39 тыс. кв. м в «Атлант-Парке» в Ногинском районе.

Консультанты отмечают, что такие крупные сделки (аренда или покупка складов от 50 тыс. кв. м) заключают в основном продуктовые ритейлеры. Оксана Копылова говорит, что по объему занимаемых напрямую складских площадей в Москве и Подмоскowie Auchan входит в тройку лидеров наряду с X5 Retail Group и «Дикси». «Активное наращивание складских площадей указывает на долгосрочные планы компании на российском рынке», — заключает госпожа Копылова.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3668702>

Дикси

Московская биржа прекратила торги акциями «Дикси»

Московская биржа с 28 июня 2018 года прекратила торги акциями ритейлера «Дикси», следует из сообщения биржи.

«Исключить 28 июня 2018 года из раздела «Первый уровень» списка ценных бумаг, допущенных к торгам в ПАО Московская Биржа, в связи с получением соответствующего заявления: акции обыкновенные Публичного акционерного общества «Дикси Групп», — говорится в сообщении.

Ранее дочернее предприятие ритейлера «Дикси», АО «Дикси Юг», увеличило долю владения акциями материнской компании «Дикси» до почти 99%, следует из документов компании.

До этого «Дикси Юг» принадлежало 75,12% ПАО.

25 декабря 2017 года акционеры «Дикси» одобрили делистинг ритейлера с Московской биржи.

Источник: <https://rns.online/consumer-market/Moskovskaya-birzha-prekratila-prodazhu-aktsii-Diksi-2018-06-28/>

Другие темы

Globus построит гипермаркет в Балашихе

Крупный германский продуктовый ритейлер Globus построит в Балашихе торговый комплекс, объем инвестиций в проект составит 800 млн руб., сообщает Минстрой Московской области.

"Минстрой Московской области выдал компании "Гиперглобус" разрешение на строительство в городе Балашиха многофункционального торгового комплекса "Глобус", - говорится в сообщении.

Общая площадь объекта составит 26 786 кв. м. Объем инвестиций в реализацию коммерческого проекта составит 800 млн рублей. Завершение строительства намечено на 4 квартал 2019 года.

Участок расположен на 22-ом км автодороги М-7 "Волга".

Источник: <http://www.interfax-russia.ru/Center/news.asp?id=945395>

SPAR закрыл свой специализированный магазин в Калининграде

Владельцы продуктовой сети SPAR в Калининграде закрыли проект SPAR fish&meat — магазин для взыскательной аудиторитории на Сельме, специализирующейся на торговле рыбой и мясом. «Проект закрыт. Слишком мало ценителей оказалось у нашей супермясной лавки», — написал совладелец SPAR в Калининграде Олег Пономарев.

Магазин в формате гастробутика, специализирующегося на торговле мясом и рыбой, не прижился в Калининграде, отметил в беседе с «Новым Калининградом» замгендиректора сети SPAR в Калининграде Алексей Елаев.

«Мы пытались опередить рынок, но это не получилось, поэтому мы будем работать в предыдущих форматах <...> Формат магазина, где представлена только мясная или только рыбная продукция, 20–30 сортов, пока не приживается. В Европе люди любят такое, и там чуть другой уровень жизни населения. В Москве, одним словом, этот формат ориентирован на другой уровень жизни населения», — отметил Елаев.

Проект SPAR fish&meat был открыт в феврале 2018 года.

Источник: <https://www.newkalininograd.ru/news/briefs/economy/19112773-spar-zakryl-svoy-spetsializirovanny-magazin-v-kaliningrade.html>

«ВкусВилл» продолжает экспансию в Петербурге

Московская сеть «ВкусВилл» арендовала два помещения под магазины в Выборгском и Красногвардейском районе города.

Сейчас в Москве, Калуге, Рязани, Владимире и др. городах России работает 600 магазинов «ВкусВилл» и 14 магазинов «Избёнка», от которых сеть взяла свое начало. Если «Избёнка» специализировалась исключительно на молочных продуктах, то с открытием «ВкусВилл» компания расширила свой ассортимент до продажи овощей, фруктов, мяса, рыбы, хлеба и др. от лучших проверенных поставщиков. В 2018 сеть вышла в Петербург, два магазина уже открылись, в том числе на Индустриальном пр., 27; два – планируются к открытию, так, точка на ул. Ф. Абрамова, 21 начнет работать с 10 июля.

Площадь уже открывшегося магазина на Индустриальном пр. – чуть больше 200 кв. м. Магазин находится на пересечении потоков Индустриального пр. и пр. Энтузиастов, в густонаселенном районе. Рядом располагаются остановки общественного транспорта, несколько продовольственных магазинов и заведений общественного питания, банков, напротив – ТРК «Июнь». Магазин на ул. Ф. Абрамова чуть больше – 250 кв. м.

Анна Лапченко, руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St Petersburg, брокера сделки:

«Магазины продуктов на втором месте по объему занимаемых в городе встроенных коммерческих площадей, их доля составляет около 13%. В настоящее время продуктовые сети весьма осторожно подходят к выбору помещений под новые точки, тщательно взвешивая все плюсы и минусы, чтобы минимизировать риски низкой рентабельности. Наиболее частный запрос – помещение с просторными планировками, большими витринами, в локациях с хорошим пешеходным трафиком, часто внутри развитых или активно развивающихся локаций спальных районов».

Источник: <https://www.retail.ru/news/151729/>

Оптоклуб «Ряды»: мы дешевле «Ленты» и «Ашана»

Сеть оптоклубов «Ряды» открыла первый объект в Московской области и стала сетью федерального масштаба.

Новый торговый комплекс появился в Мытищах, в 1 км от МКАД. В его ассортименте порядка 4 тысяч наименований. При этом в категориях представлены только самые ходовые товары. Ассортиментную матрицу адаптировали под московских покупателей, которые, по наблюдениям маркетологов, в большей степени ориентируются на бренды, чем жители Северо-Запада. Все скоропортящиеся продукты закупают у локальных поставщиков.

- В перспективе, в Москве мы планируем получать выручки в полтора раза больше, чем в Санкт-Петербурге, - отметила генеральный директор сети «Оптоклуб Ряды» Елена Стрельцова. - При этом мы замеряли продуктовую корзину в Петербурге. По сравнению с «Лентой» и «Ашаном», наша потребительская корзина дешевле на 10%.

Экономить помогают собственные разработки в области хранения и размещения продуктов, а также организации работы торгового зала и кассовой зоны. Так, в московском оптоклубе всего 20 касс, причем четыре из них - это кассы самообслуживания.

Складской клуб работает в круглосуточном режиме. Как и все остальные, этот объект сети рассчитан на работу с юридическими и физическими лицами. Для всех покупателей действует единая цена, различаются лишь карты лояльности. Для домохозяйств есть карта «Хлебосоль», а для бизнес-покупателей карта «Купецъ», которая предполагает большие объемы закупок. При этом многодетным семьям карты лояльности будут предоставляться бесплатно.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151811/>

«ВкусВилл» примет бутылки на переработку

Первый пандомат для сбора пластиковых бутылок и алюминиевых банок появился в магазине «ВкусВилл» (Ленинский проспект, 79), сообщается на сайте компании.

Непосредственно в магазине «ВкусВилл» покупатели смогут сдавать бутылки из-под йогуртов, кисломолочных напитков, киселя, молока, кефира, соков, воды от «ВкусВилл», а также приносить упаковку от других брендов, не относящихся к компании на дальнейшую утилизацию. Обязательным условием является сохранения штрих-кода на продукции, поскольку именно по нему отслеживается наполняемость аппарата. Чтобы опустить бутылку в устройство, нужно следовать подсказкам на экране: нажать на кнопку, откроется шторка, куда бутылку следует класть штрихкодом вверх. За один сеанс можно отправить в пандомат до 30 бутылок. Сканирование штрих-кодов позволяет оперативно получать информацию о наполнении устройства, чтобы вовремя забрать упаковку на переработку.

«Если аппарат будет пользоваться популярностью, и мы поймем, что это нужный и удобный покупателю сервис, мы поставим такие аппараты в большем количестве магазинов», — рассказывает Татьяна Янышева, бренд-менеджер, руководитель экологических проектов «ВкусВилл»

Автомат принимает как пластиковые, так и алюминиевые банки. Сдавать бутылки стоит с крышкой, чтобы, если бутылка плохо помыта, содержимое не повредило аппарат и не издавало запах. Когда контейнер заполняется, тара отправляется на досортировку, а затем — на переработку.

Источник: <http://vkusvill.ru/news/32455>

«Командор»: программа лояльности ускорила время обслуживания покупателей

Программа «Сдача на карту», введенная в красноярской сети, позволила сократить потребность в разменных монетах на 50%. Об этом рассказал директор по маркетингу торговой сети «Командор» Дмитрий Полуянов.

— Наши карты лояльности сделаны на основе электронных денег, — объяснил он. — При возникновении сдачи кассир либо предлагает покупателю списать «хвостик» с карты лояльности, рассчитавшись накопленными баллами. Либо зачислить определенную сумму на карту лояльности и выдать покупателю сдачу ровной, круглой суммой, без использования монет.

Также в сети реализовали ещё одно нововведение. Остаток сдачи до рубля теперь автоматически зачисляется на счет покупателя. На такой вариант соглашаются 99% покупателей, и это позволяет «Командору» существенно сократить время обслуживания при расчете, а заодно гарантировать возвращение покупателя в магазины сети.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151657/>

«Командор»: мы победили «Магнит» при помощи молока и хлеба

Стратегия, выбранная региональной сетью «Командор», основанная на товарных «якорях», позволила конкурировать с федеральной сетью, которая открывает свои магазины что называется «дверь в дверь». Потеря покупателей составила всего

10%. Об этом рассказал директор по маркетингу торговой сети «Командор» Дмитрий Полуянов.

— Мы четко сформулировали, почему к нам должны приходиться покупатели, — объяснил он. — И три категории товаров выбрали нашими «якорями». Первое — это свежеспекавшийся хлеб. И это не просто «допекалка», которая чаще всего ставится у лидера рынка. Это полноценная пекарня, с полным циклом, с широкой линейкой SKU. На этой категории не всегда получается зарабатывать, но эффект от нее нас устраивает. Причем, пекарни ставим и в «магазинах у дома», и в дискаунтерах.

Ставку в красноярской сети также сделали на фрукты и овощи, и на молочную продукцию, причем местного производства. Эти приемы позволяют сохранить постоянный поток покупателей и не бояться федеральной экспансии.

— Сначала такое соседство приводит к оттоку примерно 20% покупателей, — подытожил Полуянов, — но потом покупатели, оценивая наши сильные стороны, возвращаются к нам вновь, и наше падение колеблется в районе 5–10%.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151656/>

Кооператив LavkaLavka откроет магазин продуктов без упаковки

Создатель фермерского кооператива LavkaLavka Борис Акимов решил открыть магазин без одноразовой упаковки. Об этом «Таким делам» рассказал сам предприниматель.

«Наша идея — сделать магазин продуктов без упаковки. Чтобы люди приходили в магазин уже с контейнерами и бутылками, чтобы выходили оттуда с продуктами, а не тащили с собой еще кучу мусора. Магазин для сознательных потребителей, которые не хотят создавать мусор», — пояснил Акимов.

Он рассказал, что сейчас средний россиянин создает около 400 килограммов мусора в год. При этом активисты экологического движения Zero Waste («Ноль отходов») создают в сотни раз меньше мусора: 2-3 килограмма в год.

«Эта проблема в России с каждым годом становится актуальнее. И то, что мусор не перерабатывается и не сортируется, — это борьба с последствиями, а не с причинами. Победить мусор по-настоящему — значит научиться его не создавать. Мы попытаемся показать, что возможен такой тип потребления, который не множит мусор», — рассказал создатель LavkaLavka.

Магазин планируется открыть осенью, место еще не выбрано. В течение трех месяцев он будет работать как социальный проект, владельцы будут публиковать показатели по выручке и среднему чеку. Если через три месяца магазин выйдет на самоокупаемость, то он продолжит работу. В этом случае владельцы будут думать об открытии сети таких магазинов.

Борис Акимов запустил на YouTube блог «Борис Брюква: Восставшие из сада» об ответственном потреблении, предпринимательстве и инновациях в сельском хозяйстве. Идея проекта в том, что еда — это не просто еда, а мощнейший инструмент влияния на окружающий мир.

Пластиковые пакеты — самый продаваемый товар в российских супермаркетах: 26,5 миллиарда в год пластиковых пакетов потребляется в России ежегодно. Исследование, которое провели общественные организации «Друзья Земли» и «Ноль отходов Европа», показало, что только с 2004 по 2014 год объем бытовых пищевых отходов в Европе удвоился и достиг 30 миллионов тонн в год. Количество пластикового мусора выросло на 50% до 15 миллионов тонн в год.

Экологи подсчитали, что сейчас производится в 20 раз больше пластмассы, чем в 1960-е годы. Около трети пластика приходится на упаковку. К 2050 году объемы

производства могут увеличиться до четырех раз. По данным ООН, если люди не перестанут использовать одноразовые бутылки, пакеты и стаканы, то к 2050 году в мировом океане будет больше мусора, чем рыбы.

Источник: <https://takiedela.ru/news/2018/06/25/lavkalavka-upakovka/>

Росрыболовство откроет сеть государственных рыбных магазинов

Росрыболовство вернулось к идее создать в России рыбные магазины с доступными ценами. На базе подведомственного ФГУП ведомство надеется возродить государственные рыбные магазины. Десять лет назад это сделать не удалось.

ФГУП «Национальные рыбные ресурсы» создаст в России сеть рыбных магазинов «по доступным ценам», говорится в сообщении на сайте предприятия. Магазины позволят «стабилизировать цены на рынке», уверены в компании.

У «Нацрыбресурса» уже есть один социальный рыбный магазин: в конце 2017 года на территории Калининградского морского рыбного порта открылся магазин «Портовый», в нем продается продукция, поступающая напрямую от рыбаков, минуя посредников.

Общее название для магазинов новой сети сейчас обсуждается, уточнила представитель Росрыболовства Ксения Тимакова. Первый магазин планируется открыть в августе-сентябре в Мурманске. До конца года запланировано открытие еще двух магазинов каждый площадью около 200 кв. м во Владивостоке и Южно-Сахалинске. Цены будут примерно на 20% ниже, чем в среднем в рознице, обещает Тимакова. По ее словам, решение о дальнейшем развитии сети будет приниматься по результатам оценки деятельности первых магазинов, их востребованности у населения.

Мечта об «Океане»

Вопрос о высокой стоимости российской рыбы неоднократно поднимался в последние годы. На высокие цены на рыбу жаловался в декабре прошлого года Владимиру Путину в ходе пресс-конференции директор Мурманского рыбокомбината Михаил Зуб. «Сейчас курица стоит 100 руб., а треска — 300 руб. Чего мы издеваемся над людьми?» — спрашивал он президента. На стоимости рыбы сказывается большая цепочка посредников от рыбака до прилавка, неоднократно указывал руководитель Росрыболовства Илья Шестаков. В высоких ценах на рыбу виноваты «мошеники и жулики», «которые контролируют переход рыбы от причала до прилавка», заявлял и руководитель ФАС Игорь Артемьев.

Попытку создать специализированные рыбные магазины Росрыболовство предпринимало еще в прошлом десятилетии. В 2009 году ведомство подготовило концепцию создания такой сети, в рамках которой планировалось открыть в Москве, Петербурге, Астрахани и Нижнем Новгороде 15 магазинов «Океан», а к 2012 году их число планировали довести до 250. Инвестиции в открытие одного стандартного магазина площадью 180 кв. м. Росрыболовство тогда оценивало в 6,3 млн руб., писали «Ведомости».

Концепцию «Океана» тоже разрабатывал «Нацрыбресурс»: сеть хотели создать без участия федеральных ритейлеров, чтобы не допустить взимания с поставщиков платы за вход в сеть и других платежей. Но самостоятельно реализовать проект не удалось, и впоследствии им занялась X5 Retail Group, управляющая сетями «Перекресток», «Пятерочка» и «Карусель». В 2013-м внутри «Перекрестка» открылись первые «магазины в магазине» под вывеской «Новый океан»: в них продавалась только рыба и морепродукты. Сейчас в отчетности X5 упоминается только, что компания владеет собственной торговой маркой «Новый океан», но об открытых магазинах информации нет.

Создаваемые «Нацрыбресурсом» магазины не совсем корректно сравнивать с проектами крупных сетевых ритейлеров, считает Тимакова. Магазин в Калининграде и те, которые будут открыты в других портовых городах, являются самостоятельным, социально-ориентированным проектом, поясняет представитель Росрыболовства.

Источник: <https://www.rbc.ru/business/28/06/2018/5b33bed79a7947203d122a7b>

Клик еды: как Alibaba начнет продавать в России продукты

Alibaba Group начнет продавать продукты питания в России. Пока речь идет только о продаже китайской продукции, но ассортимент может быть расширен и за счет российских производителей.

Продуктовый тест

В субботу, 30 июня, компания Rural Taobao (входит в Alibaba Group; отвечает за взаимодействие с небольшими производителями и поставщиками продуктов в Китае) проведет в Москве презентацию. На ней компания представит ассортимент от китайских производителей, чьи товары вскоре будут доступны российским потребителям, рассказал источник РБК, знакомый с планами китайского холдинга, и следует из текста приглашения, с которым ознакомился РБК. Основу презентации составит категория морепродуктов.

«Планируется, что в ближайшее время в тестовом режиме на Tmall (интернет-магазин Alibaba Group, в России работает на домене AliExpress. — РБК) заработает специальный раздел с продуктами питания, который пока будет включать ассортимент Rural Taobao, — рассказывает собеседник РБК. — Но не исключено, что по аналогии с развитием Tmall в непродуктовой категории будут привлечены и локальные поставщики».

Россия стала первой страной за пределами Китая, где заработал Tmall. По данным Alexa, площадка занимает 14-е место среди самых популярных интернет-ресурсов в мире. Специально для России Tmall менял свою историческую концепцию и работает здесь по смешанной модели — и как маркетплейс (проводя сделки между различными продавцами), и как самостоятельный ритейлер (реализует товары, в том числе от российских поставщиков, со своих складов). AliExpress останется основной площадкой для заграничных заказов, а Tmall будет специализироваться на собственных продажах и маркетплейсе с товарами с российского склада от крупных производителей, пояснял тогда РБК директор по развитию AliExpress в России Марк Завадский.

В Alibaba Group от комментариев отказались.

«Новый ритейл»

Alibaba Group стал развивать направление по продаже продуктов питания в соответствии с концепцией «нового ритейла», о которой основатель компании Джек Ма заявил еще в 2016 году. Основной смысл этой стратегии — сочетание офлайн- и онлайн-продаж. Еще в 2015 году корпорация запустила в Китае сеть супермаркетов Hema, которая к началу 2018-го насчитывала уже 25 магазинов, до конца года компания планирует открыть еще 30 супермаркетов в Пекине. Приобрести продукты покупатель может как в самом магазине, так и через мобильное приложение. Оплата покупок происходит также через приложение с помощью другого продукта Alibaba Group — платежной системы Alipay. «Мы верим, что будущее «нового ритейла» — в гармоничном сочетании онлайн- и офлайн-инструментов, и Hema — яркий пример происходящей эволюции», — отмечал глава Alibaba Group Даниэль Чжан.

Небольшой, но с потенциалом

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), объем российского рынка интернет-торговли (включая трансграничные покупки) в 2017 году составил 1,04 трлн руб., или 3% от всей торговли в России. Прогноз ассоциации на 2018 год — 1,25 трлн руб. В иностранных магазинах российские покупатели потратили в прошлом году 374,3 млрд руб. Большая часть заказов — 91% — пришлось на интернет-покупки из Китая в натуральном выражении и 53% — в денежном.

В структуре рынка интернет-покупок россиян продукты питания занимают всего 2,2%, отмечали аналитики «РБК Исследования рынков». Категории-лидеры: авиабилеты (на них приходится 16,8% от оборота), обувь/одежда/аксессуары — 11,8%, цифровая и компьютерная техника — 8,7%. «Многие офлайн-ритейлеры сделали шаг в сторону развития интернет-продаж», — напоминают аналитики в отчете «Прогноз развития рынка интернет-торговли на 2017–2018 годы». В качестве примера они приводят X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»), которая во втором квартале 2017 года официально начала тестирование интернет-магазина «Перекресток». Как сообщил РБК представитель X5 Retail Group, сейчас интернет-магазин обсуживает в среднем 800 заказов в день. При этом средний чек, состоящий из 24–25 позиций, в онлайн-примерно в шесть раз выше, чем в московском супермаркете. По итогам 2018 года выручка онлайн-супермаркета может достичь около 1 млрд руб. и в «перспективе нескольких лет» занять порядка 2% выручки всей сети «Перекресток» (по итогам 2017 года составила 186,93 млрд руб.).

Работает над интернет-каналом продаж и основной конкурент X5 Retail Group — сеть «Магнит»: еще в 2015 году ритейлер начал тестировать онлайн-магазин с доставкой товаров на дом по Краснодару, но на полноценный режим работы проект так тогда и не вышел. Но от идеи использовать интернет компания не отказалась. У «Магнита» есть онлайн-проект, который «достаточно активно» развивается внутри компании, рассказал в мае гендиректор сети Хачатур Помбухчан (ушел с этого поста на прошлой неделе). «Мы будем запускать его тогда, когда будем точно понимать, что это принесет с точки зрения дохода для компании», — уточнял он.

Продажа продуктов онлайн сейчас перспективна как направление, особый импульс этому сегменту придаст легализация интернет-торговли алкоголем, считает представитель Ассоциации компаний розничной торговли Роман Черниговцев. «Любой новый игрок, готовый оплатить дорогой билет за вход в этот сегмент, может составить конкуренцию существующим участникам рынка, — замечает он. — А рост конкуренции, конечно, в интересах конечного потребителя».

Сейчас сегмент продуктов питания самый растущий и перспективный на рынке интернет-торговли, рассказывает президент АКИТ Артем Соколов. Его особенностью, по словам собеседника РБК, является то, что в этой категории клиент возвращается на сайт за покупками намного чаще, чем в других: в среднем это восемь раз за год против 1,5–2 в бытовой технике. «Для интернет-ритейлеров с большим количеством категорий это означает, что когда продукты питания будут привлекать покупателя, он купит что-нибудь еще: а это уже увеличение среднего чека, — говорит Соколов. — Если Alibaba будет выполнять все требования российского законодательства наравне с местными игроками, компания станет просто еще одним игроком растущего сегмента. Но если нет, то у Alibaba будет огромное конкурентное преимущество перед другими».

Товарный обмен

Одновременно с запуском торговли китайскими продуктами в России будет запущен аналогичный проект, также через Tmall, но уже по продаже российских товаров для китайских потребителей, утверждает источник РБК. «Сейчас идут переговоры с производителями кондитерских изделий и бакалейных товаров», — говорит себе-

седник РБК. По его информации, первый контракт на поставку «уже в стадии финализации» с ЗАО «Алейскзернопродукт имени С.Н.Старовойтова».

Гендиректор пекинского представительства ЗАО Елена Щербинина подтвердила РБК переговоры с Alibaba. По ее словам, в Китае будут продаваться мука и макаронные изделия «Алейка» — на них уже есть предварительные заказы. Продажи будут идти сразу на двух площадках Alibaba — Tmall и Tmall International. Первая партия будет небольшой и составит до 30 т продукции, но в перспективе планируется довести поставки как минимум до 1 тыс. т в месяц.

Для «Алейскзернопродукта» контракт с Alibaba — новый интересный опыт, говорит Щербинина. Компания работает в Китае почти 11 лет и продает свою продукцию через магазины китайских региональных дистрибьюторов на разных площадках, в том числе Alibaba. У компании есть и собственный магазин на Alibaba. Но прямой договор с Alibaba — «совершенно другой опыт», подчеркивает Щербинина: он дает возможность поставить товар непосредственно в магазин самой площадки, а «это первая страница». Alibaba ставит перед российскими производителями серьезные задачи «практически на грани выполнимого», отмечает она: например, по адаптации упаковки для китайского рынка. «Для всех российских производителей это дополнительная нагрузка и увеличение себестоимости», — указывает Щербинина.

В «Алейскзернопродукте» уверены, что в результате этого сотрудничества, география мест в Китае, где продаются ее продукты, значительно расширится. Мука не обладает никаким вкусом, из нее можно сделать любой продукт, а российская мука востребована в основном в северных провинциях Китая, отмечает Щербинина. «Те, кто живет южнее, меньше готовят и меньше используют муку, предпочитая рис. Люди, которые живут на севере, больше знают о России, знают, что это экологические продукты, и за счет этого идут продажи», — добавляет Щербинина.

«Российское продовольствие воспринимается [в Китае] как экологически чистое, что, несомненно, является весомым конкурентным преимуществом», — отмечает гендиректор Российского экспортного центра Андрей Слепнев, подчеркнувший, что рынок интернет-торговли в Китае является быстрорастущим и самым большим в мире по объему.

Чтобы облегчить доступ российским компаниям на интернет-рынок Китая, РЭЦ открыл три российских виртуальных павильона на площадках Tmall, JD и 1688, где уже размещено 30 российских брендов. «Например, самыми востребованными товарами на павильонах стали конфеты «Ронни», «Крокант», «Маленькое чудо» и мука «Беляевская», — рассказывает Слепнев. Согласно статистике РЭЦ за первый квартал 2018 года, основными позициями экспорта продовольствия в Китай являются мороженая рыба (\$295 млн), соя (\$100 млн), ракообразные (\$44,9 млн), подсолнечное масло (\$41,3 млн), шоколадные изделия (\$17,3 млн), соевое масло (\$16,4 млн). Также существенно выросли поставки рапсового масла (\$8,4 млн; рост к аналогичному периоду прошлого года составил 531,7%) и пшеничной муки (\$8,6 млн, +139,5%).

Источник: <https://www.rbc.ru/business/29/06/2018/5b334bdb9a7947814108ea38>