

Ключевые события продуктового ритейла (02.07.18-08.07.18)

Выпуск 20

X5 поможет вернуть JD.com в Россию

Стратегический альянс Tesco и Carrefour

«ВкусВилл»: 1 000 магазинов к 2019 году

12 500-ый «Магнит» и 700-ый «Перекресток»

2018 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

X5 может помочь интернет-магазину JD.com вернуться на российский рынок

Один из крупнейших интернет-магазинов из Китая планирует вернуться на российский рынок после ухода в 2016 году. В качестве одного из партнеров рассматривается X5, в магазинах которой будут установлены постаматы для доставки покупок из JD.com. Компании уже запустили совместный маркетинг в магазинах торговой сети «Пятерочка».

X5 назначила нового директора макрорегиона «Северо-Запад» сети «Пятерочка»

Управление макрорегионом возглавит Тимур Паршиков, занимавший ранее в компании должность директора по транспорту. Таким образом, начнет функционировать 4-ый из 5 макрорегионов в рамках новой макрорегиональной модели управления торговой сети. С 1 августа запустится 5-ый макрорегион – «Центр-Юг».

«ВкусВилл» планирует расширяться до 1 000 магазинов к 2019 году

За I полугодие 2018 года торговая сеть открыла 147 магазинов, что приближает ее к запланированной 1 000 магазинов к 2019 году. Кроме того, ритейлер вышел в новый регион – Воронеж – и начал арендовать помещения более 250 кв. м, сдавая в субаренду лишние площади. Эксперты считают, что расширение сети до 1 000 магазинов увеличит оборот компании на 50% до 60 млрд рублей, при этом инвестиции могут составить до 4,5 млрд рублей.

«Ашан» объявил о назначении нового директора по персоналу

Новым директором по персоналу «Ашан Ритейл Россия» станет Мари-Элизабет Брюне, которая сменила на посту Ольгу Афанасьеву. Ранее Мари-Элизабет Брюне занимала такую же должность в подразделении «Ашан Украина».

«Магнит» достиг отметки в 12 500 магазинов

В Пермском крае в городе Александровске открылся третий магазин «Магнит» формата «у дома», который стал для торговой сети юбилейным – 12 500-ым. Ассортимент новой торговой точки состоит из 2 800 наименований.

«Перекресток» открыл 700-ый супермаркет

Юбилейный магазин площадью 1 200 кв. м открылся в Москве. Ассортимент нового «Перекрестка» состоит из 12 тыс. наименований, из которых 30% представлены в категории fresh. Торговая сеть продолжает активно развиваться и за последние 6 месяцев вышла в Петрозаводск, Ижевск, Астрахань и Волгоград.

«Ашан» снова пытается зайти в Череповец

Компания ведет переговоры с торговой сетью «О'КЕЙ» о покупке пустующего больше года гипермаркета. Ранее его хотел выкупить город, однако ГК запросила высокую цену. До этого французский ритейлер предпринимал попытку зайти в город в 2012 году, но тогда инвесторам и властям Череповца не удалось договориться.

Metro опередил планы по строительству торгового комплекса в Одинцовском районе

Ритейлер получил разрешение на ввод в эксплуатацию гипермаркета, расположенного в Одинцовском районе Московской области, хотя первые сроки сдачи были намечены на 2019 год. В торговый комплекс площадью 9,3 тыс. кв. м было инвестировано около 1,4 млрд рублей. В 2018-2019 гг. Metro планирует открыть еще два гипермаркета в Подмосковье.

«Ашан» открывает первые магазины нового формата на территории Украины

«Ашан Ритейл Украина» в июле 2018 года откроет в Киеве два магазина «Мой Ашан» нового формата «у дома», который до этого был представлен только в Москве. Также в новых торговых точках будут расположены пункты выдачи онлайн заказов непродовольственной продукции Click and Collect. Магазины будут открыты на месте Topmart.

В «Пятерочках» Свердловской области могут появиться фермерские уголки

Глава уральского макрорегиона заявил, что торговая сеть планирует сдавать в аренду торговые площади сети фермерским хозяйствам. Таким образом, по мнению компании, это позволит наладить отношения между покупателями и местными сельхозпроизводителями. Ритейлер будет предлагать площади по сниженной арендной ставке.

«Магнит» стал лидером в переходе на систему «Меркурий»

Торговая сеть «Магнит» заняла первое место в топ-5 хозяйствующих субъектов по количеству оформленных электронных ветеринарных сертификатов (28,2%) в ФГИС «Меркурий», которая начала функционировать с 1 июля 2018 года. На втором месте находится «Перекресток» (2,2%).

«Азбука Вкуса» начала тестирование в области компьютерного зрения

Сотрудничество с резидентом «Сколково» Intelligence Retail направлено на использование технологий, позволяющих контролировать точность и скорость распознавания молочных продуктов для решения проблемы отсутствия товаров на полках и контроля соблюдения планogramм.

На имя торговой сети «Холидей» подано более 250 исков

В арбитражный суд с начала 2018 года поступило более 250 исков на сумму, превышающую несколько сотен миллионов рублей. Большинство заявлений принадлежат поставщикам, среди которых самые крупные поданы компаниями «ПепсиКо Холдингс» (69 млн рублей) и «Вимм-Билль-Данн» (27 млн рублей). Однако суд постановил, что доказательства, предоставленные «Холидей», опровергают поданные иски об отсутствии денежных средств у ответчика.

«Сбербанк» и «ВТБ» станут совладельцами Agrokor

Крупнейший хорватский производитель продуктов питания и ритейлер перейдет под управление своих кредиторов – «Сбербанка» и «ВТБ». Данное решение поддержало большинство держателей долга компании. «Сбербанку» будет принадлежать 39,2% Agrokor, который в течение 2014-2016 гг. передал ритейлеру 950 млн евро, а «ВТБ» – 7,5%.

Tesco и Carrefour создадут стратегический альянс

Одни из крупнейших ритейлеров намерены создать стратегический альянс, который позволит выстроить и укрепить отношения с мировыми поставщиками и будет способствовать улучшению качества и выбора продукции по более низким ценам. Данные договоренности будут заключены на 3 года.

«Макси» планирует расширяться в Кирове

Компания «Макси» намерена открыть 2-3 новых гипермаркета в городе и уже ищет новые площадки и земельные участки для собственного строительства. Один из них планируют открыть в конце 2018 года, площадь которого составит 11 тыс. кв. м.

Кузбасская торговая сеть «Бегемот» запустила сервис заказа собственной кулинарии в магазин

«Бегемот» запустил сервис «Стол заказов», позволяющий заказать по телефону продукцию собственного производства и забрать ее потом в магазине. Услуга доступна в 10 магазинах, в которых есть кулинарный отдел.

Минсельхоз предлагает лишить льгот продукты с заменителем молочного жира

Минсельхоз предложил почти в два раза — с 10 минимум до 18% — повысить НДС на продукты с заменителями молочного жира. Это лишит потребителей недорогой продукции и снизит спрос на сырое молоко, считают эксперты. Мотивация Минсельхоза: повышение НДС приведет к сокращению на рынке доли продукции с заменителями молочного жира.

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

X5 Retail Group

JD.com зайдет через «Пятерочку»

Как стало известно «Ъ», один из крупнейших в мире интернет-магазинов JD.com планирует возвращение на российский рынок, активную деятельность на котором свернул в 2016 году. Китайский ритейлер, среди совладельцев которого Алишер Усманов и DST Global Юрия Мильнера, ведет переговоры с местными участниками рынка и уже нашел первого партнера. Им может стать X5 Retail Group, в магазинах которой будут постаматы для доставки покупок из JD.com.

В конце июня делегация топ-менеджеров JD.com посетила Россию, где провела ряд встреч и переговоров с потенциальными партнерами, рассказал «Ъ» источник, знакомый с их ходом. По его словам, JD.com готовит «камбэк в Россию, причем очень агрессивный». JD.com также активно искал человека на позицию country manager в России, но решил в итоге остановиться на китайском кандидате изнутри, уточняет собеседник.

Информацию о планах китайского интернет-ритейлера вернуться в Россию подтверждает другой источник «Ъ» на рынке электронной торговли. Об этом осведомлен и управляющий партнер «220 Вольт» Алексей Федоров. «Их эмиссары сейчас пристально изучают российский рынок, хотя китайцы в последние два года его вообще не рассматривали из-за санкций, потому что российские деньги заворачивают через американские банки. Но сейчас ситуация стабилизировалась, российские и китайские партнеры научились работать с юанями», — поясняет господин Федоров. В JD.com не ответили на запрос «Ъ».

JD.com ранее объявлял о выходе на российский рынок в июне 2015 года. Его партнерами тогда были «СПСР-Экспресс», «Юлмарт», «Яндекс.Деньги» и Qiwi. Ритейлер предлагал более 130 тыс. категорий продукции и около 40 млн товаров. Но вскоре после громкого выхода компания столкнулась со сложностями и через полгода фактически свернула работу в России. «Основная проблема была в том, что JD.com, по сути, не смог воспользоваться ключевыми преимуществами, которые у них есть в Китае, а именно: сильная логистика и прямые отношения с производителями, — объясняет источник «Ъ», знакомый с бизнесом компании. — Они выбрали трансграничную модель в России, но совсем не проработали операционную часть. Отправления застревают на таможне, быстрой доставки не получилось, контент не адаптировали, все это вызвало негативные впечатления у пользователей». Кроме того, в JD.com якобы были недовольны большими расходами на маркетинг в России, которые не принесли ожидаемых результатов. В итоге компания решила сконцентрироваться на внутреннем рынке.

Несмотря на отказ от развития российского направления, у JD.com сохранился поток посылок в страну, комментирует источник «Ъ» на рынке e-commerce. По его оценке, речь идет примерно о 20 тыс. посылок в день. «Если бы их было 200 тыс., можно было бы отстраивать процессы и делать бизнес. Было бы 2 тыс. — никто бы и не волновался. Но 20 тыс. заказов — ни туда, ни сюда: либо надо вложиться и развивать, либо шлагбаум опустить. Выбор сделан в пользу развития», — объясняет он.

В этот раз одним из партнеров JD.com в России может стать X5 Retail Group. По словам источника «Ъ» на рынке ретейла, китайская компания ведет с X5 переговоры по запуску доставки покупок с ее сайта в магазины, входящие в группу («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»). Стороны уже начали совместный маркетинг — плакаты с товарами JD.com размещены в ряде магазинов «Пятерочки».

В X5 сообщили «Ъ», что группа работает над созданием инфраструктуры для доставки онлайн-покупок из интернет-магазинов и маркетплейсов в автоматизированные пункты выдачи и обсуждает проект «со всеми крупнейшими российскими и иностранными интернет-ритейлерами и маркетплейсами, занимающимися преимущественно непродовольственными товарами».

По словам Алексея Федорова, JD.com в качестве стратегии развития в России также рассматривает покупку доли в одном из участников рынка и открытие складов в стране: «JD.com — интернет-магазин, в отличие от маркетплейса AliExpress, то есть JD.com выкупает товар у поставщиков. Стало быть, огромный ассортимент предложить не получится, плюс есть физические ограничения по складам». По оценке господина Федорова, для конкуренции с «Яндекс.Маркетом» JD.com нужно было бы примерно 200 тыс. кв. м складских площадей. Ключевая компетенция JD.com — распределительные склады, согласен президент Национальной ассоциации дистанционной торговли Александр Иванов. «По этому пути идут сейчас наши крупные компании: СП "Яндекс.Маркета" и Сбербанка, Ozon.ru. Tmall (входит в Alibaba Group. — «Ъ») — тоже мощный игрок со складом в Подмосковье», — отмечает он.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3674919>

Бывший директор по транспорту X5 Retail Group Тимур Паршиков возглавил макрорегион «Северо-Запад» в торговой сети «Пятерочка»

Бывший директор по транспорту X5 Retail Group Тимур Паршиков с 1 июля возглавил макрорегион «Северо-Запад» торговой сети «Пятерочка», образованный в рамках структурных изменений в компании. «Пятерочка» переходит на макрорегиональную модель управления, которая предполагает создание пяти макрорегионов, чьи директора будут подчиняться напрямую генеральному директору сети. Каждый макрорегион объединит от двух до четырех дивизионов, сгруппированных по территориальному принципу и количеству магазинов — 2–3 тыс. универсамов.

Структурные изменения потребовались в связи с активным ростом сети — с конца 2014 года «Пятерочка» увеличила выручку и число магазинов более чем в 2 раза. Чтобы сохранить эффективность управления и не замедлять темпы развития, центральный офис необходимо освободить от части функций. Поэтому в компании создается дополнительный, макрорегиональный уровень, который полностью возьмет на себя операционное управление бизнесом. Таким образом, центральный офис сосредоточится на решении стратегических задач, определении целей и контроле их достижения. Это позволит повысить скорость принятия решений и качество работы с локальными промо-акциями и ассортиментом, а также лучше адаптировать магазины к региональным особенностям рынка.

Помимо макрорегиона «Северо-Запад» уже функционируют макрорегионы «Урал-Сибирь», «Волга» и «Москва». В скором времени заработает еще один макрорегион: «Центр-Юг» — с 1 августа. Руководителями новых структурных подразделений станут только внутренние кандидаты из «Пятерочки» и X5.

Игорь Шехтерман, главный исполнительный директор X5 Retail Group:

«Мы уверены, что обновленная структура поможет нам выполнить наши стратегические планы, сохранить устойчивое лидерство в продовольственном ритейле, продолжить стабильное и эффективное развитие. Развитие команды также один из важнейших приоритетов. Обновление структуры дает широкие возможности перспективным внутренним кандидатам. При подборе макрорегиональных директоров мы ориентировались в первую очередь на внутренний кадровый резерв. Все назначения в рамках организационной трансформации прошли без привлечения внешних менеджеров, что еще раз подтверждает профессионализм и потенциал нашей команды».

Источник: <https://www.retail.ru/news/151852/>

Торговая сеть «Перекресток» открыла 700-ый супермаркет

X5 Retail Group сообщает об открытии 700-ого супермаркета торговой сети «Перекресток» в России. Юбилейным стал магазин, торговой площадью 1200 кв. м, расположенный в Москве (Каширское шоссе, д. 26, ТРК «Москворечье»).

Магазин полностью соответствует современной концепции сети «Перекресток», в которой уже работает свыше 76% супермаркетов.

Владислав Курбатов, генеральный директор торговой сети «Перекресток»:

«Наша компания активно развивается, и мы продолжаем увеличивать присутствие в городах-миллионниках, в том числе в Москве, а также параллельно выходим в новые регионы. Так, только за первые шесть месяцев 2018 года наши супермаркеты начали работать в Петрозаводске, Ижевске, Астрахани и Волгограде. Уверен, впереди нас ждет еще множество новых открытий, городов и амбициозных целей».

Ассортимент юбилейного супермаркета состоит из 12 000 наименований товаров, где на категорию fresh приходится более 30% товаров. Особое внимание в компании уделяется расширению сотрудничества с локальными производителями. Местные предприятия поставляют в магазины сети хлеб, молочную продукцию, мясную гастрономию, кулинарные изделия и другие товары.

Благодаря открытию нового супермаркета создано 50 рабочих мест. Вместе с открытием юбилейного «Перекрестка» количество супермаркетов в Москве превысило 250, в которых трудоустроены более 13 500 человек.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151906/>

Сеть «Пятерочка» обещает преференции свердловским фермерам

Фермерские хозяйства смогут арендовать в магазинах «Пятерочка» торговые площади. Руководство уральского дивизиона уверяет, что ставки будут льготными. Ритейлеры называют такое решение спорным.

Арендаторами торговых площадей в магазинах «Пятерочка» (входит в X5 Retail Group) станут местные фермеры, заинтересованные в сбыте своей продукции. По словам Артема Мнякина, операционного директора уральского дивизиона сети, такая практика сложилась в Пермском крае, и теперь ее собираются распространить на Свердловскую область.

«Мы хотим организовать в «Пятерочках» фермерские уголки, — поясняет г-н Мнякин. — В Перми мы даже предлагаем хозяйствам площади дешевле, чем сами платим арендодателю. Тем самым сеть помогает местным сельхозпроизводителям наладить контакт с покупателями. Конкуренции мы не опасаемся, поскольку продукты фермеров — нишевой товар, предполагающий иное ценообразование».

Дмитрий Потапенко, управляющий партнер компании Management Development Group Inc, полагает, впрочем, что решение о льготной аренде для фермеров федеральный ритейлер принял из-за административного давления на местах. По его словам, более эффективным инструментом господдержки могли бы стать специализированные торговые сети.

«Если один хозяйствующий субъект арендует квадратный метр, например, по 1000 руб., а другому субъекту сдает по 800, вряд ли такая коммерция понравится налоговой службе, — рассуждает г-н Потапенко. — И любой миноритарный акционер сможет оспорить сделку, наносящую компании финансовый ущерб. Не говоря уже о том, что качество фермерских продуктов будет разным, и федеральная торговая сеть быстро превратится в шалман».

Сейчас «Пятерочка» сдает дополнительные площади под аптеки, которые открывает партнер Х5 — федеральная сеть «МЕГА ФАРМ». В Свердловской области их около 60. Однако в этом случае речь идет о более высоких арендных ставках.

Как много фермеров смогут вместить дискаунтеры, пока неизвестно.

На 1 июня в Свердловской области работало 443 магазина «Пятерочка», к концу года их число увеличится до 550. По мнению Артема Мнякина, не исчерпан и потенциал Екатеринбурга. В текущем году в городе откроют около 40 дискаунтеров, а в перспективе добавят еще 170. Запуская новые точки, «Пятерочка» учитывает два показателя — дистанцию между соседними магазинами сети (не менее 500 метров) и покупательский трафик (3,5 тыс. человек в день). Нарушить планы может только дефицит торговых помещений и земельных участков. По словам г-на Мнякина, компании приходится переплачивать за стратегические места из-за высокой конкуренции.

По данным екатеринбургских ритейлеров, федеральные торговые сети, наращивающие присутствие в городах-миллионниках, не особо беспокоятся о рентабельности отдельных торговых точек. Г-н Мнякин уверяет, однако, что убыточных магазинов в сети не больше 5% — со временем их выводят на плановые показатели прибыли или закрывают. С начала года «Пятерочка» отказалась от 16 нерентабельных точек в Екатеринбурге.

Источник: http://ekb.dk.ru/news/set-pyaterochka-obeschaet-preferentsii-sverdlovskim-fermeram-237106940?utm_campaign=www.dk.ru&utm_medium=listing&utm_source=news

Магнит

«Магнит» открыл юбилейный 12 500-й магазин «у дома»

Торговая точка в формате «у дома» появилась в Пермском крае в небольшом городе Александровске по адресу: улица Мехоношина, 6.

Юбилейный 12 500-ый магазин формата «у дома» в обновленной концепции предлагает горожанам широкий выбор товаров повседневного спроса. Ассортимент насчитывает более 2 800 наименований: от продуктов питания до непродовольственных товаров.

Новый «Магнит» стал третьим магазином «у дома» в Александровске.

Жители Пермского края хорошо знакомы с розничной сетью «Магнит». Первый магазин сети открылся в регионе в феврале 2009 года в городе Чусовой. На сегодняшний день в крае более 300 магазинов в формате «у дома», 3 гипермаркета, 2 магазина «Магнит Семейный» и более 100 магазинов «Магнит Косметик».

Источник: <https://www.retail.ru/news/151937/>

«Магнит» стал лидером по обработке ветеринарных сертификатов в «Меркурии»

Россельхознадзор на официальном сайте опубликовал отчет по итогам первых дней работы ФГИС «Меркурий». Согласно статистике, «Магнит» возглавил Топ-5 хозяйствующих субъектов по количеству оформленных электронных ветеринарных сертификатов.

В настоящий момент все поставщики компании перешли на работу в информационной системе, продукция отгружается в сопровождении электронной ветеринарной документации в соответствии с новыми требованиями законодательства. В случае если у партнеров возникают вопросы, специалисты «Магнита» оперативно дают разъяснения и консультации по работе в системе.

С экономической точки зрения ФГИС повышает производительность как поставщика, так и компании, позволяет перейти с бумажного на электронный документооборот, снижает затраты на ветеринарное обслуживание и обеспечивает полную прослеживаемость перемещения грузов.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151924/>

<http://www.fsvps.ru/fsvps/news/27165.html>

Ашан

Директором по персоналу «Ашана» назначена Мари-Элизабет Брюне

«Ашан Ритейл Россия» объявляет о новом назначении в комитете дирекции: Мари-Элизабет Брюне займет должность директора по персоналу «Ашан Ритейл Россия».

Мари-Элизабет возьмет на себя управление персоналом в составе комитета дирекции, сменив в должности Ольгу Афанасьеву, которая приняла решение завершить свою работу в компании.

В задачи Мари-Элизабет будут входить разработка масштабного проекта для людей, связанного с заботой о сотрудниках и клиентах, создание профессиональных школ, обновление профессий, модернизация и диджитализация HR.

Мари-Элизабет Брюне окончила Университет Валансьена (Франция) в сфере международной торговли со знанием трех языков. В 1997 году она начала свою карьеру в «Ашан Франция» с должности менеджера отдела. В 2002 году Мари-Элизабет была назначена руководителем отдела персонала во французском магазине «Ашан Сент-Омер». В 2007 году стала директором по персоналу «Ашан Украина». Она вошла в состав первой команды Украины и сопровождала проект с открытия первого магазина в стране.

С сентября 2017 года Мари-Элизабет отвечала за развитие руководителей с высоким потенциалом и сопровождала проекты в составе команды по персоналу на международном уровне.

Источник: <https://retail-life.ru/direktorom-po-personalu-ashana-naznachena-mari-jelizabet-brjune/>

В Череповце может открыться «Ашан»

«Ашан» ведет переговоры с руководством компании «О'КЕЙ» о покупке части магазинов. В их число может попасть и череповецкое здание, которое пустует уже больше года. Город пытался его выкупить, но собственник запросил высокую цену.

«Речи» из собственных источников стало известно, что французская сеть может выкупить у компании «О'КЕЙ» здание на ул. Раахе, 2, которое не функционирует с прошлого года. В Вологодскую область «Ашан» уже зашел — гипермаркет сети стал якорным арендатором в вологодском ТРЦ «РИО».

В течение последних двух лет идут разговоры о том, что «О'КЕЙ» сменит владельца. СМИ называли в числе покупателей бизнеса и «Ашан», и «Ленту», и даже «Магнит».

«С начала года «О'КЕЙ» снова ведет переговоры с «Ашаном» о продаже своих гипермаркетов в России, и в мае-июне либо часть гипермаркетов, либо все объекты могут быть проданы этой сети», — сообщал изданию «Деловой Петербург» источник — владелец одной из торговых сетей. По его данным, ранее переговоры остановились из-за нежелания «Ашана» покупать супермаркеты.

По информации издания, выручка магазинов сети «О'КЕЙ» за 2017 год снизилась на 1,6 % — до 164 млрд рублей. В конце прошлого года группа «О'КЕЙ» уже продала 32 супермаркета в различных городах России компании X5 Retail Group.

В Череповце гипермаркет «О'КЕЙ» проработал всего два с половиной года. В середине апреля он закрылся. Череповецкое здание пытался выкупить город для создания в нем физкультурно-оздоровительного центра, но сеть запросила полтора миллиарда рублей без возможности рассрочки. В марте этого года заместитель мэра Михаил Ананьин на заседании думы сообщил депутатам, что группа «О'КЕЙ» планирует продать часть своих помещений, в том числе и череповецкое.

Французская группа компаний «Ашан» уже делала попытку открыть магазины в нашем городе — в 2012 году ее представители обратились к руководству города с предложением построить в Череповце два гипермаркета сети «Наша радуга». Но тогда город и инвесторы не договорились. Возможно, французам не понравились варианты, предложенные городом для строительства магазинов: Кирилловское шоссе (здание, где позднее открылся гипермаркет сети «Лента») и участок рядом с трамвайным парком в Заречье. Тогда город не рассматривал вариант строительства в Зашекснинском районе, власти ссылались на загруженность Октябрьского моста в часы пик.

Источник: <http://www.35media.ru/articles/2018/07/02/v-cherepovtse-mozhet-otkrytsya-ashan>

«Ашан» в июле откроет первые в Украине магазины у дома «Мой Ашан»

«Ашан Ритейл Украина», входящий в состав французского Auchan Holding, в июле 2018 года откроет первые в Украине магазины в формате «у дома» (proximity) под вывеской «Мой Ашан», в которых также будут обустроены пункты выдачи онлайн-заказов.

Как сообщила пресс-служба ритейлера, новые объекты разместятся в Киеве на месте магазинов Тормарт – по ул. Вильямса, ба в Голосеевском районе и по просп. Правды, 102 в Подольском районе. Открытия состоятся 12 июля и 26 июля соответственно.

«Создавая мультиформатный, ответственное и инновационное предприятие, «Ашан» продолжает экспансию в Украину. Сейчас компания имеет 22 магазина форматов «гипермаркет» и «суперстор» и вскоре откроет первые магазины у дома под вывеской «Мой Ашан», чтобы стать еще ближе к клиентам и сопровождать их повседневно», - говорится в сообщении.

Согласно ему, магазины, которые сейчас оперируют под вывеской Тормарт, требуют временного прекращения деятельности с целью ремоделинга и обновления. Так, магазин Тормарт по ул. Вильямса, ба закрыт на ремоделинг 21 июня, второй будет закрыт 5 июля.

Как указали в пресс-службе, магазины «Мой Ашан» будут включать собственную кулинарию, выпечку, а также кафе.

«Кроме более широкого и разнообразного ассортимента, в магазинах также появится бесплатный Wi-Fi и места для подзарядки мобильных устройств. Еще одной особенностью магазинов «Мой Ашан» станет пункт выдачи товаров - Click and Collect, что позволит клиентам заказывать онлайн весь непродовольственный ассортимент, представленный в гипермаркетах «Ашан», и получать покупки в своем магазине у дома», - отметили в компании.

Как сообщалось, «Ашан Ритейл Украина» в апреле 2018 года открыл первый магазин в формате superstore («супермаркет») «Ашан Зоряный» площадью 3,5 тыс. кв. м в торговом центре «Дафи» (Днепр).

В целом «Ашан» в 2018 году планирует открыть несколько торговых точек в формате «супермаркет» в Киеве.

В последние годы компания делает упор и на развитие онлайн-коммерции. В частности, запущено мобильное приложение «Мой Ашан» и веб-сайт, функционал которых постоянно расширяется.

Источник: <https://interfax.com.ua/news/economic/515772.html>

Тепличный комплекс в Астрахани будет выращивать элитные томаты для «Ашана»

Тепличный комплекс «Астраханский», который планируется ввести в эксплуатацию до конца 2019 года, будет выращивать по инновационным технологиям порядка 5 тысяч тонн томатов в год. Об этом сообщил журналистам директор компании «Чинар» Давид Бондаренко.

По его словам, комплекс засадит теплицы элитными сортами сладких томатов — «хибачи» и «аморозо», которые выведены в Голландии и пока не выращиваются нигде в России.

«Производитель «хибачи» есть один в России, «аморозо» — новейшая разработка из Голландии, в России томаты такого сорта пока не выращивают, и в Европе он года два, как появился. Эти сорта считаются элитными, они вкусные, превосходят по сладости все остальные. Проектная мощность тепличного комплекса будет 5 тысяч тонн томатов в год», — сказал Давид Бондаренко.

Он отметил, что в тепличном комплексе будет использоваться светодиодная система освещения, которая пока редкость для России. Такой свет позволит увеличить урожайность примерно на 10 кг с квадратного метра в год. Бондаренко добавил, что ввод в эксплуатацию тепличного комплекса стоимостью около 2 млрд рублей запланирован на третий квартал 2019 года. Был подписан договор о намерениях с торговой сетью «Ашан», что обеспечит сбыт продукции в регионах России.

Региональный инвестиционный совет присвоил этому проекту статус «особо важный», что предоставляет предприятию право на использование пониженной ставки по налогу на прибыль организаций и на имущество организаций.

«Строительство новой теплицы в Астрахани создаст 146 рабочих мест. За 10 лет в региональный бюджет поступит около 250 млн рублей налогов. Уверен, что теперь и местный бизнес подтянется — переориентируется на круглогодичное выращивание овощей», — отметил на инвестиционном совете губернатор региона Александр Жилкин.

Соглашение о строительстве тепличного комплекса «Астраханский» было подписано на Российском инвестиционном форуме в Сочи в феврале, комплекс станет крупнейшим в регионе, площадь теплиц составит примерно 10 га. Реализовывать проект будет компания «Чинар» (Астрахань) при участии голландской Dalsem, которая разрабатывает высокотехнологичные тепличные проекты.

Источник: <http://astravolga.ru/teplichnyj-kompleks-v-astraxani-budet-vyrashhivat-elitnye-tomaty-dlya-ashanateplichnyj-kompleks-v-astraxani-budet-vyrashhivat-elitnye-tomaty-dlya-ashana/>

Metro Cash & Carry

Девятый подмосковный гипермаркет Metro получил разрешение на ввод в эксплуатацию

Компания Metro Cash & Carry инвестировала около 1,4 млрд рублей в строительство торгового комплекса в Одинцовском районе Подмосковья, сообщает пресс-служба регионального Минстроя.

«МЕТРО Кэш энд Керри» получила разрешение на ввод в эксплуатацию нового многофункционального торгового комплекса с приобретенной парковкой и соответствующей инфраструктурой в Одинцовском районе, с/п Жаворонковское, вблизи д.Ли-кино», — говорится в сообщении.

Как отмечается, открытие гипермаркета позволит создать около 200 новых рабочих мест.

Во второй половине мая этого года сообщалось, что торговый комплекс получил заключение о соответствии построенного объекта требованиям технических регламентов и проектной документации. Первоначально открытие магазина было намечено на 2019 год.

Площадь ТЦ на Минском шоссе составляет 9,3 тыс. кв. м. Паркинг на территории комплекса рассчитан на 422 машиноместа.

Гипермаркет в Одинцовском районе станет девятым для Metro Cash & Carry в Подмосковье.

Как сообщалось, в ближайшее время также откроется гипермаркет Metro Cash & Carry около поселка Апаринки Ленинского района Московской области. Кроме того, на 2019 год намечен ввод центра мелкооптовой торговли в Пушкинском районе. Власти региона заявляли о заинтересованности в развитии на своей территории франчайзинговой программы ритейлера Metro «Фасоль».

Источник: <http://realty.interfax.ru/ru/news/articles/94684/>

Другие темы

«Вкусвилл» увеличивает прилавки

Рост спроса на продукты для здорового питания подталкивает сеть магазинов натуральных продуктов «Вкусвилл» резко наращивать число магазинов. Это уже сделало компанию одним из самых активных арендаторов. Сегодня ритейлер управляет почти 600 объектами, а к 2020 году может увеличить их число приблизительно в три раза.

То, что сеть магазинов натуральных продуктов «Вкусвилл» планирует к 2019 году расширяться примерно до 1 тыс. магазинов, следует из исследования «Infoline-Аналитики», с которым ознакомился «Ъ». Для сравнения: в 2017 году сеть расширилась на 179 объектов, за первые шесть месяцев 2018 года — на 147 магазинов, подсчитали аналитики. Расчеты основаны на темпах открытия новых объектов и планах ритейлера, поясняет гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. Сегодня «Вкусвилл» старается открывать 20 новых магазинов в месяц и планирует увеличить темп в два раза, говорится в исследовании. По данным господина Бурмистрова, на 1 июля 2018 года под вывеской «Вкусвилл» работало 622 объекта преимущественно в Москве и Подмосковье. До конца года сеть может расширяться до 900 магазинов, в том числе за счет других регионов, а к 2020 году — до 1,5 тыс. объектов, ожидает Михаил Бурмистров. По его данным, в 2018 году «Вкусвилл» вышел на рынки Калужской, Брянской, Тульской, Нижегородской областей, Санкт-Петербурга. О планах «Вкусвилл» открыть до конца 2018 года около 200 новых магазинов знает и один из

консультантов на рынке коммерческой недвижимости. В «Вкусвилл» не ответили на запрос «Ъ».

«Вкусвилл» позиционирует себя как сеть продуктов для здорового питания. По данным ЕГРЮЛ, 12,16% ООО «Вкусвилл» принадлежит фондам под управлением Baring Vostok, 1,76% — основателю сети Андрею Кривенко, 86,08% через ООО «Проект «Избенка» и АО «Эволюционная цель» владеет Евгений Лисицын.

Средний объем инвестиций в открытие одного магазина «Вкусвилл» площадью 110–130 кв. м оценивается в 4–4,5 млн руб. Таким образом, на открытие 1 тыс. магазинов сеть может потратить до 4,5 млрд руб. Директор направления стрит-ритейл Knight Frank Виктория Камлюк отмечает, что «Вкусвилл» активно выходит в центр Москвы и уже начал рассматривать помещения площадью более 250 кв. м, сдавая лишние метры в субаренду. На рынке продуктового ритейла «Вкусвилл» — один из самых активных игроков, федеральные ритейлеры («Пятерочка», «Магнит» и пр.) пересматривают стратегию развития и по разным причинам открывают магазины медленнее, отмечает она. В Colliers International считают, что «Вкусвилл» выглядит наиболее вероятным кандидатом на площади, которые освобождает X5 Retail Group, закрывая свои магазины «Перекресток-экспресс». «Вкусвилл» уже арендовал часть этих объектов, говорится в исследовании Colliers. В X5 заявили, что продолжают оптимизацию сети «Перекресток-экспресс», в ходе которой закрываются неэффективные магазины и идет поиск покупателя на оставшиеся активы. По данным руководителя департамента стрит-ритейла по России Colliers International Екатерины Подлесных, продуктовые сети во втором квартале 2018 года занимали 19% всех арендованных площадей, а около четверти в этом объеме приходилось на «Вкусвилл».

Консультант Jos De Vries The Retail Company Ирина Болотова связывает популярность «Вкусвилл» с растущим трендом на здоровое питание. По ее словам, отличительные особенности ритейлера — правильный ассортимент примерно из 1,65 тыс. SKU и удобное расположение магазинов, что способствует востребованности формата. По оценке Михаила Бурмистрова, расширение до 1 тыс. магазинов позволит «Вкусвилл» увеличить оборот более чем на 50% — до 60 млрд руб. без НДС. При этом, указывает эксперт, потенциально емкость рынка Москвы и Подмосковья позволяет «Вкусвилл» открыть не менее 4 тыс. магазинов. В «Руспродсоюзе» оценивают весь оборот российского рынка продуктов здорового питания в 870 млрд руб.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3676155>

В Воронеже открылся магазин эко-продуктов известной федеральной сети

В Воронеже уже открылись несколько так называемых экомаркетов, а теперь в город пришла и известная федеральная сеть — «ВкусВилл». Концепция магазина — почти все продукты отечественного производства и без химических добавок. Отсюда и особые требования к выбору поставщиков.

В независимой лаборатории Москвы технологи следят, чтобы в мясе не было антибиотиков и гормонов роста, а рыба, например, замораживалась только сухим способом, что способствует сохранению её естественного вида и вкуса. Даже полуфабрикаты — и те ручной работы, из качественного сырья и без консервантов. То же касается и широкой линейки молочной продукции. Также есть различные сладости, которые не вредят ни зубам, ни фигуре.

О качестве продуктов, в первую очередь, говорят сроки годности — не больше пяти дней.

— Большое внимание мы уделяем срокам годности товара, качественному составу. Первоначальную проверку продукты проходят на распределительных центрах, а да-

лее попадают непосредственно уже к нам в магазин, где проходят проверку продавцами. Один раз в три месяца продукты проверяются независимыми лабораториями Москвы, – рассказала старший продавец магазина Лилия Марченкова.

– Есть продукты и без глютена, и без лактозы. Также есть безопасная для детей продукция. У детских товаров хороший состав и короткие сроки годности. Кроме того, у нас широкий выбор овощной и мясной продукции, – рассказала продавец-консультант Татьяна Саврасова.

Источник: <http://vestivrn.ru/novosti/v-voronezhe-otkryilsya-magazin-eko-produktov-izvestnoy-federalnoy-seti> 2018-6-30 16-50

На новосибирский «Холидей» подано несколько сотен судебных исков

На сайте Арбитражного суда Новосибирской области указано, что с начала этого года на ООО «Компания Холидей» было подано более 250 исков. Сумма претензий составляет несколько сот миллионов рублей. Большая часть исков подана поставщиками. В числе крупнейших — иск «ПепсиКо Холдингс» на 69 млн руб. и иск от «Вимм-Билль-Данн» на 27 млн руб. Около 40 млн руб. составляют в совокупности требования коньячного дома «Цитадель» и холдинга «Объединенные кондитеры». При этом среди истцов нет ни одного банка.

Представители кондитерского холдинга просили суд наложить обеспечительные меры на счета ответчика в размере суммы иска. Однако арбитраж счел заявление необоснованным.

«Представленные ответчиком доказательства и пояснения опровергают доводы истца об отсутствии у ответчика денежных средств для исполнения решения», — указывает в определении судья Анжелика Айдарова.

Суд перечисляет недвижимость «Холидея» — здания, помещения и земельные участки в Новосибирской, Кемеровской, Омской, Томской областях, Алтайском крае и Республике Алтай, и данные о выручке и прибыли ритейлера, после чего делает вывод о «более чем благополучном финансовом состоянии ответчика».

В прошлом году на «Холидей» было подано два банкротных иска на общую сумму 13,5 млн руб., которые суд вернул заявителям. В конце 2016 года «ТК Терем» пытался банкротить ритейлера из-за долга в 15 млн руб. Однако в начале прошлого года новосибирский арбитражный суд прекратил производство по делу. Это связано с тем, что заявление было подано с нарушениями статей 125 и 126 Арбитражного процессуального кодекса РФ. Нарушения заявителем в установленный судом срок устранены не были.

РБК Новосибирск обратился к представителям компании «Холидей» для разъяснения сложившейся ситуации. Однако на момент публикации материала оперативного комментария в компании предоставлены не были. Ранее в пояснениях РБК Новосибирск директор по маркетингу «Холидей Классик» Артем Нонка называл подобные иски попытками давления на компанию.

Компания «Холидей» входит в список 500 крупнейших российских компаний по версии РБК. Чистая выручка компании за 2017 год составила 56 млрд руб. В прошлом году «Холидей Классик» продал часть магазинов сетям «Магнит» и «Лента»; руководство ритейлера сообщало, что откажется от форматов супермаркетов «Сибиряда», «Кора», «Планета Холидей» «Холидей классик», сосредоточившись на развитии сетей «Холди» и «Фермер-Центр».

Источник: <https://nsk.rbc.ru/nsk/06/07/2018/5b3b60599a79474ca65fb344>

Британская Tesco и французская Carrefour создадут международный стратегический альянс

Британская сеть супермаркетов Tesco и французский ритейлер Carrefour намерены вступить в долгосрочный стратегический альянс, говорится в сообщении Carrefour.

Предполагается, что создание альянса будет официально согласовано в течение следующих двух месяцев. «Альянс будет охватывать стратегические отношения с мировыми поставщиками и совместную закупку продуктов собственного бренда и товаров, не предназначенных для дальнейшей реализации», — говорится в сообщении. Он будет регулироваться договоренностями сроком на три года.

Tesco и Carrefour полагают, что альянс позволит обеим компаниям улучшить качество и выбор доступных для клиентов продуктов по более низким ценам, тем самым это должно повысить их конкурентоспособность. Это соглашение также позволит обеим компаниям укрепить отношения со своими поставщиками и создать для них значительные возможности.

Председатель и главный исполнительный директор Carrefour Group Александр Бомпар (Alexandre Bompard) отметил, что это соглашение является отличной возможностью для развития двух брендов на пользу клиентам. «Этот международный альянс еще больше укрепит позиции Carrefour, позволив компании достичь ключевой вехи в реализации ее стратегии», — добавил глава компании.

Источник: <https://1prime.ru/business/20180702/828988039.html>

«Макси» планирует открыть в Кирове ещё несколько гипермаркетов

Компания «Макси» планирует открыть в Кирове 2-3 продовольственных гипермаркета, помимо площадки на улице Московской, а также несколько супермаркетов. Сейчас компания ищет для них площадки и земельные участки. Информация об этом появилась в официальной группе организации.

- Мы сейчас рассматриваем ряд земельных участков в Кирове для покупки под собственное строительство. При этом в первую очередь обращаем внимание на место размещения участка, насколько магазин там будет удобен для покупателей, - рассказал директор по развитию «Макси Девелопмент» Николай Уханов.

Напомним, гипермаркет откроется в четвёртом квартале 2018 года. Это будет одноэтажное здание площадью 12 000 кв. м, оформленное в оранжевых и зелёных цветах. Второй торговый объект, который планирует построить в Кирове компания «Макси» на улице Луганской, по формату будет схож с объектом на Московской, 102.

Источник: <https://kirov-portal.ru/news/poslednie-novosti/maksi-planiruet-otkryt-v-kirove-eshchyo-neskolko-gipermarketov-25868/>

Tesco тестирует магазины без касс

Крупнейший в Великобритании розничный торговец Tesco тестирует в своих магазинах оплату продуктов без помощи касс, сообщает ETRetail.com. В новой системе покупатели могут сканировать продукты при помощи своих мобильных устройств и уходить с ними из магазина.

«Используя мобильное устройство, вы просто выбираете продукты и помещаете их в корзину на своем устройстве, а потом просто покидаете магазин», — рассказал журналистам представитель компании.

Ранее Amazon открыл в Сиэтле магазин продуктов питания, в котором компания будет продвигать свои экспериментальные подходы в торговле. Возможно, он сможет кардинально изменить розничную торговлю. В Amazon Go располагаются камеры и датчики. Они отслеживают, какие товары покупатели сняли с полки, что вернули

обратно. Кроме того, сенсоры отслеживают запасы на складе. Кассовые аппараты и очереди уходят в прошлое.

Главный исполнительный директор Tesco Дейв Льюис подчеркнул, что подобные магазины могут увеличить количество краж, поэтому особое внимание уделяется теме безопасности.

«Если маржа в бизнесе составляет 2–3%, вам не нужно терять так уж много, чтобы он быстро стал невыгодным», — подчеркнул он.

В Великобритании магазины Tesco уже добились того, что только 20% платежей происходят наличными. По мнению сотрудников компании, это отличный показатель того, что будущее без касс и очередь уже близко.

Источник: <https://www.retail.ru/news/151838/>

<https://retail.economictimes.indiatimes.com/news/food-entertainment/grocery/britains-tesco-tests-checkout-free-shopping/64788680>

Сбербанк и ВТБ станут совладельцами хорватского ритейлера Agrokor

Сбербанк и ВТБ станут совладельцами хорватского ритейлера Agrokor, пишет Reuters. Решение о передаче компании под управление кредиторов было поддержано большинством держателей долга компании.

Сбербанк, который является крупнейшим кредитором хорватской компании, получит 39,2% в компании, ВТБ — 7,5%.

Agrokor — крупнейшая частная компания Хорватии и одна из крупнейших в Южной Европе компаний по объему выручки в сферах производства продуктов питания и розничной торговли.

В 2014 году Сбербанк предоставил Agrokor кредит на €600 млн. В мае 2016 года банк сообщил о выделении компании €350 млн. Позднее сообщалось, что средства были выделены, когда компания была на грани дефолта. Глава Сбербанка Герман Греф назвал ситуацию случаем беспрецедентного мошенничества.

В августе 2017 года Сбербанк подал в Генеральную прокуратуру Хорватии заявление о возбуждении уголовного дела против основателя хорватского производителя и ритейлера продуктов питания Agrokor Ивицы Тодорича, которому принадлежало на тот момент 95% акций ритейлера.

Источник: <https://rns.online/consumer-market/Sberbank-i-VTB-stanut-sovladelsami-horvatskoqa-riteйлера-Agrokor-2018-07-04/>

«Азбука Вкуса» начала тестирование разработки резидента «Сколково» в области компьютерного зрения

«Азбука Вкуса», российская розничная сеть, сообщила о тестировании решения резидента ИТ-кластера фонда «Сколково» Intelligence Retail по контролю точности и скорости распознавания продуктов молочной категории с помощью технологии компьютерного зрения.

Компания планирует оценить возможность использования данного инструмента для решения проблемы отсутствия товаров на полке и контроля соблюдения плановграмм.

Решение Intelligence Retail базируется на использовании технологий компьютерного зрения для распознавания товаров различных категорий с целью контроля наличия и корректности выкладки товаров в сети продаж. Система позволяет сотруднику магазина в течение 10 секунд получить информацию по наличию ассортимента и соблюдению стандартов выкладки.

Максим Морозов, генеральный директор Intelligence Retail, сказал: «Мы приветствуем решение компании «Азбука вкуса» запустить проект по повышению эффективности контроля за соблюдением планogramм. «Азбука вкуса» всегда открыта инновациям и обладает одним из самых высоких стандартов качества обслуживания покупателей».

Георгий Михайлов, директор по инновациям компании «Азбука Вкуса», сказал: «Использование технологий компьютерного зрения для контроля за выкладкой в магазинах несет в себе высокий потенциал для дальнейшего развития. Мы ожидаем, что решение Intelligence Retail позволит сократить трудозатраты на контроль выкладки и повысить доступность товаров для покупателей».

Ольга Стрелова, директор Центра инновационных технологий для Retail & FMCG ИТ-кластера фонда «Сколково», отметила: «Гарантированное наличие любимого товара на полке магазина повысит удовлетворенность покупателей и откроет новый пласт данных для анализа спроса на те или иные товары. Применение машинного зрения от Intelligence Retail для автоматизации операций – первый шаг в роботизации магазина и создания «ритейла будущего».

Источник: http://www.cnews.ru/news/line/2018-07-04_azbuka_vkusa_nachala_testirovanie_razrabotki

«Азбука Вкуса» откажется от пакетов в пользу многоразовой упаковки

Супермаркет «Азбука Вкуса» готовится к запуску программы по популяризации многоразовой упаковки. В компании намерены сократить использование одноразовых пластиковых пакетов и упаковки среди клиентов.

Проект рассчитан на несколько этапов, в планах — расширение ассортимента многоразовой упаковки в торговых точках и интернет-магазине, а также отказ от бесплатного распространения пакетов на кассах.

«Мы не можем оставаться безучастными к той экологической ситуации, которая сложилась в России. К сожалению, в стране не существует глобальной инфраструктуры по переработке пластика, а многие виды пластика практически не поддаются переработке. Мы как ретейл видим свою задачу в том, чтобы рассказать клиентам о том, как сделать потребление более безопасным для природы, и дать им возможность при каждой покупке сделать выбор в пользу экологичных вариантов упаковки», — комментирует инициативу председатель совета директоров компании Максим Коцеев.

Представители «Азбуки вкуса» подтвердили The Village планы, однако сроки реализации проекта назвать затруднились.

Источник: <https://www.the-village.ru/village/city/news-city/317583-azbuka-vkusa>

Стол заказов сети «Бегемот»

Кузбасская торговая сеть «Бегемот» предложила своим покупателям новый сервис «Стол заказов». Теперь они могут заранее по телефону заказать любую продукцию собственного производства, приехать в магазин и забрать готовый заказ.

Направление собственного производства компания развивает уже 4 года. В 2014 году «Бегемот» запустил производство фирменной выпечки, которую готовят сейчас в каждом магазине. А через два года, в 2016-м, - производство готовой кулинарной продукции: салатов, вторых и первых блюд, гарниров, напитков.

Сейчас кулинарные отделы находятся в 10 универсамах торговой сети из 58 действующих. На них и доступен новый сервис «Стол заказов». Оформляются они без предоплаты и готовы уже через час-два. За заказы на праздники покупателям предстоит внести предоплату в размере 50% от их общей стоимости, а получить можно уже на следующий день.

Источник: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/151928/>

НДС с молоком: как Минсельхоз предложил лишить льгот часть продуктов

Минсельхоз предложил почти в два раза — с 10 минимум до 18% — повысить НДС на продукты с заменителями молочного жира. Это лишит потребителей недорогой продукции и снизит спрос на сырое молоко, предупреждают производители.

Вопрос о повышении ставки налога на добавленную стоимость (НДС) на продукты, содержащие молоко, обсуждался 29 июня в Минсельхозе. Это следует из повестки прошедшего в министерстве совещания по вопросу регулирования рынка молока и молочной продукции (копия есть в распоряжении РБК).

Сейчас на продукты с заменителями молочного жира, как и для другой сельхозпродукции, действует льготная ставка НДС 10%. Минсельхоз предлагает повысить ее до базовых 18% и до 20% в случае принятия соответствующего законопроекта, следует из повестки совещания. Автор инициативы — департамент пищевой и перерабатывающей промышленности Минсельхоза — считает, что повышение НДС приведет к сокращению на рынке доли продукции с заменителями молочного жира.

Такой вопрос действительно обсуждается, подтвердили представители участвовавших в совещании отраслевых объединений. Дифференцированный подход к увеличению НДС в зависимости от состава продуктов питания обсуждался как мера стимулирования потребления «настоящего» молока, сообщил предправления Национального союза производителей молока (Союзмолоко) Андрей Даниленко. Окончательного решения нет, и вопрос будет прорабатываться дальше, уточняет исполнительный директор Ассоциации производителей и потребителей масложировой продукции Екатерина Нестерова.

Пресс-служба Минсельхоза не ответила на запрос. В Минфине переадресовали вопросы в Минсельхоз: представитель министерства лишь пояснил, что в Налоговом кодексе установлен только список продовольственных товаров, на который действует льготная налоговая ставка 10%, а конкретный перечень продуктов устанавливается постановлением правительства, за разработку которого отвечает Минсельхоз.

На что распространяется льготная ставка НДС

Льготная ставка НДС 10%, согласно ст. 164 Налогового кодекса РФ, распространяется на большинство продуктов питания, в том числе на овощи, крупы, молоко, хлеб, мясо, рыбу (за исключением деликатесов). Такой же ставкой налога облагаются товары для детей, в том числе одежда и обувь. Льгота распространяется и на периодические печатные издания и книжную продукцию (за исключением изданий рекламного и эротического характера), а также на лекарственные средства и медицинские изделия. Кроме того, по ставке 10% облагаются услуги по внутренним воздушным перевозкам пассажиров и багажа.

Законопроект о повышении НДС с 18 до 20% с 1 января 2019 года правительство внесло в Госдуму 16 июня, и он уже прошел первое чтение. Ранее производители продуктов, в том числе один из крупнейших производителей мяса «Русагро», предупреждали, что из-за повышения НДС потребительские цены вырастут и россияне могут снова начать экономить на продуктах.

Удар по потребителю

Понятие «молокосодержащие продукты» закреплено в техрегламенте Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции». К молокосодержащим относятся молочные продукты, в которых помимо молока и продуктов его переработки есть и немолочные компоненты. В таких продуктах разрешено заменять до 50% молочного жира. Чаще всего заменителем выступают растительные жиры, в частности пальмовое масло. К молокосодержащим относятся, в частности, сырные продукты и спреды, которые занимают значительную долю на рынке. Например, по данным Росстата, по итогам 2017 года было произведено 461,5 тыс. т сыра, а сырных продуктов — 181,9 тыс. т. По оценке ИК «Грифон-эксперт», в прошлом году было произведено 269 тыс. т сливочного масла и 165,4 тыс. т спредов.

Такие товары стоят дешевле продуктов из цельного молока. Например, у творога из цельного молока и с его заменителями разница в себестоимости может достигать 10–15%, у сыра — около 20%, констатирует Екатерина Нестерова. По ее мнению, повышение НДС на продукты с заменителями молочных жиров приведет к увеличению их себестоимости и производители могут поднять цену пропорционально повышению НДС.

Но в этом вопросе необходимо учесть все возможные риски для бизнеса и потребителя, призывают отраслевые объединения. Увеличение НДС на любые продукты питания приведет к общему сокращению спроса, при том что потребление только начало восстанавливаться после многолетнего падения, указывает Даниленко. С мая 2017 года по апрель 2018-го продажи молочной продукции вновь растут, по данным Nielsen, как в натуральном, так и в денежном выражении — на 3 и почти 10% соответственно.

Увеличение НДС для молокосодержащей продукции и, как следствие, ее существенное подорожание «ударят по самому доступному ценовому сегменту», поставив потребителя в условиях падения реальных доходов в «достаточно затруднительное положение», полагает исполнительный директор Масложирового союза России Михаил Мальцев. Определенная категория населения не сможет употреблять эти продукты, что скажется на объемах переработки молока и его продуктов, говорит Нестерова.

Молокосодержащие продукты на 50% состоят из молока и его производных — в год это около 3 млн т в текущем потреблении, указывает Мальцев. Он предупреждает, что снижение производства молокосодержащих продуктов снизит объем потребления сырого молока, что автоматически приведет к падению цен. Увеличение НДС для молокосодержащей продукции может косвенно повлиять на снижение спроса на сырое молоко, согласен Даниленко.

Многолетняя борьба

Проблемами российских производителей молока, которые страдают от недобросовестной конкуренции, Минсельхоз озаботился уже давно. Для их поддержки министерство разрабатывало ряд мер: например, экс-министр сельского хозяйства Александр Ткачев предлагал запретить использовать растительные жиры при производстве любой молочной продукции. Активнее всех о проблеме фальсификации в молочной продукции заявлял Россельхознадзор.

В начале этого года правительство инициировало масштабную проверку молочного рынка, чтобы «раз и навсегда» поставить точку в вопросе, есть ли в молочной продукции фальсификат. Проверку проводили совместно Россельхознадзор, Роспотребнадзор и Роскачество, они исследовали три наиболее популярные у потребителей категории продуктов: молоко, сливочное масло и творог. Масштабная фальсификация молочных продуктов в России по итогам проверки не подтвердилась. Согласно результатам исследования, растительные жиры чаще всего используются при производстве масла, доля фальсифицированной продукции в этой категории — почти 14%

в натуральном выражении. Для молока этот показатель не превышает 12%, для творога — 2%.

Тезис о том, что потребитель молочно-растительной продукции — это введенный в заблуждение покупатель, не соответствует действительности, считает Мальцев. Замещение молочного жира растительным не является фальсификацией, если производитель честно указал это на упаковке. «Фальсификат — это когда производитель заведомо ложно написал на этикетке состав продукта и ввел покупателя в заблуждение. Существует огромное количество добросовестных производителей, которые все четко отразили на этикетке. Но покупатель ее просто не читает», — объясняет Нестерова. К примеру, в случае с сырной продукцией речь идет о легальной продукции, спрос на которую растет: в 2017 году, по данным Росстата, было произведено почти 182 тыс. т сырного продукта, что более чем в два раза больше, чем годом ранее.

Бороться за прозрачность рынка можно, усилив практику применения контрольно-надзорных мероприятий и борясь с фальсификатом, а также регулируя импорт молочного сырья и молочных продуктов и стимулируя рынок переработки внутри страны, считает Мальцев. Для борьбы с фальсификатом необходимо закрепить четкое определение нарушений и наказания производителей за нарушения при указании масложирового состава продукции, полагает Даниленко.

Источник: <https://www.rbc.ru/business/06/07/2018/5b3de9f09a7947eba77d2c1e>