

Ключевые события продуктового ритейла (06.08.18-12.08.18)

Выпуск 25

«Магнит» и «Ашан» продолжают развивать
сельскохозяйственное направление

KDV вошел в топ-5 российских производителей еды и
напитков

Слухи: банкротство УК сети гипермаркетов «Линия»

2018 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

«Магнит» и «Ашан» расширяют сельскохозяйственную деятельность

К концу 2018 года «Магнит» ожидает окончание строительства I-ой очереди нового тепличного комплекса по производству томатов в Краснодарском крае. Площадь нового объекта будет составлять около 60 га, а инвестиции – 12,6 млрд рублей. 1/3 выращенных томатов будет представлена в розничной сети. Таким образом, новый тепличный комплекс покроет потребности ритейлера в данном продукте на 20-30%.

«Ашан» начал тестирование технологической цепочки производства овощей полного цикла (фильер) в Астраханской области на площади 15 га. Первые поставки овощей уже поступили в гипермаркеты торговой сети в Москве.

«Красное & Белое» планирует стать вторым ритейлером по количеству магазинов в Астрахани

Торговая сеть заявила о планах об открытии в Астрахани до 70 магазинов до конца 2018 года. В настоящий момент сеть насчитывает 24 торговые точки. Предпожительный объем инвестиций может составить 100 млн рублей. В случае успеха сеть «Красное & Белое» станет второй торговой сетью в городе по количеству магазинов после «Магнита».

Новые антироссийские санкции сказались на акциях «Магнита»

После объявления о введении новых санкций против России акции ритейлера «Магнит» упали на 2,62% и на 2,91% на Московской и Лондонской биржах соответственно. Вместе с тем, американская инвестиционная компания OppenheimerFunds Inc. снизила долю в сети «Магнит» с 7,3% до 4,8%.

Слухи: управляющая компания сети гипермаркетов «Линия» готовится к банкротству

По данным региональных СМИ, компания «ГРИНН», управляющая торговой сетью гипермаркетов «Линия», а также гостиницами и ресторанами, начала запуск процедуры банкротства по причине сильной закредитованности. Вместе с тем, губернатор Орловской области обратился к главе «Сбербанка» с просьбой рассмотреть варианты финансового оздоровления компании, однако ответ пока не получен. Данное обращение готовы поддержать главы еще 8 регионов. Компания опровергает слухи о скором банкротстве.

«Интерторг» теряет интерес к своей торговой сети «Идея»

С 2017 года компания сократила количество супермаркетов «Идея» до трех, оставив магазины только на рынке Санкт-Петербурга. Вместо них были открыты точки сетей Spar и «Народная семья». Некоторые участники рынка считают, что «Идея» стала второстепенным форматом для компании после получения франшизы Spar.

«Универсам удачных покупок» сокращается в размерах

За последний год торговая сеть закрыла около 40 магазинов в Новосибирской области. В течение этого периода в арбитражный суд на компанию ООО «Ритейл Центр», владеющей сетью, было подано более 50 исков на сумму около 80 млн рублей, в том числе два банкротных.

KDV вошел в топ-5 российских производителей

ГК KDV, владеющая брендами «Кириешки», «Бабкины семечки» и «Яшкино», по итогам 2017 года вошла в пятерку крупнейших производителей еды и напитков. Оборот компании по итогам года вырос на 14% до 109 млрд рублей. Такой успех компании связывают с широким ассортиментом продукции, продаваемой по низким ценам, и активной консолидацией рынка.

X5 и Danone запустили совместное тестирование маркировки продуктов

X5 Retail Group и Danone начали совместный пилотный проект по добровольной цветной маркировке продуктов питания «Светофор», которая будет информировать покупателей об объемах содержания сахара, солей и жиров. Тестовой площадкой выступил московский гипермаркет «Карусель».

«ВкусВилл» начал сотрудничество с сервисом срочной доставки продуктов golamago

Данное сотрудничество открыло для сервиса возможность выхода на новый супер-локальный уровень доставки – доставки из магазинов «у дома». На текущий момент зона обслуживания охватывает магазины торговой сети, находящихся на севере Москвы, а также в городах Мытищи, Реутов и Балашиха.

Обязательную маркировку сигарет просят перенести на март 2020 года

Ассоциация «Табакпром» обратилась к главе Администрации Президента с просьбой о переносе сроков обязательной маркировки табачной продукции на 1 год. Ассоциация считает, что в связи с дальнейшим увеличением количества участников проекта на данный момент нет возможности в полной мере выявить потенциальные проблемы его масштабирования.

Unilever выступил с инициативой по маркировке чая

Крупный производитель Unilever предложил ввести маркировку чая для борьбы с незаконным оборотом продукции. Центр развития перспективных технологий уже начал изучение бизнес-процессов, методов и способов маркировки.

Доля продуктов российского производства в торговых сетях выросла до 80%

Под действием продуктового эмбарго в магазинах выросла доля товаров российского производства с 60% до 80%. «Лента» сообщает, что в отдельных категориях свежих продуктов значения превышают 90%. У «Магнита» доля импорта не превышает 7%.

Walmart ускоряет процесс выдачи online-заказов

Американский ритейлер начал тестирование роботов Alphabot стартапа Alert Innovation для увеличения скорости выдачи online-заказов, которые будут доставлять со склада в 4 пункта выдачи. Введение технологии в эксплуатации запланировано на конец 2018 года.

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

X5 Retail Group

Danone и X5 Retail Group запускают пилот по «Светофору»

3 августа состоялась презентация совместного пилотного проекта компании Danone и X5 Retail Group по добровольной цветовой маркировке продуктов питания «Светофор», пишет The DairyNews со ссылкой на сайт компании Danone.

Инициатором проекта выступила Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор). В рамках этой инициативы ведомство подготовило методические рекомендации по цветовой индикации пищевой продукции, разработанные совместно с ФГБУН «ФИЦ Питания и биотехнологии» в целях информирования потребителей о составе продуктов.

Новая маркировка (зеленым, желтым и красным цветом) наглядно подскажет потребителю, сколько в том или ином продукте содержится сахара, соли и жиров, и поможет принять осознанное решение о составе своего рациона.

Руководитель Роспотребнадзора, главный государственный санитарный врач России Анна Попова сообщила, что ответственное отношение к здоровому питанию не только со стороны потребителей, но и со стороны всех участников рынка поможет остановить развитие алиментарных заболеваний и будет способствовать воспитанию культуры здорового питания у населения.

Компания Danone поддержала эту инициативу и приняла участие в пилотном проекте по размещению на упаковке ряда своей продукции маркировки с соответствующей цветовой индикацией и подробной информацией об общем содержании жира, добавленного сахара, соли и насыщенных жиров в пересчете на 100 г продукта. Первыми продуктами, на которые нанесена маркировка, стали линейка густых биоюгуртов «Активиа» обогащенная, а также несколько мягких творогов «Био Баланс». «Мы сознательно выбрали для пилота не только традиционные белые молочные продукты (без добавленного сахара), но и современные йогурты, в которых присутствуют фруктово-ягодные наполнители и сахар, тем не менее объем добавленного сахара в них минимален, что позволяет нам отнести их целиком к «Зеленой» группе продуктов», - прокомментировала Марина Балабанова, вице-президент по корпоративным отношениям Danone в России и СНГ.

Являясь одним из крупнейших в мире производителей продуктов питания и воды, Danone стремится к открытому диалогу с потребителями. Компания считает своим долгом предоставлять наиболее полную и прозрачную информацию на упаковке, чтобы содействовать сознательному выбору в пользу здорового питания. Так, например, во Франции Danone стала одной из первых компаний, которая применила на всех своих молочных продуктах новую систему маркировки NutriScore. В вопросах питания деятельность Danone направлена на улучшение качества и пищевой ценности продуктов для ежедневного потребления. Компания уже взяла на себя обязательства по снижению добавленного сахара и насыщенных жиров в своих продуктах. Так, к 2020 году все молочные продукты для ежедневного потребления в портфеле Danone будут содержать не более 7 г добавленного сахара и не более 2,5 г насыщенных жиров на 100 г продукта.

В проекте добровольной маркировки «Светофор» принимает участие одна из крупнейших розничных российских компаний X5 Retail Group, которая управляет торговыми сетями «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель». Запуск совместного с компанией Danone пилота по продаже продуктов с маркировкой состоялся в гипермаркете «Карусель» на 26-м км Новорижского шоссе. В рамках проекта предполагается

его коммуникационная поддержка в гипермаркетах «Карусель», в которых представлен широкий ассортимент продуктов для ведения здорового образа жизни и правильного питания.

В течение первых месяцев пилота специалисты ретейлера и Danone оценят, насколько маркировка понятна и заметна потребителям, влияет ли она на их выбор, и на основании этих данных будет принято решение о продолжении проекта и расширении его на более широкую группу продуктов.

Источник: http://www.dairynews.ru/news/danone-i-x5-retail-group-zapuskayut-pilot-po-sveto.html?sphrase_id=886698

http://www.danone.ru/media/novosti/news/danone-i-x5-retail-group-zapuskajut-pilot-po-sveto.html?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&chash=949362fc014d2151e87f3eb120dab769

Магнит

«Магнит» вложит в теплицы в Краснодарском крае 12,6 млрд рублей

«Магнит», второй по обороту ритейлер России, строит в Тихорецком районе Краснодарского края комплекс для производства томатов общей площадью около 60 га, сообщает газета «Ведомости» со ссылкой на представителя компании. В перспективе около трети томатов на прилавках «Магнит» будут собственного производства.

Инвестиции в проект, первая очередь которого будет достроена до конца года, – 12,6 млрд руб., сообщила месяц назад администрация Тихорецкого района. Представитель «Магнита» эту сумму не комментирует.

У «Магнита» уже есть тепличный комплекс «Зеленая линия» в Краснодарском крае – около 85 га, говорит представитель ритейлера: на 50 га растут огурцы, на 30 – помидоры, 4 га занимает рассадное отделение, 0,8 га – листовые салаты и зеленные культуры. За 2017 г. «Зеленая линия» поставила «Магниту», по его данным, более 48 000 т овощей (+4,3% год к году). Сейчас свои теплицы обеспечивают потребность «Магнита» в огурцах на 60% и на 10% – в томатах. «Ввод нового тепличного комплекса может покрыть потребность в помидорах на 20–30%», – говорит представитель сети.

«Магнит» выходит в поля

Кроме теплиц, «Магнит» год назад занялся и овощами открытого грунта, купив лепецкую компанию «Москва-на-Дону», которая выращивает картофель, морковь, свеклу, лук. Ритейлер построил овощехранилище и холодильники, запустил линию мойки овощей, сухой чистки и мелкой фасовки, закупил сельхозтехнику. От нового актива сеть, по собственным данным, получила около 20 000 т овощей, которые продавала в центральных и южных регионах.

Это помогло начать по-новому работать с фермерами и крупными сельхозпроизводителями, говорит представитель «Магнита»: «Компания заключает с хозяйством контракт на часть будущего урожая, частично авансируя весенне-полевые работы, покупку семян, удобрений, обеспечивает агросопровождение на всех этапах – от выращивания до хранения, фасовки и поставки в сеть». За 2017 г. «Магнит» получил по такой модели более 100 тыс. т продукции.

«Магнит» продает всю свою сельхозпродукцию под брендом «Сельская ярмарка», говорит его представитель, на товары собственного производства (полуфабрикаты и др.) приходится 3–4% ассортимента.

Источник: <https://retail-life.ru/magnit-vlozhit-v-teplitsy-v-krasnodarskom-krae-12-6-mlrd-rublej/>

<https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/08/08/777628-magnit-teplitsi>

Акции «Магнита» рухнули после сообщений о новых санкциях со стороны США

Акции розничной сети «Магнит» на открытии торгов на Московской бирже упали на 2,62%.

Если в 10:00 бумаги ритейлера стоили 4215 рублей, то к 10:10 они снизились до 4158 рублей, а к 10:20 упали до 4107 рублей. К 11:30 падение удалось отыграть и к моменту написания публикации акции «Магнита» торгуются на отметке в 4148 рублей.

Как сообщает агентство «Прайм», акции розничной сети снижаются и на Лондонской бирже — на 2,91% (до 16 долларов).

«Магнит» стал не единственной компаний, чьи акции падают 9 августа. По данным РБК, сильнее всего на Московской бирже по сравнению с закрытием снизились акции «Аэрофлота» (-8%, до 104 рублей), ценные бумаги ВТБ упали на 6%, акции «Сбербанка» с начала торгов потеряли более чем на 5,5%.

Почему лихорадит финансовый рынок

Падение акций началось еще в среду, 8 августа, на новостях, которые касаются деталей новых антироссийских санкций США. Они позволят блокировать счета и активы некоторых российских банков, среди которых Сбербанк, ВТБ, ВЭБ, Промсвязьбанк, Газпромбанк и Россельхозбанк.

Вечером 8 августа также стало известно, что США с 22 августа введут против России дополнительные санкции, связанные с отравлением бывшего сотрудника ГРУ Сергея Скрипаля и его дочери Юлии нервно-паралитическим веществом «Новичок» в британском Солсбери. Эти ограничения затронут экспорт товаров двойного назначения в Россию. В случае если Россия не предоставит властям США гарантий неприменения химического оружия и не согласится на допуск международных инспекторов, Вашингтон может ввести новые ограничения, которые могут включать, в частности, запрет на полеты «Аэрофлота» в США и отказ в банковских кредитах.

Зарубежные игроки распродают акции российских компаний и облигации федерального займа (ОФЗ). Под влиянием этих продаж рубль обновил многомесячные минимумы, а акции Сбербанка, на балансе которого много облигаций федерального займа, теряют стоимость. При обесценивании этого инструмента у Сбербанка появляется риск возникновения убытка от ценных бумаг, что в конечном итоге может привести к снижению чистой прибыли.

Источник: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/freenews/5b6c04869a7947c7abac509e>

OppenheimerFunds Inc. снизила долю в «Магните» с 7,28 до 4,78%

Американская инвестиционная компания OppenheimerFunds Inc. снизила долю в сети «Магнит» с 7,28 до 4,78%, следует из данных ритейлера, опубликованных на сайте Лондонской биржи. Стоимость проданного пакета составляет около 10,78 млрд руб.

«Магнит» вошел в число компаний, акции которых упали в цене на Московской бирже на фоне сообщений о перспективе ввода новых санкций со стороны США, а затем отыграли падение.

На открытии торгов 9 августа обыкновенная акция «Магнита» стоила 4215 руб., затем упала в цене до 4107 руб. и вновь выросла к закрытию до 4189 руб.

На момент подготовки этой заметки, по данным на 11:55 мск 10 августа, акции сети торгуются по 4144 руб. за штуку.

Источник: <https://www.rbc.ru/business/10/08/2018/5b6d4f3d9a794717e8c86033>

Ашан

«Ашан» запускает фильеры по овощам

Первые овощи, выращенные на фермерских хозяйствах в Астрахани специально для «Ашан», уже поступили в продажу в магазины компании в Центральном регионе.

Компания продолжает развивать такое направление, как фильеры, и в этом году запустила тестовый проект – фильеры по овощам. Фильеры - это технологические цепочки производства полного цикла – от выращивания до поступления конечного продукта на прилавки гипермаркетов и супермаркетов. За счет контроля на всех этапах данная модель гарантирует высокое качество продукции.

Тестовый проект запущен в Астраханской области. На площади в 15 га были посажены 10 наименований овощей и фруктов, семена которых были специально закуплены у французской компании Gautier Semences. Это уникальные для российского рынка сорта - дыня канталупа, желтый, темный, ребристый томат и томат сорта Tufrane, баклажан, желтый и круглый кабачки, круглый цуккини и арбуз Sugar baby. Все овощи и фрукты выращиваются экологическим способом, без добавления пестицидов. Первые поставки дыни канталупа уже поступили в гипермаркеты Москвы в конце июля.

«Главным эталоном качества этих сортов являются вкусовые характеристики. Вкус этих продуктов непривычен обычному российскому потребителю. Это послужит для них новым клиентским опытом, даст возможность попробовать и выбирать что-то новое и редкое», - отметил Кристиан Шинур, директор по закупкам и предложению овощи-фрукты «Ашан».

Модель фильер предполагает прозрачность и эффективность, что способствует экономическому развитию регионов. Она позволит поддержать предприятия малого и среднего бизнеса, предоставить им возможность сотрудничества с крупными ритейлерами; расширить ассортимент локальной продукции в магазинах и адаптировать его под потребности клиентов.

Источник: <https://www.retail.ru/news/152677/>

Другие темы

Сеть «Красное & Белое» челябинского миллионера Сергея Студенникова откроет в Астрахани 70 магазинов

Рынок розничной торговли продуктами Астраханской области, объем которого оценивается более чем в 60 млрд рублей в год, продолжает манить к себе новых игроков. Недавно пришедшая в Астрахань сеть «Красное & Белое» к концу года планирует вырасти до 70 магазинов, обогнав федеральную «Пятерочку».

Готовиться к экспансии в Астраханскую область сеть «Красное & Белое» начала в мае 2017 года – изучала рынок, искала помещения, прорабатывала логистику. В ассортименте компании большой ассортимент алкоголя и небольшая линейка продуктов питания и товаров первой необходимости. С местными поставщиками она не работает – все поставки в магазины сети идут централизованно из Москвы.

Первый магазин «Красное & Белое» в Астрахани открылся в конце декабря 2017-го, а к июлю текущего года сеть насчитывала уже 24 точки. Как рассказала «Деловой Астрахани» руководитель департамента развития сети Елена Маслова, в ближайших планах компании – довести число магазинов в Астраханской области до 70.

Средний объем инвестиций в открытие одной точки (ремонт помещения, закупка оборудования и оснащение товаром) обходится сети примерно в 2 млн рублей. Та-

ким образом до конца года компания потратит на экспансию в Астрахань порядка 100 млн рублей.

С открытием 70 магазинов сеть «Красное & Белое» станет вторым по величине игроком на этом рынке после «Магнита», у которого в регионе насчитывается около 100 магазинов. У «Пятерочки» сейчас 56 магазинов, у «Городка» - шесть. Речь, разумеется, идет о количестве торговых точек, а не о торговом обороте.

По данным Астраханьстата оборот розничной торговли продуктами питания (включая напитки и сигареты) в Астраханской области в первом полугодии текущего года составил 31,8 млрд рублей.

Источник: <https://delastru.ru/biznes/208-qalickomu-i-ne-snilos-set-magazinov-krasnoe-amp-beloe-v-astrahani-za-god-vyrastet-do-70-magazinov.html>

За «Гринн» замолвят губернаторское слово

Врио губернатора Орловской области Андрей Клычков подготовил письмо на имя главы Сбербанка Германа Грефа с просьбой помочь управляющей сетью гипермаркетов «Линия» и несколькими МФК корпорации «Гринн» Николая Грешилова. По данным орловского облправительства, письмо готовы подписать главы еще восьми регионов, где работает «Гринн», — Белгородской, Брянской, Воронежской, Калужской, Курской, Липецкой, Смоленской и Тамбовской областей. В компании говорят, что уже обращались самостоятельно в Сбербанк с просьбой «рассмотреть варианты финансового оздоровления», в частности установить процентную ставку по выданным кредитам на уровне «не более» 8–9% годовых, но ответа пока не получили. Эксперты сомневаются, что поддержка губернаторов сможет повлиять на позицию Сбербанка в отношении корпорации, которая по итогам 2017 года впервые за 16 лет снизила выручку.

О письме на имя председателя правления Сбербанка России Германа Грефа с просьбой разрешить ситуацию с кредитами АО «Корпорация “Гринн”» (управляет одноименными многофункциональными комплексами и гипермаркетами «Линия») „Ъ“ сообщили в правительстве Орловщины. Среди рисков, с которыми в противном случае может столкнуться компания, в документе указаны реализация планов по использованию объектов недвижимости, из-за чего могут пострадать арендаторы и их персонал, а также возможный ущерб досуговой индустрии, «которая играет немалую позитивную роль в социальной среде регионов». «Для нашей области — это не только один из крупнейших налогоплательщиков. В первую очередь компания решает задачу обеспечения жителей современной торговой инфраструктурой. Конечно, мы можем сказать бизнесу: решайте ваши проблемы сами. Но при таком отношении ни один предприниматель больше в область не придет. Вслед за бизнесом уедет и население», — рассказал глава Орловщины Андрей Клычков. «Гринн», напомним, зарегистрирована в Орловской области, хотя головной ее офис располагается в Курской.

По информации Орловского облправительства, письмо также готовы подписать губернаторы Белгородской, Брянской, Воронежской, Калужской, Курской, Липецкой, Смоленской и Тамбовской областей. В списке нет только Тульской, где компания представлена двумя гипермаркетами. Переговоры с главами перечисленных регионов по телефону якобы уже ведутся. В правительстве Белгородчины вчера не стали отрицать возможные звонки от господина Клычкова, но отметили, что губернатор Евгений Савченко в отпуске. Официальное письмо из Орла в Белгород еще не поступало.

В самой корпорации „Ъ“ не стали комментировать письмо губернаторов, но рассказали о самостоятельном обращении в банк. «Компания попросила Сбербанк рассмотреть варианты финансового оздоровления, в частности установить процентную ставку на уровне не более 8–9% годовых, но информации о решении пока нет. Ко-

гда мы обращались с такой просьбой, то исходили из реалий ключевой ставки Центробанка», — пояснили в пресс-службе «Гринн». Ключевая ставка 26 марта 2018 года была снижена с 7,5% годовых до 7,25% и с тех пор держится на этом уровне. Называть процент ставки, по которому корпорация кредитруется сейчас, в компании не стали. «С 2015 года, с началом кризиса, до августа 2018 года количество платежей по кредитам увеличилось на 10,1 млрд руб., из них 5,4 млрд руб. пришлось на выплаты Сбербанку», — отметили в пресс-службе компании. В Сбербанке воздержались от комментариев.

По собственным данным корпорации, она представлена в десяти областях Центрального федерального округа, где управляет 27 гипермаркетами «Линия» (из них 20 — в Черноземье), двумя торгово-развлекательными центрами «Мега Гринн» в Белгороде и Курске, торговым центром «Гринн» в Курске и туристическим многофункциональным комплексом «Гринн» в Орле. Кроме того, структурами АО являются представленное в Белгороде, Воронеже, Курске и Орле ООО «Курскбизнесавто», находящиеся в Курской области логистическо-производственный центр (ЛПЦ) и автотранспортное предприятие (АТП), а также расположенный под Курском гостиничный комплекс «Постоялый двор “Гринн”». ЛПЦ, АТП и гостиницу, а также еще несколько активов корпорация пытается продать с августа 2017 года. Их в компании назвали непрофильными: корпорация намерена сосредоточиться на развитии гипермаркетов и торговых центров. Кроме того, в начале июня сотрудники «Гринна» получили «подарочные карты», на которые начисляется порядка 25% зарплаты. По словам работников, обналичить средства на карте нельзя, но ею можно расплатиться в магазинах корпорации. По этому факту прокуратура Белгородской области ведет проверку.

Участники рынка торговой недвижимости Черноземья вчера отказались открыто комментировать «непростые» взаимоотношения «Гринн» и Сбербанка, сославшись, в частности, на то, что сами кредитуются у этой организации. Однако они выразили сомнение, что письмо губернаторов приведет к какому-либо результату. «Ставки Сбербанка всегда немного выше ключевой ставки Центробанка. И если ЦБ снижает ставку, то вполне возможно, что и Сбербанк вслед пойдет на понижение. Но на это вряд ли могут как-то повлиять заявления политиков», — пояснил один из собеседников „Ъ“.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3707115?query=%D0%B3%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BD>

Корпорация «ГРИНН» торжественно идет ко дну

Как стало известно из собственных источников «МК Черноземье», 2 августа, корпорация провела собрание директоров филиалов. В ходе закрытого совещания было сообщено о начале запуска процедуры банкротства холдинга. Без работы рискуют остаться сотни человек не только в Курской, Орловской, Белгородской и Липецкой, но и Воронежской, Брянской, Тамбовской, Калужской, Тульской и Смоленской областях. Словом, везде, где на сегодняшний день открыты гипермаркеты «Линия», а также гостиницы и рестораны «ГРИННА».

От величия до нищеты один шаг

Напомним, не так давно «МК Черноземье» уже рассказывал о грядущем банкротстве компании. Тогда из собственных источников редакции стало известно о том, что процедура будет запущена самое позднее — в августе-сентябре. Инсайд оказался верным.

Согласно закону, уведомить центры занятости предприниматель даже при сокращении единственной штатной единицы должен за 2 месяца. Однако в начале июля в Центре занятости населения города Курска и Курского района о готовящейся ликвидации корпорации не было известно еще ровным счетом ничего. Аналогично обстояли дела и в других регионах Черноземья и ЦФО, где расположены грешиловские «Линии». Наиболее дальновидные сотрудники корпорации еще на стадии увольнения бухгалтеров и появления продуктовых карт как формы расчета с коллективом, заподозрили неладное и написали «заявление по собственному желанию», не дожидаясь, когда на бирже появится еще сотня соискателей. Людей не отпугнула даже перспектива больше никогда не устроится на работу к Грешилову. Напомним, предприниматель прославился тем, что ни сокращенных, ни уволенных или ушедших единожды «по собственному» профессионалов повторно на работу не брал.

Наиболее очевидной причиной банкротства стала сильная закредитованность корпорации. Бравшиеся для строительства МегаГРИННа средства отбить так и не получилось. Продажи в последние годы падали по всем филиалам. Популярности магазинам не прибавляла ни странная система ценников в «Линии», на которых стоимость товара указывалась без НДС, пробиваемой уже в чеке на кассе, ни уменьшение количества рекламных акций. Попытка сэкономить на работниках, обслуживающих весы, равно как и введение самообслуживания с дальнейшей отсылкой на контрольные весы в случае, если кассир заподозрит «недовес» (при любых «тяжелых» покупках), а также снижение качества продукции, выставленной на полках также не прибавили гипер- и супермаркетам народной любви.

Как мы уже сообщали ранее, со ссылкой на портал Kartoteka.ru, в настоящее время в залоге у банка находится свыше 30 объектов, принадлежащих пока еще корпорации Николая Грешилова. Однако учитывая невозможность обслуживать займы, все они в ближайшее время могут сменить собственника. Едва ли в случае объявления о банкротстве реализация имущества холдинга заставит себя долго ждать.

Банкротство компании «тихо» для Черноземья точно не пройдет. И речь идет не только об увольнении сотрудников. Сама память о существовании «Линии» в Орле может быть стерта при помощи...стройтехники. Вопрос сноса, находящегося в залоге у банка гипермаркета, расположенного на Карачевском шоссе, в настоящее время решается в суде.

В свое время, когда Николай Грешилов решил начать строительство очередного супермаркета в Орле, ему был выделен земельный участок. Отдельно на нем была определена линия, за которую будущий объект выступать не должен. В противном случае «магазин» попадал в охранную зону ЛЭП. Однако у предпринимателя было собственное видение того, где и как он расположит гипермаркет. Очередная «Линия» выросла аккуратно в той самой охранной зоне. Понятно, что протесты компания «Орелэнерго» начала высылать еще на начальном этапе проведения работ.

Аукцион по развитию застроенной территории в Заводском районе Орла «ГРИНН» выиграл еще в 2013-м году. Уже летом 2014-го, через несколько месяцев после того как пост губернатора области занял Вадим Потомский, началась и расчистка территории. Старые 2-этажки с удобствами во дворе были расселены, сами здания пошли под снос.

Но вернемся к истории с «Орелэнерго». Специалисты филиала компании выяснили, что охранная зона ЛЭП после появления столь масштабного соседа, тем более построенного в стороне от изначально согласованного места, сократилась донельзя. Вместо минимальных 20 метров - 6,5 метра. Именно такое расстояние от здания гипермаркета до ближайшего провода воздушной линии 110-киловольтной линии показали замеры. Однако сумму выписанного предпринимателю штрафа иначе чем смехотворной не назовешь - 10 тысяч рублей.

Почти 5 месяцев ушло у представителей Николая Грешилова, числившегося на тот момент уже орловским бизнесменом, на общение с представителями «Орелэнерго». Согласовать строительство здания в охранной зоне энергетики упорно отказывались. Дальше интереснее. Не имея разрешение на строительство, но ведя работы, корпорация каким-то чудом все же получила не только свидетельство о собственности на землю, на которой возводились гипермаркет и его будущая парковка, но и кадастровый паспорт, в котором охранная зона высоковольтной линии попросту... отсутствовала. Завершить после этого строительство и оформить здание в собственность предпринимателю, «нигде ничего не нарушавшему», не составило труда. Единственно, собственнику пришлось потратиться на заземление кровли здания, чтобы обезопасить в случае возникновения чрезвычайных ситуаций на ЛЭП и сотрудников, и посетителей гипермаркета. В 2015 году «Орелэнерго» подключил «Линию» к собственным сетям и даже отчитался о том, что по итогам года выполнил на 2% больше присоединений, чем в 2014-м, во многом благодаря подключению таких крупных объектов как ЗАО «Агрокомплекс «Мансурово» и многофункциональный комплекс ЗАО «Корпорация «ГРИНН».

Сообщив на собственном сайте о положительной динамике, уже в 2016 году «Орелэнерго» все же подал в суд на корпорацию и потребовал сноса незаконно возведенного строения. Тогда в ходе слушаний первой инстанции фортуна была на стороне «ГРИННа». В суде удалось доказать, что истец действует недобросовестно, в противоречии с самой сущностью нормальных хозяйственных взаимоотношений, что он вмешивается в рыночные условия развития бизнеса. В пользу Грешилова говорил и тот факт, что парковку перед гипермаркетом он перенес таким образом, что наезд транспорта на опоры ЛЭП был исключен. В иске «Орелэнерго» было отказано. Однако на этом история не закончилась. «Орелэнерго» от требований по сносу здания не отказался и обратился в Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд, слушания в котором ведутся и в настоящее время.

Отстоять здание, как сообщили «МК Черноземье» собственные инсайдерские источники, едва ли удастся. На одном из прошлых заседаний через канцелярию суда «Орелэнерго» подало ходатайство о приобщении к материалам дела письма с рядом документов, среди которых и копии градостроительных планов земельных участков за ноябрь 2014 года, и копии постановления Администрации Орла об утверждении градостроительных планов земельных участков в данном кадастровом квартале от 12.11.2014 года, и ряд других документов. Речь идет о тех самых бумагах, на которых охранная зона ЛЭП еще обозначена, и которые подтверждают незаконность как получения разрешения на строительство гипермаркета, так и ввода здания в эксплуатацию.

Несмотря на то, что представители корпорации запросили проведение дополнительной экспертизы по данному делу, затягивать слушания едва ли получится. Уже к следующему заседанию, которое назначено на 9 августа, корпорации необходимо будет предоставить суду обоснованное ходатайство о ее проведении, а также подтвердить готовность оплатить ее проведение. Учитывая сложную финансовую ситуацию едва ли экспертиза будет проведена. Да и вопросы, которые предстоит поставить перед экспертами тоже будет не так просто сформулировать. Возьмите еще в расчет, что к последним заседаниям «Орелэнерго» готовится куда тщательнее, и не удивляйтесь, если/когда отстоять собственную правоту их юристам все же удастся. Значит, долой находящееся в залоге здание? Вам подсказать дальнейшие действия банка в этом случае, или сами догадаетесь?

Источник: <https://chr.mk.ru/economics/2018/08/03/korporaciya-grinn-torzhestvenno-idet-ko-dnu.html>

«Корпорация ГРИНН» опровергла начало процедуры банкротства

Одна из крупнейших розничных компаний Черноземья «Корпорация ГРИНН» опровергла старт процедуры банкротства. Ранее о банкротстве сообщили несколько местных СМИ.

В поступившем в редакцию RETAILER.ru документе указано, что «изложенные сведения не соответствуют действительному положению дел, поскольку ОА «Корпорация ГРИНН» не инициировало процедуру банкротства и никаких собраний по этому поводу не проводило».

Источник: <https://retailer.ru/korporacija-grinn-opровергла-nachalo-procedury-bankrotstva/>

«Интерторг» пересматривает свои «Идеи»

Начиная с 2017 года "Интерторг" сократил количество супермаркетов "Идея" с 12 точек до трех, открыв на их месте магазины под другими торговыми марками (Sprag и "Народная семья"). Ребрендинг затронул большинство точек "Идея" в Петербурге, а также магазины в Москве и Череповце. Таким образом, магазины под этой вывеской сохранились только на петербургском рынке (Гражданский проспект, 39, проспект Славы, 4, и проспект Ветеранов, 101), сообщили в ТД "Интерторг".

Причину оптимизации сети в "Интерторге" не уточнили, но подчеркнули, что не собираются полностью отказываться от бренда. "За годы работы этот формат полюбился покупателям. Собственная кулинария, широкий ассортимент, регулярные акции и скидки делают "Идею" удобным и комфортным магазином у дома», — уточнил представитель розничной компании. Как пояснили в "Интерторге", в одних случаях при реформатировании достаточно проведения косметических работ и замены внутреннего дизайна, тогда как в других требуется капитальный ремонт.

Бренд "Идея" был зарегистрирован в 2008 году. Согласно данным kartoteka.ru, права на него и несколько других брендов, включая марку "Народная семья", принадлежат ООО "Интервест" Мушвига Абдуллаева. Средняя площадь магазинов "Идея" превышает 700 кв. м, число товарных позиций — около 10 тыс. Средний чек магазинов в компании не раскрывают.

Совладелец сети "Реаль" Александр Мышинский отмечает, что "Идея" стала для "Интерторга" второстепенным форматом после того, как компания получила франшизу Sprag. ""Идея" — устаревшее и давно неразвиваемое направление. Все знают, что такое "Семья" и Sprag, потому что их очень много, а "Идея" у людей ни с чем не ассоциируется. Поэтому логично переводить ее в Sprag, чтобы сделать более высокие цены», — замечает предприниматель. "Народная семья" и Sprag имеют более высокую ценность для покупателей, поэтому более оправданно сосредоточиться на их развитии, соглашается консультант Jos De Vries The Retail Company Ирина Болотова. Содержать в рамках одной компании портфель брендов дорого и сложно, замечает эксперт.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3706517>

Крупный ритейлер закрывает часть магазинов в Новосибирской области

За последний год «Универсам удачных покупок» закрыл почти четыре десятка супермаркетов на территории Новосибирской области. Согласно информации портала 2ГИС, в Новосибирской области на сегодняшний день работает 21 «Универсам удачных покупок». Оператором торговой сети является ООО «Ритейл Центр».

С начала этого года на ООО «Ритейл Центр» было подано более 50 исков на почти 80 млн руб. В списке истцов значатся мэрия Новосибирска, ресурсоснабжающая компания «Сибэко» (в феврале этого года приобретена «Сибирской генерирующей компанией»), а также поставщики продукции.

В начале этого года ООО «Успех» обращалось в суд с банкротным иском к ритейлеру из-за долга в 2,5 млн руб. Следующий банкротный иск был подан в арбитраж в начале июля этого года ООО «Ренессанс косметик». В данном случае задолженность ритейлера составила 1,5 млн руб. Однако иск был оставлен без движения из-за ошибок в исковом.

В рг-службе «Ритейл Центра» корреспонденту РБК Новосибирск не прокомментировали сложившуюся ситуацию. Редакция направила запрос.

Источник: <https://nsk.rbc.ru/nsk/07/08/2018/5b695dda9a7947249eae761c>

Покупатели распробовали снеки

KDV, выпускающая продукцию, в частности, под марками «Кириешки», «Бабкины семечки», «Яшкино», в 2017 году впервые вошла в пятерку крупнейших российских производителей еды и напитков. Оборот группы за этот период вырос на 14%, почти до 110 млрд руб., что позволило KDV обогнать по этому показателю Mars. Аналитики связывают результаты компании с продажей широкого ассортимента продукции по низким ценам и активной консолидацией рынка.

Томская KDV в 2017 впервые вошла в топ-5 крупнейших российских производителей продуктов и напитков по объему выручки, следует из рейтинга Infoline, с которым ознакомился “Ъ”. По подсчетам аналитиков, в 2017 году оборот KDV вырос на 14%, до 109 млрд руб. без НДС. Это позволило группе обогнать Mars (103 млрд руб.) и занять пятую строчку рейтинга после PepsiCo (188 млрд руб.), Nestle (124 млрд руб.), ГК «Эфко» (120 млрд руб.) и Danone (115 млрд руб.). При этом по темпам прироста выручки KDV стала лидером среди десятки крупнейших производителей продуктов и напитков.

В KDV в четверг не смогли предоставить оперативный комментарий. В «Эфко» с оценками Infoline не согласились, заявив, что в 2017 году выручка ГК выросла с 106,9 млрд до 108,7 млрд руб. В Mars, PepsiCo, Nestle и Danone цифры не прокомментировали.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3708752>

Помещения трёх магазинов «Семья» в Прикамье выставлены на продажу

В открытых источниках появилась информация о продаже трех объектов недвижимости, якорным арендатором которых является ТС «Семья». По данным ресурса Avito, за 80 млн рублей продается действующий арендный бизнес — торговый комплекс в городе Чусовой (якорные арендаторы — ТС «Семья» и федеральная сеть аптек «Планета здоровья»). Площадь помещения — 1553 м², указанная доходность — 1,2 млн рублей в месяц.

Одновременно реализуется два объекта в Перми: по цене 150 млн рублей площадью 1318 м² по ул. Крупской с доходностью 1,4 млн рублей в месяц и за 160 млн рублей помещение 918 м² по адресу Комсомольский проспект, 64 с доходностью 1,5 млн рублей в месяц. Во всех этих точках расположены магазины сети «Семья».

Как пояснила РБК Пермь директор ООО «Управление недвижимости «ЭКС» Елена Жданова, все три объекта были проданы УК «ЭКС» (собственник торговой сети «Семья») в июле и декабре прошлого года частному лицу (его имя не раскрывается). В момент продажи были подписаны договоры долгосрочной аренды сроком на пять лет, согласно которым в этих точках в ближайшие годы якорным арендатором останутся магазины сети «Семья». По поводу возможного расторжения договоров новым собственником Жданова сообщила: «У «Семьи» этого в планах не было».

Продавец объектов недвижимости в разговоре с РБК Пермь пояснил, что владелец реализует их в связи с изменением направления бизнеса: «У него есть крупный

проект, на котором он намерен сосредоточиться». По данным РБК Пермь, собственником помещений может быть Эдуард Бадртдинов, в открытых источниках есть информация, что он является учредителем двух ООО — «Семья на Комсомольском, 64» и «Площадь Дружбы». Также он выступает учредителем АО «Уралпласт-Сервис» — екатеринбургского поставщика АО «Транснефть — Прикамье».

Источник: <https://perm.rbc.ru/perm/freenews/5b6d664a9a79471f17fc0f74>

Сервис golamago начал доставлять продукты из ВкусВилл

Сервис срочной доставки продуктов golamago объявил о старте сотрудничества со ВкусВилл. Сделать заказ из ВкусВилл сейчас могут клиенты севера Москвы, СЗАО, СВАО, а также жители городов Мытищи, Реутов и Балашиха. В ближайший период последует добавление магазинов в остальных районах столицы и Подмосковья. Стоимость доставки составляет всего 99 рублей. Получить заказ можно за рекордно короткий срок – от 45 минут после оформления или к точно указанному времени по желанию клиента.

Комментирует Андрей Толмачев, генеральный директор golamago:

Запуск сотрудничества со ВкусВилл дает возможность добавить новую нишу «доставка продуктов из магазина у дома». Для нас это выход на суперлокальный уровень: доставку осуществляет курьер, который находится максимально близко к клиенту и магазину. Это позволяет выполнить заказ очень быстро – от 45 минут. Мы делаем большую ставку на данное партнерство и рассчитываем получить новую аудиторию, в том числе и ту, которая до этого не совершала покупки онлайн вовсе.

Источник: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/152761/>

Маркировка выявила неуспевающих

В распоряжении “Ъ” оказалось письмо ассоциации «Табакпром» (входят JT1, «БАТ Россия», Imperial Tobacco, KT&G, «Погарская сигаретно-сигарная фабрика», «Усмань-табак», НТ), отправленное на прошлой неделе главе администрации президента (АП) Антону Вайно. Оно касается срока введения обязательной маркировки табачной продукции, который по закону наступит 1 марта 2019 года. «Рынок производства и импорта табачных изделий сможет обеспечить соответствие требованиям о маркировке не ранее 1 марта 2020 года», — считают в ассоциации. Она просит господина Вайно доработать закон, предусмотрев необходимые переходные положения.

Как пишет «Табакпром», первый этап эксперимента с маркировкой (с 15 января по 30 июня 2018 года) выявил, что использование меток DataMatrix для нанесения на упаковку — оптимальное технологическое решение. Но, продолжает ассоциация, на 11 июля участниками эксперимента было «всего 21 юридическое лицо», тогда как на рынке присутствуют 21 производитель, более четырех дистрибуторов, свыше 70 импортеров и около 300 тыс. розничных продавцов. Потому, отмечает «Табакпром», пока нет возможности в полной мере выявить потенциальные проблемы масштабирования маркировки на весь рынок. Гендиректор «Табакпрома» Андрей Межонов не стал обсуждать содержание письма. Получить комментарии в АП не удалось.

«БАТ Россия» участвует в пилоте с его начала и имеет больше шансов успеть установить нужное оборудование, говорит директор по внешнекорпоративным связям компании Яна Гуськова. По ее словам, возможности поставщиков оборудования ограничены: чтобы внедрить маркировку к 1 марта 2019 года, фабрики должны были подать заявки на него до июля. «Если заказывать оборудование после окончания пилота (31 декабря 2018 года. — “Ъ”) и утверждения конфигурации системы, то внедрить маркировку на всех фабриках можно будет только в июле-августе 2019 года», — отмечает она. Директор департамента по корпоративным вопросам

Imperial Tobacco в России Георгий Соустин указывает, что маркировка влечет изменения не только в оснащении производства, но и в дизайне пачек: «Для их внедрения, по нашим подсчетам, потребуется около года с момента законодательного утверждения всех требований».

Позицию «Табакпрома» по маркировке не поддерживает крупнейший его член — JTI. В компании сказали, что при утверждении результатов пилотного проекта смогут обеспечить переход фабрик на выпуск продукции с DataMatrix с 1 марта 2019 года. О готовности к тому же сроку совершить полный переход на производство табачной продукции с цифровой маркировкой заявили и в PMI. «При условии, что в дальнейшем не будут вноситься изменения в технические параметры кода», — добавили в компании. По данным Nielsen, на JTI и PMI приходится 67% российского рынка сигарет.

Оставить установленный в законе срок маркировки считают справедливым в АКОРТ (Ассоциация компаний розничной торговли). Но, по мнению председателя президиума АКОРТ Сергея Белякова, нужно дать всем участникам рынка годовой адаптационный период, в течение которого неумышленные технические нарушения правил маркировки не повлекут за собой каких-либо санкций.

Заместитель гендиректора Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ; оператор маркировки) Реваз Юсупов напомнил, что первый этап эксперимента по маркировке завершился успешно. По его словам, сейчас в пилоте участвуют уже 55 компаний, ЦРПТ продолжает отработку технических процессов как с ними, так и с новыми участниками — импортерами, мелкой и средней розницей. Источник “Ъ”, близкий к одному из участников эксперимента, утверждает, что проблем с оснащением фабрик нужным оборудованием быть не должно: «На его поставку требуется около восьми недель, на установку — около четырех». Не видят предпосылок в переносе срока маркировки в Минпромторге (куратор эксперимента). Там напоминают, что изначальным сроком введения маркировки было 1 июля 2018 года: «Перенос на 1 марта 2019-го дает возможность более комфортной интеграции в проект».

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3706570>

Производители чая предложили его промаркировать

В России может начаться маркировка чая. Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ), который уже является оператором в добровольной идентификации табачных изделий и обуви, начал изучать возможные методы и способы маркировки чайной продукции. Об этом «Известиям» рассказали в ЦРПТ. Появление системы прослеживаемости поможет отсечь нелегальное производство товаров, уверены изготовители этой продукции.

Центр развития перспективных технологий уже изучает бизнес-процессы, возможные методы и способы маркировки, оптимальные для чая в упаковках. После этого будет определена тестовая производственная площадка для проведения эксперимента, сообщил «Известиям» заместитель генерального директора по связям с общественностью и маркетингу ЦРПТ Реваз Юсупов.

Он пояснил, что параллельно в ЦРПТ будут смоделированы производственные процессы для подтверждения выбранного метода маркировки.

— По нашим расчетам предварительное тестирование займет до двух месяцев, — рассказал Реваз Юсупов. Он отметил, что инициатором эксперимента по маркировке чая выступила компания Unilever, предложившая интегрировать эту продукцию в национальную систему маркировки «Честный знак».

Впоследствии решение о начале добровольной маркировки на рынке должно принять правительство. При этом как производители, так и сам оператор имеют возможность обратиться в Минпромторг с предложением о начале «пилотного» проек-

та по идентификации. Обычно этот процесс занимает от трех кварталов до года, после чего принимается решение о том, насколько необходима рынку обязательная идентификация товаров.

В ЦРПТ добавили, что добровольная маркировка на рынке проводится на тех предприятиях, которые заявляют о готовности присоединиться к проекту. Например, в пилоте по маркировке табака с самого начала участвовали три крупнейших производителя, в пилоте по обуви «пионерами» стали пять компаний, которые первыми зарегистрировались и уже приступили к работе.

Как сообщили «Известиям» в пресс-службе Минпромторга, ведомство поддерживает инициативы бизнеса по различным товарным группам о введении маркировки для борьбы с незаконным оборотом. Идентификация также устраняет нечестную конкуренцию со стороны недобросовестных участников рынка, повышает технологичность и автоматизацию внутренних процессов, добавили в министерстве.

Система маркировки также предоставляет потребителю возможность самостоятельной проверки каждой товарной единицы с помощью разработанного бесплатного мобильного приложения, отметили в Минпромторге.

Вице-президент Unilever Ирина Бахтина рассказала «Известиям», что компании интересны любые технические возможности, которые помогут в борьбе с подделкой товаров.

— С точки зрения нашего ассортимента проблема подделок касается некоторых популярных наименований чая. В последнее время на российском рынке предпочитают подделывать торговые марки, «мимикрируя» под них: например, используют ту же цветовую гамму на упаковке, меняют одну букву в названии, — отметила она. — И для производителей, и для тех, кто занимается контрафактом, важен стоимостный фактор. Подделки ориентированы на популярные наименования и конкурируют с легальной продукцией, что снижает и оборот, и прибыль законных производителей.

По ее словам, маркировка — защита товарных знаков, которая позволит легко верифицировать легальность товаров. Идентификация товара позволит реализовать систему прослеживаемости, что даст возможность легко увидеть, как передвигается продукция по всей цепочке производства и поставок, и поможет отсеять нелегальные потоки товаров на рынке. Тогда как потребитель будет уверен, что он покупает легальную продукцию, что можно будет легко проверить в приложении на мобильном телефоне.

По оценкам ассоциации «Росчайкофе», уровень контрафакта на рынке составляет менее 1%. Гендиректор организации Ромаз Чантурия уверен, что эта проблема не является острой для чайного рынка.

— Если она [проблема] и возникает у раскрученных брендов, то этот вопрос быстро решается за счет мониторинга ситуации, — отметил он. Эксперт уверен, что маркировка продукции увеличит ее стоимость, это будет значимо для потребителя, ведь пачка чая стоит в среднем 30–40 рублей. Стоимость знаков идентификации колеблется от 2 до 30 рублей.

Источник: <https://iz.ru/774201/evgeniia-pertceva/proizvoditeli-chaia-predlozhili-ego-promarkirovat>

Доля российских продуктов в ретейле выросла до 80% за 4 года продэмбарго

Доля российских продуктов в магазинах за четыре года действия в России продовольственного эмбарго выросла с 60% до 80%, рассказал RNS исполнительный директор Ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров Дмитрий Востриков.

«Общую долю российских продуктов питания на прилавках сетей мы оцениваем на уровне 80%. По некоторым категориям — 95-100%. В то время как до введения Россией контрсанкций, доля отечественных продуктов составляла порядка 60%», — сказал он.

По словам Вострикова, сегодня российские производители полностью обеспечивают рынок зерном, сахаром, растительным маслом, мясом кур, рыбой, овощами борщового набора. За время продэмбарго импорт пищевых продуктов, напитков и табака сократился на 35%, продуктов животного происхождения — на 40%, продукции растительного происхождения — на 8–9%, отмечает он.

В пресс-службе ритейлера «Лента» сообщили, что по отдельным категориям свежих продуктов доля российских превышает 90%. В компании подчеркнули, что наиболее ощутимо продовольственное эмбарго, введенное в 2014 году, затронуло такие категории продукции, как сыры и рыба.

Представитель ритейлера «Магнит» рассказал, что доля импортных товаров в ассортименте сети по состоянию на 30 июня составляла не более 7%.

«Прямой импорт розничной сети "Магнит", прежде всего, касается продукции, аналогов которой нет на российском рынке. В основном поставляются сезонные фрукты и овощи, не произрастающие в нашей стране», — отметил представитель ритейлера, добавив, что «заметно выросла на прилавках магазинов доля российских сыров, рыбы и других товаров».

В «Руспродсоюзе» подчеркнули, что за период действия продовольственного эмбарго доля отечественных сыров заметно выросла: на данный момент она составляет 72–75%, а в первом квартале 2014 года находилась на уровне 50%.

В пресс-службе ритейлера Metro RNS сообщили, что сеть не нашла отечественного аналога санкционной продукции только по одной категории — молочной телятине, при этом вся курица и свинина, представленная в магазинах Metro, российского производства. Доля импортной говядины на полках ритейлера составляет 7%, после введения ограничения поставки говядины были распределены между латиноамериканскими и российскими поставщиками.

Российское подразделение производителя молочной продукции Valio в августе 2014 года потеряло 90% ассортимента продукции, поставлявшейся из Финляндии, рассказали в пресс-службе компании. Однако за 4 года компания вернула на российский рынок все свои бренды: в настоящее время ассортимент Valio в России насчитывает 157 позиций.

«По сравнению с 2013 годом по результатам 2017 года продажи российского ассортимента продукции Valio в натуральном выражении выросли на 164%», — добавили в Valio.

Россия ввела эмбарго на импорт некоторых видов продуктов, в том числе, мяса, колбас, рыбы, морепродуктов, овощей, фруктов и молочная продукция из США, стран ЕС, Австралии и Норвегии 6 августа 2014 года.

Источник: <https://rns.online/consumer-market/Dolya-rossiiskih-produktov-v-riteile-viroslo-do-80-za-4-goda-prodembargo-2018-08-06/>

Walmart тестирует роботов на выдаче онлайн-заказов в магазине

Walmart тестирует роботов Alphabot с целью увеличить скорость, с которой покупатель получает свой онлайн-заказ в магазине.

Технология, разработанная Walmart в сотрудничестве со стартапом Alert Innovation, будет введена в эксплуатацию в гипермаркете в Нью-Гэмпшире в конце этого года.

Система представляет собой автоматизированные мобильные тележки, задача которых состоит в том, чтобы доставить заказы со склада в четыре пункта выдачи товаров, где их затем смогут забрать консультанты по онлайн покупкам. Система подходит для всех заказов, за исключением свежих продуктов, которыми будут заниматься исключительно сами консультанты.

В своем сообщении ритейлер подчеркнул, что система робототехники Alphabot будет удобна для сотрудников магазина на выдаче онлайн заказов, потому что она позволит им тратить меньше времени на то, чтобы дойти из одного пункта в другой и найти товар.

Гипермаркет в Нью-Гэмпшире был также оснащен и другими технологическими инновациями, среди которых Pickup Tower, где клиенты могут получить свой онлайн-заказ менее чем за минуту, просканировав штрих-код на своем смартфоне; сканер на полках Bossa Nova, который показывает количество товара и различные исправления цен; FAST Unloader – сканер и конвейерная система для автоматической сортировки выгружаемых товаров, и программа Check Out with Me, в рамках которой сотрудникам магазина на выдаче онлайн заказов предоставляются сотовые устройства и Bluetooth-принтеры для оформления товаров на месте.

Использование робототехники в пунктах обработки и выполнения заказов становится все более популярным среди ритейлеров. Так, Amazon уже давно пользуется передовой робототехникой на своих складах. Компания наняла 2500 сотрудников в недавно открывшейся центр обработки и исполнения заказов в Хьюстоне для управления автоматизированным складом.

Источник: <https://www.retail.ru/news/152667/>

<https://www.retaildive.com/news/walmart-to-pilot-alphabot-robotics-for-grocery-pickup/529401/>