

Ключевые события продуктового ритейла (13.08.18-19.08.18)

Выпуск 26

«Магнит-Опт»: первые результаты

Новая розничная сеть от крупного производителя
козьего молока

Финансовые результаты Walmart за I полугодие
2018 года

2018 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

X5 Retail Group подтвердил планы по открытию магазинов и рассказал про импорт

К концу 2018 года ритейлер планирует открыть около 2,5 тыс. магазинов всех форматов. Кроме того, в течение ближайших трех лет компания собирается увеличить долю прямого импорта в объеме поставок товаров с 3% до 10%.

«Магнит-Опт»: первые результаты

Новый формат магазинов торговой сети «Магнит» за 12 месяцев работы демонстрирует положительные результаты. За это время было открыто 18 магазинов, которые посетили около 2,4 млн человек. Средний чек вырос на 13,9%, а товарооборот – на 10%.

«Магнит» и «Пятерочка» попали в топ-10 самых дорогих российских брендов

По данным рейтинга Brand Finance, «Магнит» занял 6 место, потеряв 1 позицию и 6% в стоимости, уступив место «РЖД». Бренд X5 «Пятерочка», наоборот, по результатам 2018 года показал рост в 27% и, таким образом, поднялся в рейтинге с 14 места на 10.

Краснодарский край продолжает оставаться стратегически важным регионом для «Магнита»

В ходе встречи губернатора края и генерального директора «Магнита» Ольга Наумова подтвердила важность региона для торговой сети, так как здесь ритейлер тестирует новые технологии, пилотные проекты и открывает новые форматы магазинов. Кроме того, «Магнит» продолжает активно поддерживать местных поставщиков: результатов продаж кубанских товаров за пределами региона в 2017 году ритейлер уже достиг за 6 месяцев 2018 года.

Совладелец ГК «Холидей» признал свое банкротство

Алексей Брыкин, совладелец ГК «Холидей», подал иск в арбитражный суд Новосибирской области о своем банкротстве. Сумма требований составляет 2,3 млрд рублей.

К концу 2018 года X5 откроет новый распределительный центр в Новгородской области

В IV квартале 2018 года компания планирует завершить строительство распределительного центра в Новгородском районе, который будет обслуживать магазины торговой сети «Пятерочка» Новгородской, Ленинградской и Псковской областей. Грузооборот комплекса составит 406 тыс. тонн в год.

METRO Cash&Carry и «Лента» открывают новые магазины

Новый гипермаркет «Лента» откроется в Пскове в ноябре-декабре 2018 года. Торговая сеть займет здание, в котором ранее располагался гипермаркет «Тележка».

В конце августа в Одинцовском районе новый гипермаркет откроет торговая сеть METRO Cash&Carry, который станет 10-ым в Московской области. Площадь магазина составляет 9,3 тыс. кв. м, а объем инвестиций – около 1,5 млрд рублей.

Торговая сеть «Глобус» внедрила облачную платформу для программы лояльности

Ритейлер запустил программу лояльности на базе облачной платформы SAP, которая позволит управлять процессингом и маркетингом. Внедрение новой платформы заняло 9 месяцев и распространяется пока на 9 гипермаркетов. На данный момент с использованием карт «Мой глобус» совершается 40% транзакций в сети, а количество участников программы составляет 1,2 млн человек.

Агрохолдинг «Лукоз» запустил свою розничную сеть

Один из крупнейших производителей козьего молока запустил франчайзинговую сеть магазинов «Сырная лавка». В течение 5 лет агрохолдинг планирует открыть около 100 торговых точек, в том числе в Москве и Московской области. На данный момент открыто 8 магазинов в Самаре, Казани, Йошкар-Оле, Чебоксарах, Одинцово, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде. Средний чек составляет 300-500 рублей.

Ослабление рубля может отразиться на ценах импортного вина

В августе ожидают повышение цен на импортное вино в связи с ростом курса валют, плохим урожаем винограда в Европе и расходами на ведение учета продукции в ЕГАИС. По словам Simple и MBG Wine, компании планируют увеличить стоимость продукции на 6-8%. Другие крупные игроки, например, «Ладога Дистрибьюшен» и Beluga Group пока продолжают наблюдать за ситуацией на рынке.

Walmart показал самый крупный скачок продаж за последние 10 лет

За последние 3 месяца online-продажи ритейлера выросли на 40%, увеличив общий объем продаж до 128 млрд долл. США. Однако по результатам I полугодия 2018-2019 финансового года консолидированная чистая прибыль компании уменьшилась в 4,7 раза до 1,3 млрд долл. США, а выручка показала рост в 4,1% до 250,7 млрд долл. США.

Продажи импортных крепких алкогольных напитков выросли на 22% за I квартал 2018 года

По итогам I квартала 2018 года увеличились продажи виски, бренди, кальвадоса и других импортируемых крепких напитков на 22% до почти 1,6 декалитров по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. Общий объем продаж алкогольной продукции без учета пива за этот период составил 50,6 млн декалитров (+3,4%). За I квартал 2018 года вырос не только импорт крепкого алкоголя (+20%), но и российское производство (+66,9%). Эксперты связывают это с влиянием динамики потребительских цен и предполагают об увеличении потребления крепкого алкоголя населением.

Ритейлеров просят повысить цены на колбасные изделия

Национальный союз мясопереработчиков обратился к вице-премьеру Алексею Гордееву с просьбой повлиять на розничные торговые сети с целью роста цен на их продукцию, а также отрегулировать ценообразование мясного сырья путем восстановления конкурентной среды. Торговая сеть «Лента» подтвердила поступление таких запросов от поставщиков. В свою очередь, представители компании «Мираторг» и Национальной мясной ассоциации ответили об отсутствии серьезных проблем.

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

X5 Retail Group

X5 подтвердила планы открыть 2,5 тыс. магазинов в 2018 году

X5 Retail Group подтвердила планы открыть около 2,5 тысячи магазинов в 2018 году.

"Мы подтверждаем прогноз по открытиям, который был озвучен ранее. Мы планируем открыть около 2,5 тыс. магазинов всех форматов", - сказал CEO X5 Игорь Шехтерман на телефонной конференции во вторник.

В свою очередь финансовый директор компании Светлана Демяшкевич заявила, что X5 планирует продолжить выплату дивидендов в соответствии с утвержденной политикой.

В сентябре прошлого года целевой коэффициент выплаты дивидендов был установлен на уровне не менее 25% консолидированной чистой прибыли по МСФО. При принятии решения о дивидендах компания руководствуется целевым показателем соотношения чистого долга к EBITDA на уровне ниже 2х.

На конец июня этот показатель вырос до 2,18х с 1,73х на 31 декабря и 1,83х год назад. Это самый высокий показатель за два года. Согласно бизнес-плану компании, коэффициент должен постепенно снизиться во второй половине 2018 года, сообщила X5.

Ритейлер также планирует снизить эффективную ставку налога (ETR), которая составила 25,1% во II квартале. Нормальный для X5 уровень ставки - 22-23%, сказала Демяшкевич.

X5 впервые выплатила дивиденды по итогам 2017 года - 21,59 млрд рублей, или 69% от чистой прибыли по МСФО за прошлый год. Выплаты на акцию составили 79,5 рубля.

По итогам 2017 года соотношение чистый долг/EBITDA X5 составляло 1,73х - это самый низкий показатель за всю историю компании.

Источник: <http://www.interfax.ru/business/625252>

X5 планирует увеличить долю прямого импорта до 10%

Компания X5 Retail Group, управляющая сетями «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель», намерена в течение трех лет увеличить долю прямого импорта в объеме поставок товаров до 10% с текущих 3%, сообщил главный исполнительный директор X5 Игорь Шехтерман.

«Мы начали активно развивать прямой импорт, что улучшит наши условия закупок, повысит качество товаров, предлагаемых нашими форматами, и снизит риски перебоев поставок», — сказал Шехтерман в ходе телефонной конференции.

«Сейчас прямой импорт составляет примерно 3% от всех поставок, наша цель на ближайшие три года — достичь 10%», — добавил он.

Источник: <https://www.retail.ru/news/152891/>

«Пятёрочка» откроет в Новгородском районе распределительный центр на 160 рабочих мест

В деревне Чечулино Новгородского района продолжается строительство распределительного логистического центра «Пятерочка» для X5 Retail Group (ООО «Агро-торг»), которое началось в марте 2018 года. Период сдачи объекта - четвёртый

квартал этого года. Об этом сетевому изданию «ВНовгороде.ру» сообщили в региональном правительстве со ссылкой на Агентство развития Новгородской области.

На территории нового распределительного центра будут находиться не только помещения для хранения, сортировки и транспортировки продукции, но и лаборатория контроля качества, кабинет ветврача и медицинский кабинет, а также столовая на 64 посадочных места.

Продукция из распределительного центра будет поступать во все магазины «Пятёрочка» Новгородской, Ленинградской и Псковской областей. Грузооборот составит 406 тыс. тонн продукции в год. Благодаря запуску распределительного центра будет создано 160 рабочих мест.

Распределительный центр «Пятёрочка» уже действует в посёлке Шушары Ленинградской области. Строительство ещё одного центра в регионе стало возможным благодаря подписанному в феврале 2017 года соглашению между правительством Новгородской области и ООО «Агроторг». Согласно документу, в области в течение 2 лет планируется открытие 50 новых магазинов. Тем самым присутствие торговой сети в регионе увеличится в два раза.

Источник: <https://vnovgorode.ru/vse-novosti/ekonomika/18576-pyatjorochka-otkroet-v-novgorodskom-rajone-raspredelitelnyj-tsentr-na-160-rabochikh-mest.html>

Магнит

«Магнит» подвел итоги первого года работы «Магнит-Опт»

Розничная сеть открыла 18 магазинов нового формата, которые посетило около 2 млн 400 тыс. покупателей. Средний чек за 12 месяцев вырос почти на 13,9%.

«Магнит» запустил первые тестовые торговые точки летом 2017 года. Они появились в Саратове, Ульяновске и Краснодаре. Анализ, проведенный компанией, показал, что в магазинах посетители приобретают продукцию как для собственного потребления, так и для перепродажи.

Поэтому «Магнит-Опт» отвечает актуальным потребностям мелких предпринимателей и покупателей, которые берут товары про запас. По результатам работы объектов проект получил дальнейшее развитие.

Отличительные особенности формата: доступные цены в регионах присутствия, удобно упакованная продукция — сразу в коробках, специальные вместительные тележки для покупок большими партиями. Интерьер магазина, навигация и выкладка выполнены таким образом, чтобы посетители легко ориентировались в торговом зале и быстро находили все необходимое.

«Магнит-Опт» открыты в разных субъектах России в городах центрального, южного, сибирского и других регионах. Средняя площадь магазина — около 2 500 кв. м, среднее число SKU — 1600. Самый длинный кассовый чек за год работы насчитывал почти 200 товаров, самый «дорогой» чек выбили на сумму более 1 млн руб.

— «Магнит-Опт» является тем звеном, которого не хватало на современном рынке фудритейла. Благодаря синтезу розницы и массовой закупки мы одновременно удовлетворяем потребности b2b и b2c сегментов. Для небольших предпринимателей «Магнит» становится партнером и надежным поставщиком продукции. Мы видим, что магазины востребованы — за год работы товарооборот формата вырос на 10%, — прокомментировал заместитель генерального директора — операционный директор розничной сети «Магнит» Артем Смоленский.

Продукция подбирается, исходя из потребностей жителей населенного пункта, составляется гибкая ассортиментная матрица, которую можно менять в зависимости от предпочтений покупателей.

Источник: <https://www.retail.ru/news/152887/>

РЖД вытеснили «Магнит» из первой пятерки рейтинга Brand Finance

Продуктовый ретейлер «Магнит» выпал из первой пятерки самых дорогих российских брендов и опустился на шестую позицию. Об этом свидетельствуют данные из отчета «Russia 50» компании Brand Finance, занимающейся оценкой брендов.

Теперь пятую строчку занимают «Российские железные дороги». Бренд РЖД в Brand Finance оценивают в 159 млрд руб. (рост на 35%), «Магнит» — в 145,2 млрд руб. (падение на 5%).

В начале этого года «Магнит» утратил звание лидера среди продуктовых ретейлеров по капитализации, его обогнал главный конкурент компания X5 Retail Group, владеющая сетями «Перекресток», «Пятерочка» и «Карусель». Кроме того, в июле «Магнит» отчитался о сокращении чистой прибыли за первые шесть месяцев 2018 года на 14,4%, до 17,767 млрд руб.

Бренд входящей в X5 Retail Group «Пятерочки», наоборот, подорожал на 27%, до 91,21 млрд руб.

Источник: <https://www.rbc.ru/business/15/08/2018/5b7422c69a7947008aa2cb8e>

«Магнит» останется в Краснодаре

Губернатор провел встречу с генеральным директором розничной сети «Магнит» Ольгой Наумовой.

Стороны обсудили перспективы развития производственных площадок, а также взаимодействие с местными производителями.

– Принципиально важно, чтобы «Магнит» и дальше оставался не только одним из крупнейших налогоплательщиков региона, но и социально ориентированной компанией. Все ваши проекты были знаковыми, они направлены на поддержку людей, которые у вас работают. Надеюсь, эти традиции будут приумножены, – подчеркнул Вениамин Кондратьев.

Ольга Наумова подтвердила, что Кубань является ключевым регионом для компании.

– Штаб-квартира «Магнита» находится в крае и никаких радикальных изменений мы не предполагаем. Это стратегически важный для нас регион, именно здесь мы тестируем технологии, пилируем проекты, запускаем новые форматы магазинов, – акцентировала гендиректор.

Как отметила Ольга Наумова, в индустриальном парке планируется открытие кондитерского цеха и комбината хлебопродуктов. Благодаря этому до конца года будет создано 800 рабочих мест.

Руководитель организации заверила, что «Магнит» сохранит сотрудничество с шестью вузами края. Стажировки и производственные практики в компании по различным направлениям прошли уже 200 человек, часть из них трудоустроены.

Особое внимание «Магнит» продолжит уделять работе с местными поставщиками. Их доля в общем ассортименте составляет более 30%.

- В прошлом году объем продаж кубанских товаров через магазины сети за пределами региона составил 22 млрд рублей. В 2018 году такие показатели были достигнуты уже за первые шесть месяцев, - сообщили в пресс-службе администрации Краснодарского края.

Вице-губернатор Василий Швец напомнил, что первые фермерские витрины появились именно в «Магнитах». Следующим шагом станет выделение на полках магазинов продукции под брендом «Сделано на Кубани».

Губернатор также обратил внимание на необходимость развития розничной торговли в отдаленных населенных пунктах края. У их жителей должна быть возможность выбора качественной продукции.

На Кубани реализуется пилотный проект компании по открытию розничных точек в почтовых отделениях.

Для пилотного ассортимента были выбраны как городские, так и сельские отделения — 12 стационарных и одно передвижное.

Для сети «Магнит» запуск тестовых точек в почтовых отделениях означает расширение географии продаж и позволяет охватить территории, где открытие традиционных магазинов экономически нецелесообразно.

В тестовых отделениях вся продукция, за исключением почтовых товаров, представлена «Магнитом». В ассортименте стационарных точек насчитывается от 200 до 800 наименований товаров, в зависимости от площади и месторасположения отделения связи, в автолавке — около 50 позиций.

Источник: <https://kubnews.ru/ekonomika/2018/08/16/magnit-ostanetsya-v-krasnodare/>

«Магнит» снизил стоимость минимального набора школьных канцтоваров

В 2018 году в магазинах розничной сети комплект учебных принадлежностей обойдется в 292 рубля — в полтора раза дешевле, чем в прошлом.

В преддверии Дня знаний аналитики розничной сети подсчитали, сколько стоит набор канцелярских товаров. Специалисты исходили из минимальной цены на продукцию, которую можно приобрести в магазинах «Магнит».

Минимальная стоимость комплекта школьных принадлежностей составляет 292 рубля. Сюда входят: наборы цветных карандашей (6 шт.), чернографитных карандашей (3 шт.), шариковых ручек (4 шт.), фломастеров (6 шт.), обложек (10 шт.) и тетрадей 12 листов (10 шт.), а также дневник, пенал, линейка, ластик и рюкзак.

Основное снижение цены в 2018 году произошло за счет уменьшения стоимости двух позиций — рюкзака и комплекта тетрадей.

Для удобства детей и родителей розничная сеть «Магнит» вот уже более 10 лет проводит «Школьные ярмарки», они представлены в магазинах всех форматов. В этом году ярмарки стартовали более чем в 7 500 торговых точках, что почти на 2 000 больше, чем в прошлом году. Пик покупательской активности в преддверии нового учебного года приходится на последние две недели августа. Специалисты сети отмечают, что традиционно в список канцтоваров-бестселлеров входят дневники в твердой обложке, акварельные краски, наборы цветной бумаги, пластилин, различные папки.

Источник: <https://www.retail.ru/news/152927/>

Лента

Вторая «Лента» в Пскове откроется в ноябре 2018 года

Новый, второй по счету гипермаркет «Лента» откроется в Пскове в ноябре-декабре 2018 года в здании, где ранее располагался гипермаркет «Тележка» (ул. Труда, д. 54). Об этом Псковскому агентству информации сообщил источник, знакомый с обстоятельствами дела. Напомним, в июне ПАИ сообщало, что сеть гипермаркетов «Лента» ведет переговоры с собственниками здания «Тележки» на предмет размещения там собственного магазина.

По информации ПАИ, на данный момент основное условие «Ленты», выдвигавшееся собственникам здания, - освобождение торговых площадей на Труда, 54 от арендаторов, – на данный момент уже выполнено. Со здания демонтирована вывеска «Тележки», внутри закрыты магазины арендаторов, начинаются ремонтные работы.

Источник: <http://informpskov.ru/news/278474.html>

Metro Cash & Carry

METRO в Одинцовском районе откроют 23 августа

23 августа откроется гипермаркет METRO у деревни Ликино на Минском шоссе.

Торговый объект сети METRO Cash & Carry станет уже десятым в Московской области. Объем инвестиций составил около 1,5 млрд руб. Пресс-служба подмосковного министерства инвестиций и инноваций сообщает, что гипермаркет создаст более 200 рабочих мест.

Площадь METRO в Ликино — 9,3 тыс м², парковка вмещает 422 автомобиля.

Новый гипермаркет расположился на первой линии Минского шоссе по правой стороне в направлении области, на расстоянии 1,5 км от съезда с Северного обхода Одинцово. Такое расположение предполагает, что основными клиентами станут автовладельцы.

Напомним, что по соседству запланировано строительство ритейл-парка Outlet Village. В 2016 году Градостроительный совет Московской области одобрил концепцию, согласно которой для обоих торговых объектов должен быть обустроен паркинг на 1400 мест.

Это уже третий гипермаркет на территории сельского поселения Жаворонсковское. Ранее на Можайском шоссе у деревни Юдино были построены гипермаркет «Леруа Мерлен» и «Глобус».

Сроки смещались не один раз

Информация о строительстве Metro в Ликино появилась в 2016 году, а разрешение на строительство было выдано в июле 2017 года.

В 2016 году в качестве срока открытия представители компании называли III квартал 2017 года, а уже в 2017 году после получения разрешения — II квартал 2019 года. Но в итоге работы завершатся существенно раньше.

Третий гипермаркет за год

METRO станет уже третьим гипермаркетом, который открыли в Одинцовском районе в 2018 году. До него два появились в Одинцово. Так, в апреле первых посетителей принял ТЦ Selgros, расположенный на пересечении Восточной улицы и Минского шоссе в 8-м микрорайоне города. 14 июля по соседству с ним открылся гипермаркет товаров для дома и ремонта Castorama.

Одинцово продолжает укреплять позиции в числе лидеров Европы по обеспеченности торговыми центрами.

В ближайшие годы число гипермаркетов в Одинцовском районе могут пополнить Леруа Мерлен в Заречье и «Оби» в Новоивановском, который займёт часть парковки ТК «Три Кита».

Источник: <http://www.odintovo.info/news/?id=65598>

Другие темы

Руководство торговой сети «Холидей» признало свое банкротство

Александр Брыкин, совладелец ГК «Холидей» подал иск о своем банкротстве в Арбитражный суд Новосибирской области. Сумма требований по иску составляет 2,3 млрд руб. Об этом сообщил портал «Право.ru».

Ранее торговая сеть «Холидей» контролировала почти 500 магазинов в Новосибирской, Омской, Томской, Тюменской областях, а также в республике Алтай. Сеть была основана в 2000 году.

Собственники торговой сети пытались сохранить бизнес, и в 2017 году начались действия по его оптимизации. Например, в октябре федеральная сеть «Лента» купила 22 магазина «Холидея», все оставшиеся торговые точки реформатировали под бренды «Холди» и «Фермер-центр.рф». А 1 декабря компания запустила новую сеть дискаунтеров «Бум».

Тем не менее проблемы компании никуда не делись - поставщики продукции подали более 200 исков с требованием вернуть деньги. А самый большой иск подал «Альфа-банк», который требует с компании почти 3 млрд. рублей. После этого Арбитражный суд Новосибирской области ввел процедуру наблюдения.

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

Сыр покотился по франчайзинговым лавкам

Агрохолдинг «Лукоз», один из крупнейших производителей козьего молока в стране, запустил программу по развитию франчайзинговых магазинов «Сырная лавка». За пять лет под вывеской планируется открыть около ста точек, в том числе в Москве и Подмосковье.

Информация о франшизе «Сырная лавка» появилась в каталоге Franshiza.ru. Под вывеской планируется создание сети специализированных магазинов молочной продукции и сыров из коровьего, козьего и овечьего молока. Проект развивает ЗАО «Сернурский сырзавод» (ССЗ) из Марий Эл, который выпускает йогурты, кефир, сметану, масло, сыры и прочее под брендами Kozimel, «Марсенталь» и др. ССЗ входит в агрохолдинг «Лукоз» Владимира Кожанова — один из крупнейших производителей козьего молока в России, который также управляет тремя фермами на 8 тыс. коз.

Сейчас уже открыто восемь «Сырных лавок» в Самаре, Казани, Йошкар-Оле, Чебоксарах, Одинцово, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде. Шесть из них работают по франшизе, уточнили “Ъ” в ССЗ. Объем инвестиций в открытие одного магазина оценивается в 700–900 тыс. руб., паушальный взнос — в 100 тыс. руб., маркетинговый сбор — в 10 тыс. руб. в месяц, говорится в описании франшизы. Для лавки подходят помещения площадью от 30 кв. м. Средний срок окупаемости магазина в ССЗ оценивают в 11 месяцев. По словам эксперта Franshiza.ru Анны Рождественской, инвестиции в открытие одной «Сырной лавки» укладываются в самый популярный на сегодня запрос инвестора на франшизу — до 1 млн руб.

Основу ассортимента «Сырных лавок» будет представлять продукция ССЗ, еще 5% может приходиться на сыры сторонних производителей, местные поставщики также могут обеспечить сопутствующие товары, включая десерты и хлеб, говорит коммерческий директор ССЗ Константин Глаженков. Средний чек составит 300–500 руб., уточнил он. По словам топ-менеджера, для ССЗ проект обеспечит гарантированный доступ на полки, а формат франшизы позволяет открывать магазины, не отвлекая инвестиции из оборотных средств. В 2017 году оборот ССЗ достиг 1,3 млрд руб., по итогам этого года показатель должен вырасти до 1,5 млрд руб., сообщил господин Глаженков. Фирменная розница также позволяет получать прямую обратную связь от покупателя и дает возможность быстро реагировать на перемены в спросе, добавила Анна Рождественская.

В качестве приоритетных регионов для развития франчайзинга ССЗ рассматривает Башкирию, Чувашию, Татарстан, Кировскую, Самарскую, Саратовскую, Ульяновскую, Нижегородскую области, а также Москву и Подмосковье. До конца 2018 года сеть должна расшириться до 14 магазинов, а за пять лет планируется запустить около ста лавок, примерно 80% которых будут работать по франшизе. По словам госпожи Рождественской, у «Сырной лавки» нет аналогов в России на своем рынке, поэтому можно ожидать интерес инвесторов к франшизе. Соотношение собственных и франчайзинговых точек показывает, что проект востребован, соглашается консультант Jos De Vries The Retail Company Ирина Болотова.

Франшизы специализированных продуктовых магазинов — тренд последнего года, констатирует Анна Рождественская. По ее словам, крупнейшие продуктовые сети вытесняют несетевую розницу, при этом освобождается большое количество помещений формата street retail, собственники которых начинают искать интересные проекты. По словам госпожи Болотовой, для «Сырной лавки» могут подойти помещения рядом с крупными супермаркетами, что позволит переманивать у них часть трафика.

Анна Рождественская полагает, что наиболее интересными для ССЗ будут франчайзи, которые не останутся на одном магазине, а смогут открывать последующие точки — «это снизит расходы на логистику и повысит известность бренда на локальном рынке». Но в данном сегменте важным вопросом будет контроль за соблюдением франчайзи стандартов сети, включая свежесть продуктов и соблюдение ассортиментной политики, предупреждает эксперт.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3713198?query=%D0%BB%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B7>

Коми УФАС посчитало доли «Магнита», «Пятерочки» и «Ленты»

Коми УФАС России посчитало доли «Магнита», «Пятерочки» и «Ленты» на розничном рынке продовольственных товаров по муниципалитетам республики за 2017 год, сообщает «Бизнес.ру».

Как следует из расчетов антимонопольного органа, в Сыктывкаре, например, наибольшую долю — 19,7% — на этом рынке занимает АО «Тандер» — торговая сеть «Магнит». Второе место у ООО «Агроторг» — торговая сеть «Пятерочка», у «Ленты» — 9,6% розничного рынка продовольственных товаров.

Что касается других муниципальных образований, то в Ухте «Пятерочка» занимает 8,4% рынка, в Вуктыле — 27,3%, в Печоре — 3,5%, в Прилузском районе — 14,1%, в Княжпогостском районе — 2%, в Сосногорске — 24,6%, в Сысольском районе — 7,4%, в Усть-Вымском — 16,6%.

Доля «Магнита» в Ухте составляет 26,2%, в Сосногорске — 39,7%, в Вуктыле — 12,5%, в Княжпогостском районе — 19,4%, в Печоре — 6,1%, в Прилузье — 2,9%, в Сысольском районе — 7,4%, в Усть-Вымском районе — 21,9%, в Корткеросском — 12,5%, в Сыктывдинском — 16,8%, в Троицко-Печорском — 3,3%, в Удорском — 0,6%, в Усть-Куломском — 11%.

Источник: <https://www.business.ru/news/4754-komi-25>

<https://www.retail.ru/news/152909/>

Сеть гипермаркетов «Глобус» запустила программу лояльности на базе облачной платформы SAP

Международная сеть гипермаркетов «Глобус» создала программу лояльности на базе облачной платформы SAP, говорится в сообщении компании.

Программа лояльности работает на платформе SAP Customer Experience, которая включает в себя решения для управления процессингом лояльности, маркетингом и взаимоотношениями с клиентами в облаке SAP HANA Enterprise Cloud (HEC).

Программа, внедрение которой заняло 9 месяцев, уже работает в 9 гипермаркетах сети. На остальные российские магазины её распространят до конца года. В компании отмечают, что с использованием карт «Мой Глобус» на сегодняшний день совершается 40% от всех транзакций в российских магазинах сети, общее количество участников программы лояльности оценивается в 1,2 млн человек.

«Наша программа лояльности объединяет работу с клиентами по нескольким направлениям: бонусы, скидки, накопления и акции — что позволяет нам стать ближе к нашему клиенту, предложить ему то, что он хочет, сопроводив это качественным сервисом», — приводятся в сообщении слова генерального директора сети Фолькера Шаара.

Компании занимались разработкой и реализацией методологии проекта с привлечением консультантов компании «Мастердата». Её управляющий партнёр Максим Соловьёв заявил, что оперативно реализовать программу лояльности помог опыт компании в ритейле. «Автоматизированы бизнес-процессы: обработка данных клиентов, сегментация клиентской базы и построение целевых групп, триггерные коммуникации, а также массовые рекламные кампании, — приводятся в сообщении его слова. — Разработанный омниканальный подход в маркетинговых коммуникациях поможет эффективно взаимодействовать с клиентами и улучшать основные экономические показатели бизнеса».

В «Глобусе» рассчитывают использовать информацию, собираемую в рамках программы лояльности, для персонализации предложений клиентам и создания индивидуальных условий для покупки товаров.

Источник: <https://retailer.ru/set-gipermarketov-globus-zapustila-programmu-lojalnosti-na-baze-oblachnoj-platformy-sap/>

Вино течет за курсом

Очередной виток ослабления рубля заставил некоторых импортеров вина вновь корректировать цены — в августе рост может достигнуть 9%. В прошлом году на фоне стабилизации курса участники рынка, напротив, понижали стоимость продукции. Среди причин текущего повышения также плохой урожай винограда в Европе и расходы на ведение помарочного учета продукции в ЕГАИС.

Третий по величине импортер тихих и игристых вин в России Simple с 1 августа повысил цены на свою продукцию в среднем на 6–8%, рассказал “Ъ” президент компании Максим Каширин. Такому решению, по его словам, способствовал рост курса евро по отношению к рублю. «Мы пока не знаем, будет ли этого достаточно или придется делать еще одну коррекцию», — добавил топ-менеджер. С 20 августа в среднем на 6% поднимет цены на свой ассортимент другой крупный импортер — MBG Wine. Президент компании Ирина Фомина уточнила, что цена отдельных позиций увеличится на 8–9%, тогда как на часть наименований она будет снижена, поскольку «компаниям нужно держаться в рынке».

С начала года евро подорожал к рублю примерно на 12%: если в январе европейская валюта стоила около 69 руб., то в начале этой недели ее курс превышал 77 руб. Поводом к новому скачку стали анонсированные на прошлой неделе США новые санкции против РФ. В 2017 году, когда рубль укреплялся, импортеры, наоборот, опускали цены, существенно поднятые в пиковый период девальвации в 2015 году. Так, MBG снизила их на 10–15% в среднем по портфелю, Simple — на 10–12%.

Другие опрошенные “Ъ” импортеры алкоголя цены пока не повышают, но могут это сделать. «Если ситуация с курсом рубля продолжится, мы рассмотрим вопрос о пересмотре цен в сентябре», — пояснили в пресс-службе компании «Ладога Дистрибьюшен». Там отметили, что еще в середине лета сделали достаточные запасы по ключевым позициям ассортимента. В Beluga Group заявили, что у компании «выжидательная позиция» в отношении цен на импортную часть портфеля. Не повышали пока цен и в «Лудинге». В Diageo лишь отметили, что при колебании курсов валют и других внешних факторов стремятся «минимизировать негативный эффект как для бизнеса, так и для потребителей».

В 2017 году улучшение потребительского спроса способствовало заметному росту поставок импортного алкоголя, чьи объемы сильно пострадали в прежние кризисные годы. По таможенной статистике, импорт виски вырос на 30,64%, до 37,14 млн л, рома — на 31,93%, до 5,62 млн л, коньяков и бренди — на 74,66%, до 12,04 млн л, тихих вин — на 39,87%, до 244,43 млн л, игристых вин — на 32,22%, до 46,08 млн л. В этом году рост объемов продолжился: в январе—апреле поставки виски увеличились на 18%, рома — на 11%, коньяков и бренди — на 4%, тихих вин — на 1%, игристых — на 7%.

Ослабление рубля не единственный фактор, вынуждающий импортеров поднимать цены. В Simple и MBG Wine отмечают, что в этом году у них выросли расходы в связи с введением помарочного учета продукции в ЕГАИС, при котором на всех складах как импортеров, так и дистрибуторов нужно сканировать каждую бутылку. «Это требует от нас расширять помещения и увеличивать численность персонала», — объясняет господин Каширин. «Кроме помарочного учета нашу логистику удорожает также повышение стоимости топлива», — добавляет госпожа Фомина.

Если прежде в условиях девальвации рубля импортеры вели переговоры с поставщиками о скидках, то сейчас просить об этом невозможно, подчеркивает Максим Каширин. «Дело в том, что в 2017 году Европа потеряла до 40% урожая винограда, что влияло на рост цен уже самих производителей», — говорит он. Еще в январе европейские поставщики начали уведомлять российских партнеров о предстоящем повышении цен. Но, отмечает Ирина Фомина, тогда ее компания цены не повышала, сохраняя их на прежнем уровне за счет своей маржи.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3714935>

Производители колбасы просят правительство повлиять на цены в магазинах

Национальный союз мясопереработчиков (НСМ) попросил вице-преьера Алексея Гордеева повлиять на ритейлеров с целью увеличения цен на их продукцию в рознице, сообщают «Ведомости».

В письме Гордееву производители просят повлиять на торговые сети, чтобы они скорее рассмотрели более высокие цены на продукцию мясопереработки. Кроме того, авторы документа просят отрегулировать ценообразование мясного сырья путём «восстановления конкурентной среды».

Переработчики начали с начала августа жаловаться на резкий рост стоимости сырья. По данным НСМ, свинина с начала года подорожала на 30%, курятина — на 35%, отечественная говядина — на 10%, а импортная — на 25%. В союзе рост стоимости объяснили запретами на импорт иностранного мяса. Ввоз свиней из США и Европы запрещён с октября 2017 года, а свинины и говядины из Бразилии — с декабря.

В свою очередь, представитель «Мираторга» Дмитрий Сергеев заявил, что цена на свинину мало изменилась по сравнению с 2017 годом, и отметил, что производство колбасы из закупленного по рыночной стоимости сырья экономически целесообразно для компании.

Также об отсутствии проблемы говорит и руководитель Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин. По его словам, от нехватки сырья страдают те компании, которые не позаботились заранее инвестировать в производство сырья или запастись им.

Представитель «Ленты» рассказал изданию, что с апреля–мая переработчики стали уведомлять о повышении цен, а в июне–июле сообщения участились. «Где-то рост объективен, но в большинстве случаев отказываем», — приводят его слова «Ведомости».

Представители X5 Retail Group, Metro, «Дикси», «Магнита» и «Ашана» на запросы издания не ответили.

По словам председателя президиума Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) Сергея Белякова, закон не регулирует договорные отношения ритейлеров и поставщиков, а значит никто не может заставить сети принять условия мясопереработчиков. Тем не менее, он согласен, что сложилась объективная ситуация для повышения закупочной цены. При этом он указывает, что розничные цены обычно растут с задержкой от двух недель до месяца после повышения закупочных цен.

Источник: <https://retailer.ru/proizvoditeli-kolbasy-prosjat-pravitelstvo-povlijat-na-ceny-v-magazinah/>

<https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/08/17/778409-proizvoditeli-kolbas-pomoschi>

Акции Walmart поднялись на 10% благодаря онлайн-продажам

Онлайн-продажи американского ритейлера Walmart выросли на 40% за последние три месяца и увеличили общий объем продаж до 128 миллиардов долларов.

Главный исполнительный директор Walmart Дуг Макмиллон прокомментировал ситуацию: «Мы руководим деятельностью магазинов и электронной коммерции так, чтобы сделать процесс покупок более быстрым и удобным».

Британская дочерняя компания Walmart Asda, которая объединяется с Sainsbury's, сообщила о росте продаж на 0,4%. «Результаты второго квартала показывают продолжающийся рост в 2018 году, и это первый квартал с 2014 год, когда мы превзошли средние показатели», — заявил исполнительный директор Asda Роджер Бернли. «Мы по-прежнему сосредоточены на инновациях, снижении цен и постоянном улучшении процесса покупок как в магазинах, так и в Интернете».

Однако напомним, что еще совсем недавно акции Walmart были одними из худших, согласно индексу Доу Джонса, а инвесторы были обеспокоены тем, что покупатели все чаще обращаются к крупным интернет-магазинам, как, например, Amazon. В 2016 году Walmart купил интернет-магазин Jet.com за три миллиарда долларов, чтобы увеличить свое онлайн присутствие. И нынешний скачок продаж является самым крупным за последние десять лет.

Источник: <https://www.retail.ru/news/152959/>

<https://www.bbc.co.uk/news/business-45210066>

Чистая прибыль Walmart в I полугодии 2018-19 фингода сократилась в 4,7 раза

Консолидированная чистая прибыль крупнейшей в мире розничной торговой сети, американской Walmart, по итогам первого полугодия 2018-2019 финансового года (завершилось 31 июля) уменьшилась в 4,7 раза в годовом выражении, до 1,273 миллиарда долларов, говорится в отчетности компании.

Разводненная чистая прибыль в пересчете на акцию составила 0,43 доллара против 1,97 доллара годом ранее. Выручка Walmart при этом выросла в годовом выражении на 4,1%, до 250,718 миллиарда долларов.

По итогам второго квартала компания зафиксировала консолидированный чистый убыток на уровне 861 миллион долларов против прибыли годом ранее. Разводненный чистый убыток в пересчете на акцию составил 0,29 доллара против прибыли 0,96 доллара годом ранее. Аналитики ожидали показатель на уровне 1,22 доллара. Квартальная выручка Walmart выросла в годовом выражении на 3,8%, до 128,028 миллиарда долларов.

Компания также сообщила, что ожидает прибыль на акцию по итогам текущего фингода в диапазоне 4,9 — 5,05 доллара. При этом прогноз по прибыли может меняться в связи с продажей контрольной доли бразильского бизнеса и инвестициями в китайскую JD.com, отмечает Walmart.

"Мы довольны тем, как клиенты реагируют на улучшения в работе наших магазинов и системы электронной торговли, благодаря которым делать покупки стало быстрее и удобнее. Мы продолжаем активно развивать систему самовывоза и доставки продуктов в США. Кроме того, мы недавно объявили ряд масштабных проектов в Китае и Мексике", — приводятся в релизе слова главы компании Дага МакМиллона (Doug McMillon).

Источник: <https://1prime.ru/business/20180816/829135693.html>

Запивают водку виски

В России резко выросли продажи виски, бренди и других импортных спиртных напитков — на 22%, до 1,5 млн декалитров за первый квартал 2018 года. При этом основная часть реализованного спиртного была импортирована в страну. Отечественное производство этих видов напитков тоже демонстрирует рост: плюс 66,9%, до 213,4 тыс. декалитров. Об этом сказано в письме замглавы Минфина Ильи Трунина в адрес правительства. Между тем продажи водки стабильны. Это может говорить о том, что потребление крепкого алкоголя увеличивается, предположили эксперты.

В I квартале 2018 года общий объем розничной продажи алкогольной продукции, без учета пивной, составил 50,6 млн декалитров. Это на 3,4% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Это следует из данных государственной системы ЕГАИС и деклараций. Об этом сказано в письме замглавы Минфина Ильи Трунина в адрес правительства от 20 июля (есть у «Известий»).

Наибольшую динамику продемонстрировали такие напитки, как бренди, кальвадос, виски и другая «экзотика», % их реализация возросла на 22%, почти до 1,6 млн декалитров. Для сравнения: продажа коньяка выросла на 11,4%, до 2,7 млн декалитров, вина — на 4%, до 11,8 млн декалитров. Тогда как продажи водки в I квартале остались на уровне аналогичного периода прошлого года: 17,4 млн декалитров. А реализация пива упала на 2%, до 141,5 млн декалитров, следует из данных деклараций, отмечено в письме Минфина.

За I квартал категория бренди, кальвадоса и виски одна и немногих показала рост производства: изготовление увеличилось на 66,9%, до 213,4 тыс. декалитров. Между тем производство другой отечественной продукции продемонстрировало иную тенденцию: общий объем изготовления спиртного без учета пивной продукции снизился на 3%, до 35,5 млн декалитров. Производство водки упало на 6,2%, до 15,6 тыс. декалитров, как и коньяка — на 14,4%, до 1,5 млн декалитров. Производство вина снизилось на 8,4%, до 6 млн декалитров. Пиво также упало в объемах: минус 8,8%, до 136,1 млн декалитров.

Эксперт Аналитического центра при правительстве Елена Разумова считает, что на продажи алкоголя может оказывать влияние динамика потребительских цен на водку и коньяк. Если цена на водку, по данным Росстата, с 2015 года в рознице стабильно растет, то на отечественный коньяк с 2017 года снижается. «В абсолютном выражении коньяк, конечно, дороже почти в два раза, но тут может играть роль и восстановление спроса на дорогой и премиальный алкоголь», — подчеркнула Елена Разумова.

Глава Центра исследований федерального и регионального рынков алкоголя Вадим Дробиз отметил, что за этот период импорт крепких зарубежных напитков, кроме водки, в среднем вырос на 20%. Это происходило за счет таких категорий, как виски, ром, текила и т.д.

Рост импортных поставок крепкого алкоголя свидетельствовал о скачке потребления именно со стороны мужчин, которые являются основными покупателями этих крепких напитков, отметил эксперт. Дробиз напомнил, что с начала кризиса в стране импорт алкоголя обрушился в 2015 году на 30–35%, в 2016 году эта категория продолжил падение еще на 15%.

— В 2017 году начался процесс восстановления спроса на крепкое спиртное, к концу этого года поставки крепкого зарубежного алкоголя могут приблизиться к докризисному уровню 2014 года, — сказал Вадим Дробиз.

По словам эксперта, рост продаж крепкого зарубежного алкоголя на фоне стабильной реализации водки может говорить о том, что потребление крепкого спиртного увеличивается.

Увеличение продаж виски и других «экзотических» напитков вряд ли свидетельствует о сдвиге потребительских предпочтений, считает председатель президиума Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ, объединяет федеральных ритейлеров страны) Сергей Беляков. Доля коньяка, бренди и других в общем объеме потребляемого легального алкоголя невелика, меньше 25% от водки.

— Я думаю, что, прежде всего, мы наблюдаем эффект от незначительного, но повышения уровня жизни. В последнее время отмечено, что россияне стали больше внимания уделять качеству, — отметил он. — Видимо, и здесь срабатывает стереотип, что коньяк, бренди, виски относятся к категории алкогольной продукции более высокого качества. Предположительно, это объясняет небольшой подъем продаж в этих сегментах по отношению ко всему объему спиртного.

Глава Национальной торговой ассоциации Вадим Зуйков сказал, что в целом спрос со стороны среднего класса, который является основным покупателем зарубежного «экзотического» алкоголя, оживляется, так как потребитель адаптировался к существующим реалиям и позволяет себе вернуться к старым вкусовым привычкам. Он также отметил, что торговые сети начали больше работать с прямым импортом, то есть ввозят в РФ алкоголь самостоятельно, минуя звено дистрибуторов. Это помогает им снизить цены на 20% в случае неизвестных брендовых напитков.

Источник: <https://iz.ru/775957/evgeniia-pertceva/zapivaiut-vodku-viski>

Greenpeace поможет крупнейшим торговым сетям отказаться от пластиковых пакетов

Российское отделение Greenpeace направило рекомендации по отказу от пластиковых пакетов в Ассоциацию компаний розничной торговли (АКОРТ). Председатель президиума АКОРТа Сергей Беляков заявил сегодня, что в ассоциации обсуждается такая инициатива.

«У нас в АКОРТ есть инициатива просто взять на себя обязательство отказаться от пластиковых пакетов. Не просто их продавать – а отказаться. Пока эта идея обсуждается, к ней не все готовы, но такая идея есть», — рассказал Беляков в интервью РИА Новости. Он уточнил, что заменой пластиковым пакетам могут стать либо пакеты из натуральных волокон, либо бумажные.

Greenpeace поддерживает инициативу и направил сегодня в Ассоциацию рекомендации по отказу от пластиковых пакетов и снижению излишней пластиковой упаковки. Среди первоочередных мер эксперты проекта «Ноль отходов» выделяют отказ от использования проблемных типов пластика (поликарбонат, вспененный полистирол, полистирол, ПВХ и т. д.), сокращение одноразовых пластиковых пакетов, в том числе фасовочных, на 50%, сокращение пластиковой упаковки для фруктов и овощей на 90%, внедрение многоразовых альтернатив и решений по повторному использованию, стимулирование покупателей их использовать.

«Крупнейшие торговые сети в мире — Woolworths, Coles, Rewe — отказываются от пластиковых пакетов, а покупатели их поддерживают. Российским ретейлерам из АКОРТа пора быть смелее и преодолеть разногласия. Переход на многоразовые сумки поможет избавиться от десятков тонн пластикового мусора, который копится на полигонах. Бумажные пакеты ситуацию не спасут, потому что они тоже одноразовые, а при разложении на свалках выделяют свалочный газ, от которого сейчас страдают жители Подмосковья», — говорит эксперт проекта «Ноль отходов» Greenpeace Алексей Киселёв.

В ноябре 2017 года Greenpeace запустил кампанию «Пакет? — Спасибо, нет!» по отказу супермаркетов от пластиковых пакетов. Более 100 тысяч человек по всей России призвали крупнейшие продуктовые сети перейти на безопасные для природы многоразовые альтернативы: тканевые сумки, экомешочки, плетёные авоськи.

Источник: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/news/2018/akort-0813/>