



Компания OPEN и новости FMCG и ритейла в российских СМИ

20 апреля – 26 апреля 2020

Оглавление

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ FMCG ОТРАСЛИ	7
Мобильные операторы	7
РИА Новости, Москва, 22 апреля 2020 11:21, "МегаФон" поддержит социальный проект RT "Карта взаимопомощи"	7
Компания "МегаФон" поддержит социальный проект телеканала RT "Карта взаимопомощи", который позволяет жителям одного района помочь друг другу в период самоизоляции, сообщает телеканал.....	7
Известия (iz.ru), Москва, 21 апреля 2020 18:02, "МегаФон" предложил решения для организации удаленных рабочих мест	7
В линейке продуктов "МегаФона" появились новые сервисы для удаленного доступа сотрудников компаний к корпоративным ресурсам в условиях самоизоляции. Решения активно используются в самой компании и позволили перевести на "удаленку" более 14 тыс. сотрудников всего за несколько дней.....	7
Кр.ru, Москва, 23 апреля 2020 18:00, Нескучная самоизоляция: Tele2 приглашает в дом по другим правилам	8
Можно будет отправиться в виртуальную экскурсию по Эрмитажу, посмотреть кино или мастер-классы	8
Lenta.Ru, Москва, 21 апреля 2020 21:39, МТС зафиксировала повышенный интерес к самообразованию.....	9
После введения режима самоизоляции на 70 процентов увеличилось число новых пользователей платформы МТС Smart University и сервиса бизнес-образования "МТС Университет", а 34 процента постоянных клиентов стали заниматься чаще. Об этом говорится в сообщении МТС... ..	9
Табачные компании.....	10
SweetsPortal.ru, Москва, 22 апреля 2020 16:45, Квартальная прибыль Philip Morris увеличилась на 35%	10
Чистая прибыль табачного концерна Philip Morris International (PMI) в 1-м квартале 2020 года выросла на 35% - до \$1,826 млрд с \$1,354 млрд, или до \$1,17 на акцию против \$0,87 годом ранее. Выручка PMI в январе-марте увеличилась на 6% по сравнению с 1-м кварталом 2019 года, до \$7,153 млрд, сообщила компания. Консенсус-прогноз, который приводит Bloomberg, составлял \$6,84 млрд.....	10
Косметика, бытовая химия, средства гигиены	11
Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 23 апреля 2020 15:53, Пятерочка и Unilever встанут на защиту лесов	11
Торговая сеть "Пятерочка" и компания Unilever запускают совместную акцию по сохранению российских лесов. В рамках акции планируется высадить 20 000 деревьев в лесах Кемеровской области.....	11
Кондитерские изделия.....	11
Retail.ru, Москва, 23 апреля 2020 13:19, PepsiCo и "Мон'дэлис Русь" передают крупные суммы на борьбу с коронавирусом	11
PepsiCo пожертвует около 5 млн. долларов на борьбу с COVID-19 в России, Белоруссии, Украине, Закавказье и Центральной Азии. В свою очередь, ООО "Мон'дэлис Русь" передаст на благотворительные цели в связи с коронавирусом более 40 миллионов рублей.....	11
Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 20 апреля 2020 14:06, Мон'дэлис Русь присоединилась к всероссийской социальной программе #МагнитЗабота	12
Розничная сеть "Магнит" совместно с компанией "Мон'дэлис Русь" (группа Mondelēz International) будет помогать социально незащищенным гражданам в разных регионах страны.....	12

Безалкогольные напитки 13

Телеканал 360, Красногорск, 26 апреля 2020 17:16, PepsiCo объявила о приостановке рекламы с Региной Тодоренко.....13
 В PepsiCo решили отказаться от рекламы с Региной Тодоренко после того, как она оправдала домашнее насилие. Телеведущая рекламировала сок J7. 13

РИА ФедералПресс, Москва, 22 апреля 2020 11:20, Минсельхоз признал PepsiCo и Coca-Cola системообразующими.....13
 Министерство сельского хозяйства России опубликовало предприятий агропромышленного комплекса, относящихся к системообразующим организациям..... 13

Алкогольные напитки 14

ИА Rambler News Service (rns.online), Москва, 23 апреля 2020 12:50, Пивовары предложили снизить ставку акциза на свою продукцию.....14
 Ассоциация производителей пива, куда входят AB InBev Efes, "Балтика" и Heineken, предложили правительству РФ меры по поддержке отрасли, в том числе снизить акциз на пиво и пивную продукцию крепостью до 8,6% с 1 июля этого года с 22 рублей до 21 рубля на литр. Об этом сообщили в пресс-службе ассоциации. 14

Profibeer.ru, Воронеж, 23 апреля 2020 10:17, "Балтика-Новосибирск" усилила меры безопасности для сотрудников во время эпидемии коронавируса.....14
 Все заводы пивоваренной компании "Балтика" продолжили свою работу в период эпидемии COVID-19. Предприятие внесено в список системообразующих организаций страны, поэтому наряду с другими производственными компаниями поддерживает круглосуточный технологический процесс. 14

Продукты питания 15

РИА Новости, Москва, 22 апреля 2020 4:45, Производители чая сообщили о возможном повышении цен15
 Чай на мировом рынке может подорожать в связи с сокращением объема сбора из-за коронавируса, допускают опрошенные РИА Новости эксперты. Если говорить непосредственно о России, то, по мнению экспертов, производители могут несколько снизить эффект от роста цен для потребителей, однако полностью избежать подорожания вряд ли удастся..... 15

DairyNews.ru, Москва, 23 апреля 2020 10:10, Интервью с Михаилом Ляско, генеральным директором "Арла Фудс" в России17
 Михаил Ляско, генеральный директор "Арла Фудс" в России рассказал "Молочным скептикам" о бизнесе, ритейле, развитии молочной компании в России, развитии продуктовых категорий и перспективах сыроделия. Детали - в материале, подготовленном The DairyNews..... 17

Продукты для животных 23

Forbes.ru, Москва, 24 апреля 2020 19:00, Прогноз погоды от кошки, теннис на крыше, митинг в поддержку врачей: новости недели, которые сделали мир лучше.23
 Новое прочтение "Щелкунчика" от звезд Большого, креативный прогноз погоды, защитные экраны для врачей, теннисные матчи на крышах, бесплатный выгул собак - рассказываем, что хорошего, доброго и позитивного случилось в мире на этой неделе..... 23

Фармацевтические компании 24

Sports.ru, Москва, 22 апреля 2020 0:35, Врач "Байера": "С медицинской точки зрения без проблем могли бы начать играть в следующую субботу"24
 Глава медицинской службы "Байера" Карл-Хайнрих Диттмар высказался о возобновлении чемпионата Германии 9 мая..... 24

Электроника 24

РИА Новости, Москва, 24 апреля 2020 0:15, В России стартуют продажи бюджетного iPhone SE	24
Продажи iPhone SE второго поколения стартуют в пятницу в более чем 40 странах, включая Россию, где новинка будет стоить 39,9 тысячи рублей. 24	
TJournal (tjournal.ru), Москва, 23 апреля 2020 16:21, Motorola представила флагман Edge Plus с характеристиками Galaxy S20 Ultra, но почти вполнину дешевле конкурента	25
Новинка также получила 6,7-дюймовый экран, как у последних флагманов Samsung. Motorola представила флагман Edge Plus с процессором, камерой, батареей и экраном размером как у максимальной версии Samsung Galaxy S20 Ultra. При этом смартфон обойдется в 1000 долларов - на 400 долларов дешевле конкурента. 25	
Lenta.Ru, Москва, 22 апреля 2020 11:34, LG и Игорь Чапурин представили социальный проект #ДНКДОБРА	26
Сегодня мы каждый день становимся свидетелями настоящего подвига врачей, спасающих жизни, регулярных доноров, сдающих кровь в далеко непростой ситуации, волонтеров, поддерживающих тех, кто нуждается в помощи. 26	
ТАСС, Москва, 21 апреля 2020 15:28, Apple объявила о начале работы своих сервисов еще в 20 странах	27
Компания Apple объявила о начале работы своих сервисов, включая App Store, Apple Arcade, Apple Music, Apple Podcasts и iCloud, еще в 20 странах. Об этом говорится в пресс-релизе корпорации, опубликованном во вторник на ее сайте. 27	
Банки	28
Lenta.Ru, Москва, 20 апреля 2020 19:06, Платформа Сбербанк Вместе запустила акцию в честь Дня Победы.....	28
Сбербанк вместе со всей страной готовится к празднованию 75-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне. Вместе со своими дочерними компаниями он разработал целый ряд продуктов, сервисов и мероприятий, которые помогут всем россиянам оказать поддержку ветеранам Великой Отечественной Войны, почтить память своих родных и близких, не вернувшихся с полей сражений. 28	
РИА Новости, Москва, 20 апреля 2020 10:09, ВТБ начал выдачу кредитов компаниям среднего бизнеса для выплаты зарплаты	29
ВТБ начал выдачу кредитов компаниям среднего бизнеса для выплаты зарплаты сотрудникам, и в первый же день их объем достиг 2 миллиардов рублей, сообщила пресс-служба банка в понедельник. 29	
РБК (rbc.ru), Москва, 21 апреля 2020 15:47, Экономисты Альфа-банка оценили прямую поддержку экономики в 0,3% ВВП	30
Прямая поддержка экономике из всей антикризисной программы правительства равна 0,3% ВВП (340 млрд руб.), оценили аналитики Альфа-банка. Похоже, власти намерены выделять помощь как можно более экономно, констатируют они 30	
Инновации в отрасли	31
ТАСС, Москва, 22 апреля 2020 17:04, Альфа-банк и S7 Group начнут IT-разработки в особой экономической зоне "Иннополис"	31
Альфа-банк займется развитием своей цифровой платформы, а S7 TechLab будет вести разработку блокчейн-платформы 31	
НОВОСТИ RETAIL.....	32
X5 Retail Group.....	32
ПРАЙМ, Москва, 24 апреля 2020 10:14, X5 в I квартале снизила чистую прибыль по МСФО на 12%.....	32

Компания X5 Retail Group, управляющая сетями "Пятерочка", "Перекресток" и "Карусель", в первом квартале 2020 года снизила чистую прибыль по МСФО на 12,1% - до 8,175 миллиарда рублей (по стандарту IAS 17), говорится в сообщении компании. 32

Перекресток 33

ТАСС, Москва, 21 апреля 2020 11:32, X5 Retail Group запустила в Москве экспресс-доставку "Перекресток.Быстро"33

Товары собирают непосредственно в магазине, что позволяет покупателю получить необходимое в течение 1-2 часов. X5 Retail Group из-за коронавируса приняла решение об ускоренном запуске в Москве экспресс-доставки "Перекресток.Быстро", говорится в сообщении компании. 33

Пятерочка 34

Коммерсантъ, Москва, 22 апреля 2020 6:00, Каршеринг припарковался у "Пятерочки"34

Сервисы краткосрочной аренды автомобилей занялись доставкой. Каршеринговые сервисы нашли способ не простаивать во время запрета на их работу. "Делимобиль" переориентировался на доставку продуктов из "Пятерочки", а YouDrive запустил доставку посылок между физическими лицами и работает с микробизнесом. 34

РИАМО (riamo.ru), Красногорск, 24 апреля 2020 18:526 "Пятерочка" активно поддерживает продуктами медиков-борцов с коронавирусом.....35

Торговая сеть "Пятерочка" оказывает продуктовую помощь сотрудникам порядка 70 медицинских учреждений в 29 субъектах России, которые ведут борьбу с коронавирусом, говорится в сообщении пресс-службы ритейлера. 35

Ашан 35

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 22 апреля 2020 13:44, Ашан Ритейл Россия поддержит медработников и группы риска35

В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой во всех городах присутствия компании организована помощь медицинскому персоналу. Форма предоставления зависит от потребностей региона. 35

Магнит 36

CNews.ru, Москва, 23 апреля 2020 11:09, "Магнит" перешел на обновленную Oracle Exadata для аналитической обработки больших данных.....36

Розничная сеть "Магнит" перешла на модернизированную площадку аналитической обработки больших данных, ядром которой являются технологии Oracle. Платформа аккумулирует информацию о более чем 20 тыс. магазинах разных форматов компании, а также о поведении покупателей в рамках программы лояльности, сведения из клиентских приложений и колл-центра, распределительных центров и другие. 36

Spar 37

Shop And Mall (shopandmall.ru), Москва, 22 апреля 2020 18:51, Супермаркет EUROSPAR станет флагманом обновления и реконцепции ТЦ FRANT37

Супермаркет EUROSPAR разместится на цокольном этаже торгового центра и станет флагманом обновления и реконцепции объекта. 37

М.Видео 37

ИА Regnum, Москва, 20 апреля 2020 9:00, Сеть "М.Видео" организовала бесплатную бесконтактную доставку товаров.....37

Бесплатную бесконтактную доставку в период действия мер по самоизоляции из-за распространения коронавируса организовала одна из крупнейших розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники "М.Видео". Об этом сообщила пресс-служба компании. 37

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 23 апреля 2020 15:39, Мобильное приложение "М.Видео" в апреле показало рекорд пользовательской активности.....38

Группа "М.Видео-Эльдорадо", входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает о рекордном росте популярности мобильного приложения "М.Видео" - за первые две недели апреля число установок выросло в семь раз по сравнению с прошлым годом, Приложение вошло в топ-10 самых популярных категории "Покупки" в AppStore и топ рекомендуемых в Google Play..... 38

ВкусВилл 39

РБК (rbc.ru), Москва, 23 апреля 2020 13:43, Как "ВкусВилл" нарастил заказы, не меняя время и стоимость доставки39

Как "ВкусВилл" нарастил заказы, не меняя время и стоимость доставки 39

Розничная сеть супермаркетов "ВкусВилл" ориентирована на продажу натуральных продуктов питания. Появилась на рынке в 2009 году под брендом "Избенка". На сегодняшний день в России открыто более 1 тыс. магазинов..... 39

Retail.ru, Москва, 24 апреля 2020 14:54, "ВкусВилл" запустил экспресс-доставку в

Подмосковье41

"ВкусВилл" запустил доставку продуктов через приложение "ВкусВилл Экспресс" в пределах Московского малого кольца (трасса А-107), то есть в радиусе примерно 25 км от МКАД, сообщается в блоге компании..... 41

Retailer.ru, Санкт-Петербург, 20 апреля 2020 12:51, "Вкусвилл" ограничил максимальное число покупателей в магазинах.....41

Крупный российский продуктовый ритейлер "Вкусвилл" ограничил максимальное число покупателей в магазинах, сообщает пресс-служба компании..... 41

Дикси 42

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 20 апреля 2020 11:04, Дикси запустил мобильное приложение b2b-платформы.....42

Партнеры программы франчайзинга "Первым делом" получили удобный инструмент в виде мобильного приложения для быстрого заказа и оплаты приобретаемых товаров. В рамках партнерской программы ГК "Дикси" предоставляет индивидуальным предпринимателям и малым предприятиям розничной торговли готовую модель бизнеса с рядом преимуществ, в числе которых известный бренд, широкий ассортимент, выгодные цены и промоакции. 42

Лента..... 42

ИА Rambler News Service (rns.online), Москва, 23 апреля 2020 11:28, Торговая сеть "Лента" отчиталась о росте квартальной выручки42

Выручка ритейлера "Лента" выросла на 7% в I квартале 2020 года, с 99 млрд рублей за аналогичный период прошлого года до 106 млрд рублей, отмечается в операционных показателях компании. 42

"Совокупная выручка в первом квартале 2020 г. выросла на 7,0% до 106,0 млрд рублей (первый квартал 2019 г.: 99,0 млрд рублей)", - говорится в отчетности. 42

Retail.ru, Москва, 20 апреля 2020 15:14, "Лента" расширяет проект по экспресс-доставке еды43

Компания расширила зону покрытия приложения "Ленточка" до 11 районов в Москве. Кроме того, проект стартовал в Череповце. В ближайшее время сервис начнет работать и в других районах столицы России, а в мае - выйдет в Санкт-Петербург. 43

Инновации в отрасли 43

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 23 апреля 2020 12:45, ВкусВилл начал продавать продукты через автоматы в жилых домах.....43

Сеть магазинов "ВкусВилл" будет устанавливать вендинговые аппараты в петербургских жилых домах. Первые два появились в апарт-комплексе Salut! на Пулковском шоссе..... 43

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ FMCG ОТРАСЛИ**Мобильные операторы****РИА Новости, Москва, 22 апреля 2020 11:21, "МегаФон" поддерживает социальный проект RT "Карта взаимопомощи"**

Компания "МегаФон" поддерживает социальный проект телеканала RT "Карта взаимопомощи", который позволяет жителям одного района помочь друг другу в период самоизоляции, сообщает телеканал.

В частности, "МегаФон" обеспечит бесперебойное функционирование проекта с помощью услуги CDN, которая гарантирует мгновенное открытие страниц даже при пиковых нагрузках. Задания волонтерам проекта "Карта взаимопомощи" будут отправляться в смс-сообщениях при помощи услуги "МегаФона" "Мобильное информирование".

Также компания предоставит волонтерам, которые оказали помощь, скидки на свои услуги. Те из них, кто уже является абонентами "МегаФона", получают скидки в размере 30% на абонентскую плату по тарифу на шесть месяцев. Специальные условия будут доступны и новым абонентам из числа участников акции.

"Карта взаимопомощи" - проект, созданный для волонтеров и тех, кому сейчас тяжело одним. Волонтеры, которые готовы доставить продукты или лекарства своим соседям по району, не имеющим возможность выходить на улицу, сообщают о своем желании помочь и отмечают собственную локацию на специальной карте. После этого на карте откроются точки и контакты тех, кому нужна помощь поблизости. Люди, которым необходима помощь, в свою очередь, публикуют на карте свои просьбы - "задания", максимально точно указывая геолокацию.

После исполнения задания волонтер может прикрепить фото или видео в качестве отчета, далее заявка будет отмечена на карте как выполненная.

Всего за несколько дней существования проекта на "Карте взаимопомощи" зарегистрировалось около 1500 волонтеров и было опубликовано несколько десятков просьб о помощи.

<https://ria.ru/20200422/1570397707.html>

[В оглавление](#)

Известия (iz.ru), Москва, 21 апреля 2020 18:02, "МегаФон" предложил решения для организации удаленных рабочих мест

В линейке продуктов "МегаФона" появились новые сервисы для удаленного доступа сотрудников компаний к корпоративным ресурсам в условиях самоизоляции. Решения активно используются в самой компании и позволили перевести на "удаленку" более 14 тыс. сотрудников всего за несколько дней.

В настоящее время компаниям необходимы комплексные решения, которые позволят функционировать в режиме удаленной работы продолжительное время. Как подчеркнул генеральный директор "МегаФона" Геворг Вермишян, в компании внимательно следят за потребностями бизнеса.

"С помощью сервисов VDI и RDS мы оперативно перевели на удаленную работу более 14 тыс. сотрудников "МегаФона". IT-специалистам для этого потребовалась всего пара дней, и мы готовы так же настроить процессы в компаниях наших клиентов", - продолжил он. Топ-менеджер выразил уверенность, что решения сохраняют актуальность и после окончания режима самоизоляции.

Задачам крупных компаний с разветвленной инфраструктурой отвечает сервис VDI. Он позволяет устанавливать специализированное ресурсоемкое программное обеспечение (ПО), поэтому чаще используется банковскими, образовательными, производственными и торговыми структурами.

Сервис гарантирует высокую производительность вне зависимости от количества параллельных задач, выполняемых сотрудниками в масштабе компании.

Для малого и среднего бизнеса оптимальным решением является служба сгруппированных удаленных рабочих столов (RDS), благодаря более простому внедрению и невысоким финансовым затратам. Это самый распространенный способ предоставления удаленного доступа для сотрудников.

В зависимости от набора ПО работники могут пользоваться электронной почтой, пакетом офисных приложений, файловыми ресурсами, получать доступ к таким корпоративным системам, как 1C, SAP, CRM.

Разработчики создали оба проекта на базе собственной платформы "МегаФон Облако". Для создания безопасного доступа к рабочим местам потребуется всего несколько минут.

<https://iz.ru/1002573/2020-04-21/megafon-predlozhit-resheniia-dlia-organizatsii-udalennykh-rabochikh-mest>

[В оглавление](#)

Кр.ru, Москва, 23 апреля 2020 18:00, Нескучная самоизоляция: Tele2 приглашает в дом по другим правилам

Можно будет отправиться в виртуальную экскурсию по Эрмитажу, посмотреть кино или мастер-классы

Tele2, альтернативный оператор мобильной связи, создал особое digital-пространство: здесь можно общаться и интересно проводить время, когда реальные встречи невозможны. В "Доме по другим правилам" Tele2 пройдут лекции, эксклюзивные мастер-классы, тренировки, выставки, кинопросмотры. Стратегическим партнером проекта стал Государственный Эрмитаж, который проведет виртуальные экскурсии по музею. Зайти "в гости" в онлайн-дом оператора может любой человек, весь контент доступен бесплатно и без дополнительных условий. Таким образом Tele2 поможет людям вести интересную жизнь даже в условиях самоизоляции.

В виртуальном доме оператора восемь комнат, в каждой из которых можно увлекательно провести время. Tele2 вместе с партнерами выбрали самый востребованный контент. В лектории гостей ждут экскурсии по Государственному Эрмитажу - крупнейшему музею России, коллекция которого насчитывает более 3 млн экспонатов. Посетители "Дома по другим правилам" увидят постоянные экспозиции музея, а также попадут в места, обычно закрытые для публики. В эксклюзивной подборке - прогулка по цветущему Вишачему саду Малого Эрмитажа, знакомство с чердаками и крышами Зимнего дворца и многое другое.

Также гости интернет-пространства Tele2 услышат лекции по истории культуры от просветительского проекта Arzamas и образовательный плейлист от Института "Стрелка". Подборка актуальных фильмов и сериалов от онлайн-кинотеатра Wink ждет зрителей в кинозале, тренировки с фитнес-инструкторами клуба "Комета Black" проходят в тренажерном зале, концерты-квартирники - в гараже, мастер-классы - на кухне, соревнования по мобильному киберспорту - в игровой. На любое мероприятие можно позвать друга, отправив ему приглашение в мессенджер.

В онлайн-доме Tele2 можно как найти записи уже прошедших спортивных или музыкальных событий, так и посмотреть трансляции с интересными гостями. С посетителями интернет-пространства встретятся шеф-повара московских и петербургских гастрономических мест, среди которых "Горыныч", "Северяне", Noor Electro, El Coritas. Серия эфиров позволит не только научиться готовить блюда или коктейли из меню, но и пообщаться онлайн, что может заменить визит в гости в период вынужденной самоизоляции.

На террасе для абонентов Tele2 будут появляться новые предложения от партнеров бонусной программы "Больше", которые доступны клиентам оператора. Также в диджитал-пространстве собран лучший контент от Мультимедиа Арт Музея, из онлайн-парков Tele2 и мира Red Bull.

"Дом по другим правилам" Tele2 - атмосферное диджитал-пространство с душой. Всех гостей встретит Миа - искусственный интеллект оператора. Она поможет подобрать контент по интересам. В пространстве Tele2 гости смогут почувствовать себя как дома: на платформе не нужно регистрироваться, оформлять подписку или соблюдать дополнительные условия. Зайти в онлайн-дом может любой посетитель, не важно, абонентом какого оператора он является.

Когда хозяева и гости "обживутся" в онлайн-пространстве, Tele2 пригласит всех на новоселье. 1 мая в диджитал-доме пройдет живой концерт популярной группы. В гости к музыкантам придут артисты и создадут в доме атмосферу настоящего новоселья. Площадка Tele2 станет не просто сайтом в интернете, а местом, куда можно "зайти" после работы, пообщаться и познакомиться с интересными людьми.

С началом карантина в интернете появилось много бесплатных возможностей: развлекательные и образовательные ресурсы предоставили пользователям свободный доступ к контенту. В обилии контента легко потеряться, ссылки на него разрознены и зачастую требуют выполнения дополнительных условий. Tele2 поменяла правила, собрав на одной онлайн-платформе качественный и разнообразный контент. Это позволит людям найти развлечение по интересам, переключиться и

снова почувствовать себя частью сообщества. "Дом по другим правилам" продолжит принимать гостей и после окончания периода самоизоляции.

Инна Походня, директор по маркетингу Tele2:

"Мы хотим, чтобы наши абоненты чувствовали себя максимально комфортно в период самоизоляции. Обстоятельства складываются так, что нам всем сейчас лучше остаться дома и изменить свой привычный распорядок жизни, но это не означает безусловный компромисс. Дом по другим правилам Tele2 - это диджитал-пространство, где можно посмотреть кино, сходить на виртуальную выставку или лекцию, научиться чему-то новому, познакомиться с интересными людьми и даже назначить свидание. При этом речь не идет о наборе ссылок на бесплатный контент, это действительно дом Tele2 - уютный, со своей атмосферой, встречами с друзьями на кухне или даже у бассейна. Место, где каждый сможет для себя найти занятие по душе и где нет времени для скуки".

<https://www.kp.ru/radio/27121/4204424/>

[В оглавление](#)

Lenta.Ru, Москва, 21 апреля 2020 21:39, МТС зафиксировала повышенный интерес к самообразованию

После введения режима самоизоляции на 70 процентов увеличилось число новых пользователей платформы МТС Smart University и сервиса бизнес-образования "МТС Университет", а 34 процента постоянных клиентов стали заниматься чаще. Об этом говорится в сообщении МТС.

Как показал опрос пользователей, 48 процентов рассчитывают применить свои знания после того, как экономика начнет восстанавливаться. Еще 20 процентов ожидают, что международные компании начнут удаленный рекрутинг и готовятся к карьерному рывку, а еще 20 процентов боятся потерять конкурентоспособность на рынке труда, если не будут заниматься самообразованием.

Среди дисциплин, которые респонденты считают необходимым изучать, чтобы преуспеть на рынке труда, на первом месте стоит английский язык, далее следуют разделы знаний, связанные с IT и финансами.

Также в компании отметили рост спроса на онлайн-обучение среди школьников: число учащихся на программах подготовки к ЕГЭ и ОГЭ по английскому языку, математике и русскому языку на платформе SmartUniversity за последний месяц увеличилось в 2 раза.

"С одной стороны, рост числа старшеклассников среди наших учеников обусловлен сезонностью - школьники продолжают готовиться к итоговым экзаменам несмотря ни на что. Но с другой стороны, мы видим, что количество взрослых учеников тоже растет. Мы связываем это с влиянием экономических обстоятельств и изменением образа жизни: у людей появилась и дополнительная мотивация, и свободное время, чтобы активно изучать английский язык", - комментирует руководитель SmartUniversity Ярослав Смирнов.

Главным критерием, по которым респонденты выбирают онлайн-курсы, является качество образовательного контента - с этим согласны 70 процентов опрошенных. Известность спикера, читающего курс, является определяющей лишь для 29 процентов. При этом, каждый второй готов при выборе опираться на рекомендации друзей и отзывы в социальных сетях.

Smart University - сервис МТС для дистанционного образования, на базе которого осуществляются индивидуальные и групповые занятия для взрослых - по английскому языку, а для учеников 5-11 классов по русскому, математике и английскому языку. Обучение проходит на цифровой платформе через мобильное приложение или сайт сервиса.

МТС Университет - цифровая среда комплексного бизнес-образования, включающая в себя карьерные онлайн-курсы, корпоративное обучение, школу продуктового дизайна, тренинги.

<https://lenta.ru/news/2020/04/21/mtssmart/>

[В оглавление](#)

Табачные компании**SweetsPortal.ru, Москва, 22 апреля 2020 16:45, Квартальная прибыль Philip Morris увеличилась на 35%**

Чистая прибыль табачного концерна Philip Morris International (PMI) в 1-м квартале 2020 года выросла на 35% - до \$1,826 млрд с \$1,354 млрд, или до \$1,17 на акцию против \$0,87 годом ранее. Выручка PMI в январе-марте увеличилась на 6% по сравнению с 1-м кварталом 2019 года, до \$7,153 млрд, сообщила компания. Консенсус-прогноз, который приводит Bloomberg, составлял \$6,84 млрд.

Компания ожидает, что пандемия окажет негативное влияние на ее результаты в 2020 году, сказал CEO PMI Андре Каландзопулос (его слова процитированы в сообщении). По его словам, год начался с сильного квартала, отразившего рост в категории бездымных продуктов и благоприятную ценовую конъюнктуру на рынке традиционных сигарет. Влияние COVID-19 на показатели компании было лимитировано, поскольку ограничения, связанные с социальным дистанцированием и путешествиями, были введены на ключевых рынках PMI только в марте. Вместе с тем, компания уже наблюдает серьезное падение продаж в канале беспосредственной торговли и замедление продаж устройств IQOS.

"Мы также должны учитывать, что безработица и падение доходов населения в некоторых странах могут оказать временное влияние на динамику рынков или возможность работать для небольших продавцов", - отметил Каландзопулос.

Продолжительность пандемии, масштабы ее влияния на экономику и скорость восстановления неизвестны - с учетом этого компания не может прогнозировать влияние этих факторов на свои показатели, она отзывает свой прогноз на 2020 год (разводненная прибыль на акцию не менее \$5,5), сообщил глава PMI.

Взамен компания представила прогноз на 2-й квартал (прибыль на акцию в диапазоне \$1-1,1). Выручка без учета курсовых разниц сократится на 8-12%, в том числе из-за более низких продаж IQOS.

По оценке компании, пандемия затрагивает три сегмента ее бизнеса. Это продажи в магазинах duty free, которые в 2019 году принесли PMI около 4% выручки. Также компания ожидает замедления продаж IQOS, поскольку ограничительные меры повлияли на возможности взаимодействия с потенциальными покупателями и работу ритейла, что было только частично компенсировано продвижением и продажами в цифровой среде. В результате, прогнозирует PMI, количество новых пользователей IQOS будет вдвое меньше ожидаемого во время локдауна. Кроме того, пандемия негативно отразится на бизнесе PMI в Индонезии, где из-за COVID-19 власти перенесли введение новой минимальной цены на сигареты с 1 апреля на июнь. Это скажется на нижнем ценовом сегменте рынка и приведет к увеличению разницы в стоимости между брендами PMI и продукцией конкурентов, что негативно повлияет на рыночную долю компании.

PMI также сообщила, что в настоящее время большинство ее производственных площадок, включая все фабрики по выпуску табачных стиков для IQOS, продолжают работу. На площадки, работа которых была приостановлена, приходится около 20% от общего производства сигарет PMI.

Глобальные отгрузки PMI в 1-м квартале сократились на 1,2%, до 173,7 млрд сигарет и их эквивалентов. В том числе продажи сигарет упали на 4,4%, до 157 млрд, нагреваемого табака выросли на 45,5%, до 16,7 млрд стиков.

В России компания увеличила общие отгрузки на 24% (до 15 млрд единиц) благодаря росту продаж сигарет на 9,8% (до 12,4 млрд) и табачных стиков (до 2,6 млрд с 0,8 млрд в 1-м квартале 2019 года).

Доля PMI на российском табачном рынке выросла на 4,2 процентного пункта, до 32,6% с 28,4% годом ранее.

В целом табачный рынок в России в 1-м квартале снизился на 0,1%, до 46,6 млрд сигарет.

Philip Morris International - один из крупнейших мировых производителей табачных изделий. Компания выпускает сигареты на 46 фабриках и продает их в 180 странах. В портфеле брендов компании - марки Marlboro, L&M, Chesterfield, Parliament, Bond Street и другие.

В России PMI владеет табачными фабриками в Ленинградской области и Краснодарском крае (ЗАО "Филип Моррис Ижора" и ОАО "Филип Моррис Кубань"), а также компанией "Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг", которая через филиальную сеть более чем в 100 российских городах занимается дистрибуцией сигарет.

<https://www.sweetsportal.ru/news/?id=528615>

[В оглавление](#)

Косметика, бытовая химия, средства гигиены**Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 23 апреля 2020 15:53, Пятерочка и Unilever встают на защиту лесов**

Торговая сеть "Пятерочка" и компания Unilever запускают совместную акцию по сохранению российских лесов. В рамках акции планируется высадить 20 000 деревьев в лесах Кемеровской области.

Чтобы принять участие в акции, необходимо с 23 апреля по 15 июля 2020 года совершить покупку любого косметического средства "Чистая линия" в магазине "Пятерочка" или в приложении "Доставка. Пятерочка" и зарегистрировать свой чек на сайте акции. За каждый такой чек будет посажено одно дерево в Кемеровской области, для которой проблема обезлесения стоит особенно остро.

Кроме того, каждый зарегистрировавшийся покупатель получит сертификат с указанием координат места посадки, а на сайте www.chistaya-linia.ru/5ka_trees в режиме онлайн можно будет проверять, когда будет посажено дерево. Акция является частью масштабной программы бренда "Чистая Линия" - "Живые леса России", реализуемой в партнерстве с Ресурсным центром лесного волонтерства.

Проект включает в себя посадку и уход за молодыми деревьями, а также осуществление мер по спасению уже существующих лесов. Татьяна Степанова, директор департамента операционного и бренд-маркетинга торговой сети "Пятерочка": "Содействие ответственному использованию ресурсов - одна из четырех целей стратегии устойчивого развития X5 Retail Group и торговой сети "Пятерочка" в частности. Будучи лидером на рынке продуктовой розницы, мы осознаем масштаб своего влияния на окружающую среду, поэтому мы стремимся снижать эту нагрузку. Благодаря нашей совместной акции с компанией Unilever мы сможем внести вклад в сохранение и восполнение лесных ресурсов. И мы надеемся, что наши покупатели с удовольствием поддержат этот проект".

лес спас.jpg

<https://www.retail-loyalty.org/news/pyaterochka-i-unilever-vstayut-na-zashchitu-lesov/>

[В оглавление](#)

Кондитерские изделия**Retail.ru, Москва, 23 апреля 2020 13:19, PepsiCo и "Мон'дэлис Русь" передают крупные суммы на борьбу с коронавирусом**

PepsiCo пожертвует около 5 млн. долларов на борьбу с COVID-19 в России, Белоруссии, Украине, Закавказье и Центральной Азии. В свою очередь, ООО "Мон'дэлис Русь" передаст на благотворительные цели в связи с коронавирусом более 40 миллионов рублей.

Средства, предоставленные компанией PepsiCo и ее благотворительным фондом PepsiCo Foundation, будут направлены на поддержку медицинских работников и незащищенных групп населения.

В России более 150 млн. рублей пойдет на поддержку медицинских учреждений в 30 регионах страны, а именно обеспечение медицинским оборудованием, средствами индивидуальной защиты, предоставление воды для медработников и пациентов.

Совместно с Фондом продовольствия "Русь" и при поддержке глобального фонда PepsiCo компания предоставит 690 000 порций еды и продукции компании для нуждающихся категорий людей, находящихся в условиях самоизоляции.

Компания выделит финансовую помощь для закупки медицинского оборудования и средств индивидуальной защиты для больниц и медицинских сотрудников, а также предоставит продукты компании и продуктовые наборы медикам и людям, находящимся в самоизоляции в Украине, Узбекистане, Грузии, Киргизии, Казахстане, Таджикистане, Белоруссии. Дополнительные средства для поддержки медперсонала будут предоставлены в Украине при поддержке глобального фонда PepsiCo Foundation.

ООО "Мон'дэлис Русь", компания группы Mondelez International, объявила о выделении благотворительной помощи пострадавшим от COVID-19 на территории Российской Федерации на сумму более 40 миллионов рублей. Эта сумма включает в себя безвозмездную передачу продукции для формирования продуктовых наборов для нуждающихся через Банк продовольствия "Русь", а также средства на закупку медицинского оборудования.

"В конце марта компания Mondelez International объявила о том, что выделит 15 миллионов долларов на поддержку пострадавших от COVID-19 в мировом масштабе, - говорит Юрий Головатчик, директор по корпоративным вопросам ООО "Мон'дэлис Русь", - В том числе, в России мы уже перечислили нуждающимся продукцию на сумму более 15 миллионов рублей в партнерстве с нашими ключевыми партнерами в ритейле и фондом "Банк продовольствия Русь".

Помимо безвозмездной передачи продукции, компания планирует выделить денежные средства на закупку необходимого медицинского оборудования для больниц в регионах страны.

Ранее сообщалось о том, что "Красный Октябрь", "Бабаевский" и "Рот Фронт" поддерживают медиков в борьбе с коронавирусом.

Кроме того, "Карусель" угощает сотрудников скорой помощи, "Магнит" собрал 10 тысяч продуктовых наборов, а Domino's Pizza накормила 3 тысячи врачей.

Retail.ru

PepsiCo

PepsiCo, Inc., "Пéпсико" - американская транснациональная корпорация в сфере пищевой промышленности, производитель безалкогольных напитков и других продуктов питания. Штаб-квартира - в Перчейзе, штат Нью-Йорк. Компания образовалась в 1965 году в результате слияния The Pepsi Cola Company с компанией Frito Lay. Более половины выручки компании дает деятельн...

<https://www.retail.ru/news/pepsico-i-mon-delis-rus-peredayut-krupnye-summy-na-borbu-s-koronavirusom-23-aprelya-2020-193669/>

[В оглавление](#)

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 20 апреля 2020 14:06, Мон'дэлис Русь присоединилась к всероссийской социальной программе #МагнитЗабота

Розничная сеть "Магнит" совместно с компанией "Мон'дэлис Русь" (группа Mondelez International) будет помогать социально незащищенным гражданам в разных регионах страны.

В рамках поддержки населения партнер проекта дополнит продуктовые наборы, которые предоставляет сеть, собственной линейкой товаров: печенья "Юбилейное", конфет Milka и шоколадных плиток Alpen Gold. Это позволит расширить помощь нуждающимся по программе #МагнитЗабота, о старте которой "Магнит" объявил в начале апреля. Первым городом, где была оказана совместная помощь, стал Санкт-Петербург. Розничная сеть и "Мон'дэлис Русь" отдали в Фонд продовольствия "Русь" товары для формирования и дальнейшей передачи 10 тысяч бесплатных продуктовых наборов одиноким пенсионерам, находящимся в режиме карантина.

Впервые к волонтерам общественных организаций - Центра городских волонтеров Санкт-Петербурга, Ассоциации волонтерских центров (АВЦ), ВОД "Волонтеры медики", Общероссийского народного фронта (ОНФ) - присоединятся звезды футбола: Валерий Цветков и Алексей Игонин. На сегодняшний день проект #МагнитЗабота уже охватил четыре региона страны: Краснодарский край, Тульскую и Ярославскую области, а также Санкт-Петербург. Продовольственная помощь направлена на поддержку наиболее уязвимой перед вирусом категории граждан и оказывается в тесном контакте с региональными администрациями.

Розничная сеть уже предоставила продуктовые наборы почти 70 тысячам нуждающихся. Это одиноко проживающие пожилые люди и инвалиды, находящиеся на домашнем обслуживании, семьи с детьми-инвалидами, семьи в социально опасном положении, многодетные малоимущие семьи, одинокие малоимущие матери и другие. Все эти граждане состоят на учете в органах социальной защиты населения, поэтому им не нужно делать никаких дополнительных заявок.

В состав бесплатных продуктовых наборов входят около 10 позиций товаров с длительными сроками годности: крупы, консервы, макароны, подсолнечное масло, кондитерские изделия и другие.

"Мы рады, что на наш призыв присоединиться к доброму проекту начинают откликаться другие компании. Все понимают, как важно протянуть руку помощи тем, кому сейчас особенно нелегко, кто не может подвергать свою жизнь угрозе, выходя в магазин, или не имеет достаточных средств, чтобы обеспечить свои семьи. Именно такие моменты показывают, что торговые сети, производители, другие организации могут объединить усилия и помочь пережить нуждающимся это непростое время", - прокомментировал президент, генеральный директор розничной сети "Магнит" Ян Дюннинг.

"В конце марта компания Mondelez International объявила о том, что выделит 15 миллионов долларов на поддержку нуждающихся в период пандемии коронавируса по всему миру, - сказал Александр

Родионов, генеральный директор ООО "Мон'дэлис Русь", российской компании группы Mondelēz International. - Эта помощь осуществляется в разных странах как в денежной форме на закупку медицинского оборудования и материалов, так и в виде безвозмездной выдачи продукции на благотворительные цели. Так, в России в рамках этой программы мы уже выделили нуждающимся продукцию на сумму более 15 миллионов рублей в партнерстве с нашими ключевыми партнерами в ритейле и фондом "Банк продовольствия Русь". Наша компания, как часть индустрии пищевого производства, продолжает работу в эти непростые дни, чтобы у наших потребителей была возможность продолжать радовать себя и своих близких нашей продукцией. При этом мы, будучи одним из крупнейших в мире и в России производителей продуктов питания, видим свою ответственность не только в обеспечении продовольственной безопасности государства, но и в том, чтобы самые уязвимые члены общества - одинокие пожилые люди, многодетные семьи и другие нуждающиеся - могли вовремя получать наши продукты к своему столу. В целом, мы планируем, что в период пандемии объем безвозмездной продуктовой помощи от компании составит более 30 миллионов рублей".

магнитзаб.jpg

<https://www.retail-loyalty.org/news/mon-delis-rus-prisoedinilas-k-vserossiyskoy-sotsialnoy-programme-magnitzabota/>

[В оглавление](#)

Безалкогольные напитки

Телеканал 360, Красногорск, 26 апреля 2020 17:16, PepsiCo объявила о приостановке рекламы с Региной Тодоренко

В PepsiCo решили отказаться от рекламы с Региной Тодоренко после того, как она оправдала домашнее насилие. Телеведущая рекламировала сок J7.

"Мы были очень расстроены сложившейся ситуацией, мы были даже шокированы этими словами, потому что такие утверждения не соответствуют ценностям компании и ценностям ее брендов. Мы выступаем категорически против насилия в любых формах. Было принято решение о приостановлении данной медиакомпания", - сказал "360" директор по коммуникациям PepsiCo Россия Александр Костиков.

Компания сняла рекламу с Региной Тодоренко с эфира, они поменяли оформление соцсетей.

Мы против насилия в любой его форме, и компания примет какие-то решения. Они будут озвучены позже. Разрыв контракта - это юридическая процедура, которая занимает какое-то время, поэтому сейчас преждевременно говорить. Но, естественно, мы вернемся к этому

Александр Костиков.

Регина Тодоренко в очередной раз возмутила общественность своими высказываниями. В двух подряд интервью она сказала, что жертвы домашнего насилия ничего не делают, чтобы его избежать. Телеведущую обвинили в оправдании домашнего насилия и затравили в соцсетях.

После интервью журнал Glamour лишил Тодоренко звания "Женщина года", которое ведущая получила в 2019 году. В Ramblers объявили, что расстроены высказываниями Тодоренко и обязательно примут меры. Она вместе с сыном рекламировала продукцию бренда.

<https://360tv.ru/news/znamenitosti/pepsico-objavila-o-priostanovke-reklamy-s-reginoj-todorenko/>

[В оглавление](#)

РИА ФедералПресс, Москва, 22 апреля 2020 11:20, Минсельхоз признал PepsiCo и Coca-Cola системообразующими

Министерство сельского хозяйства России опубликовало предприятий агропромышленного комплекса, относящихся к системообразующим организациям.

В него вошло 66 компаний, занимающихся выращиванием различных сельскохозяйственных культур и животноводством, морским рыболовством, производством пищевой продукции.

Как следует из перечня, к их числу относятся крупнейшие российские агропромышленные холдинги - "Агро-Белогорье", "Степь", "Эконива", "Черкизово" и "Мираторг", "Русагро", "Дамате", "Приосколье", Сибирская аграрная группа, Агрокомплекс имени Н.И. Ткачева, "Эко-Культура", "Трио".

Кроме того, системообразующими признаны Объединенная зерновая группа, занимающаяся хранением и поставками зерна на экспорт, производители масложировой продукции "Содружество", "Благо" и "Эфко", рыболовецкие компании "Гидрострой", "Океанрыбфлот", "Норебо", поставщик сельскохозяйственной техники и оборудования "Росагролизинг".

В перечень вошли и российские "дочки" нескольких иностранных компаний - американских PepsiCo и Mars, швейцарской Nestle, французской Danone, швейцарской Coca-Cola Hellenic. В тоже время в нем нет ни одного отечественного производителя вин.

Фото: ФедералПресс / Елены Сычева

66 компаний агропромышленного комплекса могут претендовать на государственную поддержку.

<https://fedpress.ru/news/77/economy/2484056>

[В оглавление](#)

Алкогольные напитки

ИА Rambler News Service (rns.online), Москва, 23 апреля 2020 12:50, Пивовары предложили снизить ставку акциза на свою продукцию

Ассоциация производителей пива, куда входят AB InBev Efes, "Балтика" и Heineken, предложили правительству РФ меры по поддержке отрасли, в том числе снизить акциз на пиво и пивную продукцию крепостью до 8,6% с 1 июля этого года с 22 рублей до 21 рубля на литр. Об этом сообщили в пресс-службе ассоциации.

"Ассоциация производителей пива обратилась к правительству РФ с предложением по мерам поддержки обеспечения устойчивости индустрии в связи с распространением вируса COVID-19... Ассоциация предложила снизить ставку акциза на пиво и пивные напитки крепостью до 8,6% с 1 июля 2020 года с текущих 22 рублей на литр до 21 рубля и заморозить ее на данном уровне на период до 2022 г.", - говорится в сообщении.

Также пивовары предложили ввести временный мораторий сроком до двух лет на увеличение ставки действующих налогов, установить с текущего момента налоговые каникулы, предполагающие временную отсрочку выплат по налогу на прибыль, НДС, страховых взносов на период стабилизации ситуации с коронавирусом, а также снизить НДС до 18%, отложить маркировку товаров и установить нулевые таможенные пошлины на импортное сырье.

"В ином случае отрасль лишится финансовой стабильности, что станет причиной ухудшения социально-экономической ситуации в городах присутствия пивоваренных компаний", - подчеркнул председатель совета Ассоциации Андрей Губка.

<https://rns.online/consumer-market/Pivovari-predlozhili-snizit-stavku-aktsiza-na-svoyu-produktsiyu-2020-04-23/>

[В оглавление](#)

Profibeer.ru, Воронеж, 23 апреля 2020 10:17, "Балтика-Новосибирск" усилила меры безопасности для сотрудников во время эпидемии коронавируса

Все заводы пивоваренной компании "Балтика" продолжили свою работу в период эпидемии COVID-19. Предприятие внесено в список системообразующих организаций страны, поэтому наряду с другими производственными компаниями поддерживает круглосуточный технологический процесс.

Чтобы защитить своих сотрудников на рабочем месте, "Балтика" ввела дополнительные меры безопасности на заводе и в торговых точках. Не стал исключением и завод компании в Новосибирске. Каждый рабочий день в филиале "Балтика-Новосибирск" начинается с проверки самочувствия каждого работника завода. Сотрудники в одноразовых медицинских масках обрабатывают руки санитайзером,

диспенсеры с которым установлены на входе и во всех цехах, и проходят контроль температуры тела. Для минимизации риска заражения работники с повышенной температурой возвращаются домой следить за своим дальнейшим состоянием, так как это является одним из симптомов вируса COVID-19.

- "Балтика" относится к предприятиям пищевой промышленности, поэтому мы продолжаем работу. Еще в марте все сотрудники, которые могут выполнять свои должностные обязанности удаленно, начали работать из дома. Компания предоставляет для этого необходимую технику и корпоративную сотовую связь. Сотрудники, которые остаются на технологических процессах и каждый день выходят на работу, в обязательном порядке обеспечены средствами индивидуальной защиты - масками, перчатками и антисептиком, а также рекомендациями о том, как минимизировать риски в данной ситуации. Сейчас для меня, как и для всех руководителей наших заводов, забота о здоровье сотрудников - один из важнейших приоритетов. Обеспечение безопасности - базовое условие, для того чтобы качественно организовать работу в этих новых условиях, - говорит директор филиала "Балтика-Новосибирск" Елена Криволапова.

На протяжении всего рабочего дня сотрудники проводят замеры температуры, меняют маски и обрабатывают руки дезинфицирующими средствами. Для предотвращения распространения вирусных заболеваний на заводе изменили график уборки помещений общего пользования, теперь специальная обработка проводится здесь каждые два часа. В столовой филиала введено расписание, чтобы ограничить количество людей, находящихся в помещении одновременно, а расстояние в зоне выдачи и между обеденными столами увеличено. При этом в компании еще до начала официального карантина были введены ограничения на командировки и мероприятия с большим количеством участников, минимизировано количество посетителей, в том числе отменены регулярные экскурсии. Обеспечение производственного цикла, непрерывной дистрибуции и выполнения обязательств компании перед торговыми объектами не дает остановить работу цехов предприятия, службы продаж и логистики. Сотрудники службы продаж, контролирующие наличие продукции в розничных магазинах, прошли инструктаж по соблюдению мер безопасности и обеспечены всеми необходимыми средствами индивидуальной защиты.

Компания оказывает и дополнительную поддержку партнерам на территориях. Партнеры компании получают поддержку в оформлении необходимой для продолжения деятельности документации в соответствии с действующим законодательством, в обеспечении средствами индивидуальной защиты для "полевых" сотрудников, которые работают в торговых точках. Кроме того, все партнеры компании обеспечены рекомендациями по поддержке необходимых санитарных норм для сохранения здоровья сотрудников и предотвращения распространения коронавирусной инфекции. Для оперативной информационной поддержки организована горячая линия для партнеров из сегмента ресторанного бизнеса, специализированных торговых сетей и магазинов разливных напитков.

Все обязательства компании перед партнерами, как и прежде, будут выполняться в полной мере. Чтобы продолжать обеспечивать высокий уровень сервиса и неизменное качество продукции, компания адаптирует свои маркетинговые активности, цепочку поставок и производство под изменившиеся реалии.

<https://profibeer.ru/beer/baltika-novosibirsk-vvela-dopolnitelnye-mery-bezopasnosti-dlya-sotrudnikov-vo-vremya-epidemii-koronavirusa/>

[В оглавление](#)

Продукты питания

РИА Новости, Москва, 22 апреля 2020 4:45, Производители чая сообщили о возможном повышении цен

Чай на мировом рынке может подорожать в связи с сокращением объема сбора из-за коронавируса, допускают опрошенные РИА Новости эксперты. Если говорить непосредственно о России, то, по мнению экспертов, производители могут несколько снизить эффект от роста цен для потребителей, однако полностью избежать подорожания вряд ли удастся.

"Складываются два тренда, которые могут сказаться на розничной цене: с одной стороны, если мировое глобальное превышение спроса над предложением сохранится даже в течение нескольких месяцев, то цена на чай повысится, что отразится на стоимости выпуска продукции. С другой стороны,

повышение спроса связано и с текущей ситуацией, так как традиционным для чая является его потребление дома, в том числе, и в качестве натурального, полезного для здоровья продукта", - заявил гендиректор Российской ассоциации производителей чая и кофе "Росчайкофе" Рамаз Чантурия.

"Чем больше ручного труда, тем больше риски для сектора - будь то чай, ягоды или фрукты: это и карантин, и потребность в труде, и проблема с трудовой миграцией между странами и регионами. Уборку раннего урожая пропустили из-за трехнедельного карантина, сейчас начинается уборка основного; как она будет происходить, пока непонятно", - говорит директор аналитического центра "Совэкон" Андрей Сизов.

Сбор первого урожая чая в Индии и Китае начался в середине марта, но из-за карантинных ограничений в Шри-Ланке и Индии он, по сути, не состоялся, что и привело к сбоям в поставках. Первые чайные аукционы в Шри-Ланке в апреле после такого трехнедельного перерыва проходят в новом, электронном формате, демонстрируя превышение привычного уровня цены в среднем на 20%, по 3,5 доллара за килограмм, говорит Чантурия.

Между тем, часть ранних сортов из некоторых регионов, например, индийский Дарджилинг, относится к премиальным, и упущенный первый урожай не критичен для мирового потребления: объем его производства в год колеблется в пределах 10 тысяч тонн и является "каплей в море" в сравнении с мировым потреблением в размере около 6 миллионов тонн, отметил он.

Новые игроки

Но в общем плане можно предположить, что снижение урожайности в целом по миру станет поводом для появления на рынках новых игроков, влияющих на цену, считает глава отраслевого союза. Например, Турция, которая покрывала объем внутреннего потребления в 300 тысяч тонн полностью за счет внутреннего производства, столкнулась с проблемой сбора урожая из-за отсутствия сезонных трудовых мигрантов из Грузии, и теперь вынуждена будет покрывать недостачу за счет внешних закупок.

"Если из турецкого оборота выпадет порядка 50-70 тысяч тонн, а это фактически половина российского рынка, и такой оператор выйдет на мировые аукционы, это создаст очень серьезное давление на аукционные цены. Кроме того, как импортер на внешние рынки может выйти и Индия: в случае, если снижение урожая будет более чем на 25%, этого объема не хватит даже для того, чтобы удовлетворить внутреннее потребление", - заметил эксперт.

"Ситуация на мировом чайном рынке сегодня очень тяжелая и, к сожалению, трудно прогнозируемая. Введение тотального карантина в Индии и срыв первого сбора чая, карантинные меры в Кении, приостановка на три недели чайных аукционов в Шри-Ланке - все эти обстоятельства крайне негативно сказываются на отрасли", - сказала директор по корпоративным коммуникациям группы компаний "Орими" (торговые марки Greenfield, Tess, "Принцесса Нури", "Жемчужина Нила") Мария Драбова.

По ее словам, компания уже сталкивается с перебоями поставок чайного сырья, поскольку многие поставщики не в состоянии обеспечить заявленный объем отгрузок, крайне затруднена и транспортировка чая. "К сожалению, велика вероятность, что эта тенденция в ближайшее время сохранится", - говорит собеседник агентства.

Что в России

Российские производители чайной продукции смогут частично компенсировать колебания стоимости сырья и валютную составляющую (около 70%) в себестоимости за счет фасовки на отечественных предприятиях и диверсификации мировых закупок, но избежать повышения цен на чай невозможно, считает Чантурия. "Если дорожает сырье, чай дорожает и в магазине. Цены на чай с высокой вероятностью повысятся, избежать этого нельзя, а насколько и как, зависит от определенного сегмента", - говорит эксперт.

"Большую тревогу, безусловно, вызывает сегодня бесперебойное обеспечение российского рынка чайным сырьем, так как в подавляющем большинстве оно импортного происхождения, и страны Азии и Африки, являющиеся крупнейшими мировыми поставщиками чая, пандемия также не обошла стороной", - сообщили РИА Новости в пресс-службе компании Unilever (торговые марки Brooke Bond, Lipton).

Компания располагает собственными чайными плантациями в Кении, и пока поступление чайного сырья по импорту происходит по графику, но ситуацию приходится мониторить практически в ручном режиме, добавили в пресс-службе. Первоочередная задача чаеразвесочной фабрики в Санкт-Петербурге - удовлетворить спрос на чайную продукцию в период борьбы с пандемией, но немаловажным является и сохранить обязательства по экспорту: например, ряд товарных позиций Unilever поставляет в страны ближнего и дальнего зарубежья, в частности, ОАЭ и страны Латинской Америки.

Представитель "Орими" говорит, что спрос со стороны торговых сетей пока удовлетворяется, но по некоторым позициям компания уже вынуждена ограничивать запросы ритейла. "Кроме того, мы сочли необходимым предупредить партнеров о возможных перебоях в поставках продукции вплоть до

полного прекращения отгрузок. Прежде всего это связано с прекращением импорта индийского чая, который занимает более 30% в структуре чайного импорта РФ", - добавила она.

Компания старается минимизировать риски и оперативно восполнить сырьевой вакуум закупками из других стран, но осознает, что в ближайшей перспективе другие чаепроизводящие страны не в состоянии будут полностью восполнить объем чая, поставляемый на мировой рынок из Индии. "Поэтому следует быть готовыми и к дефициту сырья, и к значительному росту цен", - говорит Драбова. Бизнесу в этой отрасли для сдерживания цен необходимо льготное кредитование, однако условием доступа к нему является требование доли чайного сырья, произведенного в РФ, в размере 70%. Но чай в России не растет из-за климата нигде, кроме Краснодарского края, а объем его производства в регионе не превышает 1% от потребности, поэтому чайное сырье приходится закупать за рубежом, говорит председатель совета директоров компании "Май" (торговые марки "Майский чай", "Лисма", Curtis, Richard и Coffesso) Игорь Лисиненко.

"Физически это невозможно, поэтому цепочка производство-опт-розница приводит к неизбежному росту потребительских цен. Снятие этого ограничения способствовало бы сдерживанию цен", - считает Лисиненко. Он сообщил, что компания из-за повышенного спроса запустила дополнительные мощности, чтобы увеличить объем выпускаемой продукции.

Актуальные данные о ситуации с COVID-19 в России и мире представлены на портале стопкоронавирус.рф.

<https://ria.ru/20200422/1570385323.html>

[В оглавление](#)

DairyNews.ru, Москва, 23 апреля 2020 10:10, Интервью с Михаилом Ляско, генеральным директором "Арла Фудс" в России

Михаил Ляско, генеральный директор "Арла Фудс" в России рассказал "Молочным скептикам" о бизнесе, ритейле, развитии молочной компании в России, развитии продуктовых категорий и перспективах сыроделия. Детали - в материале, подготовленном The DairyNews.

DN: Михаил, скажите пожалуйста, вы все-таки человек "Артис" или человека Arla?

МЛ: Arla, конечно.

DN: Как я понимаю, у вас же есть еще компания "Артис", которая занимается дистрибуцией.

МЛ: "Артис" - это наша история и история сырной дистрибуции. Началась она в апреле 1991 года в Ленинграде, еще при СССР.

В 2007 году мы создали совместное предприятие с "Арла Фудс", а с 2012 года компания принадлежит кооперативу на 100% и фактически стала частью новой компании - "Арла Фудс" в России.

DN: Нам интересен опыт в дистрибуции. Как тогда развивалось это направление? Очень интересна динамика. Многое изменилось?

МЛ: Все изменилось. Страна была другая, город по-другому назывался, все было другое. Психологически все изменилось - изменились люди и стала другой торговля. А тогда в 1991 году в апреле с тремя товарищами мы создали компанию "Артис".

DN: Что-то артистическое в этом?

МЛ: Нет, мы были "Артис" без "т" на конце. У нас очень много друзей и близких в Литве. "Артис" по-литовски - это "близость".

Что касается истории развития... В конце 1990 года был подписан знаменитый указ "О свободе торговли", когда разрушилась советская система государственной торговли... Сегодня молодежь, наверное, о ней и не помнит.

А между тем в системе работали уважаемые люди - товаровед или заведующий был значимым в обществе, потому что мог добыть продукты. Система строилась на управлениях торговли, райпищеторгах, торговых базах. Над этим всем действовала советская организация планирования и расположения производства.

DN: А с чего вы начали?

МЛ: Все началось с желания заработать деньги. Мы были еще студентами. С продуктами было непросто, а на вопрос "Какой сорт сыра?" продавцы отвечали "Просто сыр". Все.

Поскольку мы часто бывали в Прибалтике, у друзей, то однажды столкнулись с тем, что там некуда девать произведенную продукцию. Их производство было настроено на огромный рынок Советского Союза. После распада СССР у них появился своего рода хозрасчет, а у нас появились свободные магазины.

В итоге мы закупали в Прибалтике и свободно продавали сначала в Ленинграде, потом в Петербурге. Это было хорошее время, потому что не было пяти категорий менеджеров высшего звена по закупкам, до которых не достучишься.

Было просто: приезжаешь утром на машине в четыре точки. Вечером того же дня забираешь деньги. Мы тогда были совсем юные, товароведы в магазинах тоже молодые, прекрасные: поставили продукты, хорошо. Не было всего этого ужаса, что мы как поставщики продуктов что-то должны магазину за возможность продать продукцию.

DN: Какие вехи были в развитии торговли? Начало что-то потом усложнялось?

МЛ: Конечно! Когда мы только начинали, было единое финансовое пространство. Потом только появилась валюта, появились банки, появилась таможня и внешнеэкономическая деятельность. Прибалтика стала после августа 1991 года независимой. А в декабре 1991 года изменилось все.

Для нас было вехой, когда мы стали покупать что-то в "настоящей" загранице, - пусть не обижаются на меня мои прибалтийские друзья, - потому что тогда они для нас были все... советские.

Сильное впечатление на меня произвело первое путешествие в Финляндию.

А потом началась вся эта "Великая Капиталистическая революция", как говорит один мой знакомый, и был, естественно, огромный вал импорта, потому что в стране на тот момент все производство фактически простаивало.

В 90-е мы начали импортировать сыр, в том числе из Дании и Швеции. В основном вели работу с оптовыми закупками, а потом в Россию пришли серьезные международные компании: Valio, Lactalis, Hochland и так далее.

DN: И начали вам создавать конкуренцию?

МЛ: Мы были не очень везучие в плане наличия мощных дистрибьюторских контрактов. Мы не работали с Hochland, или Valio. Arla, тогда будучи шведской компанией, предпочитала работать напрямую с московскими посредниками.

Поэтому нам не очень везло в этом смысле, но мы старались создавать собственные бренды. Потом пришла моя коллега, Елена Остапкевич, и она говорила, что надо развивать деликатесные сыры, сложные сыры. Я этого не понимал. Гауду можно 200-300 тонн продать в месяц и нормально. Это понятный бизнес. А тут какие-то бри, камамбер. Их нужно куда-то развозить...

Мы тогда начали работать с Lactalis, очень интересный опыт, но о нем позже.

Второй был этап, когда стала появляться современная розница. Мне кажется, она стала возникать после кризиса 1998 года. Я могу ошибаться, но все основные российские сети появились тогда. Их рассвет тоже пришелся на Петербург. Отсюда стартовали и "Пятерочка" и "Окей" и "Лента". Бурное развитие они получили после девальвации рубля.

DN: У меня есть такое ощущение, что бизнес современной розничной сети, он построен не на продаже продукции питания.

МЛ: Я очень сомневаюсь. Мне кажется, что продукты питания составляют большую долю.

DN: Что я умею в виду. Есть маленький город, в котором общее количество магазинов сетей "Магнит", "Дикси" и "Верный" уже превышает покупательский спрос населения населенного пункта. Они строятся и стоят пустые. У меня такое ощущение, что фишка в стройке.

МК: Для того чтобы понять, нужно почитать несколько книг и пообщаться с несколькими людьми. К примеру, прочесть книгу Сэма Уолтона "Как я создал Walmart".

Наверное, было бы интересно поговорить с Андреем Рогачевым. Выдающийся, но не слишком публичный человек. И, возможно, с Галицким.

Розничные сети и девелопмент - это один из самых рискованных бизнесов. Очень много банкротств. Это связано с двумя факторами. Во-первых, зависит от того как обстоят дела с экономикой страны в целом, в какой форме доходы населения, а это зачастую от предпринимателей не зависит. А второе, наоборот, очень зависит от предпринимателя. Это модель, это работа с издержками, работа с тем, что ты строишь.

DN: Касаясь розницы. К примеру, сеть "Вкусвилл". Понятно, что они открылись недавно, поэтому у них такой бешеный рост, но в целом они уже довольно успешные.

МЛ: Я не знаком с ситуацией в этой сети, но мне очень нравится, что у них нет кредитов. Все реализуется на средства инвесторов-акционеров. Это молодая сеть с ярким молодежным драйвом. Это хорошо.

А учитывая состояние нашей банковской системы - отсутствие кредитов - очень правильная система.

DN: Действительно ли у потребителя нет денег, если покупая два товара по цене одного, он берет еще и банку черной икры? Есть ощущение, что на молочном рынке происходит перераспределение долей: по нашей аналитике все крупнейшие переработчики сокращают объемы переработки молока. А переработчики второго и третьего эшелона наращивают. Плюс есть ощущение, что у потребителя существует кризис доверия. И он идет во "ВкусВилл" или "Абзуку", готовый заплатить деньги за натуральный продукт. Также наши молочники почему-то всегда ориентируются на низшие слои

населения. Но если у человека нет денег, то он не будет покупать ни молоко, ни сыр вообще. Однако наш потребитель потенциально более платежеспособный. Падают ли продажи у "Арлы"?

МЛ: Нет. Они выросли на 12% в России.

DN: И ситуация, когда сети вгоняют молочников в скидки, девальвирует само понятие молочного продукта.

МЛ: Да. Вообще бизнес - это про доверие, а продуктовый тем более. Это касается и молочных продуктов. Но здесь опять вопрос бэкграунда, потому что мы постоянно говорим: давайте больше. Сама модель идет отсюда. Плюс у сетей тоже раньше было: давайте развиваться, расти. Перестроиться крайне сложно и болезненно. Есть, например, крупная компания, еще и акционерная. Растет она мало, начинается шум, акции падают. А банки слабо поднимают бизнес, как и толпа менеджеров. Но дело в том, что неважно, насколько они выросли или упали, главное - сколько они заработали. Также есть маркетинговое заблуждение - ориентироваться на неплатежеспособных людей. Задача совершенно в другом - сделать хороший бизнес. Эффективный, который будет и налоги платить, и высвобождать определенный ресурс.

DN: Если посмотреть бизнес Arla - это по сути кооператив, но это ведь и глобальная компания. Она эффективна?

МЛ: Нам надо постоянно работать над собой, работать намного лучше, совершенствовать модель. Arla - огромная компания с оборотом 10, 5 млрд. евро, но и у нее бывает неэффективность.

DN: В чем она заключается?

МЛ: Чуть позже расскажу. Саму модель я считаю очень правильной. То, что владельцы Arla - это фермеры. В основном датские и шведские, но сейчас есть и немецкие и бельгийские. Это те люди, которые реально доят коров, реально ходят на ферму. Еще с начала 19-го века. Они действительно объединились, чтобы получить одну простую вещь - лучшую цену на молоко. И сейчас основная миссия компании - это дать лучшую цену на молоко. И они наняли нас, менеджмент. Они купили заводы и часть денег, которые мы зарабатываем все вместе по всей цепочке, идет на инвестиции, на рекламу и так далее. В этом модель устойчива, потому что все начинается с молока.

Видение тоже есть. Мы хотим создавать современные молочные продукты. Люди заслуживают лучшего: более качественного, более вкусного, более интересного. Потому что психологию невозможно отменить. Именно такой продукт может дать лучшую цену на молоко, потому что он более устойчив ко всем рыночным колебаниям.

Мой любимый пример. Надеюсь, что коллеги из "Coca Cola" не обидятся. "Coca Cola" же не меняет свою розничную цену в зависимости от изменений мировых цен на сахар. Потому что есть достаточный уровень устойчивости. Молочная отрасль серьезно зависит от цен на молоко.

Что касается неэффективности. Технологии и быстрота принятия решений, уровень затрат, как переменных, так и капитальных. И то, насколько быстро мы можем реагировать на те изменения, которые в мире происходят. Если говорить глобально, для меня это связано с тем, что можно называть устойчивым ростом и со всей агрессивной антимолочной пропагандой, с неправильно понимаемой защитой окружающей среды, когда в экологических проблемах начинают массово обвинять коров.

Как мне кажется, мы все, люди из отрасли, достаточно консервативны и не понимаем масштаб этой угрозы, потому что 2-5% населения крайне агрессивны. Они в отличие от нас более цифровизованы. Как и любое меньшинство, они более агрессивны. Речь идет о веганских сообществах, ведущих активную анти-пропаганду молоку.

Сейчас идет активная работа в США за то, чтобы только животное молоко называли молоком. Я в этом направлении коллег поддерживаю.

DN: У ирландской Glanbia есть следующая позиция. Они производят овсяное молоко помимо традиционных молочных продуктов. На вопрос, уходит ли компания от фермерства отвечают следующее: "Нет. Наши фермеры выращивают овес, мы производим овсяное молоко. Мы кооператив молочный и делаем не только молочные продукты из коровьего молока, но и из овса. Потребитель сам выбирает, что ему нужно".

МЛ: Не соглашусь я с ним в данном случае. Я совершенно не против овсяного или веганского молока. Важны формулировки, защита своей позиции и ответы на агрессивные истории. Потому что если ты против молока, то почему ты называешь свой продукт молоком? В данном случае, овсяным.

Мы должны четко понять, где мы. И нужно на это реагировать и отвечать правильным образом.

DN: У вас же как раз в Arla была в Швеции такая своего рода "информационная война" с компанией, которая овсяные продукты производит.

МЛ: Справедливости ради, это везде сейчас происходит в Европе. Может быть, война это неподходящее слово. Скандинавы очень мирные люди. Противостояние веганов и животноводов происходят по всей стране. Очень много давления, связанного с выбросами CO2. Есть целая концепция. Мы очень серьезно ежегодно сокращаем выбросы CO2. Причем, мы стали это снижать до начала пиар-кампании против животноводства.

На мой взгляд - все проходит и это это пройдет, я имею ввиду негатив в сторону фермеров.

DN: Очень много говорилось про искусственные продукты. В частности искусственное мясо. Это либо мясо из заменителя или мясо выращенное. Если человек не ест мясо, но ест заменитель, мясо из бобов и так далее, это все равно мне не очень понятная вещь. Когда технология действительно позволяет производить реальное мясо, реальное молоко, а заменитель... Это как безалкогольное пиво, которое, по мне, так нужно только в рекламных целях...

МЛ: Если говорить про все эти так называемые искусственные продукты, то во всем новом есть определенный пережест. Потому что это модно, за этим есть определенная технология. Наверное, это в какой-то степени нужно и интересно.

Во-первых, насколько я понимаю, все эти заводы, которые могут это делать в промышленных аспектах, требуют как высоких капиталовложений, так и себестоимости. То есть далеко не все смогут себе это позволить, особенно учитывая, что весь рост населения и потребления приходится на Азию, Африку и так далее. А там, я думаю, что еще далеко до этого.

И еще за этим есть история того, что называется "количественное смягчение". Финансовое. То есть - очень много денег. Из технологических стартапов выведено более 45 млрд. долларов. Вкладывают 3 млн., а потом это превращается в 300 млн. На этом технологическом буме, или как еще говорят, "технологическом пузыре" они надеются еще и еще заработать по той же схеме. Пока это все не обвалится... Но, я не эксперт, я консервативен.

DN: На рынке говорили о том, что Арла может открыть завод на Алтае. Вы рады, что не успели этого сделать?

МЛ: Я очень счастлив нашему нынешнему взаимодействию с Воронежской областью.

Мы сделали все правильно. Когда мы в 2010 году впервые увидели старый завод в Калаче, мне перед иностранными коллегами даже стыдно стало.

Обновленную площадку мы открыли в 2013 году еще до всех известных политико-экономических событий. Мы потом очень активно смотрели другие предприятия для дополнительных инвестиций, для покупок. В том числе на Алтае. Но до предметного разговора о приобретении не дошли.

Я считаю, что правильный путь все-таки тот, которым мы пошли. Мы немало инвестировали. 600-700 млн. рублей при прежнем курсе рубля. И только сейчас мы дошли до нужной мощности производства. Нам все-таки важно продавать брендированные продукты, Arla Natura.

DN: Получается, что вы не распылялись?

МЛ: Да. Алтай, мне кажется, интересный регион. Но там активны наши конкуренты, а мы должны быть максимально эффективны как международная компания.

Мы много внутри нашей менеджмент-группы спорим. И меня все пытаются как-то сдерживать. Еще не факт, что фермеры подпишут, что называется, чек. Но даже если приходить за деньгами, я очень думаю... Потому что у меня все не считается. Может, это я такой.

Вот эта беготня, когда цифры все равно очень высокие. Даже за активы, которые этого вряд ли стоят. Последние хорошие уже, наверное, куплены. А просто производственная площадка...

DN: "Галактика"?

МЛ: В первую очередь речь идет о сыродельных производствах.

Чтобы построить то производство, которое мы хотим, с тем продуктом, который мы хотим. Чтобы в нем была какая-то идея и вкусовая и упаковочная и так далее. Чтобы это "маркетировать" и продавать - это стоит очень дорого. Все в молочной индустрии стоит десятки миллионов евро. Мне так кажется. Потому что все остальное будет криво-косо, и ничего не получится.

Но если ты вкладываешь 60 млн. евро на 11 лет, это тебе надо только 5 млн. амортизации каждый год. И так далее.

Поэтому проект должен быть очень внятный и должен обязательно стоять на хорошей основе именно брендов. Если у тебя есть бренды, ты можешь это делать. А если у тебя нет брендов, то вот люди понастроили и что?

DN: Я неоднократно слышал на рынке такие опасения и предположения, что сейчас сырные заводы начнут рушиться.

МЛ: Многие строят. Анонсируют. Я не знаю, на сколько миллиардов настроили и на сколько тысяч тонн сыра. Но это, во-первых, очень сложное производство. Мы, имея за спиной огромную группу высокопрофессиональных людей-инженеров, настроили столько заводов в самых разных странах мира и все это понимаем. Постепенно мы все выстраиваем.

Я точно знаю, что если говорить про субсидирование процентной ставки по кредиту - тут надо поработать. Нужно построить отношения с банком. Нужно выбрать банк, нужно его найти, нужно с ним договориться.

Да, к сожалению, входной билет в бизнес очень дорогой.

DN: Продать продукт важно уметь правильно. А сама дистрибуция вообще дорогая штука? Сколько она стоит? Сколько вы тратите на работу с сетями?

МЛ: Имеете ввиду стоимость логистики?

DN: Да. Может быть, мерчендайзинг еще.

МЛ: Не очень корректно говорить про конкретные цифры. Это процент от оборота точно. Особенно сейчас в России, когда мы хотим, чтобы было более эффективно все, что связано с логистикой, с планированием. И в России это особый вопрос потому что страна большая.

По итогу мы видим, что компания должна возить товар в распределительные центры, дальнейшее переключается на плечи наших коллег из ритейла, которым важно обеспечить постоянное нахождение товара на полке. У них тоже есть проблемы с логистикой.

Нам в свою очередь нужно обеспечить планирование с учетом сроков годности.

DN: А в структуре Arla Россия какую долю сейчас занимает?

МЛ: Порядка 0,5%.

DN: Нам есть куда расти.

МЛ: Да, а занимали 1,5%..

DN: Сократились? Что-то выросло?

МЛ: Во-первых, курс. У нас оборот был по итогам года чуть больше 50 млн. евро, а раньше был 120 млн. Также повлияло введение эмбарго. Раньше было 90% импорта и 10% локализации, сейчас наоборот.

DN: По обороту с 2013 годом вы восстановились сейчас?

МЛ: Ну почти. По физическому объему не восстановились. Стоимостной объем почти восстановился.

Мы считаем, что должны расти обязательно больше рынка, но основная задача, которую ставили перед нами акционеры сразу после эмбарго - выйти в устойчивую прибыльную зону. Потому что объяснить фермеру, зачем ему нужно терять деньги в России, это очень сложно.

DN: Наше действующее закрытие границ это хорошо или плохо?

МЛ: Конечно для нас, как для Arla Foods это плохо.

С гражданской позиции и будучи экспертом отрасли, я могу говорить, что мы все делаем как экстремалы. Как президент в интервью ТАСС говорил, что если мы не будем ставить себе сверхзадачу, например, построить Олимпиаду за 2-3 года, мы не можем работать. Это немного экстремально, но мы по-другому не умеем.

Безусловно, система регулирования поставок была нужна очень-очень давно. Даже для Arla Foods это было бы хорошо. Что убивало наш импорт в Россию даже - это огромные потоки эдама, гауды, сыров из Прибалтики по абсолютно демпинговым ценам.

Работали огромные заводы, излишки молока они сливали в Россию, в Голландию, в Германию, в Финляндию.

Нам важно было наращивать объем и загружать свое производство. Безусловно, для этого нужно определенное регулирование. Мы этого не делали.

DN: Вопрос как к эксперту рынка сыров: какие категории сейчас растут быстрее всего. Кроме того, дополнительный вопрос - есть ряд компаний, в том числе в Петербурге, которые фактически являются фасовочными производствами. Они же фактически являются вашими конкурентами? Можно ли говорить, что они демпингуют как те о ком сейчас говорили - компании из Прибалтики.

МЛ: Я говорил про то, что до эмбарго был очень большой импорт сыров типа гауда, эдам.

DN: Но они куда-то шли? Где-то фасовались?

МЛ: Они часто продавались и не фасованными или фасовались уже в сетях.

Сейчас ситуация другая. Они нам конкуренты, да. Часть из них имеет свои бренды. И это достаточно хорошие, чаще всего, локальные бренды. В этом смысле они нам конкуренты. Но с некоторыми мы сотрудничаем. Используем их фасовочные мощности.

Что касается категорий, наверное, самая растущая это крем-сыры или свежие творожные сыры.

DN: Насколько мы помним, вы хотели и в России запускать производство творожных сыров?

МЛ: Мы их хотели именно для HoReCa запустить, не для розницы. Для розницы мы запустили линейку под брендом Arla Natura. В Сербии работает по контракту новое, очень хорошее производство. Мы очень довольны партнерством.

У нашей компании в любом регионе есть конкретная задача. Я не понимаю места, кроме первого, но мои коллеги говорят, что быть в тройке нормально. Поэтому мы обязательно будем в тройке по крем-сырам. Пока мы еще после наших немецких друзей, но у нас все впереди. Данная категория растет очень хорошо.

Пока нет точных данных, но говорят, что сыры с плесенью стали восстанавливаться в спросе. И с белой плесенью и с голубой. На этом рынке есть профессиональные игроки, в том числе крупный лидер - Lactalis. Здесь у них производство, поэтому, наверное, они будут наращивать категорию.

Мне кажется, что и желтые полутвердые сыры восстанавливаются.

DN: Кормовые?

МЛ: Я с этим не согласен. "Кормовые" на нашем языке - это эдам, гауда, российский. Это то, что не имеет бренда и такая ситуация во всем мире - ничего плохого в этом нет.

Такие сыры встречаются и в СТМ сетей.

DN: Дистрибуция сейчас у вас своя?

МЛ: Своя. Логистика нет. Мы покупаем логистические услуги у провайдеров, а со всеми федеральными сетями работаем напрямую.

DN: А как ты относишься к артизанальным мелким фермерским производителям разных сыров?

МЛ: Очень хорошо отношусь. Я их иногда покупаю.

DN: За ними есть будущее?

МЛ: Очень нишевое в моем представлении. Ритейлеры пытаются сделать фермерские уголки, HoReCa. И в принципе, это классика ритейла.

Потребитель, приходя в магазин, должен понимать, что видит полки со свежей продукцией, ощущать это. Отсюда и пекарни при крупных магазинах, и фермерские полки, и все прочее.

Наличие фермерского продукта, который возможно, не каждый день покупается, и стоит дороже - в своем роде стимулирует лояльность к магазину. Для ритейлера это важно.

DN: К сожалению, ритейлеры конкурируют только ценой сегодня. В большинстве своем.

МЛ: Плохо. Когда ритейл конкурирует только путем скидок, то, значит, ритейлеров будет меньше. Те, кто не перестраиваются и думают только об этом, уйдут.

DN: А они не потянут за собой поставщиков?

МЛ: Потянут, конечно. У нас в Питере разорился крупный ритейлер "Интерторг". Компания почти на миллиард евро. У них были франшиза Spar и магазины "Семья". Около 340 магазинов. Они, конечно, очень много кого потянули.

Тут опять же вопрос к технологии. У нас есть для решения проблемных вопросов страховая компания. Как может работать частный дистрибьютор? Или компания небольшая частная? Они застрахованы дебиторской задолженностью. Ну, кто виноват в итоге? Правительство виновато? Сберегательный банк?

Никто не виноват. А у нас постоянно кто-то виноват, и, в крайнем случае, надо писать бумагу генеральному прокурору. Он здесь причем? Это спор хозяйствующих субъектов. Если ты не страховал задолженность. Тебя, что, заставляли туда поставлять? Мы ничего не поставляем без страховки. Или очень маленький процент.

У нас нет 300% прибыли чтобы раздавать продукцию без страхования. Если мы и поставляем в небольшие сети, то очень небольшим объемом.

А конкуренция будет только нарастать. И единственный путь для нас - это по всей цепочке думать о потребителе, думать об отрасли и создавать баланс, как говорят, "большую сделку".

DN: Вопрос еще про СТМ. Какую роль они сейчас на сырном рынке играют?

МЛ: Вроде бы они растут, но ожидания от этого сегмента были намного больше. Рост, по моим оценкам - около 10%.

Ранее было много исследований на тему развития СТМ. Но не учитывался психологический фактор конкретной страны. Сегодня все даже самые лучшие бренды можно купить по скидке. Ну и, справедливости ради, СТМ это достаточно сложно для больших компаний. У сетей же логика такая: они приходят к нам и спрашивают: "Давайте нам на СТМ сыр, который производите".

А мы так просто на СТМ и не очень хотим. А учитывая, какую цену сети хотят на продукт для СТМ - понимаешь, что ничего хорошего за такую цену произвести не получится.

DN: Но с промо они все равно проигрывают по цене?

МЛ: Мне сложно сказать. Может быть, и не проигрывают, но промо это же психология! Что ты купишь - проверенный и вкусный, любимый продукт со скидкой - когда он стоил, допустим 160 рублей, а стал стоить 110? Или неизвестный продукт СТМ, который стоит 100 рублей?

На мой взгляд, важно в этом вопросе использовать современные решения. К примеру, есть приложения, которые аккумулируют выгодные скидки на специально подобранные потребителем продукты. Это очень здорово.

DN: Вы все-таки работаете в глобальной компании. Как Arla смотрит на еду будущего и на место молочной продукции в питании людей?

МЛ: Если говорить о еде будущего, мне кажется, это должно быть то, что модно. То, что интересно. И то, что удовлетворяет базовые потребности людей. Как физиологические, так и психологические. Важно, чтобы еда была и модной, и полезной.

DN: А у Arla есть модные продукты?

МЛ: Самое модное это: напитки на основе кофе, высокобелковое молоко, продукты с пробиотиками, функциональные напитки. Если говорить о молоке, а сыры у нас просто прекрасные и очень вкусные.

DN: Просто сыры и все?

МЛ: Да.

DN: Спасибо за интересную беседу!

Полное видео интервью по ссылке: <https://www.youtube.com/watch?v=scnTul8Lx3g>

Интервью с Михаилом Ляско, генеральным директором "Арла Фудс"

<https://www.dairynews.ru/interview/intervyu-s-mikhailom-lyasko-generalnym-direktorom-5.html>

[В оглавление](#)

Продукты для животных

Forbes.ru, Москва, 24 апреля 2020 19:00, Прогноз погоды от кошки, теннис на крыше, митинг в поддержку врачей: новости недели, которые сделали мир лучше.

Новое прочтение "Щелкунчика" от звезд Большого, креативный прогноз погоды, защитные экраны для врачей, теннисные матчи на крышах, бесплатный выгул собак - рассказываем, что хорошего, доброго и позитивного случилось в мире на этой неделе

Искусство в массы

Мастодонты британского современного искусства Дэмиен Херст и Дэвид Хокни создали работы в ответ на пандемию - их можно скачать бесплатно. Херст выложил в открытый доступ две свои работы - сердце и радугу, лимитированную серию принтов с последней можно будет купить на аукционе, все средства от продаж пойдут на нужды британской службы здравоохранения. А Хокни, коротающий карантинные дни в загородном доме в Нормандии, поделился десятью новыми работами, которые создал на своем планшете.

Тем временем артисты и оркестр Большого театра во главе с солистом оркестра Александром Крыловым записали и смонтировали атмосферное видео "Щелкунчик Карантин", которое доказывает, что творить можно в любом месте и любых обстоятельствах.

Прогнозы, которые мы заслужили

Быть креативными дома могут не только профессиональные художники и артисты - такая роскошь доступна любому. Западные ведущие прогнозов погоды во всю реализуют свой творческий потенциал, выжимают максимум из обстоятельств и заодно набирают лайки. Американский ведущий Джефф Лайонс теперь ведет эфиры из дома в компании своей кошки Бетти и выкладывает их на Facebook - теперь его смотрят не только в родной Индиане, но и во всем мире, а Бетти стала звездой и героиней мемов.

Британский коллега Лайонса, ведущий прогноза погоды на BBC Уин Эванс тоже нашел креативный подход к работе из дома - завершает эфиры эффектными соло на ударных.

Помощь врачам

В России появляется все больше инициатив и акций в поддержку врачей и всей системы здравоохранения. Clarins Россия передает кремы для рук в больницы Москвы (на момент публикации компания пожертвовала больше 2500 штук), а L'Oréal наконец запустил производство антисептического геля на своем заводе в Калужской области.

"Открытая Россия" помогает врачам в Петербурге, Перми, Великом Новгороде и Челябинской области. Общественная организация закупает защитные многоразовые щитки и маски и планирует расширить географию акции - прямо сейчас на ее сайте идет сбор средств на помощь медикам из других городов. Поддержать врачей можно и на онлайн-митинге "За жизнь", который пройдет 28 апреля в 18:00 по московскому времени. На нем, в том числе, выступит руководитель профсоюза "Альянс врачей" Анастасия Васильева и расскажет, с какими проблемами сталкиваются врачи сейчас и как мы можем им помочь. Во время трансляции пройдет сбор пожертвований для проекта "Всероссийская профсоюзная медицинская инспекция". Присоединиться к митингу можно на YouTube.

Города, которые живут на крышах

В зарубежных городах, ставших очагами пандемии, процветает культура развлечений на крышах. В Нью-Йорке, где и в обычное время на защищенных крышах домов разбивают сады и устраивают барбекю, они стали местом силы - люди выходят на них потанцевать, позаниматься спортом, поболтать по телефону, поиграть с детьми, порисовать или "выбить" ковер. Все это запечатлел фотограф Джереми Козн в стильном видео - снял он его, конечно, тоже с крыши.

А в итальянском городке Финале-Лигуре теннисистки из местного спортивного клуба сыграли полноценный теннисный матч, находясь на соседних крышах.

Те самые фрикадельки из IKEA

Шведская компания IKEA планомерно поддерживает борьбу с коронавирусом - жертвует одеяла, подушки и постельное белье в больницы и кукольные домики - для бездомных кошек, отдает найденные на складах сокровища в виде тысяч средств медицинской защиты, а буквально накануне выделила \$1,6 млн на закупку масок для нуждающихся.

Но отчаянные времена требуют отчаянных мер - чтобы поддержать всех, кто скучает по еде из столовых IKEA, компания выложила в открытый доступ фирменный рецепт воих фрикаделек. Посмотреть пошаговый рецепт на русском можно у "Медузы".

Помощь бездомным и домашним животным

Сколько бы мы ни шутили про несчастных животных, которым приходится гулять по 30 раз в день, на самом деле многие владельцы собак сейчас оказались взаперти вместе с питомцами. Для них заработал социальный проект по бесплатному выгулу собак, в первую очередь помогать будут пожилым людям и тем, кто находится в группе риска.

Проект запустило волонтерское движение #ПогуляйСобаку вместе с сетью зоомагазинов "Бетховен" и компанией Royal Canin. Оставить заявку на бесплатный выгул можно по телефону: 8 800 500 05 54.

А фонд Защиты городских животных и фонд "Дарящие надежду" запустили волонтерскую акцию #накорми. Многие пенсионеры, кормившие уличных котов и собак, теперь не могут выходить на улицу, и животные голодают. Любой желающий может стать волонтером и помогать, не выходя из собственного двора - для этого нужно присоединиться к одному из чатов в Whatsapp по районам Москвы, там собирают всю информацию о животных и там же могут снабдить кормом и инструкциями.

<http://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/399027-prognoz-pogody-ot-koshki-tennis-na-kryshe-miting-v-podderzhku-vrachey>

[В оглавление](#)

Фармацевтические компании

Sports.ru, Москва, 22 апреля 2020 0:35, Врач "Байера": "С медицинской точки зрения без проблем могли бы начать играть в следующую субботу"

Глава медицинской службы "Байера" Карл-Хайнрих Диттмар высказался о возобновлении чемпионата Германии 9 мая.

"Я уверен, что мы в "Байере" будем замечательно готовы к задачам, которые требуется выполнить к генеральному собранию Немецкой футбольной лиги.

С медицинской точки зрения для нас бы не было проблем начать играть со следующей субботы.

Есть четкий гайдлайн от института Роберта Коха. Я полагаю, что в какой-то момент нам нужно будет изолировать только людей с симптомами, не отправлять каждого контактного на двухнедельный карантин. В любом случае у нас будут проблемы не только в долгосрочной перспективе, но и в целом в обществе. Нельзя играть в футбол на домашнем карантине.

Не думаю, что изоляция - это необходимая мера. Но если нужно продолжать игру, то нужно продумать все с точки зрения логистики. Время для возобновления чемпионата выбрано подходящее. Уверен, что у всех клубов первой и второй Бундеслиг не будет проблем", - сказал Диттмар.

Источник - Bild

<https://www.sports.ru/football/1085043620.html>

[В оглавление](#)

Электроника

РИА Новости, Москва, 24 апреля 2020 0:15, В России стартуют продажи бюджетного iPhone SE

Продажи iPhone SE второго поколения стартуют в пятницу в более чем 40 странах, включая Россию, где новинка будет стоить 39,9 тысячи рублей.

Apple 15 апреля представила iPhone SE второго поколения, который оснащен дисплеем Retina HD 4,7 дюйма с поддержкой технологии Touch ID, процессором A13 Bionic, который Apple называет самым быстрым процессором в iPhone. Новинка имеет улучшенную камеру с одним объективом, поддерживает беспроводную зарядку с помощью устройств стандарта Qi, а также возможность быстрой зарядки - до 50 процентов за 30 минут. В новинке реализована поддержка двух SIM-карт - обычной и eSIM. Гаджет представлен в трех цветах: черном, белом и красном - (Product) Red.

Продажи в России

Крупнейшие российские ритейлеры начнут продажи iPhone SE в пятницу утром, причем как в онлайн-магазинах, так и в салонах продаж, рассказали РИА Новости представители компаний.

"Группа "М.Видео-Эльдорадо", как официальный партнер Apple в России, начнет продажи новой линейки iPhone SE в день официального старта новинки в России - 24 апреля, в день старта продаж новые смартфоны будут доступны в большинстве городов присутствия. Новинки можно будет заказать онлайн - привезем с курьером или через службу такси или в ближайший магазин для самовывоза. Новые смартфоны также можно будет приобрести в магазинах, которые работают как салоны связи", - сказали в пресс-службе "М.Видео-Эльдорадо".

В пресс-службе "Связного" сообщили, что iPhone SE можно будет приобрести как в интернет-магазинах svyaznoy.ru и s-store.ru, так и в розничной сети компании. "Мегафон" в пятницу начнет продажи новых iPhone SE в интернет-магазине и в салонах связи в Москве, в других городах продажи начнутся в выходные и на следующей неделе. "Все новые модели будут доступны в интернет-магазине, где есть возможность бесконтактной доставки", - сказал генеральный директор "Мегафон Ритейл" Андрей Левыкин.

"Билайн" также 24 апреля начинает продажи iPhone SE во всех трех цветах. "Купить новинку можно будет в интернет-магазине "Билайн" с бесплатной доставкой. Также новинки будут доступны для покупки и в салонах связи "Билайн", - сказали в пресс-службе компании. Там добавили, что все розничные магазины "Билайн" оснащены разметкой о социальной дистанции, сотрудники обеспечены средствами защиты, на регулярной основе проводится санитарная обработка. Продажи стартуют и в рознице МТС, сказали в компании.

При этом re:Store будет продавать новинки только в онлайн-магазине, приобретенные смартфоны можно будет также забрать самостоятельно в одном из 16 пунктов самовывоза по всей стране.

Ожидания по спросу

В "Связном" уверены, что iPhone SE завоюет популярность у россиян, как и другая продукция Apple.

"Продукция Apple всегда пользуется высоким спросом, поэтому мы убеждены, что новинка обязательно найдет своих покупателей", - сказали в пресс-службе "Связного".

"По опыту прошлой модели можем сказать, что для нее характерен, скорее, протяженный во времени спрос, в отличие от взрывного спроса у флагманских моделей. Необходимо, чтобы прошло время, видеоблогеры выпустили свои обзоры и рецензии на модель, а пользователи внимательно изучили технические характеристики смартфона, сравнили с другими предложениями на рынке и приняли решение о покупке", - сказали в пресс-службе МТС.

<https://ria.ru/20200424/1570491861.html>

[В оглавление](#)

TJournal (tjournal.ru), Москва, 23 апреля 2020 16:21, Motorola представила флагман Edge Plus с характеристиками Galaxy S20 Ultra, но почти в половину дешевле конкурента

Новинка также получила 6,7-дюймовый экран, как у последних флагманов Samsung. Motorola представила флагман Edge Plus с процессором, камерой, батареей и экраном размером как у максимальной версии Samsung Galaxy S20 Ultra. При этом смартфон обойдется в 1000 долларов - на 400 долларов дешевле конкурента.

Edge Plus получил тройную заднюю камеру. Разрешение основного модуля составляет 108 МП, он способен группировать информацию с четырех пикселей в один 27-мегапиксельный снимок. Основная камера способна записывать видео в разрешении 6K. В Motorola утверждают, что сенсор в три раза крупнее 12-мегапиксельных вариантов в других смартфонах и улавливает больше света.

Помимо этого в смартфоне установлена телефото-линза на 8 МП с оптической стабилизацией и трехкратным оптическим зумом. Третьей камерой выступает сверхширокоугольная линза на 16 МП и

поддержкой макро-съемки. В смартфон также встроили отдельный ToF-сенсор глубины и фронтальную камеру с разрешением 25 МП.

Edge Plus работает на процессоре Snapdragon 865 - таком же, который Samsung использует в флагманах Galaxy S20 для американского рынка. Он получил батарею той же емкости, что и флагман Samsung - 5000 мА•ч и экран того же 6,7-дюймового размера.

Продажи Motorola Edge Plus стартуют в США в конце мая по цене от 1000 долларов (около 74 тысяч рублей), появится ли он в России - неизвестно. Стоимость Galaxy S20 Ultra в США составляет 1400 долларов, в российских магазинах он доступен от 99 тысяч рублей.

Технологии

<https://tjournal.ru/tech/161611-motorola-predstavila-flagman-edge-plus-s-harakteristikami-galaxy-s20-ultra-no-pochti-vpolovinu-desheвле-konkurenta>

[В оглавление](#)

Lenta.Ru, Москва, 22 апреля 2020 11:34, LG и Игорь Чапурин представили социальный проект #ДНКДОБРА

Сегодня мы каждый день становимся свидетелями настоящего подвига врачей, спасающих жизни, регулярных доноров, сдающих кровь в далеко непростой ситуации, волонтеров, поддерживающих тех, кто нуждается в помощи.

Компания LG, первый среди бизнес-сообщества партнер ФМБА России и Службы крови, хочет искренне поблагодарить доноров за одиннадцать совместных лет в этом благородном движении и 103 проведенных дня донора, причем последний из которых состоялся почти в конце февраля.

Совместно со всемирно известным российским дизайнером одежды, заслуженным художником Российской Федерации, Игорем Чапуриным в благодарность медицинскому сообществу и донорам, LG Electronics создает проект #ДНКДобра или коллаборацию LGXCHAPURIN. Совместно компания-волонтер и маэстро работают над созданием футболок, которые в 2020 году получают доноры всех добрых акций LG. Отличительной особенностью дизайна является не только бьющееся сердце, а, главное, отпечаток пальца. По задумке авторов отпечаток становится символом добра и надежды, и носит ДНК того самого коллективного донора, который спасает жизни, делая это безвозмездно и ведя за собой. Как отметил Игорь: "Это след добра, который человек привносит в жизнь и здоровье других людей".

Идея создания этого принта глубоко символична. Изначально изображение с отпечатком пальца была отличительной чертой летней коллекции Игоря Чапурина, являясь не просто "горошком", но неся в себя само ДНК бренда CHAPURIN - персональный вклад всей команды в создание новых модных моделей одежды, то есть отпечаток сотрудников команды и самого Игоря, чей отпечаток сопровождался подписью.

В рамках уникального проекта #ДНКдобра отпечаток Игоря, который сам неоднократно сдавал кровь, приобрел еще более глубокое значение, став отражением самой сути донорства - равнодушия людей, которые являются регулярными донорами и играют очень важную роль в жизни спасаемых ими людей, хотя, конечно, реципиент не знает своего спасителя. LG и Игорь Чапурин убеждены, что создание этой знаковой футболки-это и благодарность реципиентов донорам, безымянным людям, спасшим их. В результате коллаборации стало понятно, что проект нуждается в очень широком вовлечении и объединении друзей и послов бренда, чтобы донести бесценную миссию донорства до широкой аудитории.

Создавая этот проект, LG также думала об объединении поколений, всех тех, кто искренне может рассказать свою историю. Именно поэтому послами донорства и волонтерами в сети станут и очень молодые блогеры, и уже состоявшиеся в профессии друзья бренда в области искусства и культуры, люди, чьи имена ассоциируются с очень большими достижениями в творчестве и бизнесе. Это Стефания и Дмитрий Маликовы, Лиза Арзамасова, Елизавета Пескова, телеведущая и основатель агентства PR TREND Екатерина Одинцова с дочкой Диной Немцовой, телеведущая Юлия Барановская и ее сын Артем Аршавин, телеведущая Ольга Орлова, телеведущая Алеся Шикун, дизайнеры Алиса Толкачева и Джемал Махмудов, основательница портала о звездах PEOPLETALK Лаура Джугелия, стилист Дарья Трофимова и многие молодые блогеры как Саша Новиков, Арина Данилова, Анфиса Вистингаузен, Vasylya, Маша Элвис, Gesha, Мирон Борисов, Максим Епифанов*.

По мнению дизайнера Игоря Чапурина: "Если ты можешь помочь человеку, ты обязан это сделать. Даже незнакомые люди связаны, и донорство - отличный пример тому: ты искренне помогаешь

человеку, которого, кажется, даже не знаешь. Созданное нами #ДНКДобра - это выражение собственной, искренней позиции. Присоединившись к этому проекту, став донором крови, каждый оставит отпечаток в судьбе другого человека".

"Мы живем в непростое время. Но то, что остается неизменным - это искренняя забота и помощь другим. Наша коллаборация с Игорем Чапуриным - это благодарность тем, кто уже оставил свой уникальный отпечаток добра и поделился своим теплом. Ведь на самом деле, отдавая, мы так много получаем взамен", - прокомментировал Иль Хван Ли, Президент LG Electronics в России и странах СНГ. Игорь Чапурин - российский дизайнер одежды, эксперт моды, Заслуженный художник Российской Федерации за большой вклад в развитие отечественной культуры и искусства, многолетнюю плодотворную деятельность. Дом моды CHAPURIN стал первым российским fashion-брендом, показавшим свою коллекцию в рамках официального расписания парижской Недели pret-a-porter. Многогранность творчества Игоря охватывает не только дизайн одежды, но и ювелирных украшений, интерьера, костюмы для театра и кино.

Компания LG уже 11 лет реализует проект корпоративного волонтерства, став в 2009 г. первым среди бизнес-сообщества партнером Программы развития массового добровольного донорства крови и ее компонентов. По инициативе LG были реализованы такие проекты как #LGOгоньДобрыхДел в 2019 г, футбольные марафоны 2017-2018 гг., "Поезд инноваций и добрых дел", корабль "Технология добра", "Воздушный марафон добра", "70 лет Победы", а также "Космические инициативы добра" совместно с ОРКК. За эти годы к дням донора LG присоединились более 70 известных деятелей ТВ, искусства и культуры и спорта.

<https://lenta.ru/pressrelease/2020/04/21/lg/>

[В оглавление](#)

ТАСС, Москва, 21 апреля 2020 15:28, Apple объявила о начале работы своих сервисов еще в 20 странах

Компания Apple объявила о начале работы своих сервисов, включая App Store, Apple Arcade, Apple Music, Apple Podcasts и iCloud, еще в 20 странах. Об этом говорится в пресс-релизе корпорации, опубликованном во вторник на ее сайте.

"Мы рады предложить многие из самых любимых сервисов Apple пользователям в большем количестве стран, чем когда-либо прежде", - отметил вице-президент Apple Оливер Шуссер. "Мы надеемся, что наши клиенты смогут открыть для себя новые любимые приложения, игры, музыку и подкасты", - добавил он.

Теперь, как указывается в заявлении, сервисы Apple станут доступны еще в 20 странах Африки и Ближнего Востока (Демократическая Республика Конго, Замбия, Камерун, Кот-д'Ивуар, Ирак и др.), государствах Европы (Сербия, Черногория, Босния и Герцеговина и др.), странах АТР (Мальдивы и Мьянма) и Океании (Тонга, Вануату и др.). Кроме того, доступ к приложению Apple Music получат пользователи еще в 52 государствах. Среди них ряд стран Латинской Америки и Карибского бассейна (Ямайка, Багамские острова, Уругвай и др.), Европы (Хорватия, Исландия и Северная Македония), Африки и Ближнего Востока (Ангола, Мадагаскар, Намибия, Тунис и др.), а также АТР (Бутан) и Океании (Соломоновы острова).

Сервис App Store, доступный для клиентов в 175 странах и регионах, считается наиболее безопасным и динамичным магазином приложений, который каждую неделю посещают более полумиллиарда человек. Приложение Apple Arcade предлагает пользователям неограниченный доступ ко всему каталогу из более чем 100 эксклюзивных игр, которые можно воспроизводить на iPhone, iPad, iPod touch, Mac и Apple TV. Сервис Apple Music, предлагающий более 60 млн песен, отмечается в сообщении, теперь доступен пользователям в 167 странах и регионах. "Новые подписчики Apple Music в 52 различных странах могут пользоваться шестимесячной бесплатной пробной версией сервиса, а также локально подобранными плейлистами, включая Africa Now, Afrobeats Hits, Ghana Bounce и многое другое", - говорится в заявлении компании.

Сервис Apple Podcasts представляет собой крупнейший в мире каталог подкастов, в котором сейчас представлено более 1 млн файлов на более чем 100 языках. В свою очередь, iCloud обеспечивает пользователям безопасность и доступность личного контента на всех устройствах Apple, позволяя им хранить фотографии и другую важную информацию на протяжении всей жизни, а также легко обмениваться ей. Оба этих приложения, как указывается в документе, в данный момент доступны в 175 странах и регионах мира.

Основанная в 1976 году Apple производит смартфоны iPhone, планшетные компьютеры iPad, компьютеры iMac, ноутбуки MacBook, музыкальные плееры iPod и другую высокотехнологичную технику. Корпорация со штаб-квартирой в Купертино (штат Калифорния) является одной из крупнейших в мире.

<https://tass.ru/ekonomika/8295797>

[В оглавление](#)

Банки

Lenta.Ru, Москва, 20 апреля 2020 19:06, Платформа Сбербанк Вместе запустила акцию в честь Дня Победы

Сбербанк вместе со всей страной готовится к празднованию 75-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне. Вместе со своими дочерними компаниями он разработал целый ряд продуктов, сервисов и мероприятий, которые помогут всем россиянам оказать поддержку ветеранам Великой Отечественной Войны, почтить память своих родных и близких, не вернувшихся с полей сражений.

Благотворительная платформа Сбербанк Вместе и благотворительный фонд "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ" в честь празднования Дня Победы запустили совместную акцию. Когда весь мир встал на борьбу с коронавирусом, ветеранам приходится сложнее всего. Сегодня, когда передвижения пожилых людей вынужденно ограничены, им как никогда нужны дополнительное внимание и бережная поддержка волонтеров. И в то же время это не отменяет их потребности в специализированной медицинской помощи, дорогостоящих современных протезах, слуховых аппаратах и колясках.

Каждое пожертвование, сделанное клиентами банка в адрес Фонда "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ", удваивается Сбербанком. Все сборы пойдут на поддержку ветеранов Великой Отечественной войны. На сегодняшний день общая сумма взноса в Фонд составила уже более 15 млн рублей. Акция продолжает набирать обороты.

Принять участие в акции можно на сайте Сбербанк Вместе, узнать подробнее об отчетах, историях ветеранов и о тех, кому уже удалось помочь, можно на сайте Фонда "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ". В мобильном приложении Сбербанк Онлайн на Android появилась возможность удобно подключить регулярное пожертвование напрямую в Фонд "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ", чтобы вместе с Фондом оказывать ветеранам постоянную поддержку.

НПФ Сбербанка направит пожертвование в размере 5% от суммы первоначального взноса (но не более 100 руб.) по каждому договору Индивидуального пенсионного плана, который заключат клиенты фонда с 23 апреля по 30 мая на сайте Фонда или в Сбербанк Онлайн. Первоначальный взнос зачисляется на счет клиента в полном размере, НПФ Сбербанка делает пожертвование за счет собственных средств. "Сбербанк страхование жизни" и "Сбербанк страхование" перечислит в фонд пожертвования часть от суммы взноса с каждого договора страхования, заключенного в период с 20 апреля по 10 мая. Пожертвования будут сделаны за счет собственных средств страховых компаний.

В период с 20 апреля по 20 мая за любой перевод корпоративного клиента с бизнес-карт в мобильном приложении Сбербанк Бизнес Онлайн (онлайн-банк для юридических лиц) банк перечислит в Фонд 75 рублей из собственных средств. Для участия клиенту банка (юридическому лицу) необходимо только сделать перевод с бизнес-карты. Чем чаще клиент будет пользоваться переводами в период действия предложения, тем больше средств будет перечислено ветеранам.

Программа лояльности "Спасибо от Сбербанка" запускает бесплатную викторину "Военная история", посвященную 75-летию Победы в Великой Отечественной войне. Викторина доступна через Viber в специальном чат-боте "Спасибо". Полученные бонусы можно также потратить на доброе дело, в том числе на благотворительный взнос в Фонд "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ". В течение пяти недель (начиная с 6 апреля) участники отвечают на вопросы о событиях военных лет. Одна неделя - один год войны: люди, события, экономика. Ежедневно будут активироваться новые вопросы, за каждый правильный ответ участник викторины зарабатывает бонусы СПАСИБО, может отслеживать свои результаты (количество ответов и заработанных бонусов) в течение всей акции и делиться ими.

Проект "Банк памяти" Помимо заботы о тех, кто с нами, мы помним о тех, кто не вернулся к своим родным и близким. Сбербанк приглашает всех присоединиться к онлайн проекту "Банк памяти". Этот проект был создан для того, чтобы помочь каждому человеку сохранить и передать через поколения память о подвиге, который совершил член его семьи во время Великой Отечественной войны. Лента

героев позволяет увидеть путь своего ветерана, а также истории героев своих друзей. Благодаря синхронизации через социальные сети каждый авторизованный пользователь может узнать, с кем пересекались пути его близких в то непростое время. Узнать больше о проекте можно на сайте sber9may.ru.

Предложения компаний экосистемы Сбербанка. Маркетплейс Беру, сервис доставки еды из ресторанов Delivery Club, онлайн-кинотеатр Okko, сервис доставки товаров первой необходимости СберМаркет и сервис доставки посылок Сберлогистика будут распространять открытки и электронные письма с поздравлениями и предложением пожертвовать средства в Фонд "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ". Медицинский сервис DocDoc подарит 1000 ветеранам подписку "Активный возраст" и обеспечит всем людям старше 1945 года рождения скидку в размере 75% на годовую подписку "Все врачи онлайн", включающую в себя консультации врачей.

Станислав Кузнецов, заместитель Председателя Правления Сбербанка: "Мы чувствуем ответственность за помощь тем, кто прошел через все тяготы кровопролитной войны, кому мы обязаны своей жизнью и жизнью нашей страны. Для нас очень важно сохранить историческую память о Великой Победе, чтобы никто не был забыт и ничто не было забыто. К 75-летию Победы в Великой Отечественной войне Сбербанк подготовил целый комплекс мероприятий: благотворительные акции для оказания помощи ветеранам, образовательные активности, рассказывающие о великом подвиге русского народа, наши сервисы и проекты - для всех, кто гордится, помнит и чтит своих героев".

Екатерина Круглова, исполнительный директор Благотворительного фонда "ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ": "Этот год значим для каждого из нас - мы празднуем 75-летие Великой Победы: несмотря на вынужденные меры по самоизоляции, ветераны Великой Отечественной войны очень нуждаются в нашей поддержке. Мы рады, что благодаря сотрудничеству со Сбербанком мы сможем оказать им большой объем медицинской помощи - для нас это важно, особенно в столь нелегкое для каждого человека время. Принимая участие в совместных благотворительных акциях Фонда и Сбербанка, вы благодарите тех, кто прошел через страшные события 40-х ради нашей с вами мирной жизни, не только словом, но и делом - давайте вместе поможем ветеранам и подарим им праздник".

https://lenta.ru/pressrelease/2020/04/20/sber_bлаго/

[В оглавление](#)

РИА Новости, Москва, 20 апреля 2020 10:09, ВТБ начал выдачу кредитов компаниям среднего бизнеса для выплаты зарплаты

ВТБ начал выдачу кредитов компаниям среднего бизнеса для выплаты зарплаты сотрудникам, и в первый же день их объем достиг 2 миллиардов рублей, сообщила пресс-служба банка в понедельник.

Ранее Банк России сообщал, что направит до 150 миллиардов рублей на поддержку кредитования банками субъектов малого и среднего бизнеса для бесперебойной выплаты ими зарплат сотрудникам, а премьер-министр РФ Михаил Мишустин в минувший четверг призвал банки как можно быстрее включиться в программу выдачи беспроцентных кредитов малому и среднему бизнесу.

"В рамках поддержки малого и микробизнеса ВТБ уже принял более 1,6 тысячи заявок на сумму более 4 миллиардов рублей. Сейчас к работе в этом направлении мы приступили и с клиентами из среднего бизнеса. В нынешних условиях им также крайне важна финансовая поддержка. Только за первый день сумма проведенных сделок составила 2 миллиардов рублей", - отметил заместитель президента - председателя правления ВТБ Денис Бортников, чей комментарий приводит пресс-служба.

Первые кредиты предоставлены в том числе представителям розничной торговли непродовольственными товарами - еще одной отрасли, внесенной в расширенный правительством РФ перечень пострадавших в результате пандемии коронавируса. Среди этих компаний - сеть обувных магазинов "Эконика", сеть одежды и аксессуаров Zolla, дистрибьютор одежды и аксессуаров "ДжамильКо". Поддержку получила также сеть ресторанов "Теремок" и представители других пострадавших сфер экономики, уточняет банк.

ВТБ предоставляет предприятиям кредиты на выплату зарплаты на срок от шести до 12 месяцев. При этом на первые полгода ставка нулевая, на оставшийся период - 4% годовых.

<https://ria.ru/20200420/1570283141.html>

[В оглавление](#)

РБК (rbc.ru), Москва, 21 апреля 2020 15:47, Экономисты Альфа-банка оценили прямую поддержку экономики в 0,3% ВВП

Прямая поддержка экономике из всей антикризисной программы правительства равна 0,3% ВВП (340 млрд руб.), оценили аналитики Альфа-банка. Похоже, власти намерены выделять помощь как можно более экономно, констатируют они

Оценки пакета финансовой помощи правительства варьируются от 1,8 до 2,8% ВВП, однако прямые меры поддержки экономики составляют всего 0,3% ВВП, пишут экономисты Центра макроэкономического анализа Альфа-банка Наталия Орлова и Анна Киюцевская в обзоре "Карантин в России. Итоги первых трех недель" (есть у РБК).

Министр экономического развития Максим Решетников оценил общий объем антикризисной программы правительства на уровне 1,8% ВВП (примерно 2 трлн руб.);

Минфин, в свою очередь, называет объем финансовых ресурсов, направленных на борьбу с коронавирусом и его экономическими последствиями, 2,8% ВВП (около 3,1 трлн руб.) и считает, что в сочетании с финансированием дефицита бюджета из Фонда национального благосостояния поддержка может составить 6,5% ВВП (порядка 7,2 трлн руб.);

Но из всех антикризисных мер, объявленных правительством, на прямую поддержку приходится лишь небольшая часть - около 0,3% ВВП, тогда как остальная часть анонсированного пакета помощи - это кредитные каникулы, налоговые отсрочки и госгарантии для пострадавших отраслей экономики, следует из оценок аналитиков Альфа-банка. "Складывается впечатление, что правительство намерено подходить к вопросу выделения помощи как можно более экономно", - отмечают они.

Мер прямой поддержки недостаточно

К прямым мерам поддержки из всей антикризисной программы властей, по мнению экономистов Альфа-банка, можно отнести выплаты 3 тыс. руб. безработным родителям на детей до трех лет (дополнительные расходы составят 20 млрд руб), повышение пособия по безработице с 8 тыс. руб. до уровня МРОТ - 12,13 тыс. руб. (15 млрд руб.), а также поддержку авиационного сектора (23 млрд руб.), безвозмездные субсидии малому и среднему бизнесу на выплату зарплат в расчете МРОТ на одного сотрудника (80 млрд руб.), а также поддержка регионов, включая отсрочки по выплате или реструктуризации бюджетных кредитов, прямую помощь на сбалансированность (200 млрд руб). Общая сумма прямой поддержки оценивается в 340 млрд руб., или 0,3% ВВП, следует из расчетов аналитиков.

В остальном антикризисные меры правительства состоят не из новых расходов: это отсрочка уплаты налогов (кроме НДС), кредитных и арендных платежей, снижение страховых взносов с 30 до 15% для малого и среднего бизнеса, госгарантии по кредитам для компаний, льготные кредиты системообразующим предприятиям на пополнение оборотного капитала, расширение программы рефинансирования банков для кредитования МСП.

Правительство плохо уживается с идеей прямой раздачи денег населению и малым предприятиям, власти предпочитают меры косвенной поддержки, при этом ограничивая их перечнем пострадавших отраслей, которые они сами выбрали, отмечает руководитель направления фискальной политики Экономической экспертной группы Александра Суслина. "Есть глобальное непонимание природы пандемического кризиса", - считает она. Логика господдержки состоит в помощи отдельным отраслям и системно значимым предприятиям, в то время как сейчас стоит вопрос о выживании трудовых ресурсов. "Поддержка населения, их доходов, малого бизнеса - это поддержка трудовых ресурсов экономики. Здоровье трудового ресурса и человеческого капитала должно быть первостепенным", - добавила Суслина. "Государство привыкло брать, но не привыкло раздавать. Но если сейчас активно не помогать компаниям сохранять фонды и рабочие места, впоследствии восстановление экономики будет идти крайне медленно и очень трудно", - подчеркивал профессор Высшей школы экономики Олег Вьюгин.

Российские экономисты сходятся в том, что объемы антикризисной поддержки экономики нужно довести до 4-6% ВВП в консервативном сценарии или 8-10% в радикальном. В эти суммы не включаются недополученные нефтегазовые доходы, замещаемые из ФНБ. Профессор экономики парижской Sciences Po Сергей Гуриев предлагает осуществить помощь населению тремя способами - прямыми выплатами гражданам, субсидиями на оплату ЖКХ и дополнительными выплатами пенсий. Кроме того, малому бизнесу должны быть предоставлены безвозвратные субсидии на выплату зарплаты и аренды. За два-три месяца карантина на все меры необходимо будет потратить 6-10 трлн руб. - "такие суммы Россия может себе позволить", считает он.

В 2008 году Россия направила на борьбу с кризисом примерно 40% из средств Стабилизационного фонда объемом \$250 млрд и была в числе стран, предоставивших самые крупные пакеты поддержки,

выделив в рамках различных программ 5,2% ВВП, напоминают аналитики Альфа-банка. "Сейчас размер объявленных стимулов не впечатляет", - говорится в их обзоре.

Пакет поддержки российского правительства 2020 года ниже уровня других стран. США предоставили экономике примерно 11% ВВП в рамках различных пакетов помощи, Бразилия - 6% ВВП, антикризисная программа Германии эквивалентна 4,9% ВВП, Чили - 4,7%, Саудовской Аравии - 2,7%, пишут эксперты Альфа-банка. Поскольку финансовая поддержка российского правительства в размере 2-3% ВВП воспринята как недостаточная, МВФ прогнозирует спад российского ВВП на 5,5% в 2020 году при снижении мирового ВВП на 3%.

Цена карантина для экономики

Условия частичного карантина, введенного в России с 25 марта (закрытие ресторанов, непродовольственных торговых сетей, развлекательных учреждений и турфирм) и расширенного с 15 апреля (ограничения для строительного сектора), приведут к спаду выпуска на 60% в сфере торговли, недвижимости, транспорта, строительства, сектора услуг, предполагают экономисты. В таком случае режим частичного карантина обойдется России в 0,3% годового ВВП в неделю.

Если карантин будет ужесточен, то провал выпуска указанных отраслей может достигнуть 80%, а потери еженедельные потери составят 0,5% годового ВВП. Месяц жесткого карантина обойдется экономике в 2% годового ВВП, подводят итог Орлова и Ключевская. Аналитики ожидают падения российского ВВП на 6% во втором квартале, включая сокращение ВВП на 20% в апреле в годовом выражении.

Кроме того, эксперты проанализировали динамику потребления россиян через данные о расходах по банковским картам. Объем номинальных расходов в среднем снизился на 30% в первой половине апреля в сравнении с аналогичным периодом в марте, в том числе на 70% в сегментах, особенно сильно пострадавших от введения карантинных мер (рестораны, транспорт), пишут аналитики Альфа-банка. Незначительное снижение на 10-20% произошло в части расходов на товары первой необходимости (продукты питания и напитки), и спад на 30% - по товарам не первой необходимости (корм домашних животных, ремонт автомобилей и хозтовары). Масштаб снижения потребления примерно эквивалентен снижению ВВП на 15% за апрель в годовом выражении.

<https://www.rbc.ru/economics/21/04/2020/5e9eb37e9a794757971d5591>

[В оглавление](#)

Инновации в отрасли

ТАСС, Москва, 22 апреля 2020 17:04, Альфа-банк и S7 Group начнут IT-разработки в особой экономической зоне "Иннополис"

Альфа-банк займется развитием своей цифровой платформы, а S7 TechLab будет вести разработку блокчейн-платформы

Компании "Альфа-банк" и S7 TechLab (входит в холдинг S7 Group) стали партнерами особой экономической зоны (ОЭЗ) "Иннополис", они займутся разработкой программного обеспечения и инновационных блокчейн-решений. Среди новых партнеров также компании "РСХБ-Интех" и "Акронис-Инфозащита", сообщила журналистам по итогам заседания наблюдательного совета ОЭЗ ее пресс-служба.

"На заседании Наблюдательного совета были одобрены проекты 4 новых партнеров ОЭЗ "Иннополис". Это Альфа-банк (разработка программного обеспечения), S7 TechLab (разработка инновационных блокчейн-решений для оптимизации и цифровой трансформации бизнес-процессов), "РСХБ-Интех" (разработка технологических решений для автоматизации деятельности Россельхозбанка), а также "Акронис-Инфозащита" (доработка решений для резервного копирования и защиты данных на основе технологии искусственного интеллекта)", - говорится в сообщении пресс-службы.

Альфа-банк на площадке ОЭЗ займется развитием своей цифровой платформы. Компания планирует внедрить международные переводы через систему Swift, управление в мобильном приложении привязанными картами к интернет-магазинам (Amazon, Aliexpress и др.); сервисы обмена валюты по лучшему биржевому курсу, проактивное информирование клиентов о курсах обмена при оплате по банковским картам во время зарубежных поездок и др.

S7 TechLab будет вести разработку блокчейн-платформы B2B-взаиморасчетов для разных отраслей. Филиал в Иннополисе будет работать над модернизацией и масштабированием блокчейн-платформы S7 Airlines и Альфа-банка, которая уже несколько лет успешно используется в работе с агентской сетью

авиакомпаниями. В 2020 году планируется увеличить оборот платформы за счет интеграции с другими крупными банками и внедрения платформы в другие коммерческие индустрии. Например, решение может применяться компаниями из индустрий туризма, страхования, B2B-торговли, логистики.

Другие резиденты

Резидентами Иннополиса также стали восемь новых компаний. Так, "Оргнефтехим АйТи" займется разработкой программного комплекса для проектирования и эксплуатации крупных промышленных объектов и объектов коммунального хозяйства. Компания "Инностейдж Центр Разработок" займется разработкой автоматизированной системы по мониторингу физической безопасности объектов. Компания "Умная корова" презентовала проект автоматизированной информационной системы по управлению молочно-товарной фермой. Проект компании "Эвотэк-Мирай Геномикс", реализуемый при поддержке Российского фонда прямых инвестиций, предполагает разработку продукции для генетической диагностики коронавирусной инфекции методом изотермальной молекулярной диагностики SmartAmp

Восемь новых компаний-резидентов и четыре компании-партнера создает 370 новых рабочих мест. Заявленный объем инвестиций - 7,7 млрд рублей. Без учета новых компаний, на территории ОЭЗ "Иннополис" осуществляют деятельность 89 компаний-резидентов с общим заявленным объемом инвестиций - 25,7 млрд. руб.

Об Иннополисе

Иннополис - город в Татарстане, был заложен в 2012 году и открыт в 2015 году. В 2012 году постановлением правительства РФ в нем была создана ОЭЗ, экономика города основана на высокотехнологичных индустриях. В Иннополисе создана собственная городская среда с жилой инфраструктурой, возможностями для образования и профессионального развития. Власти Татарстана развивают Иннополис как центр притяжения IT-компаний.

<https://tass.ru/ekonomika/8307781>

[В оглавление](#)

НОВОСТИ RETAIL

X5 Retail Group

ПРАЙМ, Москва, 24 апреля 2020 10:14, X5 в I квартале снизила чистую прибыль по МСФО на 12%

Компания X5 Retail Group, управляющая сетями "Пятерочка", "Перекресток" и "Карусель", в первом квартале 2020 года снизила чистую прибыль по МСФО на 12,1% - до 8,175 миллиарда рублей (по стандарту IAS 17), говорится в сообщении компании.

Показатель EBITDA компании в январе-марте увеличился на 12% - до 32,485 миллиарда рублей, выручка - на 15,6%, до 468,994 миллиарда рублей. Скорректированная EBITDA (без учета расходов, связанных с программой долгосрочного премирования менеджмента, выплат на основе акций и прочих разовых вознаграждений) повысилась на 11,9%, составив 32,98 миллиарда рублей.

X5 Retail Group - крупнейший по объему выручки российский ритейлер. Количество магазинов компании на конец марта достигло 16 658. Выручка X5 в 2019 году увеличилась на 13,2% - до 1,734 триллиона рублей, EBITDA по МСФО - на 13,9%, до 122,585 миллиарда рублей. Основным акционером X5 является CTF Holdings S.A., который входит в консорциум "Альфа-групп" (47,86% акций компании), free float составляет 40,62%.

Рентабельность по EBITDA ритейлера в первом квартале составила 6,9% против 7,1% годом ранее. Валовая прибыль увеличилась на 13,6% - до 114,2 миллиарда рублей, валовая рентабельность снизилась до 24,3% с 24,8% в январе-марте 2019 года.

X5 отмечает, что снижение произошло "в основном в результате таргетированных инвестиций в цены в январе-феврале и увеличения затрат на логистику в марте в связи с предпринятыми мерами по обеспечению бесперебойной работы цепочки поставок в условиях значительного роста спроса в связи с распространением COVID-19".

Согласно стандарту МСФО 16 (заменил собой IAS 17), чистая прибыль X5 в первом квартале уменьшилась в 2,1 раза и составила 4,001 миллиарда рублей, EBITDA выросла на 11,9% - до 56,272 миллиарда рублей, скорректированная EBITDA - на 11,8%, до 56,767 миллиарда. Рентабельность по

EBITDA составила 12% против 12,4% в первом квартале прошлого года. Валовая прибыль выросла на 13,5% - до 115,936 миллиарда рублей, валовая рентабельность уменьшилась до 24,7% с 25,2%.

Общий долг Х5 на 31 марта 2020 года составил 198,632 миллиарда рублей, снизившись по сравнению с показателем на конец года на 12,9%. Чистый долг (по IAS 17) уменьшился на 10,8% - до 186,76 миллиарда рублей. Отношение чистого долга к EBITDA составило 1,48х против 1,71х на конец 2019 года.

Х5 Retail Group - крупнейший по объему выручки российский ритейлер. Количество магазинов компании на конец марта достигло 16 658. Выручка Х5 в 2019 году увеличилась на 13,2% - до 1,734 триллиона рублей, EBITDA по МСФО - на 13,9%, до 122,585 миллиарда рублей. Основным акционером Х5 является CTF Holdings S.A., который входит в консорциум "Альфа-групп" (47,86% акций компании), free float составляет 40,62%.

Х5 Retail Group

Х5 Retail Group

<https://1prime.ru/business/20200424/831324452.html>

[В оглавление](#)

Перекресток

ТАСС, Москва, 21 апреля 2020 11:32, Х5 Retail Group запустила в Москве экспресс-доставку "Перекресток.Быстро"

Товары собирают непосредственно в магазине, что позволяет покупателю получить необходимое в течение 1-2 часов. Х5 Retail Group из-за коронавируса приняла решение об ускоренном запуске в Москве экспресс-доставки "Перекресток.Быстро", говорится в сообщении компании.

"Х5 Retail Group объявляет о запуске пилота быстрой доставки из московских супермаркетов торговой сети "Перекресток". Сборка происходит непосредственно в магазине, что позволяет покупателю получить необходимые товары в течение 1-2 часов", - говорится в сообщении.

"Мы приняли решение об ускоренном запуске пилота по экспресс-доставке из супермаркетов "Перекресток", чтобы возможности сервиса помогли нашим покупателям справиться с непростой ситуацией, которая разворачивается сейчас по всему миру. Наша модель дистанционной доставки из магазина позволяет подключать к этому сервису все больше торговых точек с минимальным уровнем капитальных затрат", - отметил главный исполнительный директор Х5 Retail Group Игорь Шехтерман. Пилот проходит на базе девяти московских супермаркетов "Перекресток", доступен жителям Северного, Северо-Восточного, Южного и Юго-Западного направлений Москвы. В мае сервис охватит всю Москву, а до конца года выйдет в другие города.

На 31 марта 2020 г. под управлением Х5 находились 16 тыс. 658 магазинов (15 тыс. 739 магазинов "Пятерочка", 846 супермаркетов "Перекресток" и 73 гипермаркета "Карусель").

<https://tass.ru/ekonomika/8293059>

[В оглавление](#)

Пятерочка**Коммерсантъ, Москва, 22 апреля 2020 6:00, Каршеринг припарковался у "Пятерочки"**

Сервисы краткосрочной аренды автомобилей занялись доставкой. Каршеринговые сервисы нашли способ не простаивать во время запрета на их работу. "Делимобиль" переориентировался на доставку продуктов из "Пятерочки", а YouDrive запустил доставку посылок между физическими лицами и работает с микробизнесом.

Это поможет отрасли снизить убытки, оцениваемые в сотни миллионов рублей в месяц, а в перспективе ускорит консолидацию рынка, так как преимущество получают компании, имеющие крупных партнеров и инвесторов, полагают эксперты.

Сервис "Делимобиль" предложил бизнесу свой автопарк для доставки заказов из магазинов, первым клиентом стал сервис экспресс-доставки из магазинов "Пятерочка" (входит в X5 Retail Group), рассказали "Ъ" представители сторон. В рамках предложения "Делимобиль" выделит автомобили с закрепленными водителями-курьерами. Сотрудничество предусмотрено только с юридическими лицами, минимальная стоимость услуги - 2,5 тыс. руб. в день. Обучение курьеров, парковку, бензин и обслуживание автомобилей компания берет на себя, а автомобили, задействованные в доставке, будут доступны только назначенным курьерам. По словам директора по цифровым дистанционным сервисам X5 Retail Group Владимира Холязникова, на прошлой неделе сервис "Пятерочки" доставлял в Москве более 10 тыс. заказов в день - в 17 раз больше, чем в феврале.

С 13 апреля и до конца месяца в Москве и Санкт-Петербурге действует запрет на аренду автомобилей в каршеринговых сервисах. Собеседник "Ъ" на рынке каршеринга оценивает недополученную выручку от месячного простоя крупного каршерингового сервиса в Москве в 500- 700 млн руб. без учета лизинговых платежей и других расходов.

На время запрета доставкой занялся и сервис YouDrive (входит в совместное предприятие Сбербанк и Mail.ru Group). Он запустил доставку между физическими лицами стоимостью 200 руб. и сотрудничает с микробизнесом. Услуги доставки со стороны каршеринговых сервисов указ мэра не нарушают, сообщили "Ъ" в пресс-службе департамента транспорта Москвы. Доставку между физическими лицами и из магазинов реализуют и сервисы такси - "Яндекс.Такси", "Ситимобил" и Gett.

Крупнейшие в России каршеринговые сервисы - "Яндекс.Драйв" (20 тыс. автомобилей), "Делимобиль" (13 тыс.), BelkaCar (5 тыс.) и

YouDrive (4 тыс.). Их инициативы, связанные с доставкой, направлены на минимизацию убытков, но в дальнейшем вряд ли компании будут фокусироваться на этом сегменте, уверен аналитик "ВТБ Капитал" Владимир Беспалов. Директор отдела инвестиций и рынков капитала КПМГ в России и СНГ Алексей Богданов согласен, что доставка поможет каршеринговым компаниям уменьшить убыток, причем наибольшее конкурентное преимущество получают сервисы, "максимально интегрированные в экосистемы" и имеющие доступ к финансированию и инвестициям акционеров. "Во всех сферах жизни, в том числе и на рынке каршеринга, станет больше "Яндекса", Mail.ru Group, Сбербанк, Google, но меньше независимых игроков", - соглашается аналитик "Финама" Леонид Делицын.

Другие аналитики также уверены, что пандемия подтолкнет консолидацию рынка каршеринга.

Алексей Богданов указывает на возможное падение спроса на эту услугу из-за снижения доходов населения. "Учитывая не самые лучшие финансовые показатели многих каршеринговых сервисов еще до кризиса, возможности привлечь пользователей снижением цены ограничены", - отмечает он. В перспективе, по мнению аналитика, возможно изменение условий аренды, в частности, увеличение минимального срока бронирования автомобиля вплоть до одного дня и его доступность только после проведения полной дезинфекции салона.

1 миллион человек составила аудитория каршеринговых сервисов в Москве к февралю 2020 года (данные департамента транспорта)

<https://www.kommersant.ru/doc/4327725>

[В оглавление](#)

РИАМО (riamo.ru), Красногорск, 24 апреля 2020 18:526 "Пятерочка" активно поддерживает продуктами медиков-борцов с коронавирусом

Торговая сеть "Пятерочка" оказывает продуктовую помощь сотрудникам порядка 70 медицинских учреждений в 29 субъектах России, которые ведут борьбу с коронавирусом, говорится в сообщении пресс-службы ритейлера.

"Пятерочка" доставляет бесплатные наборы для перекуса в больницы и лаборатории, которые проводят исследования по Covid-19. Общий вес собранных продуктов превысил 600 килограммов. В состав наборов входят чай, кофе, сахар и различные кондитерские изделия.

"Наборы для перекуса торговая сеть будет каждую неделю до конца мая направлять для поддержки медицинских работников в период повышенной нагрузки. Доставку в каждое учреждение осуществляют волонтеры фонда "Русь" и партнеры торговой сети с соблюдением всех мер безопасности", - говорится в сообщении.

17 апреля "Пятерочка" передала первые наборы для перекуса сотрудникам девяти столичных лабораторий, проводящих исследования на коронавирусную инфекцию. Чай, кофе и кондитерские изделия получили более 400 врачей ЦНИИ эпидемиологии Роспотребнадзора, ГБУЗ "Диагностический клинический центр №1 ДЗМ", ГБУЗ "Диагностический центр лабораторных исследований ДЗМ", ГБУЗ "НИИ скорой помощи имени Н. В. Склифосовского ДЗМ" и других лабораторий.

"Пятерочка" реализует различные социальные инициативы, чтобы поддержать граждан в сложившейся непростой ситуации. Так, в торговой сети действуют специальные часы для посещения магазинов пожилыми людьми. Для волонтеров и соцработников в магазинах действуют скидки, кроме того, в Москве для пенсионеров организована бесплатная горячая линия для заказа продуктов и лекарств в рамках проекта "Мы вместе".

<https://riamo.ru/article/426449/pyatyorochka-aktivno-podderzhivaet-produktami-medikov-bortsov-s-koronavirusom.xl>

[В оглавление](#)

Ашан**Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 22 апреля 2020 13:44, Ашан Ритейл Россия поддержит медработников и группы риска**

В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой во всех городах присутствия компании организована помощь медицинскому персоналу. Форма предоставления зависит от потребностей региона.

Гипермаркеты Омска, Тюмени, Челябинска, Магнитогорска, Барнаула, Новосибирска, Волгограда, Краснодар, Ульяновска. Казани, Нижнего Новгорода, Саратова, Перми и Уфы уже оказали первую помощь медицинским учреждениям. Исходя из пожеланий персонала сотрудники магазинов передали фруктовые корзины, завтраки с горячими напитками и свежей выпечкой, воду, а также средства для дезинфекции в больницы, где проходит лечение пациентов с коронавирусом, а также на станции скорой помощи.

Гипермаркеты планируют поддерживать медицинские учреждения до конца режима самоизоляции. Магазины сети активно сотрудничают с волонтерскими организациями и передают продукты пенсионерам, инвалидам и малообеспеченным семьям, которые в связи со сложившейся ситуацией не имеют возможности приобрести их самостоятельно. В продуктовый набор входят крупы, макароны, консервы, растительное масло, соль, сахар, бытовая химия.

Так, например, в Волгоградской области планируется охватить 30 000 человек. "Мы считаем необходимым в этот непростой период оказывать поддержку медицинским работникам, которые оказались на передовой в борьбе с COVID-19, а также людям в группе риска. В большей степени мы сосредоточились на регионах нашей страны, где требуется помощь. Мы точно подошли к каждому городу, обзвонили учреждения и собрали пожелания работников", - прокомментировала Директор по коммуникациям и КСО АШАН Ритейл Россия Наталья Рычкова.

Магазины Москвы и Московской области также подключились к помощи медицинским учреждениям. Продуктовые наборы уже переданы на станцию скорой и неотложной помощи им. А.С. Пучкова, подстанцию скорой помощи №38, в больницу №5 им.Филатова. Дополнительно отмечаем, что магазины АШАН продолжают работать в штатном режиме. Для клиентов созданы максимально комфортные и безопасные условия для совершения покупок.

АШАН Краснодар.jpeg

<https://www.retail-loyalty.org/news/ashan-riteyl-rossiya-podderzhit-medrabotnikov-i-gruppy-riska/>

[В оглавление](#)

Магнит

CNews.ru, Москва, 23 апреля 2020 11:09, "Магнит" перешел на обновленную Oracle Exadata для аналитической обработки больших данных

Розничная сеть "Магнит" перешла на модернизированную площадку аналитической обработки больших данных, ядром которой являются технологии Oracle. Платформа аккумулирует информацию о более чем 20 тыс. магазинах разных форматов компании, а также о поведении покупателей в рамках программы лояльности, сведения из клиентских приложений и колл-центра, распределительных центров и другие.

Новые технологии позволят "Магниту" начать персонифицированную коммуникацию с покупателями, а также оптимизировать ключевые бизнес-функции с использованием продвинутой аналитики и больших данных.

Обновление платформы включало запуск компонентов для работы с большими объемами данных, использования продвинутой аналитики и машинного обучения, а также ускорения захвата и транспортировки информации от систем-источников.

Теперь аналитические массивы покупательских данных "Магнита" дополняет кластер серверов с графическими процессорами для выполнения "тяжелых" вычислений, таких как алгоритмы на нейронных сетях. Ускорение доставки информации до аналитической платформы обеспечивается хабом данных, построенным на оптимизированном программно-аппаратном комплексе Oracle Exadata, технологиях Oracle Database и Oracle GoldenGate. Хаб с использованием событийной модели будет захватывать сведения от всех систем источников, выполнять проверки качества информации, и предоставлять консолидированные данные с минимальной задержкой пользователям. Это позволит использовать данные в режиме близком к реальному времени. С платформой будут работать около 200 аналитиков компании.

Модернизированная платформа позволит в разы увеличить скорость создания аналитических продуктов, оперативно масштабировать уже готовые решения, такие как новый промопрогноз, управление доступностью товара на полке, проекты по аналитике категорийного менеджмента и цепочек поставок, а также обогащать клиентский профиль и улучшать персональные предложения. В реализации проекта использовались технологии Nvidia и Hadoop.

"Магнит" завершил масштабирование программы лояльности в середине февраля текущего года. Сегодня ее активными участниками являются 30 млн человек. Компания уже накопила и проанализировала объем данных о значительной части покупателей, которого достаточно для перехода к адресной цифровой маркетинговой активности. "Магнит" стремится сделать процесс сбора сведений и аналитики "сквозным", начиная от выявления предпочтений и заканчивая реакцией покупателей на предложения. Например, компания уже может отслеживать "переключения" клиентов на другие товары, если нужного на полке не оказалось, и в перспективе будет информировать покупателей о поступлении необходимой продукции.

Кроме анализа поведения клиентов, "Магнит" будет активно использовать новую платформу для прогнозирования промоактивностей, оптимизации категорийного менеджмента, ценообразования. Также розничная сеть продолжит реализацию проекта "Эффективный мерчендайзинг", в рамках которого создаются алгоритмы оценки вероятности отсутствия товаров на полке, определения виртуального остатка продукции на складе и выявления других причин аномалий в продажах. Компания уже делится этой аналитикой с поставщиками, что приводит к росту совместных продаж.

"Новая платформа обработки данных, запущенная на Oracle Exadata, стала своевременным шагом и позволит нам оперативно развернуть уже существующие аналитические продукты, а также ускорить разработку новых. Все это поддержит дальнейшее развитие компании в сторону клиентоориентированности и повышения эффективности бизнес-процессов с использованием продвинутой аналитики и больших данных", - сказал директор департамента аналитики и управления данными розничной сети "Магнит" Артем Алексеев.

"Мы приветствуем "Магнит" в числе наиболее инновационных компаний, стремящихся принимать решения на основе данных. Оптимизированные программно-аппаратные комплексы Oracle Exadata и

Oracle Big Data Appliance обеспечивают выход на новый уровень производительности и обработки данных, - отметил Алексей Курочка, директор Oracle Systems в России и СНГ. - Мы уверены, что передовые подходы компании к работе с большими данными позволят крупнейшей розничной сети достигать бизнес-целей и повышать лояльность покупателей".

https://www.cnews.ru/news/line/2020-04-23_magnit_pereshel_na_obnovlennuyu

[В оглавление](#)

Spar

Shop And Mall (shopandmall.ru), Москва, 22 апреля 2020 18:51, Супермаркет EUROSPAR станет флагманом обновления и реконцепции ТЦ FRANT

Супермаркет EUROSPAR разместится на цокольном этаже торгового центра и станет флагманом обновления и реконцепции объекта.

Торговый центр Frant, общей площадью 36 000 кв.м, арендопригодной 28 000 кв. метров расположен на ул. Юлиуса Фучика, 90 в Советском районе г. Казани. ТЦ открыт в 2010 году. Якорные арендаторы объекта: Л'Этуаль, Дочки-Сыночки, Zolla, Adidas, Kari. В торговом центре также работает самый большой фитнес клуб Казани - Akimbo. Это очень устойчивый и популярный районный торговый центр, посещаемость которого составляет, по оценке консультантов, порядка 12-15 тысяч человек в день.

Объект имеет уникальную локацию в центре густонаселенного района, только в первичной зоне (до 15 минут пешей доступности) объекта проживает 50 тыс. человек, что является очень хорошим показателем. Несмотря на высокую конкуренцию со стороны ТРЦ Мега и Южный, за счет новой профессиональной концепции и уникальных форматов, у ТЦ Frant отличные перспективы.

Выбор якорного арендатора обоснован особенностями формата - супермаркет EUROSPAR в структуре своего ассортимента представляет большой выбор кулинарии, готовой еды и включает Spar Cafe. Все это наиболее четко акцентирует концепцию торгового центра Frant как качественного районного семейного центра. Супермаркет EUROSPAR значительно увеличит как лояльность аудитории, так и частоту посещения объекта.

Гипермаркет Карусель занимал площадь 5 893 кв. метров и был закрыт в соответствии с политикой компании X5 Retail Group из-за сложностей с развитием формата и системным кризисом гипермаркетов в России.

EUROSPAR займет площадь 2 860 метров. Открытие магазина состоится летом 2020 года. Это будет пятый по счету в Казани SPAR и второй EUROSPAR в городе самого крупного в России франчайзингового партнера сети SPAR - компании "Спар Миддл Волга", также успешно развивающей проекты в Нижнем Новгороде, Москве, Пензе, Йошкар-Оле, Чебоксарах, Владимире.

Сделку сопровождала Компания IDEM - эксклюзивный консультант проекта.

https://shopandmall.ru/news/supermarket_eurospar_stanet_flagmanom_obnovleniya_i_rekonceptcii_tc_frant

[В оглавление](#)

М.Видео

ИА Regnum, Москва, 20 апреля 2020 9:00, Сеть "М.Видео" организовала бесплатную бесконтактную доставку товаров

Бесплатную бесконтактную доставку в период действия мер по самоизоляции из-за распространения коронавируса организовала одна из крупнейших розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники "М.Видео". Об этом сообщила пресс-служба компании.

В пресс-службе розничной сети уточнили, что бесплатная доставка распространяется на доставку любых заказов, стоимость которых превышает 2990 рублей.

Дополнительно компания простимулирует минимизацию нежелательных контактов в период действия режима самоизоляции. К бесплатной доставке клиенты получают скидку 5% при оплате товаров на сайте. История вопроса

В России ужесточаются меры по противодействию распространению коронавируса - регионы переходят на режим самоизоляции, внедряют системы контроля передвижения граждан с использованием спецпропусков и QR-кодов, необходимых для выхода на улицу.

Отдельные регионы демонстрируют изоляционистские приемы борьбы с заразой - так, в Бурятии районные власти перекрывают дороги, а в Чечне планируют полностью закрыть границы для въезда и выезда. В ряде регионов России ограничена продажа алкоголя.

<https://regnum.ru/news/2922123.html>

[В оглавление](#)

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 23 апреля 2020 15:39, Мобильное приложение "М.Видео" в апреле показало рекорд пользовательской активности

Группа "М.Видео-Эльдорадо", входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает о рекордном росте популярности мобильного приложения "М.Видео" - за первые две недели апреля число установок выросло в семь раз по сравнению с прошлым годом, Приложение вошло в топ-10 самых популярных категории "Покупки" в AppStore и топ рекомендуемых в Google Play.

За первые две недели апреля ключевые показатели активности пользователей мобильного приложения "М.Видео" оказались максимальными с момента запуска и продемонстрировали многократный рост по сравнению с тем же периодом 2019 года. Количество пользователей приложения превысило два миллиона, количество установок за неделю выросло в семь раз по сравнению с прошлым годом, количество сеансов выросло в восемь раз, то есть, растет не только аудитория приложения, но и частота использования, длительность сеанса выросла на 10%, а просмотры страниц прибавили 826% - в приложении находятся дольше и просматривают больше товаров. Чаще всего через мобильное приложение выбирают и покупают телевизоры, ноутбуки, смартфоны, холодильники и встраиваемую крупную бытовую технику.

На мобильные устройства с ОС Android приходится 70% установок, на девайсы с iOS - 30%. Ядро составляет аудитория в возрасте от 18 до 34 лет, которая интересуется технологиями и новинками. Приложение "М.Видео" имеет один из самых высоких рейтингов в своей категории. В магазине Google Play оценка от клиентов 4,6, в сервисе App Store рейтинг 4,4.

"Покупательский опыт меняется здесь и сейчас, прямо у нас на глазах. Люди используют смартфон абсолютно для всего - общения, работы, оплаты, покупок, и для ритейлера мобильные решения становятся ключевыми. В рамках подхода ONE RETAIL мобильное приложение как у клиента, так и у наших продавцов является важной составляющей общей системы сопровождения покупателя. Совсем скоро покупатель сможет кнопкой из приложения вызвать продавца со своим заказом на парковку или оплатить там заказ, забирая его в магазине. Это означает, что теперь с помощью мобильных решений и в магазинах большинство транзакций совершается онлайн - от выбора до оплаты", - говорит управляющий директор "М.Видео" Дагмара Иванова.

"Мы планируем интегрировать новые решения в мобильное приложение, которые позволят с большим комфортом совершать покупки. Для этого тестируем дополненную реальность и геймификацию, уже скоро пользователи смогут видеть сток выбранного магазина и встать в электронную очередь. Для помощи в выборе и пользовании техникой мы наполним приложение полезным контентом и обзорами. Большое внимание будет уделяться послепродажному обслуживанию и персонализированным сервисным предложениям", - подчеркивает Дагмара Иванова.

Мобильное приложение "М.Видео" помогает покупателям ориентироваться в широком ассортименте техники и выполняет функцию персонального помощника, демонстрирует акции, предоставляет доступ к бонусной программе и помогает быстро оформить заказ с бесконтактной доставкой до двери квартиры или для получения в одном из ближайших магазинов. Оплачивать покупку в приложении можно безопасно банковской картой или при помощи сервисов Apple Pay и Google Pay. При оплате онлайн действует скидка 5%.

В приложение интегрирован ряд функций, расширяющих и упрощающих пользовательский опыт на разных этапах покупки: сохранение избранных товаров и возможность делиться ими с друзьями, персональные предложения, геолокации и подсказка местоположения ближайшего магазина, "умный" и быстрый поиск, отзывы на популярные товары и раздел с наиболее выгодными предложениями. Находясь в магазине, клиент может воспользоваться сканером для считывания штрихкодов и QR-

кодов, чтобы узнать подробные характеристики товара, сравнивать цены или оформить доставку на дом. Для участников программы лояльности M.Club в приложении реализована быстрая авторизация при помощи номера телефона и доступен весь функционал, включая проверку баланса, списание бонусов и детализацию начислений.

Mvideo.png

[https://www.retail-loyalty.org/news/mobilnoe-prilozhenie-m-video-v-aprele-pokazalo-rekord-polzovatel'skoy-aktivnosti-/](https://www.retail-loyalty.org/news/mobilnoe-prilozhenie-m-video-v-aprele-pokazalo-rekord-polzovatel'skoy-aktivnosti/)

[В оглавление](#)

ВкусВилл

РБК (rbc.ru), Москва, 23 апреля 2020 13:43, Как "ВкусВилл" нарастил заказы, не меняя время и стоимость доставки

Как "ВкусВилл" нарастил заказы, не меняя время и стоимость доставки
Розничная сеть супермаркетов "ВкусВилл" ориентирована на продажу
натуральных продуктов питания. Появилась на рынке в 2009 году под
брендом "Избенка". На сегодняшний день в России открыто более 1 тыс.
магазинов

Бизнес-кейс "ВкусВилл"

Задачи

Оперативно увеличить число обслуживаемых заказов в несколько раз, не меняя сроки и стоимость доставки для клиентов в условиях всеобщей самоизоляции.

Конечная цель на 2020 год - нарастить долю доставки до 3% от общего объема бизнеса "ВкусВилл".

Предпосылки и мотивация

Услуга доставки появилась во "ВкусВилл" в 2019 году. На первом этапе компания подключила к процессу маркетплейсы.

Отгрузки через "Утконос" начались в прошлом январе. Затем были подписаны контракты с "Перекрестком.Онлайн", Wildberries, Ozon, "Беру" и "Яндекс.Лавкой". "Для нас было важно сохранить единую концепцию и единую политику ценообразования во всех каналах сбыта. Сначала немногие площадки хотели взаимодействовать в таком формате. Но после того, как мы запустили доставку с "Утконосом", смогли договориться и с остальными. Сейчас мы сотрудничаем со всеми крупными маркетплейсами на российском рынке", - говорит управляющая электронной коммерцией "ВкусВилл" Лариса Романовская.

Собственную экспресс-доставку "ВкусВилл" запустил в октябре 2019 года вместе с Gett Delivery. "Мы постепенно подключали магазины, и в планах были объемы заказов, с которыми мы вполне справлялись. Но в марте нынешнего года на фоне коронавируса число заказов начало кратно расти, и мы не могли удовлетворить весь спрос со стороны наших клиентов", - рассказывают во "ВкусВилл".

Фото: "ВкусВилл"

Решение

Разделить поток заказов на экспресс-доставку и самовывоз, внедрить новые технологии сборки, привлечь новых логистических партнеров и дополнительный персонал.

Реализация

Чтобы резко увеличить число обслуживаемых заказов, компания приняла целый пакет мер и использовала несколько инструментов.

Экспресс-доставка + самовывоз

Собственная доставка компании работает на базе приложения "ВкусВилл Экспресс". В нем доступен весь ассортимент магазинов и действует карта лояльности "Давайте дружить!". Стоимость заказа и доставки (149 руб.) оплачивается в приложении по банковской карте.

"Естественно, на фоне ситуации с коронавирусом на приложение легла огромная нагрузка и оно испытывало определенные сложности, - говорит Романовская. - Поэтому все силы IT мы бросили на то, чтобы поддержать стабильность приложения и увеличить количество пользователей, которое оно может обслуживать".

Одновременно компания начала активно развивать ранее запущенную функцию самовывоза. Она действует в рамках основного приложения "ВкусВилл" и доступна во всех магазинах сети. "Мы принципиально разделили эти каналы, чтобы снизить на них нагрузку", - объясняет Романовская.

Функция самовывоза осталась бесплатной для покупателей, а цена экспресс-доставки сохранилась на прежнем уровне. Минимальной стоимости заказа нет ни в одной из этих опций.

"Наша компания убеждена, что в сложившейся ситуации надо заботиться о людях. Мы не хотим повышать стоимость доставки или вводить минимальную стоимость заказа. Сейчас это было бы неправильно. Нужно дать как можно большему числу людей возможность обезопасить себя и минимизировать посещение магазинов", - подчеркивает управляющая электронной коммерцией "ВкусВилл".

Новая технология сборки

Раньше процесс сборки заказов во "ВкусВилл" выглядел стандартно. В приложение на смартфоне сборщика приходило сообщение, и он вместе со смартфоном отправлялся комплектовать заказ. Пока на каждый магазин приходилось не больше 20 заказов в день, такой формат работал. Но когда в некоторых торговых точках нагрузка возросла до 200 заказов в день, схема стала неудобной.

Поэтому "ВкусВилл" разработал новую систему работы с заказами. Теперь информация приходит на кассовый аппарат, где сразу распечатывается предварительный чек. Любой свободный сотрудник в магазине может взять пречек и собрать заказ. "Естественно, бывают корректировки, потому что в ассортименте очень много весового товара. Но в итоге такая схема работы обеспечивает необходимую скорость сборки", - отмечает Романовская.

Фото: "ВкусВилл"

Компания также провела обучение для продавцов и сборщиков. Основное правило - "собирать как себе", то есть класть в корзину товары с оптимальным сроком годности, самые свежие овощи и фрукты. Также продавцов снабдили обучающими материалами о том, как быстрее комплектовать заказы и укладывать их в пакеты, чтобы ничего не разбилось по дороге.

Дополнительный персонал

Для обслуживания растущего спроса "ВкусВилл" вывел на сборку заказов свыше 100 новых специалистов. "Мы выбрали топ-50 магазинов, в каждый из них выходит один-два дополнительных сотрудника в день", - рассказывает глава направления e-commerce.

Кроме того, компания привлекла более 50 новых сотрудников для работы на "горячей линии". Таким образом число специалистов, которые принимают звонки пользователей, увеличилось втрое.

К работе с маркетплейсами дополнительного персонала не привлекали: это направление обслуживают уже имевшиеся кадры.

Логистические партнеры

Формат сотрудничества "ВкусВилл" с курьерскими сервисами оказался уникальным для России. На рынке еще не было игрока, который бы имел собственные магазины и приложение для доставки, но при этом привлекал внешних логистических партнеров.

Однако компания не хотела тратить ресурсы на собственный штат курьеров и выбрала работу с профессиональными службами. "Gett Delivery поддерживали нас в этом формате. А когда число заказов начало резко расти, мы очень быстро подключили службу пеших курьеров для доставки заказов по Москве внутри Садового кольца. Кроме того, в сложившейся ситуации "Яндекс" тоже оперативно согласился с нами работать".

Фото: "ВкусВилл"

Вместе с привлечением новых партнеров "ВкусВилл" активно расширял границы доставки. По состоянию на 15 апреля удалось охватить Москву и почти все города ближайшего Подмосковья, а также Казань и Санкт-Петербург. Причем в Москве "ВкусВилл" остается одним из трех провайдеров, которые доставляют заказы день в день и при этом имеют большое количество позиций в ассортименте.

Результаты

В период с 13 марта по 10 апреля компания увеличила число обслуживаемых заказов с экспресс-доставкой в 10 раз - с 800 до 8 тыс. в день.

Количество заказов с самовывозом выросло вчетверо - с 1 тыс. до 4 тыс.

Увеличился и средний чек - с примерно 2 тыс. рублей до 2,5 - 3 тыс. руб. в зависимости от дня недели.

"Мы считаем, что это очень хороший чек для нас. Ведь в наших магазинах не покупаются на неделю, а приходят за свежими продуктами раз в два-три дня", - комментирует Романовская.

В целом с марта 2019 года до середины апреля 2020-го доля онлайн-продаж в обороте компании увеличилась примерно в шесть раз - с 0,5% до чуть более 3%. На продажи через маркетплейсы сегодня приходится немногим менее 1% от общего бизнеса "ВкусВилл".

Планы и перспективы

В ближайшие недели компания рассчитывает нарастить число обслуживаемых заказов до 30 тыс. в день. "Все наши аналитики сейчас занимаются оптимизацией процессов, чтобы они проходили быстрее и мы могли принимать больше заказов", - подчеркивают во "ВкусВилл".

Границы доставки также планируется расширять.

В компании признают, что после снятия карантинных мер количество онлайн-заказов снизится. Но оно точно не вернется к тем показателям, которые были до ситуации с коронавирусом, уверена Романовская.

"Наша цель на 2020 год остается прежней. Мы хотим, чтобы доставка занимала не менее 3% бизнеса. И даже если исключить из расчетов период всеобщей изоляции, мы к этому показателю все равно придем".

Подписывайтесь и читайте нас в Яндекс.Дзене - технологии, инновации, эко-номика, образование и шеринг в одном канале.

<https://www.rbc.ru/trends/industry/5ea07f8f9a794735708f2c35>

[В оглавление](#)

Retail.ru, Москва, 24 апреля 2020 14:54, "ВкусВилл" запустил экспресс-доставку в Подмоскowie

"ВкусВилл" запустил доставку продуктов через приложение "ВкусВилл Экспресс" в пределах Московского малого кольца (трасса А-107), то есть в радиусе примерно 25 км от МКАД, сообщает в блоге компании.

Доставка от "ВкусВилл" стала доступна жителям следующих районов за пределами МКАД и в Подмоскowie: Рассказовка, Солнцево, Московский, Северное Бутово, Южное Бутово, Долгопрудный, Лобня, Дзержинский, Жуковский, Люберцы, Видное, Балашиха, Реутов, Щербинка, Коммунарка, Троицк, Воскресенское, Десеновское, Одинцово, Королев, Ивантеевка, Зеленоград, Домодедово, Подольск.

Доставка работает по тем же условиям, что и в Москве. Нужно скачать приложение "ВкусВилл Экспресс", зарегистрироваться в нем и привязать любую банковскую карту. Компания подчеркивает, что данные клиентских карт не хранятся, а оплата проходит через встроенный сервис "Сбербанка" и только после подтверждения заказа.

Оплата возможна только онлайн или по карте через терминал курьера (в некоторых городах и поселках). Минимальной суммы заказа нет.

Ранее сообщалось о том, что "ВкусВилл" установил первый вендинговый автомат в жилом доме.

Кроме того, "ВкусВилл" ограничил вход в магазины.

Retail.ru

"ВкусВилл"

"ВкусВилл" - российская розничная сеть супермаркетов и собственная торговая марка продуктов, позиционируемых как "продукты для здорового питания". Основана в 2009 году в Москве предпринимателем Андреем Кривенко как сеть магазинов под названием "Избенка". Первый магазин открылся в районе Строгино 12 мая 2009 года. С 2012 года помимо (а позднее и&nb...

карта

<https://www.retail.ru/news/vkusvill-zapustil-ekspress-dostavku-v-podmoskove-24-aprelya-2020-193726/>

[В оглавление](#)

Retailer.ru, Санкт-Петербург, 20 апреля 2020 12:51, "Вкусвилл" ограничил максимальное число покупателей в магазинах

Крупный российский продуктовый ритейлер "Вкусвилл" ограничил максимальное число покупателей в магазинах, сообщает пресс-служба компании.

В компании отметили, что во время пандемии расстояние между людьми должно быть не менее полутора метров. Чтобы обеспечить такую дистанцию компания приняла решение ограничивать вход посетителей в магазины, если в помещении находится слишком много людей.

"Для простоты соблюдения дистанции внутри магазинов сделана разметка. Такая же наносится ярким скотчем, наклейками или мелом и перед входом в наши торговые точки. Разметка поможет помнить, что и на улице не стоит подходить к другим слишком близко", - отметили в компании.

Также там добавили, что безопасное расстояние позволит поддерживать тележка, поэтому попросили всех клиентов ими пользоваться. В компании отметили, что после каждой покупки ручки тележек дезинфицируются.

<https://retailer.ru/vkusvill-ogranichil-maksimalnoe-chislo-pokupatelej-v-magazinah/>

Дикси

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 20 апреля 2020 11:04, Дикси запустил мобильное приложение b2b-платформы

Партнеры программы франчайзинга "Первым делом" получили удобный инструмент в виде мобильного приложения для быстрого заказа и оплаты приобретаемых товаров. В рамках партнерской программы ГК "Дикси" предоставляет индивидуальным предпринимателям и малым предприятиям розничной торговли готовую модель бизнеса с рядом преимуществ, в числе которых известный бренд, широкий ассортимент, выгодные цены и промоакции.

Программа реализуется в столичных регионах и на Дальнем Востоке.

В ближайшее время партнеры смогут подключиться к проекту на Урале и в Калининграде. Общее количество партнеров сейчас составляет 1768, из них 280 предпринимателей получили право на размещение вывески "Первым делом" на своих магазинах, а 154 уже воспользовались этим правом.

Евгений Кузнецов, директор по альтернативным каналам продаж ГК "Дикси": "Выпуск мобильного приложения "Первым делом" - это ответ на запрос партнеров, которые постоянно работают над повышением эффективности своих торговых предприятий. Мобильное приложение существенно упростило процедуру заказа товара".

дикси.jpg

<https://www.retail-loyalty.org/news/diksi-zapustil-mobilnoe-prilozhenie-b2b-platformy/>

[В оглавление](#)

Лента

ИА Rambler News Service (rns.online), Москва, 23 апреля 2020 11:28, Торговая сеть "Лента" отчиталась о росте квартальной выручки

Выручка ритейлера "Лента" выросла на 7% в I квартале 2020 года, с 99 млрд рублей за аналогичный период прошлого года до 106 млрд рублей, отмечается в операционных показателях компании.

"Совокупная выручка в первом квартале 2020 г. выросла на 7,0% до 106,0 млрд рублей (первый квартал 2019 г.: 99,0 млрд рублей)", - говорится в отчетности.

При этом выручка от гипермаркетов в рассматриваемом периоде составила 94,5 млрд рублей, а от супермаркетов - 9,8 млрд рублей.

Выручка от розничных продаж в I квартале этого года выросла на 7,5% до 104,4 млрд рублей, тогда как годом ранее она составляла 97,1 млрд рублей, при этом оптовая выручка сократилась на 16,7%.

Общее количество магазинов компании по итогам I квартала этого года составило 380 - 249 гипермаркетов и 131 супермаркет. В I квартале прошлого года количество магазинов составляло 377.

Общая торговая площадь в I квартале 2020 года составила 1,49 млн кв. метров, увеличившись на 1,7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, когда она равнялась 1,46 млн кв. метров.

Отмечается, что за прошедший период "Лента" сохранила присутствие в 88 городах по России.

"Потребительское поведение существенно изменилось во второй половине марта. Следствием ограничительных мер, предпринятых на государственном уровне в ответ на COVID-19, стала возросшая нагрузка на наши магазины, поскольку покупатели запасались товарами первой необходимости", - заявил генеральный директор "Ленты" Герман Тинга, слова которого приводит компания.

В компании отметили, что пандемия и волатильность рубля могут оказать негативное влияние на показатели компании в этом году.

"Мы продолжаем работать с разными сценариями, чтобы понять потенциальное влияние на операционную деятельность "Ленты" и подготовить подходящие меры. Отчасти это зависит от дальнейших мер, которые власти могут принять в ответ на COVID-19, продолжительности этих мер, нестабильности макроэкономической среды и, как следствие, настроений покупателей", - отмечают в компании.

<https://rns.online/consumer-market/Torgovaya-set-Lenta-otchitalas-o-roste-kvartalnoi-viruchki-2020-04-23/>

[В оглавление](#)

Retail.ru, Москва, 20 апреля 2020 15:14, "Лента" расширяет проект по экспресс-доставке еды

Компания расширила зону покрытия приложения "Ленточка" до 11 районов в Москве. Кроме того, проект стартовал в Череповце. В ближайшее время сервис начнет работать и в других районах столицы России, а в мае - выйдет в Санкт-Петербург.

Компания запустила приложение "Ленточка" на iOS и Android в декабре 2019 года в трех районах столицы. Комплектация заказов и их доставка осуществлялась из собственных дарк-сторов компании. В рамках развития проекта компания изменила модель операционного управления: сбор заказов и отправка теперь осуществляются и из супермаркетов "Лента", что позволило расширить ассортимент с 1 500 до 3 000 позиций и увеличить темпы роста проекта. Помимо этого, компания тестирует различные способы доставки: автотранспортом и электросамоварами, за счет чего общая зона покрытия сервиса увеличилась втрое.

В тестовом режиме в приложении запущена онлайн-оплата, появилась возможность связи с колл-центром для оперативной обработки обратной связи от покупателей.

Для сокращения сроков доставки "Лента" привлекла сотрудников ресторанов, магазинов одежды, туристических фирм, которые вынуждены приостановить деятельность. Все работники имеют медицинские книжки и необходимые документы. Персонал обеспечен масками и перчатками, каждые три часа сумки обрабатывают обеззараживающими средствами. Перед выходом на смену у курьеров и комплектовщиков измеряют температуру тела. Компания изучает возможность работы на базе гипермаркетов и выход в города присутствия компании. Первым регионом, где тестируется новая модель, стал Череповец.

Ранее сообщалось о том, что "Лента" и "Сбермаркет" запускают доставку в Москве и Санкт-Петербурге. Кроме того, "Лента" и "М.Видео-Эльдорадо" начинают отбирать стартапы.

Retail.ru

Лента

"Лента" - российская сеть гипермаркетов. Управляется компанией "Lenta Ltd". Головной офис находится в Санкт-Петербурге. В торговую сеть по состоянию на июль 2019 года входит 246 гипермаркетов в 88 городах России. С 2013 года компания открывает магазины также в формате супермаркета. По состоянию на июль 2019, в различных регионах Рос...

<https://www.retail.ru/news/lenta-rasshiraet-proekt-po-ekspress-dostavke-edy-20-aprelya-2020-193534/>

[В оглавление](#)

Инновации в отрасли

Retail&Loyalty (retail-loyalty.org), Москва, 23 апреля 2020 12:45, ВкусВилл начал продавать продукты через автоматы в жилых домах

Сеть магазинов "ВкусВилл" будет устанавливать вендинговые аппараты в петербургских жилых домах. Первые два появились в апарт-комплексе Salut! на Пулковском шоссе.

Длительная самоизоляция горожан ускорила программу развития вендинга, рассказали в компании. Выход на новый рынок готовит и лидер по производству вендинговых аппаратов - ГК Uvenco.

Сейчас ритейлер ведет переговоры с крупными управляющими компаниями города. Как отметила пресс-служба ритейлера, идея установок аппаратов в подъездах вынашивается давно, но ранее

команда проекта занимались более перспективным направлением - учебными заведениями. Теперь же самое время идти в подъезды и быть максимально близко людям, считают во "ВкусВилле".

"Люди не хотят лишний раз выходить из дома, поэтому наша идея востребована и актуальна, - комментирует представитель компании "ВкусВилл" Анна Платова ускорение работы над вендингом в период самоизоляции. - Управляющие компании тоже понимают это, поэтому проводят общее собрание собственников в режиме онлайн и максимально быстро". Инвестиции в развитие сети вендинга и точный объем программы "ВкусВилл" не раскрывает, но уточняют, что проект "точно не штучный".

Цена самого вендигового комплекса зависит от того, какие модули в него включены. Она варьируется от 250 тыс. руб. до 400 тыс. руб., установка комплекса обходится в несколько тысяч рублей, приводят данные в группе компаний Uvenco (лидер российского рынка автоматизированной торговли). В ассортименте вендингового аппарата "ВкусВилл" от 40 до 80 позиций продуктов первого спроса, в том числе скоропортящихся: молочные продукты, хлеб, готовые блюда, бакалея, детское питание. По просьбам жильцов будут могут быть добавлены антисептики и презервативы.

Арвидас Алутис, генеральный директор группы компаний Uvenco : "Услуга размещения вендинговых автоматов в жилых комплексах может быть востребована не только в условиях самоизоляции и ограниченного передвижения, но и в дальнейшем. Автоматизированная торговля - это круглосуточно, комфортно, бесконтактно, продукты всегда под рукой. Самоизоляция может подстегнуть спрос".

Игорь Луббо, директор Uvenco в Санкт-Петербурге : "Мы тоже планируем развивать это направление, в настоящее время группа компаний Uvenco ведет в Санкт-Петербурге переговоры с рядом жилых комплексов. Также мы получаем запросы от ряда сетевых продуктовых ритейлеров, в настоящее время обсуждаем совместные проекты. В состав вендингового комплекса Uvenco, размещаемого в подъездах жилых домов, можно в зависимости от потребностей и запросов жильцов включить автомат по продаже качественного зернового кофе; снековый автомат по продаже сэндвичей, снеков, прохладительных напитков; автомат по продаже средств личной гигиены, бытовой химии, антисептиков, масок.

Ассортимент можно оперативно корректировать под потребности жильцов, вводя новые востребованные продукты (батарейки, корма для животных, мелкая электроника). Установка такого комплекса обходится в несколько тысяч рублей, это цена логистических операций по доставке и установке оборудования. Что касается обслуживания - оно уже входит в затраты по заработной плате водителей-экспедиторов.

Все затраты по установке и обслуживанию мы полностью берем на себя, для жильцов это бесплатно. Цена самого вендигового комплекса зависит от того, какие модули в него включены, "вилка" цен: от 250 тыс.руб. до 400 тыс.руб. Все автоматы Uvenco оснащены терминалами для бесконтактных платежей (банковские карты, ApplePay, Google Pay, мобильное приложение 24U) и системой телеметрии, позволяющей дистанционно отслеживать наполнение витрин и холодильников, оперативно пополнять ассортимент, прокладывать оптимальный маршрут для водителя, поддерживать необходимую температуру и проч.

Система телеметрии является авторской разработкой отдела R&D Uvenco. Ее используют крупнейшие покупатели решений и оборудования Uvenco для автоматизированной торговли во всему миру, в том числе Selecta, управляющая автоматами на вокзалах Франции. Конкурентным преимуществом группы компаний Uvenco в случае с установкой в местах проживания людей является как наличие большого парка уже готовых к работе автоматов, так и собственное производство оборудования в Санкт-Петербурге (предприятие Unicum, работающее с 1990 года), которое сможет оперативно нарастить объемы выпуска после снятия ограничительных мер. В настоящее время на предприятии производится более 12 тыс. наименований продукции в год (торговые автоматы, постаматы, платежные терминалы). Общее число торговых автоматов, работавших на конец марта под управлением Uvenco в 65 крупнейших городах России, превышало 15 тыс."

Арвидас Алутис, генеральный директор группы компаний Uvenco: "Ограничительный фактор для развития направления установки вендинговых аппаратов на территории жилых комплексов - конечная пропускная способность самого помещения и конечное число жителей конкретного жилого комплекса. Мы тестировали подобное направление в Москве, и разумеется, оборот в разы меньше, чем в местах массового скопления людей типа вокзалов. Дополнительный сдерживающий фактор - особенности жилищного кодекса в отношении территорий общего использования. Добавим, что очень важен вопрос эпидемиологической безопасности клиентов и сотрудников. Все наши сотрудники, работающие с этим направлением, обеспечены санитайзерами для рук, масками для лица, одноразовыми перчатками. Обработка торговых автоматов и транспортных средств дезинфицирующими средствами производится ежедневно. Усиленные меры безопасности действуют в компании с середины марта".

вкусвилл вендинг.jpg

<https://www.retail-loyalty.org/news/vkusvill-nachal-prodavat-produkty-cherez-avtomaty-v-zhilykh-domakh/>

