

Продовольственному рынку нужны новинки. А сетям – компетентные поставщики

11–12 февраля 2014 года, Москва, выставка «Продэкспо»

11–12 февраля 2014 года в Москве на ЦВК «Экспоцентр» в рамках выставки «Продэкспо» состоялся IX Всероссийский ПРОДФОРУМ «ПОСТАВЩИК В СЕТИ» (Организатор – КВК «Империя», генеральный партнер – ЗАО «Экспоцентр»). 650 делегатов – 400 поставщиков и 250 представителей сетей – таков итоговый состав участников данного масштабного события. Какую цель преследовали генеральные и коммерческие директора предприятий продовольственного рынка, приехавшие из десятков городов России, стран СНГ и дальнего зарубежья? В первую очередь они приехали, чтобы провести переговоры в рамках мультиформатного Центра Закупки Сетей™ (ЦЗС) и установить новые контакты с ретейлерами.

Однако переговорам в ЦЗС предшествовала серьезная подготовка: 5 вебинаров, которые прошли в течение 2-х недель перед мероприятием, рекомендации по выбору сетей, полученные от Оргкомитета и, наконец, 1-й конференционный день ПРОДФОРУМА, где делегаты смогли услышать выступления руководителей сетей, известных производителей и авторитетных экспертов. Ниже мы постараемся кратко представить картину взаимодействия сетей и поставщиков, нарисованную спикерами ПРОДФОРУМА.

Ситуация на рынке food

Андрей Милехин («РОМИР»): «В 2013 году покупатели розничных сетей посещали магазины существенно чаще (175 раз против 159), чем в 2012, а средний чек незначительно упал. Россияне пытаются экономить... При этом растет средний чек интернет-магазинов и магазинов при АЗС. Меняется потребительская корзина: спрос на полуфабрикаты и кондитерку падает, а «фреш» идет в гору».

Сергей Кузнецов (Союз независимых сетей России): «Региональные сети не будут развиваться в формате «Магнита», «Дикси», «Пятерочки» и других федеральных дискаунтеров... Скорее, мы будем ориентироваться на супермаркеты типа SPAR».

Ротация ассортимента в сетях

Леонид Гутин («Дикси»): «Ротация ротации рознь... В плановой ротации нет ничего страшного, она происходит при пересмотре категорий, обычно не чаще раза в год. Выгодна ли сетям внеплановая ротация, происходящая по причине форс-мажора или резкого изменения условий поставок? Конечно, нет! Ведь она означает для сети необходимость распродажи стоков, перерисовки планограмм, «раскрутки» нового товара и т.п.

Нет ни дня, чтобы, например, какой-нибудь производитель в одном из регионов не сообщил нам о том, что больше не выпускает какой-то SKU. И подобная ситуация – возможность для другого поставщика встать на полку. Следите за полками, где стоят Ваши конкуренты, не упустите шанс!»

Марина Ратникова («Верный»): «В каждой категории всегда есть свободные ниши! Особенно – когда в регионах открываются новые магазины. Нам нужен вкусный хлеб. И он нам нужен каждый день, причем в 9:00, а не в 15:00. Нам нужно свежее мясо – не в полутушах, а предупакованное, и вкусное молоко».

Поставщики VS сети

Стивен Кригер (X5 Retail Group): «Часто говорят, что байеры не отвечают на письма, что им не дозвониться... Нужно понимать, что на каждого байера приходится 100 поставщиков, а то и больше. Сегодня мы готовы к открытому партнерству с поставщиками».

Беслан Агрба («Мистраль Трейдинг»): «Напряжение между поставщиками и сетями будет всегда. Но глобально мы делаем одно дело – продаем товар покупателю. Сети и поставщики должны проводить совместные сессии раз в 1–2 месяца, говорить о развитии категорий и подводить итоги!»

Леонид Гутин («Дикси»): «Советую всем поставщикам о любых изменениях цен предупреждать сеть заранее, показывать расчеты! И никогда не уходить в минус по рентабельности. Ни в коем случае, даже в случае угрозы разрыва отношений с ретейлером».

Петр Офицеров (Real Work Management): «Поставщик должен сформулировать цели по каждой сети, с которой он планирует работать. Например, «Магнит» даст Вам представленность в регионах, но не факт, что даст прибыль. «Ашан» даст объем..., но прибыли тоже может не дать. Вопрос в том, что нужно Вам».

Эффективность Центра Закупок Сетей™

Андрей Мартынов («Караван»): «У нас есть очень удачные примеры, когда переговоры на ЦЗС закончились длительным сотрудничеством с поставщиком. Как это было? На переговоры пришли компетентные, подготовленные люди. Сразу все сделали грамотно. И сейчас «нянчат» каждую отгрузку. Совет: на переговорах слушайте нас, а не себя. Задайте Ваши вопросы. Мы можем сказать много такого, чего Вы нигде больше не узнаете».

Дмитрий Леонов («РусПродСоюз»): «Walmart дает поставщикам 2 минуты на презентацию. Если не получилось – прощаются на год. Центр Закупок Сетей™ в этом плане гуманнее – у поставщика есть целых 5–10 минут на переговоры с каждой сетью».

Андрей Евстратов («Макаровский»): «Центр закупок позволяет нам находить уникальные товары. Те, которых нет у наших федеральных конкурентов. Если Ваш товар уже есть во всех федеральных сетях – за наш столик переговоров садиться не стоит...»

Прогноз на год, на 5... и на 15 лет

Михаил Бурмистров (INFOLine-Аналитика): «Новость плохая: в 2014 году маржа будет снижаться... Новость хорошая: она будет снижаться у всех, и у сетей, и у поставщиков».

Сергей Русов (экс-«Азбука вкуса»): «Планы развития сетей сейчас пересматриваются. В 2014 году расти будет только стандартное и дешевое – например, «Магнит» и «Фикс-прайс» – их легко тиражировать. Все чуть более дорогое будет развиваться за счет слияний и поглощений».

Илья Блинов («Милфорд»): «Учиться выпускать СТМ и зарабатывать на нем нужно сейчас. Через 5 лет будет поздно. Ведь для сетей СТМ – это независимость».

Сергей Лищук («Русагро»): «Через 15–20 лет ретейл займет 85–90% рынка. Завтра, кроме ретейла, продавать будет никому».

ПРОД **ФОРУМ** ПОСТАВЩИК В СЕТИ

11-12 ФЕВРАЛЯ 2014

ВЫСТАВКА «ПРОДЭКСПО», МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР

С ЦЕНТРОМ ЗАКУПОК СЕТЕЙ™