

Розница Продажи дорогих продуктовых магазинов выросли

Гурманы не сдаются

Кризис не смог заставить клиентов дорогих продуктовых сетей поменять гастрономические привычки. Лидеры рынка премиальной розницы – сети «Азбука вкуса» и «Глобус гурмэ» не заметили существенного снижения продаж



Продажи свежих мяса и рыбы выстрелили / Д. ГРИШКИН / ВЕДОМОСТИ

Что у коллег

В I квартале 2009 г. крупнейшие российские сети супермаркетов теряли клиентов. Так, трафик в сети «Перекресток» снизился на 3%, в «Седьмом континенте» – на 3,6%. Средний чек вырос на 11% в «Перекрестке» и на 5,6% в «Седьмом континенте» (данные из отчетности компаний).

«Азбука вкуса» смогла привлечь часть покупателей тех супермаркетов, которые сократили ассортимент и уменьшили число свежих импортных товаров, говорит он. Появились и клиенты, стремящиеся сэкономить на дорогих ресторанных обедах и ужинах, но при этом не утратившие желания поехать в рестораны, говорит он. Появились и клиенты, стремящиеся сэкономить на дорогих ресторанных обедах и ужинах, но при этом не утратившие желания поехать в рестораны, говорит он. Появились и клиенты, стремящиеся сэкономить на дорогих ресторанных обедах и ужинах, но при этом не утратившие желания поехать в рестораны, говорит он.

Поставщики тоже отмечают рост продаж своей продукции в

дорогих магазинах. «В «Глобус гурмэ» мы поставляем икру, продажи которой за период кризиса не только не сократились, но и показывают положительную динамику», – говорит Василий Федоров, руководитель отдела по продажам Северной компании (поставщик икры и рыбных деликатесов). Такая же ситуация, по его словам, и с «Азбукой вкуса». «Продажи охлажденной рыбы, например, показывают рост с 700 кг до 1500 кг в неделю», – говорит Федоров. Директор по маркетингу ЗАО «Ферреро Руссия» Юлия Полюкова сказала, что с ноября по май продажи конфет «Ферреро» показывали положительную динамику на фоне общего снижения продаж конфет в премиальном сегменте с декабря 2008 г. Пресс-секретарь «Юнимилка» Юлия Гончаренко говорит, что продажи продукции компании с ноября 2008 г. по апрель 2009 г. выросли в «Глобус гурмэ» на 11% в рублях, а в «Азбуке вкуса» – на 6% (при этом цены на продукцию «Юнимилка» не поднимали).

Многие крупные торговые сети в последние полгода активно пересматривают assor-

импортные продукты в магазинах зависят от валютного курса – когда рубль подешевел на 30%, стоимость импортных продуктов (до 80% ассортимента) выросла соответственно, напоминает он. «Сейчас рубль укрепляется, и цены, наоборот, снижаются», – говорит Яковлев. «Азбука вкуса» сдерживает рост цен в магазинах за счет оптимизации логистики, отношений с поставщиками, а также за счет снижения собственной рентабельности примерно на 2 п. п., говорит Садовин, но не называет абсолютных цифр. «Мы не можем себе позволить жертвовать маржой из-за высоких издержек», – считает Яковлев. По словам пресс-секретаря Х5 Светланы Витковской, средний чек в открывшемся в прошлом году премиальном супермаркете «Зеленый перекресток» в Ростове-на-Дону вырос на 10% до 300 руб., трафик магазина с осени 2008 г. не снизился. А открывшийся в марте 2009 г. «Зеленый перекресток» в Москве перевыполняет план по обороту, говорит она.

Основной способ борьбы с издержками в обеих компаниях – приостановка проектов развития. «Глобус гурмэ» до кризиса планировал открыть магазины в 15 крупнейших городах России. Теперь придется повременить до 2010 г., говорит Яковлев. «Азбука вкуса» отказалась от выхода в Киев и Екатеринбург. Благодаря этому, а также оптимизации расходов на персонал, снижению арендных платежей и сокращению списания товаров «Азбука вкуса» удается сэкономить около \$1,5 млн в квартал, которые компания направляет на снижение долговой нагрузки (сейчас – \$90 млн) и расчеты с поставщиками. Яковлев из «Глобус гурмэ» рассказал, что за счет оптимизации операционных расходов компании в этом году удалось сэкономить 15% от операционных затрат.

«Тяжело отказаться от привычки красиво есть», – говорит руководитель отдела аналитики компании InfoLine Михаил Бурмистров. Клиенты премиальных гастрономов – верхняя прослойка среднего класса, топ-менеджеры, владельцы бизнеса – пока экономят на другом, например на дорогих путешествиях и аксессуарах.

Субсидии Производители сахара добились льгот

Сахарная победа

Сахарные компании уговорили правительство субсидировать реконструкцию сахарных заводов. Модернизация всех предприятий потребует не менее \$1,75 млрд

Ринат Сагдиев
ВЕДОМОСТИ

Правительство включило затраты на модернизацию сахарных заводов в число проектов, на которые сельхозпроизводители могут получить льготные кредиты. Ранее перечень включал проекты реконструкции животноводческих и молочных комплексов. Постановление, вносящее соответствующее

изменение в правила предоставления субсидий на возмещение процентов по кредитам в 2009–2011 гг., подписано 8 мая. Согласно этим правилам производители могут в течение восьми лет получать компенсацию по кредитам российских банков в размере 100% ставки рефинансирования. «Это феноменальное решение», – радуется президент группы «Разгуляй» Игорь Потапенко. Сейчас «Разгуляй» получает кредиты на реконструкцию сахарных заводов под 17–18% годовых, участие в программе позволит снизить нагрузку до 5–6% (ставка рефинансирования ЦБ с 14 мая составляла 12%). По словам Потапенко, в реконструкции нуждаются все 10 сахарных заводов группы, что

требует инвестиций примерно в 15 млрд руб. Стоимость модернизации сахарного завода может достигать \$200 млн, добавляет президент «Продимекса» Игорь Худокормов, а модернизировать необходимо 35 из 80 российских сахарных заводов. Из 15 заводов «Продимекса» в реконструкции нуждаются семь. Сахарные компании просили правительство о льготах по кредитам последние

Сахар вымерз

Производство свекловичного сахара в 2009 г. снизится на 9–11,5% до 3,1–3,2 млн т, считает Союзроссахар. Снижение прогноза связано с заморозками на юге России. Потребность России в сахаре – около 6 млн т.

четыре года, говорит Худокормов. Но, опасается он, банки могут установить лимиты на «сахарные кредиты». Сбербанк не лимитирует кредиты для пищевой отрасли – она признана стратегической, возражает представитель Сбербанка Ирина Кибина, но кредитует экономически обоснованные проекты. По словам Глеба Тихомирова, финансового директора одного из крупнейших мировых сахарных трейдеров в России, Sucden, модернизация завода увеличивает производство сахара на 40% и снижает его себестоимость. В 2006 г. Sucden начала программу по модернизации своих трех заводов в России, из запланированных \$100 млн к 2009 г. потрачено уже \$70 млн. Это были дешевые западные кредиты, но не исключено, что в будущем Sucden воспользуется и российскими субсидиями, говорит Тихомиров.

вкратце

Кризис в «Дикий орхидее»

▶ Чистый убыток ЗАО «Дикий орхидей» по РСБУ в январе – марте 2009 г. составил 323,5 млн руб. против прибыли в 4,6 млн руб. за тот же период 2008 г. Выручка компании за I квартал составила 505,4 млн руб., что на 37% меньше, чем за аналогичный период 2008 г. Вчера же ФСФР приостановила эмиссию облигаций второй серии «Дикий орхидей». ВЕДОМОСТИ

Город без должников

▶ Столичные власти расторгли договоры аренды с инвесторами, которые не расплатились с городом за выкуп прав аренды земельного участка. Сумма этих договоров – 37,5 млн руб. Общая задолженность за 2008 г. – 5 млрд руб., из которых погашено только 86,1 млн руб. ИНТЕРФАКС

Кино в убытке

▶ В 2008 г. «Система масс-медиа» (СММ) получила убыток в \$13,6 млн, сообщила компания. В 2007 г. СММ заработала \$1,2 млн чистой прибыли. Выручка компании в 2008 г. составила \$223,9 млн, что на 72% больше, чем годом ранее. OIBDA СММ выросла на 183% и достигла \$60,6 млн. ВЕДОМОСТИ

Ультиматум студиям

▶ Российские дистрибуторы на фестивале Канны-2009 заявили, что могут разорвать договоры на прокат фильмов, заключенные до кризиса, сообщило издание ScreenDaily.com. «Централ партнершип», Art PictureStudios и «Парадиз» поставили американским студиям ультиматум: либо те уменьшают цены, либо российские прокатчики перестают закупать американские фильмы. ВЕДОМОСТИ

Авторитет «Блок-финанс» просит о банкротстве

«Блок» загадок

Елена Виноградова
Иван Васильев
ВЕДОМОСТИ

Компания «Блок-финанс», входящая в группу «Блок», обратилась в Арбитражный суд Москвы с заявлением о банкротстве – оно зарегистрировано вчера в базе суда. По данным «Автобизнес ревью», «Блок» (дилер Mitsubishi, Hyundai, Mazda, GM, Fiat, SsangYong, Ford и Nissan) по итогам 2008 г. вошел в топ-20 крупнейших дилеров России по выручке и числу проданных автомобилей.

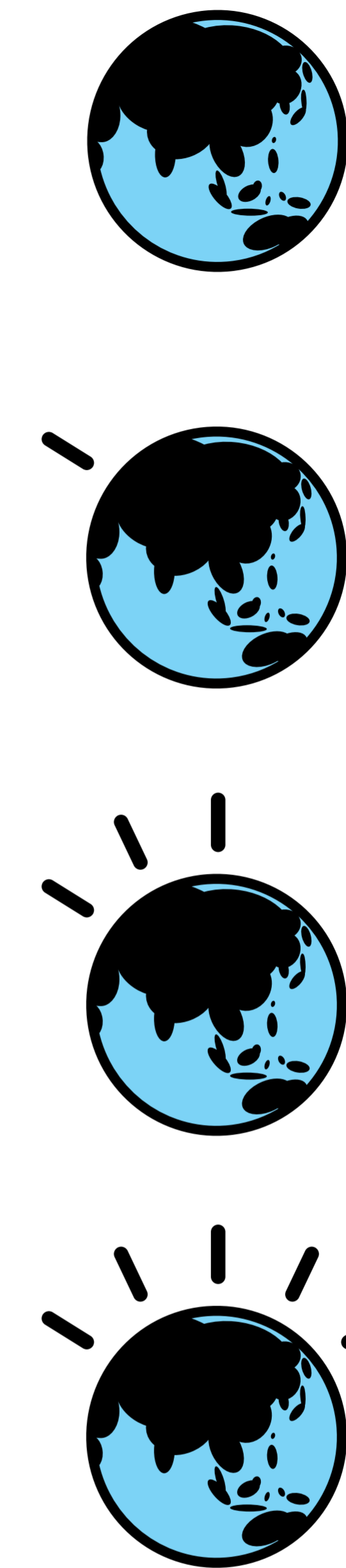
Банкротство «Блок-финанс», привлекавшей для группы «Блок» кредиты, не повлияет на работу других компаний группы, в частности «Блок моторс», утверждает гендиректор «Блок моторс» (дилер Mitsubishi и Hyundai) Евгений Конаныхин. По данным СПАРК, в 2007 г. выручка «Блок-финанс» составила 5000 руб., чистый убыток – 3,6 млн руб., данных за 2008 г. нет. По словам Конаныхина, между компаниями нет никакой связи, кроме общих владельцев. По данным ЕГРЮЛ, в ООО «Блок моторс» и ЗАО «Блок-фи-

нанс» по 90% долей принадлежит Михаилу Зесенкову, а по 10% – Артему Качалину. Разыскать их вчера «Ведомостям» не удалось. На ресепшн группы «Блок» не смогли соединить с другими руководителями компаний группы, кроме Конаныхина.

К компаниям группы «Блок» у кредиторов, судя по базе данных московского арбитража, есть претензии: банк Santander требует 84 млн руб. от «Блок авто» (дилер Opel и GM), «Абсолют банк» – 2,2 млн руб. от «Блок авто», «Блок моторс» и «Концерн Блок», Сбербанк – 1,83 млн руб. от «Блок моторс», а ВТБ – 1,38 млн руб. от «Блок акари моторс» (дилер Mazda). Конаныхин на вопросы «Ведо-

мостей» по поводу кредитов не ответил.

Группа «Блок» работает устойчиво, в первую очередь за счет хорошей загрузки сервиса, говорит президент ассоциации «Российские автодилеры» Дмитрий Гулин. В этом году «Блок ампель» потеряла лидерство Volvo. Источник в группе «Рольф» рассказал, что контракты на поставку Mitsubishi с апреля перезаключены с компанией «Блок юнион». С новыми юристами, авторизованными в качестве дилеров, работает теперь и лизинговая компания «Европлан», подтвердил ее директор по развитию Александр Михайлов. Получить комментарии в «Блоке» по этому вопросу не удалось.



Сделаем планету разумнее

ibm.com/think/ru/planet

Реклама



IBM, логотип IBM, ibm.com, THINK и изобразительное обозначение являются товарными знаками International Business Machines Corporation, зарегистрированными во многих странах мира. Список товарных знаков, зарегистрированных IBM на настоящий момент, представлен по адресу www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. © 2009 IBM Corporation. Все права защищены.