

Портал менеджеров и представителей оптово-продуктовых фирм. Оптовая торговля продуктами питания. Владельцы новой петербургской сети магазинов фермерских продуктов Гирлянда, предприниматели Антон и Алена Гилиловы, планируют вложить в развитие бизнеса 2 млн евро и окупить его за три года. Бизнесмены рассчитывают, что к сентябрю 2013 г. сеть будет включать девять Гирлянд в разных районах города. Первый магазин фермерских продуктов площадью около 90 кв. м начал свою работу 12 сентября на Большом проспекте П. С. Как сообщил Retailer. RU Антон Гилилов, место для открытия было выбрано из-за большого потока посетителей. В Гирлянде планируют, что ежедневная проходимость магазина на Большом проспекте составит порядка 150 чеков. Это то число покупателей, которых мы можем качественно обслужить, добавляет Алена Гилилова. Ассортимент магазина включает около 200 SKU фермерских товаров, из них 20 — это кулинария (мясо) и заморозка (пельмени, манты и т. п.). В Гирлянде представлены все виды мяса от крольчатины до говядины, птичье мясо, яйца, молочная продукция, масла, свежий хлеб и бакалея, мед и варенье, свежие овощи и ягоды. Средний чек сейчас составляет 600 руб, в будущем, сообщил Антон Гилилов, он увеличится до 1000 руб. за счет расширения ассортимента. На данный момент Гирлянда работает с 14 фермерами-поставщиками из Ленинградской, Новгородской и Псковской областей. Переговоры велись с порядка 100 хозяйствами. Среди партнеров сети — ферма Урожайная (не пастеризованное и топленое молоко, творог, сметана, сливки, адыгейский сыр), сеть пекарен Волконский, Столбушинский монастырь (варенье, сбитень, ягоды) и проч. В будущем ритейлеры намерены запустить линейку обезжиренных молочных продуктов, домашнее сгущенное молоко, начать продавать продукты из козьего молока. С последним пока сложность в том, что его производится очень мало, и оно имеет сезонный характер. Рыба в Гирляндах продаваться почти не будет. Это сложный продукт, прокомментировал Антон Гилилов, мы думали о рыбе, но решили, что, скорее всего, тоже ограничимся сезонными предложениями вроде дикого лосося. Больше всего в магазине представлено молочной продукции в день ее поступает 200 кг. Примерно такие же объемы закупок будут и в других Гирляндах, точно можно будет сказать, когда мы узнаем потребительский спрос после запуска новых торговых точек, прокомментировал владелец сети. В ноябре 2012 г. откроется вторая Гирлянда, в марте 2013 г. еще три магазина, в сентябре 2014 г. еще четыре. Площадь каждой составит 100-150 кв. м. По мнению Антона Гилилова, сложностей с поиском подходящих площадок не должно возникнуть. Однако Николай Казанский, генеральный директор Colliers International Санкт-Петербург, считает, что вероятность открытия такого числа магазинов за год крайне низка. Надо не только найти подходящие помещения, но и отремонтировать их, разместить оборудование, а это плюс еще 2-3 месяца, прокомментировал эксперт. Кроме того, сейчас активно развиваются практически все сегменты ритейла, и спрос на помещения 100-150 кв. м, одного из самых ходовых форматов, весьма высок. Также отдельную сложность при поиске помещения могут вызвать технические требования: необходимость подъезда, повышенные требования по мощностям, возможность установки крупногабаритных холодильников. Важным направлением в работе сети Гилиловы считают торговлю кулинарией премиум-класса на основе фермерских продуктов. Все блюда готовятся особым низкотемпературным способом, при котором покупатель может потом самостоятельно дома довести блюдо до полной готовности в духовке. Среди дополнительных услуг, которые планируется предложить клиентам Гирлянды, авторы проекта называют два вида программ

лояльности, интернет-магазин, pick-up сервис (покупатель делает заказ по телефону, а потом забирает готовый заказ в удобное ему время), звонок шеф-повару, мастер-классы, посещение фермерских хозяйств и проч. Интернет-магазин и pick-up сервис заработают в октябре, остальные услуги пока в разработке. По словам Валерии Ивановой, специалиста по развитию компании СХП Лосево, производителя живых молочных продуктов и владельца одноименных магазинов, потребитель уже созрел для покупки натуральных фермерских продуктов, цена которых может быть выше обычной в 2-3 раза. Все больше людей стали заботиться о своем здоровье, они хотят правильно питаться, а потому готовы приобретать дорогие экологически чистые продукты от фермеров. Стоимость таких продуктов почти всегда обоснована, так как необходимо учитывать затраты фермера на круглогодичное обслуживание фермы, комментирует специалист. В случае с сельскохозяйственными предприятиями ситуация другая, отмечает Валерия Иванова. В связи с большими масштабами производства Лосево устанавливает цены на порядок ниже, чем у фермеров. Сейчас ассортимент Лосево включает в себя 25 живых молочных продуктов, срок годности которых составляет 3-5 дней. Средняя цена на молоко от производителя в рознице варьируется в пределах 54-65 руб. Как отмечает эксперт, массовая заинтересованность покупателей фермерскими продуктами привлекла к данной нише новых продавцов в Санкт-Петербурге, которые хотят торговать в том числе и по франчайзингу. В Лосево за последние полгода поступало пять предложений о покупке франшизы. Но на данном этапе развития мы приняли решение самостоятельно заниматься своими магазинами, сообщила Валерия Иванова. Появление в мегаполисах небольших сетей, торгующих фермерскими товарами, это ответ на сегодняшний поиск потребителями качественных продуктов по адекватной, по сравнению с рынками, цене, считает Александр Анфиногенов, независимый эксперт по брендингу и маркетингу. Ассортимент таких магазинов конечно уже, чем у традиционного сетевого ритейла, но это не снижает потенциальную конкурентоспособность фермерских магазинов, комментирует эксперт. Отчасти, дело в том, что федеральные сети не научились пока работать с локальными производителями. Кроме того, магазины фермерских продуктов привлекают покупателей удобным месторасположением, скоростью совершения покупок и, как априори, высоким качеством продуктов. По оценкам аналитиков холдинга Финам, в структуре рыночного торгового оборота Санкт-Петербурга и Ленобласти фермерские хозяйства, работающие преимущественно в сегменте продуктовой розницы, занимают не более 2-3%. В совокупном розничном обороте города и области доля фермеров составляет менее 0,5%. Оборот розничной торговли в Северо-Западном федеральном округе в 2010 г. Росстат оценил более чем в 1,5 трлн руб