

КОНЪЮНКТУРА

жется на судьбе некачественных товаров: «Мы будем стараться, чтобы некачественные продукты уходили с полок наших магазинов и заменялись достойными».

По словам Тонкова, АНО «Российская система качества» продвигает выигравшие товары в федеральных торговых сетях, и не только российских. Таким образом, участие в проекте будет способствовать получению места в сетях «Лента», «Метро», «Пятёрочка», «Магнит» и пр.

Елена Гилязова отметила хороший опыт продвижения продуктов с помощью бизнес-миссий, организованных ТПП: «Последняя поездка в Казахстан «Покровского хлеба» привела к тому, что они приехали оттуда с огромным контрактом на суши и баранки».

**Владислав Тонков, заместитель министра промышленности и торговли Пермского края:**

— На сегодняшний день мы так же работаем с нашими производителями, но работаем точнее — по отдельным брендам. А с помощью проекта мы получим зонтичный бренд, в рамках которого сможем массово продвигать нашу продукцию.

Пермские производители, присутствовавшие на круглом столе, признались, что в пермские торговые сети действительно достаточно сложно пробиться.

Директор кондитерской фабрики «Шоколадная магия» Алексей Турушев признался, что запустил производство конфет в сентябре 2016 года. Торговлю помадными конфетами предприятие ведёт по всей России — от Владивостока до Калининграда. Заключены контракты с «Лентой», X5 Retail Group, ведутся переговоры с «Магнитом», заключён контракт с торговой сетью «Монетка». Однако занять прочное место в пермских магазинах «Шоколадной магии» до сих пор не удалось. «Наш персонал не может купить наш продукт в пермских сетях, потому что его не заводят. Сети «Пятёрочка» мы предлагаем мегаскидки, для того чтобы нас туда завели, но заводят «Махеева» и прочих федеральных игроков. В «Ленте» просто говорят: на вас нет квот, хотя контракт заключён», — сказал Алексей Турушев.

По словам Елены Гилязовой, в первой части проекта (2009–2011 годы) его организаторы договаривались с сетями о том, чтобы они на какой-то период ставили участников проекта в свои магазины абсолютно бесплатно. «Для сети завести новый продукт — это всегда риск. Чтобы выложить какую-то конфету в торговый зал, нужно оттуда убрать

другую конфету, уже имеющую своего покупателя. Сети такие риски не любят. Вот представьте: вы покупатель. Вы всегда покупали одну колбасу и будете дальше её покупать. Заставить вас покупать другую — это усилия не продавца, а производителя. Я рассчитываю, что с помощью нашего зонтичного бренда мы заставим кого-то что-то хотя бы попробовать», — отметила Гилязова.

Другой участник круглого стола, производитель колбас, поддержал идею разделения производителей на два уровня, поскольку, по его словам, рынок наполнен товарами самого разного качества. Представитель пермского производства бытовой химии, работающего под брендом «Санрос», отметил, что проект интересен заводу, в частности, выходом на федеральный уровень: участие в проекте позволит его участникам сэкономить на рекламе, уверен производитель бытовой химии.

Павел Калач, гендиректор ООО «Прайм», открывший в начале 2017 года на территории Красновишерска производство бутилированной воды и безалкогольных напитков, высказал мнение, что под брендом «Покупай пермское» должны продаваться не только товары, которые будут выставлены на полках федеральных сетей, но и предприятия здравоохранения и культуры: «Это должен быть целый институт. На сегодняшний день у бизнеса нет сопровождения. Правительство не встраивается в бизнес-процессы. Мы не просим никого, чтобы за нас делали нашу работу, но есть этапы, которые нужно просто сопровождать, чтобы проще было находить взаимовыгодные инструменты. И когда уже складываются партнёрские отношения, мы начинаем дальше двигаться, зарабатывать. Моногород Красновишерск — территория очень богатая. Тут и лес, и вода, и золото, и алмазы. Все инструменты господдержки я начал пробовать на себе. Однако они — и те, которые поддерживают малое и среднее предпринимательство, и фонд развития моногородов — недоработаны. Есть программные ошибки. К каждой территории должен быть индивидуальный подход. Так, у Чусового, ставшего ТОР, один потенциал, у Красновишерска — другой. Вот этого индивидуального подхода нет. И, по-моему, должен быть институт, где были бы связаны все профильные министерства, банки, фонды. И тогда бизнесу было бы проще развиваться. Я поддерживаю идею о том, что включиться в этот проект должен не только минпромторг, но и другие профильные министерства».



ВОЗМОЖНОСТИ

Сбербанк помогает  
развивать бизнес  
своим партнёрам в Перми



В Перми в рамках программы повышения эффективности использования принадлежащей банку недвижимости Сбербанк предлагает своим партнёрам арендовать либо приобрести в собственность объекты недвижимого имущества, которые в настоящее время банком не используются.

Основной предпосылкой реализации данных объектов является оптимизация филиальной сети и сокращение излишних расходов банка. При этом за счёт более рационального использования ресурсов появляется возможность развития существующих офисов банка, создания более комфортных условий для обслуживания клиентов Сбербанка и повышения качества их обслуживания.

На текущий момент на реализацию выставлено более 23 тыс. кв. м торгово-офисной недвижимости банка, расположенной в Перми и на территории Пермского края.

Часть объектов предлагаются полностью свободными, что позволяет использовать их для организации собственного дела либо для сдачи в аренду. Другая часть объектов продаётся как готовый арендный бизнес в виде зданий/помещений, полностью либо частично заполненных арендаторами.

Кроме того, появилось уникальное предложение — продажа объектов с обратной арендой под банк. Речь прежде всего идёт о продаже крупных зданий и помещений банка (чаще всего площадью более 1000 кв. м), в которых банк готов остаться на условиях аренды площадей в размере, не превышающем 50% общей площади здания, и платить арендную плату, соответствующую рыночным условиям. В итоге потенциальный покупатель получает «якорного» арендатора в лице ПАО Сбербанк, приносящего стабильный доход.

В этом году на продажу с обратной арендой банк предлагает 13 объектов недвижимости в Перми, Добрянке, Лысьве, Соликамске, Александровске, Куде, Октябрьском, Барде, Кудымкаре, Краснокамске, Чусовом, Верещагино и Карагае.

При этом потенциальным покупателям Сбербанк предлагает воспользоваться линейкой кредитных продуктов для юридических и физических лиц.

Условия продажи, аренды и кредитования обсуждаются индивидуально по каждому объекту.

Более подробную информацию об объектах недвижимости можно получить у следующих лиц:

Минаева Татьяна Николаевна, тел.: 210-22-50, 8-902-47-10-073,  
tnminaeva@sberbank.ru;  
Пушкина Ольга Леонидовна, тел.: 219-90-24, 8-952-318-49-99,  
olpushkina@sberbank.ru;  
Фролова Оксана Александровна, тел.: 219-17-17, 8-922-318-09-15,  
oafrolova@sberbank.ru.

На правах рекламы

Источник — пресс-центр Пермского отделения ПАО Сбербанк

16 ЛЕТ — ГАЗЕТА

ГОРОДСКОГО

БОЛЬШИНСТВА

■ Стабильно высокая аудитория\*

■ Еженедельный выход 120 тыс. экз.

**Получите большинство:**  
**210-40-28, 210-40-23, reklama@idk.perm.ru**

Подробнее о рекламных возможностях  
«Пятницы» — [newsko.ru/ads](http://newsko.ru/ads)

\* Газета «Пятница» — лидер по величине читательской аудитории среди общественно-политических изданий в Перми, по данным исследования Института «УралИНСО» за 2009–2014 гг. По данным Mediascope (апрель–май 2016 г. «National Readership Survey») каждый выпуск «Пятницы» в среднем читает 143,1 тыс. чел. — максимальный показатель среди не рекламных газет региона.

Реклама