

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

наращиваем как объёмы поставок, так и ассортимент. Минувя дистрибьюторы, мы напрямую выбираем компании с лучшим производством и подтверждённым качеством. Такой же стратегии мы придерживаемся, развивая категорию «здоровых» продуктов. Возьмём, например, популярную у веганов водоросль — хлореллу. Её можно производить даже на вашем садовом участке. И её производят в Пермском крае. Но выращенная в искусственном водоёме хлорелла отличается по свойствам от той, которая растёт в естественных водоёмах с температурой 50 градусов. Именно такую натуральную хлореллу мы предлагаем покупателям «Семьи», — рассказывает директор сети Ксения Новикова.

Своя марка

Ещё одна возможность развития для российских производителей экологически чистых продуктов — собственные торговые марки (СТМ) ретейлеров. Принадлежность к СТМ воспринимается среди «сетевиков» как способ выработать у потребителя лояльность к сети и продемонстрировать качество продаваемой в магазинах продукции.

В апреле 2019 года, по словам Ксении Новиковой, доля собственных СТМ в «Семье» составляла 6%, и компания планирует существенно увеличить её. Клиенты рассматривают собственные торговые марки «Семьи» как лицо сети, говорит Новикова, как рекомендацию, заслуживающую доверия.

Свой бренд — «Технологика здоровья» — есть и у «Лакшми». Его доля составляет 15%, но, говорит Сергей Шаров, есть намерение довести её до 80% от ассортимента. «Принадлежность к своей марке — это 100% проверенные продукты и гарантия качества «Лакшми», — считает Сергей Шаров.

По законам рынка

Другой тенденцией «экологичного» питания является уход в онлайн. Именно на интернет-торговлю решила сделать ставку сеть «Лакшми»: она позво-

лит компании сократить издержки на аренду и зарплату продавцам, сохранив доступность товаров для потребителей. Генеральный директор «Лакшми» Сергей Шаров считает, что экоретейл в офлайне сегодня нерентабелен. В Перми у «Лакшми» осталось только шесть магазинов из 52. В планах сети — оставить всего три супермаркета. «В онлайн сейчас конкуренции нет, поэтому мы запускаем там гипермаркет, через который будем работать на всю Россию. Через сайт можно будет составить индивидуальную диету, получить консультацию, подобрать набор продуктов из всего ассортимента, который представлен в «Лакшми», — говорит Шаров.

Впрочем, «Семья» снова «наступает на пятки»: сеть намерена расширить своё присутствие в интернете — как минимум до 5% до конца года (сейчас — меньше 1%).

Особенность крупного игрока в том, что он чуть медленнее реагирует на открывающиеся рыночные возможности и проигрывает во времени, считает Ирина Шафранская. Но ему намного проще внести изменения в свой ассортимент, найти оптимальное решение в торговом зале и предоставить потребителю возможность следовать модному тренду, не меняя потребительской привычки. «С бытовой точки зрения, переключиться между магазинами довольно сложно — потребитель с радостью сделает это, если у него есть существенный выигрыш в цене, в остальных случаях добиться устойчивого потока потребителей будет сложно, — говорит Шафранская. — Особенно в таком консервативном городе, как Пермь: специфика потребительского поведения пермяков в том, что они с трудом переключаются на новый, непривычный продукт, особенно в случае, если есть более дешёвый аналог в товарной категории. Пока ЗОЖ для нас — не более чем мода, и, следовательно, ёмкость рынка не велика, а потребителя надо приучать к регулярным покупкам. Иными словами, мы пока стихийные «зожники»: готовы покупать капучино на миндальном молоке, но не готовы ездить за этим молоком в специальный магазин».



ТЕКУЩИЙ МОМЕНТ

В Пермь прибыли все автобусы Volgabus для «Пермгорэлектротранса»

МУП «Пермгорэлектротранс» 27 мая получило последнюю партию из 10 автобусов марки Volgabus, и теперь в его распоряжении находятся все закупленные 85 единиц подвижного состава.

«На сегодняшний день полностью приняты 58 единиц. Оставшиеся автобусы проходят оснащение техническими средствами и подготовку к проверке приёмочной комиссией», — отметили в пресс-службе горадминистрации.

Кроме того, расчёт с производителем техники пока не произведён — сумма будет определена с учётом неустойки после завершения работы приёмочной комиссии.

На прошлой неделе в пресс-службе сообщали, что производителю автобусов марки Volgabus были начислены пени в размере 1/300 ключевой ставки рефинансирования, что составляет порядка 160 тыс. руб. за каждый день просрочки, на общую сумму 7,6 млн руб.

Напомним, на сегодняшний день МУП «Пермгорэлектротранс» обслуживает шесть городских маршрутов: № 2, 3, 11, 36, 60, 62. С 13 июня к ним присоединится маршрут №30 («Микрорайон Парковый — площадь Дружбы»), а с 15 июня — №50 («Улица Гусарова — станция Пермь II»).

ФОТО КОНСТАНТИН ДОЛГАНОВСКИЙ



В 2018 году Теодор Курентзис заработал 18,8 млн рублей

Руководители госучреждений, подведомственных Министерству культуры Пермского края, отчитались о доходах за 2018 год. Средний декларированный годовой доход, включая доходы по основному месту работы и от иных источников, за 2018 год составил 2,8 млн руб. (в 2017 году — 2,4 млн руб.).

В результате самым богатым оказался художественный руководитель Пермского театра оперы и балета Теодор Курентзис. Его доход составил 18,8 млн руб., что на 1,4 млн руб. больше, чем в 2017 году.

Следом за ним в рейтинге самых богатых идут директор КГАУК «Пермский губернский оркестр» Екатерина Аскарлова (6,9 млн руб.) и художественный руководитель Театра-Театра Борис Мильграм (6,1 млн руб., что на 627 тыс. руб. меньше, чем в 2017 году).

Бывший министр культуры, директор ГКБУК «Пермская краевая филармония» Галина Кокоулина в 2018 году заработала 3,5 млн руб. Худрук и главный дирижёр Пермского губернского оркестра Евгений Тверетин задекларировал 2,9 млн руб. (на 1 млн руб. меньше, чем в 2017 году), а исполнительный директор Пермского театра оперы и балета Андрей Борисов — 2,9 млн руб., что на 447 тыс. руб. больше, чем в 2017-м.

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
Компаньон

Отдел рекламы ИД «Компаньон»
(342) 210-40-23, reklama@newsko.ru