Альянс Региональных Ритейлеров 2024 год

Стратегическое видение

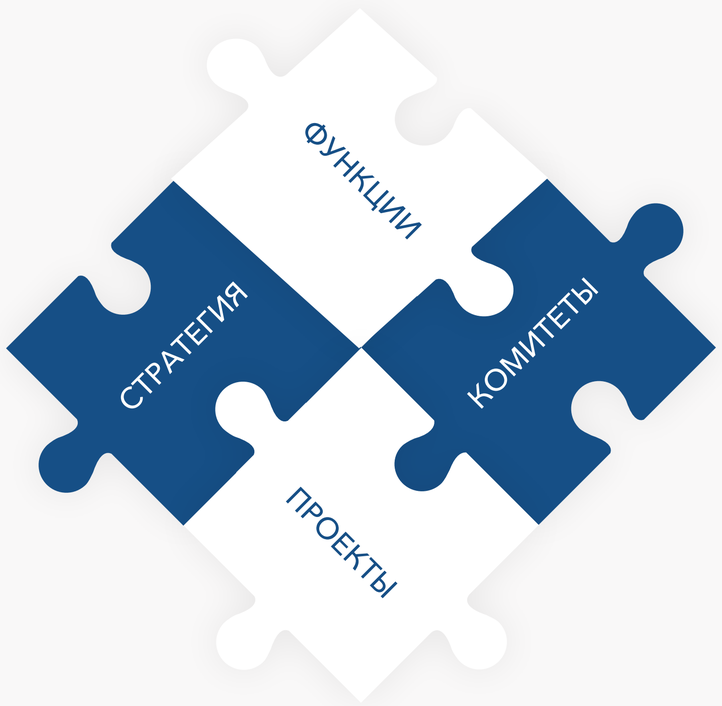
Деятельность АРР 2022 - 2025. **Стратегическое управление, функциональная деятельность, работа комитетов и проектная деятельность.**

1 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Деятельность акционеров сетей партнеров и ТОП менеджмента ООО АРР по созданию, согласованию и утверждению ключевых инструментов управления владением *(акционерный капитал, учредительные документы, дивиденды)* и деятельностью управления компанией (*постановка целей, стратегии, бюджета, топ менеджмента, новых участников)*

2 ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Деятельность менеджмента ООО «АРР», призванная поддерживать бизнес процессы организации.



3 РАБОТА КОМИТЕТОВ

Это часть периодической функциональной деятельности ключевых процессов взаимодействия и контроля их работы (с правом формирования единых решений) ООО «АРР» и партнеров Альянса в направлениях:

- Коммерческой деятельности
- Деятельности в организации и методов работы
- Деятельности IT
- Логистической деятельности
- Финансовой деятельности

4 ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Деятельность менеджмента ООО «АРР» и менеджмента партнеров, по созданию, согласованию новых правил, методологий, новых процессов взаимодействия между собой, а также деятельность по изменению текущих процессов а также новых товарных предложений и услуг

Стратегические векторы развития ООО»АРР» на 2022 - 2025 годы

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- Развитие коллективного корпоративного управления, через создание «прозрачности» и вовлечения акционеров и менеджмента всех партнеров альянса региональных ритейлеров

ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

- Развитие цепочек поставок и оптимизация логистических расходов
- Совместное использование централизованной логистической инфраструктуры альянса региональных ритейлеров

ЭКСТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ

- Расширение количества партнеров альянса региональных ритейлеров для увеличения доли дистрибуции в России и консолидации большего закупочного оборота

ТЕХНОЛОГИИ

- Выявление лучших практик и масштабирование на всех участников
- Улучшения процессов взаимодействия сетей участников
- Автоматизация уникальных процессов альянса и централизованное использование совместной архитектуры информационных систем и модулей

ЗАКУПКИ

- Расширение централизованной закупочной деятельности от лидеров федеральных брендов, лидеров региональных брендов, уникальных брендов (контрактное производства, СТМ), зарубежных производителей (импорт), сезонных товаров, а также использование закупочной массы для закупки и формирование стоков и биржевых товаров

ФИНАНСЫ

- Максимизация прозрачности управления финансами централизованной структуры
- Стандартизация финансового управления всеми участниками (бюджет, отчет прибыль убытки, отчет движения денег)
- Совместное использование возможности высвобождения денег и оптимизации их стоимости

Риски для региональных ритейлеров

Тезис:

- В текущей ситуации и следующие 3 года, мы можем увидеть отказ производителей крупных А-Брендов от дистрибуторов и небольших региональных ритейлеров
- Основным каналом дистрибуции будет растущая федеральная розница

Аргумент №1.
Федеральные сети единственный канал дистрибуции - который растет

2002 - 2022 и прогноз на 2027 год

	2002 (доли каналов на рынке)	**2012** (доли каналов на рынке)	**2022** (доли каналов на рынке)	**2027 (прогноз)**
Федеральная розница	3,8 %	21,6 %	41,4 %	60 %
Региональная розница	55,2 %	44,5 %	30,2 %	20 %
Традиционная розница	41 %	33,9 %	28,4 %	20 %
Итого современный канал	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Название сети	**Выручка в год (трлн)**	**Доля на рынке (%)**
X5	2,60	12,7 %
Магнит	2,35	11,5 %
Меркури Групп	2,12	10,4 %
Лента	0,54	2,6 %
Светофор	0,41	1,8 %
Фикс Прайс	0,28	1,22 %
Ашан	0,25	1,2 %
	9,55	**41,4 %**

- Канал федерального ритейла продолжает расти
- Канал региональной розницы сокращается
- Дистрибуция в федеральные каналы становится приоритетом для крупнейших производителей

2023 год, Слата (X5), Красный Яр (X5), Тамерлан (X5), Самбери (Магнит), Монетка (Лента)

Аргумент №2.
Доходность дистрибуторов, как логистов товаров производителей А-Брендов равна 0 и будет уходить в минус

2002 - 2022 и прогноз на 2027 год

	2002 доля канала	2002 маржа канала	2012 доля канала	2012 маржа канала	2022 доля канала	2022 маржа канала	2027 доля / прогноз канала	2027 маржа / прогноз канала
Федеральная розница	3,8 %	10,0 %	21,6 %	8,0 %	0,0 %	6,0 %	0,0 %	5,0 %
Региональная розница	55,2 %	18,0 %	44,5 %	17,0 %	30,2 %	12,0 %	20,0 %	12,0 %
Традиционная розница	41,0 %	25,0 %	33,9 %	23,0 %	69,8 %	18,0 %	80,0 %	18,0 %
Итого маржа дистрибутор канал	20,6 %		17,1 %		16,2 %		16,8 %	
Затраты дистрибутора	17 %		15 %		16 %		20 %	

- Прибыльность дистрибуторов находится у 0 в текущий период времени и падает за счёт
  - Снижения доли больших отгрузок (федеральные, региональные ритейлеры)
  - Рост расходов на транспорт и переработку грузов (рост стоимости цепочек поставок)
  - Дороговизны дистрибуции в канал - традиционная розница
  - Снижение компенсаций производителями со стороны производителей А-Брендов
  - Рост разрыва между закупочными условиями федеральных сетей и региональных сетей

Аргумент №3.
Расходы производителей на поддержание продаж напрямую в региональную розницу и через дистрибурторов в региональные сети и традиционные магазины велики

2002 - 2022 и прогноз на 2027 год

	Расходы от отгрузки напрямую монопаллетами с доставкой	Расходы (отгрузки по коробочно и доставка на РЦ регион)	Дополнительная мотивация (условные скидки)	Поддерджание команды торговых представителей	Итого прямых расходов на канал
Федеральная розница	2,5 %	0 %	1 %	0 %	3,5 %
Региональная розница	0 %	6 %	3 %	3 %	12,0 %
Дистрибуторы	3,5 %	0 %	5 %	6 %	14,5 %

8,5 %

- Каналы региональной розницы и через дистрибуторов обходятся дороже производителям не менее, чем 8,5% до 11%
  - Из опыта 2022 - 2023 года
    - Уровень сервиса каналов прямая региональная розница и дистрибуция падает в отличие от федеральной розницы
    - Снижаются расходы производителей на поддержание команд торговых представителей
    - Снижаются расходы на маркетинг и трейд маркетинг (TPR)

Прогноз следствий, исходя из тенденций

- ***ФЕДЕРАЛЬНЫЕ СЕТИ:***

  - Интерес Федеральных сетей в 2023 году к крупным региональным ритейлерам на лицо: Слата+Красный Яр (X5), Тамерлан (X5), Санбери (Магнит), Монетка (Лента). Логично, что интерес федералов в 2024 -2025 годах сконцентрирован на остатках лидеров межрегионального ритейла (Мария-РА (130-150 млрд), SPAR-Нижний Новгород (220-250 млрд), Гулливер/Победа (120 млрд), Командор (>80 млрд) в случае агрессивного роста).

- ***ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЛИДЕРЫ А-БРЕНДОВ:***

  - Стратегически крупнейшим производителям с высоким уровнем дистрибуции нужно больше поддерживать канал федеральной розницы, как единственный растущий и более агрессивно участвовать в консолидации рынка вокруг них. (Опыт 2-х лет показывает такую тенденцию, которая выражается в приоритетности уровня сервиса и роста разницы закупочных условий).

  - Для Производителей А-Брендов становится в перспективе бессмысленным содержание региональной розницы и дистрибуторов из-за роста разрыва между закупочными ценами с федеральными ритейлерами и из-за высокой стоимости в затратах этих каналов.

- ***ДИСТРИБУТОРЫ:***

  - Контракты А-Брендов у дистрибуторов стали уже бесприбыльными и в перспективе убыточными. Они находятся сейчас в портфеле, как «якоря» продаж другого ассортимента. Однако есть примеры отказов от контрактов. И эта тенденция будет ярко видна в 2024 - 2025 годах.

Прогноз следствий, исходя из тенденций

- В текущей ситуации и следующие 3 года, мы видим и можем увидеть масштабный отказ производителей крупных А-Брендов от дистрибуторов и небольших региональных ритейлеров
- Основным каналом дистрибуции будет растущая федеральная розница

Возможности

Тезис:

- Консолидация канала региональных сетей и формирование «Национального регионального дистрибутора», обслуживающего региональный ритейл - является хорошей идеей.

- Развивающаяся и работающая платформа Альянса регионального ритейлеров 7-ой год - идеальное решение, как для производителей крупнейших А-Брендов, так и для региональных ритейлеров чтобы на базе него организовать «Национального регионального дистрибутора»

Кто мы сейчас - прогноз продаж - 2023 года

Айгуль	3 051 781 390 ₽
Петровский	10 207 752 045 ₽
Аникс	15 803 555 172 ₽
Лама	28 639 253 702 ₽
Спар-Тула	12 359 793 490 ₽
Бегемаг	10 818 461 561 ₽
Реми	54 557 360 598 ₽

Итого: 135 437 957 958 рублей с НДС

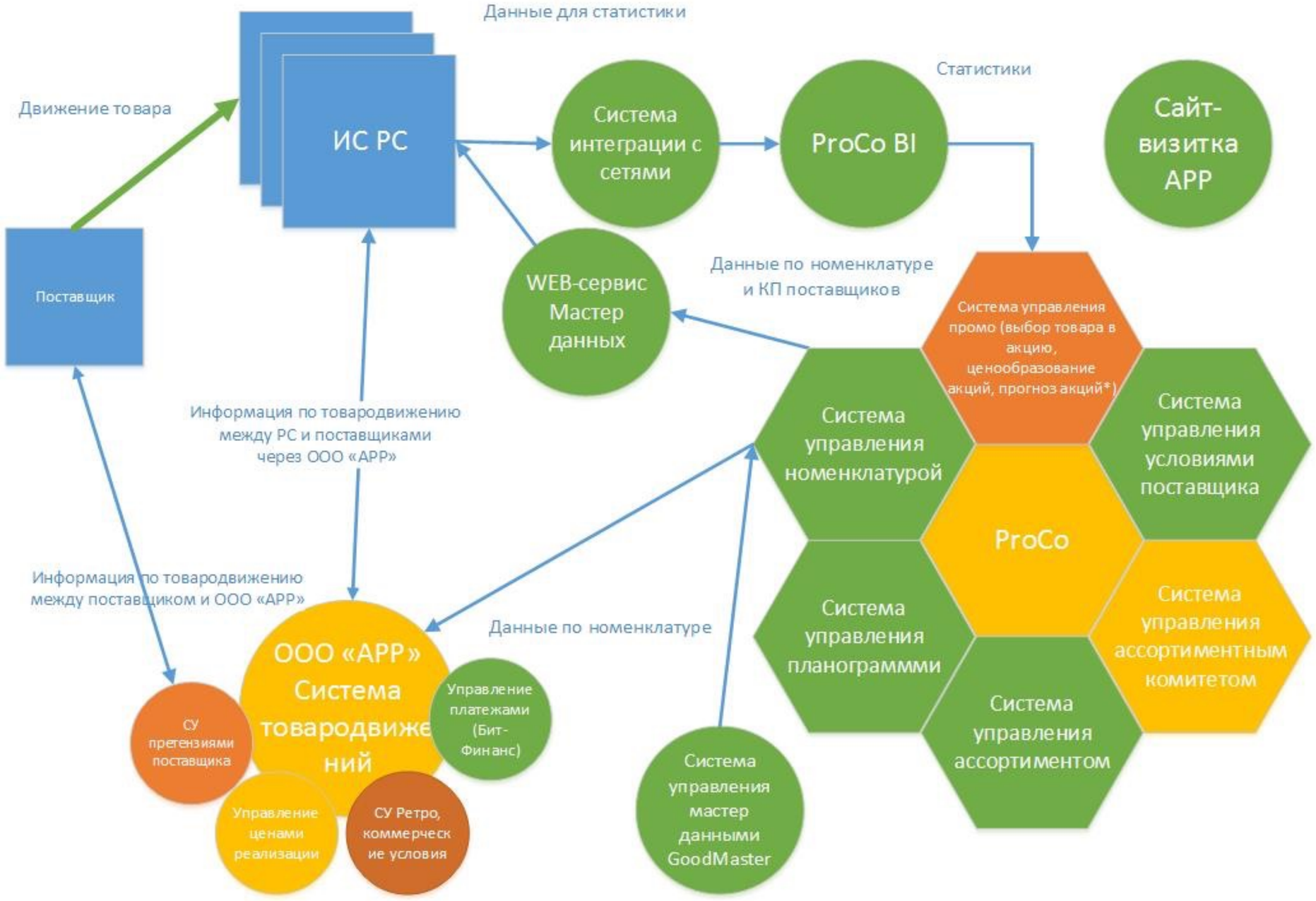
Кто мы сейчас - количество магазинов - 2023 года

РЕГИОН	АЙГУЛЬ			АНИКС			БЕГЕМАГ	ЛАМА		ПЕТРОВСКИЙ	СПАР-ТУЛА	ТС РЕМИ			Итого по форматам
Формат/Город	**Алдан**	**Нерюнгри**	**Якутск**	**Алтай**	**Бийск**	**Новосибирск**	**Кемерово**	**Новосибирск**	**Томск**	**Архангельск**	**Тула**	**Владивосток**	**Хабаровск**	**др. города**	
Магазин у дома	3	11	7	105	55	3	65	8	51	46	25	14	6	6	405
Дискаунтер	2		1	1				1	3						8
Гипермаркет								1	3	1	2	5	1	3	16
Супермаркет		1	1							7	17				26
Супермаркет (премиум)							4	16	11	2		23	10	44	110
Итого по регионам	5	12	9	106	55	3	69	26	68	56	44	42	17	53	
Итого по партнерам	26			164			69	94		56	44	112			
Итого по Альянсу	**565**														

Кто мы сейчас - распределительные центры

Название склада / адрес	Класс склада	Температурный режим	Возможности склада (м2)
РЦ «Обухово», Московская область, Кудиновское шоссе, 4	А	Нормальный (+5+20)	10 000
РЦ «Рябиновая», Москва, Рябиновая улица, 55	В	Холодильник (-5+5) Морозильные камеры (-20-15)	2 000
РЦ «Толмачево», Новосибирск, Омский тракт, 3707	А	Мультитемпературный (+5+20) (-5+5) (-20-15)	100 000
РЦ «Регион», Новосибирск, Электрозаводская улица, 4	В+	Нормальный (+5 + 20)	10 000

Структура информационных систем и модулей к 2024 году



Аргумент №2. 2024 - 2025 годы являются ключевыми в перестройке дистрибуции А-Брендов в России

- Наши сети являются последними значимыми региональными сетями, работающими с дистрибуторами - уход на прямые поставки от дистрибуторов с большой вероятностью уничтожат дистрибуторов.
- Это приведёт к перераспределению клиентских потоков от традиционной и региональной розницы в федеральную. Так как основные товары А брендов будут именно там. Рост чеков у тех кто имеет прямые поставки А-Брендов. *(Пример 2021-2022 года - в Бурятии после ухода дистрибутора Danone, увеличились продажи товаров Danone на 50% за год, маржа на товары Danon не менее, чем на 11%)*

Аргумент №3. Потенциал роста количества партнёров (проявляли интерес)

Компании с оборотом более 10 млрд рублей в год

Региональные, не локальные компании	Примерная оценка
Командор	80 000 000 000 ₽
Европа	25 000 000 000 ₽
Линия	25 000 000 000 ₽
Макси	20 000 000 000 ₽
БИН	18 000 000 000 ₽
Десяточка	15 000 000 000 ₽
Байрам	15 000 000 000 ₽
Караван	15 000 000 000 ₽
Глобус	12 000 000 000 ₽
Удача	10 000 000 000 ₽

Итого: 235 000 000 000 рублей с НДС

Потенциал роста количества партнёров
(проявляли интерес)

Друзья ! - ПОРА ОБЪЕДИНЯТЬСЯ !!!

СДЕЛАЙТЕ ЭТОТ ШАГ УЖЕ СЕЙЧАС !!!

Название сети	Выручка в год	Доля на рынке
X5	2,60	12,7 %
Магнит	2,35	11,5 %
Меркури Групп	2,12	10,4 %
Лента	0,54	2,6 %
Светофор	0,41	1,8 %
Мы можем быть здесь	***0,37***	***1,6 %***
Фикс Прайс	0,28	1,22 %
Ашан	0,25	1,2 %
	9,55	**41,4 %**

Примерная оценка

Командор	80 000 000 000 ₽
Европа	25 000 000 000 ₽
Линия	25 000 000 000 ₽
Макси	20 000 000 000 ₽
БИН	18 000 000 000 ₽
Десяточка	15 000 000 000 ₽
Байрам	15 000 000 000 ₽
Караван	15 000 000 000 ₽
Глобус	12 000 000 000 ₽
Удача	10 000 000 000 ₽

МЫ ВМЕСТЕ: почти 400 млрд рублей с НДС

Тактические приоритеты

Сергей Леонов - генеральный директор ООО «АРР»

Тактические действия ООО «АРР» в 2024 году

Основаны на стратегическом видении изменения дистрибуции в России

Поддерживают приоритеты переговорной кампании 2024 года

Оптимизация процессов цепочек поставок в 2024 года

Улучшение в процессах взаимодействия и автоматизации в 2024 года

Политика управления Бюджетом в 2024 - 2025 году

Вовлечение в управление сетей - партнёров ООО «АРР» и потенциальных партнёров - рост прозрачности и доверия

Вовлечение в управление сетей партнёров - рост прозрачности и доверия

С конца 2022 года ПК «Альянс» открыт для новых пайщиков
С конца 2023 года ООО «АРР» открыт для всех партнёров для управления компанией через Совет Партнёров

Участие	Ключевые вопросы	Партнёры - участники АРР	Потенциальные партнёры АРР
Совет Партнёров	• Решение о вступлении, исключении партнёров из концессии	✓	
Совет Партнёров	• Утверждение на должность генерального директора ООО «АРР»	✓	
Совет Партнёров	• Выбор и утверждение аудитора компании - ежегодно	✓	
Совет Партнёров	• Определение и согласование стратегии АРР	✓	✓
Совет Партнёров	• Утверждение бюджета (операционной и инвестиционной деятельности) АРР	✓	
Совет Партнёров	• Формирование консолидированного мнения на промежуточные результаты операционной и инвестиционной деятельности	✓	✓
Совет Партнёров	• Инициативы по развитию компании и включения в план работ АРР	✓	✓
Совет Партнёров	• Другие вопросы связанные с принятием решений в тактике действий менеджмента АРР	✓	✓

Вовлечение в управление сетей партнёров - рост прозрачности и доверия

С конца 2022 года ПК «Альянс» открыт для новых пайщиков

С конца 2023 года ООО «АРР» открыт для всех партнёров для управления компанией через Совет Партнёров

Приоритеты переговорной кампании в 2024 году

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- Развитие коллективного корпоративного управления, через создание «прозрачности» и вовлечения акционеров и менеджмента всех партнеров альянса региональных ритейлеров

ФИНАНСЫ

- Максимизация прозрачности управления финансами централизованной структуры
- Стандартизация финансового управления всеми участниками (бюджет, отчет прибыль убытки, отчет движения денег)
- Совместное использование возможности высвобождения денег и оптимизации их стоимости

Прогноз итогов за 2023 год	Коммерция
Согласование плана работ на 2024 год в рамках стратегии	Коммерция, Финансы, Логистика, Процессы, Автоматизация, Развитие
Согласование и утверждение бюджета расходов и финансирования на 2024 год	Финансы
Утверждения правила проектного (А-Брендов, Импорт) финансирования в 2024 году	Финансы, Коммерция
Совместные решения в рамках работающих комитетов департаментов	Финансы, Коммерция, Логистика, Процессы, IT
Тесты по монетизации: данных и IT модулей, консолидации грузов для региональных сетей …	Логистика, Процессы, IT

Приоритеты переговорной кампании в 2024 году

ЭКСТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ

- Расширение количества партнеров альянса региональных ритейлеров для увеличения доли дистрибуции в России и консолидации большего закупочного оборота

Ориентация на привлечение новых партнёров через приглашение к участию в совете партнёров	Развитие, Совет Партнёров
Ориентация на привлечение новых партнёров через централизацию А-Брендов на РЦ Альянса	Развитие, Коммерция
Ориентация на привлечение через Партнёров Альянса	Развитие, Совет Партнёров
Привлечение и адаптация новых партнёров в партнёрство с ООО «АРР»	Развитие, Процессы

Приоритеты переговорной кампании в 2024 году

ЗАКУПКИ

- Расширение централизованной закупочной деятельности от лидеров федеральных брендов, лидеров региональных брендов, уникальных брендов (контрактное производства, СТМ), зарубежных производителей (импорт), сезонных товаров, а также использование закупочной массы для закупки и формирование стоков и биржевых товаров

Централизация на РЦ Москва, РЦ Новосибирск А-Брендов имеющих большую долю в категориях и большую дистрибуцию по всей территории РФ	Коммерческий департамент
Работа с текущими контрактами. Частичный перевод на централизованные отгрузки текущих контрактов с улучшением условий	Коммерческий департамент
Рост количества SKU централизованных через ООО «АРР» - СТМ / Контрактное производство, Импорт	Коммерческий департамент
Другие «проекты» - инициированные и поддержанные сетями (сезонные товары, тендеры, совместные акции) - партнерами в рамках работающих комитетов коммерческих департаментов сетей	Коммерческий департамент

Приоритеты переговорной кампании в 2024 году

Оптимизация затрат на переработку грузов и хранение	Логистика
Оптимизация затрат на транспортировку за счёт совместных с партнёрами тендерами и увеличения доли железнодорожного транспорта	Логистика
Оптимизация затрат связанных с процессами, обеспечивающих товародвижение	Логистика, Коммерция
Оптимизация затрат связанных с процессами, обеспечивающих товародвижение	Логистика

- Развитие цепочек поставок и оптимизация логистических расходов
- Совместное использование централизованной логистической инфраструктуры альянса региональных ритейлеров

ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

Приоритеты переговорной кампании в 2024 году

Проект «Лучшие практики»	Процессы, Логистика, IT
Работа над 6-ю «Лучшими практиками» и масштабирование опыта (Совместные действия сетей)	Коммерческий департамент
Введение в эксплуатацию ряда автоматизированных процессов, связанных с ассортиментами, квотированием, синхронизацией мастер данных и данных о производителях и коммерческих предложений	Коммерческий департамент
Обмен практиками управления в рамках работающих комитетов департаментов	Финансы, Коммерция, Логистика, Процессы, IT

- Выявление лучших практик и масштабирование на всех участников
- Улучшения процессов взаимодействия сетей участников
- Автоматизация уникальных процессов альянса и централизованное использование совместной архитектуры информационных систем и модулей

ТЕХНОЛОГИИ

План переговорной кампании в 2024 году

Приоритеты переговорной кампании в 2024 году

Улучшение условий основанные на объеме в деньгах, большом кванте, и количественной дистрибуции

1. Централизация на РЦ Москва, РЦ Новосибирск А-Брендов имеющих большую долю в категориях и большую дистрибуцию по всей территории РФ

2. Работа с текущими контрактами. Частичный перевод на централизованные отгрузки текущих контрактов с улучшением условий.

3. Рост количества SKU централизованных через ООО «АРР» - СТМ / Контрактное производство, Импорт

4. Другие «проекты» - инициированные и поддержанные сетями - партнерами в рамках работающих комитетов коммерческих департаментов сетей

Некоторые данные - NIQ (Nielsen)

Топ-50 брендов FMCG на российском рынке в 2023 году

Позиция бренда в рейтинге, изменение позиции к аналогичному периоду 2021 года и доля бренда от общих продаж на FMCG-рынке в России (январь–август 2023)

1-10	Winston	Добрый	Camel	Lay's	LD	Rothmans	Philip Morris	Kent	Chesterfield	Простоквашино
	#1 (=) 2.2%	#2 (+13) 1.2%	#3 (+9) 1.2%	#4 (+1) 1.1%	#5 (-2) 1.0%	#6 (-4) 0.9%	#7 (-3) 0.8%	#8 (-1) 0.8%	#9 (+59) 0.8%	#10 (-2) 0.7%
11-20	Балтика	Marlboro	Parliament	Adrenaline Rush	Kinder	whiskas	Домик в деревне	Коровка из Кореновки	Felix	Фруто Няня
	#11 (-1) 0.7%	#12 (+2) 0.6%	#13 (-2) 0.6%	#14 (+12) 0.5%	#15 (+2) 0.5%	#16 (+8) 0.5%	#17 (-1) 0.5%	#18 (+2) 0.5%	#19 (+14) 0.5%	#20 (-7) 0.5%
21-30	Nescafé	Слобода	Jacobs	Брест-Литовск	Черноголовка	Bud	Яшкино	Milka	Lucky Strike	Next
	#21 (=) 0.5%	#22 (=) 0.4%	#23 (=) 0.4%	#24 (+3) 0.4%	#25 (+70) 0.4%	#26 (+9) 0.4%	#27 (+5) 0.4%	#28 (+1) 0.4%	#29 (+409) 0.4%	#30 (+1) 0.4%
31-40	Ясно	Alpen Gold	Чудо	kitekat	Hochland	Русский стиль	Мальтерс	Село Зелёное	Святой источник	Старый Мельник
	#31 (-12) 0.4%	#32 (+6) 0.3%	#33 (-8) 0.3%	#34 (=) 0.3%	#35 (+5) 0.3%	#36 (+1042) 0.3%	#37 (+9) 0.3%	#38 (+38) 0.3%	#39 (+15) 0.3%	#40 (-4) 0.3%
41-50	Роллтон	One	Махеевъ	Агуша	Доширак	Sobranie	Chapman No.1	Snickers	Lipton	Kozel
	#41 (+1) 0.3%	#42 (+45) 0.3%	#43 (+1) 0.3%	#44 (-16) 0.3%	#45 (+5) 0.3%	#46 (+69) 0.3%	#47 (+229) 0.3%	#48 (+9) 0.3%	#49 (+14) 0.3%	#50 (-3) 0.3%

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок. На основе данных 160 категорий. Период: январь–август 2023.

NIQ

23

Сила федеральных брендов по прежнему остается. Они по прежнему доминируют в категориях и являются основным магнитом для выбора покупателями магазинов

Текущая структура контрактов через офис ООО «АРР»

	Кол-во	Закупочный оборот	Доля	Реализованная наценка	Доля в РТО сетей
Федеральные контракты в управлении АРР - поставки через дистрибуторов	156	14 500 000 000 ₽	95,6 %	29,10 %	**26% от РТО сетей *(без Реми)***
Федеральные контракты АРР - поставки централизованные через РЦ АРР	45	500 000 000 ₽	3,3 %	47,30 %	
Оптовые контракты АРР - поставки централизованные через РЦ АРР (без учета СТМ, стоков, импорта, сезонов и NF)	60	165 000 000 ₽	1,1 %		
Итого	**261**	**15 165 000 000 ₽**	**100,0 %**		

Важно сконцентрироваться на приоритетах

Приоритет №1

Централизация на РЦ Москва, РЦ Новосибирск А-Брендов имеющих большую долю в категориях и большую дистрибуцию по всей территории РФ

36 приоритетных контракта А-Бренда (по Top 6 в 6 ти товарных направлениях)	**15%** РТО сетей партнёров	**14,5 млрд** (с учётом Реми)	**Цель:** перевод не менее **6** контрактов на РЦ ООО «АРР» с оставшимися определение сроков перевода и улучшение текущих условий

		млн.руб	млн.руб
МОЛОКО КОНД ИЗДЕЛИЯ ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ	ДАНОН	678	1 042
	ОБЪЕДИНЕННЫЕ КОНДИТЕРЫ	493	653
	МОНДЭЛИС КОНД. ИЗДЕЛИЯ	392	636
	МАРС	356	716
	ФЕРРЕРО	261	493
	ПРОГРЕСС	123	319
НАПИТКИ ПИВО	САН ИНБЕВ_ЭФЕС	657	906
	КОКА-КОЛА	538	1 037
	ПЕПСИ НАПИТКИ	387	543
	БАЛТИКА	262	378
	ХЕЙНЕКЕН	200	295
	МЕРКАТУС НОВА КОМПАНИ	136	190
КРЕПКИЕ НАПИТКИ	БЕЛУГА ГРУПП_СИНЕРГИЯ	461	579
	ТАТСПИРТПРОМ	230	281
	АЛКОГОЛЬНАЯ СИБИРСКАЯ	213	269
	БАКАРДИ	138	261
	РЕНЕССАНС АЛКОГОЛЬ	83	106
	МИСТРАЛЬ-АЛКО	74	87
БАКАЛЕЯ	МАРС КОРМА ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	388	1 037
	ПЕПСИ ЧИПСЫ	326	525
	НЕСТЛЕ КОРМА ДЛЯ	181	335
	МИРАТОРГ	140	140
	БОНДЮЭЛЬ	82	163
	ХАЙНЦ	70	117
КОФЕ -ЧАЙ	НЕСТЛЕ	300	529
	ОРИМИ	261	477
	ЯКОБС	144	276
	КОМПАНИЯ МАЙ	127	194
	ФУД ЭМПАЙР	86	119
	ШТРАУС	31	59
СУХАЯ БАКАЛЕЯ	ЭССЕН	209	398
	МАРЕВЕН ФУД СЭНТРАЛ	183	350
	ЭФКО	178	195
	МАКФА	102	274
	ДОШИРАК	85	285
	БАРИЛЛА	57	119

Приоритет № 1

Предпосылки успеха и цели

Достаточный по данным А-Бренд Производителей закупочный оборот	14 500 000 000 ₽
У нас есть логистические возможности централизации закупок через РЦ ООО»АРР»	4 РЦ (Московская область, Новосибирск)
Научились формировать консолидированную позицию сетям партнёрами по ассортименту и выполнению договоренностей. С рядом производителей идут переговоры по централизации поставок на РЦ ООО "АРР»	**Федеральный менеджер** – лидер переговорной кампании, является единой «точкой входа» для производителей, ведёт переговоры, добивается условий, выражает консолидированную позицию партнеров сетей. Контролирует выполнение исполнения договоренностей. **Категорийные менеджеры сетей** - участники подготовки стратегии категории и переговоров с учётом региональных особенностей **Коммерческие директора сетей**– гаранты выполнения договорённостей. Контролирует исполнение договоренностей
ЦЕЛЬ:	36 контрактов А - Бренда

Приоритет №2

Работа с текущими контрактами. Частичный перевод на централизованные отгрузки текущих контрактов с улучшением условий.

225 контрактов A/B Брендов	**37** контракта	**1,5** млрд **2,6 %** РТО сетей	*Цель:* *Переговоры на перевод поставок через РЦ АРР с улучшением условий* ***(4%)***
	83 контракта	**4,5** млрд **7,7%** РТО сетей	*Цель:* *Решение текущих вопросов, принятие цен. Изменение ассортимента, увеличение уровня сервиса, выборка TPR–бюджетов, промо и других задач по запросам сетей*
	105 Контрактов	**0,67** млрд **1,1%** РТО сетей	*Цель:* *Оптимизировать количество контрактов, оставив максимально востребованные большинством сетей, с наибольшим товарооборота и растущей динамикой. Увеличить % проникновения в сети*

Приоритет №3

Рост количества SKU централизованных через ООО «АРР» - СТМ / Контрактное производство, Импорт

106 SKU Определили сети на комитете «СТМ» (до 30 контрактов)	2021	21 SKU	7,6 млн рублей
	2022	38 SKU	32,3 млн рублей
	2023	54 SKU	80 млн рублей
	2024	67 SKU	105 млн рублей
	2025	85 SKU	140 млн рублей
	2026	106 SKU	200 млн рублей

Тип товара	Кол-во СКЮ
Консервы мясные	1
Паста томатная	2
Соки, нектары т/п	3
Салфетки влажные	4
Майонез	1
Кетчуп	2
Корм для кошек, паучи	2
Кофе	2
Рыбные консервы (тунец ВЭД)	2
Уксус 9%,70% 250гр	2
Шоколадные батончики	3
Шоколад плитка	3
Ананасы ж/б (ВЭД)	1
Персики ж/б (ВЭД)	1
Желе в ас-те 150г	3
Вафли в шоколаде	1
Какао б/п	1
Чай черный 100пак, 25 пак,	3
Морсы в т/п	2
Ватная продукция (диски, палочки)	2
Бумажная гигиена (туалетная	2
Женская гигиена прокладки	2
Женская гигиена тампоны	2
Сухие корма для животных	2
Влажные корма для животных	3
Итого дополнительно к текущим	52

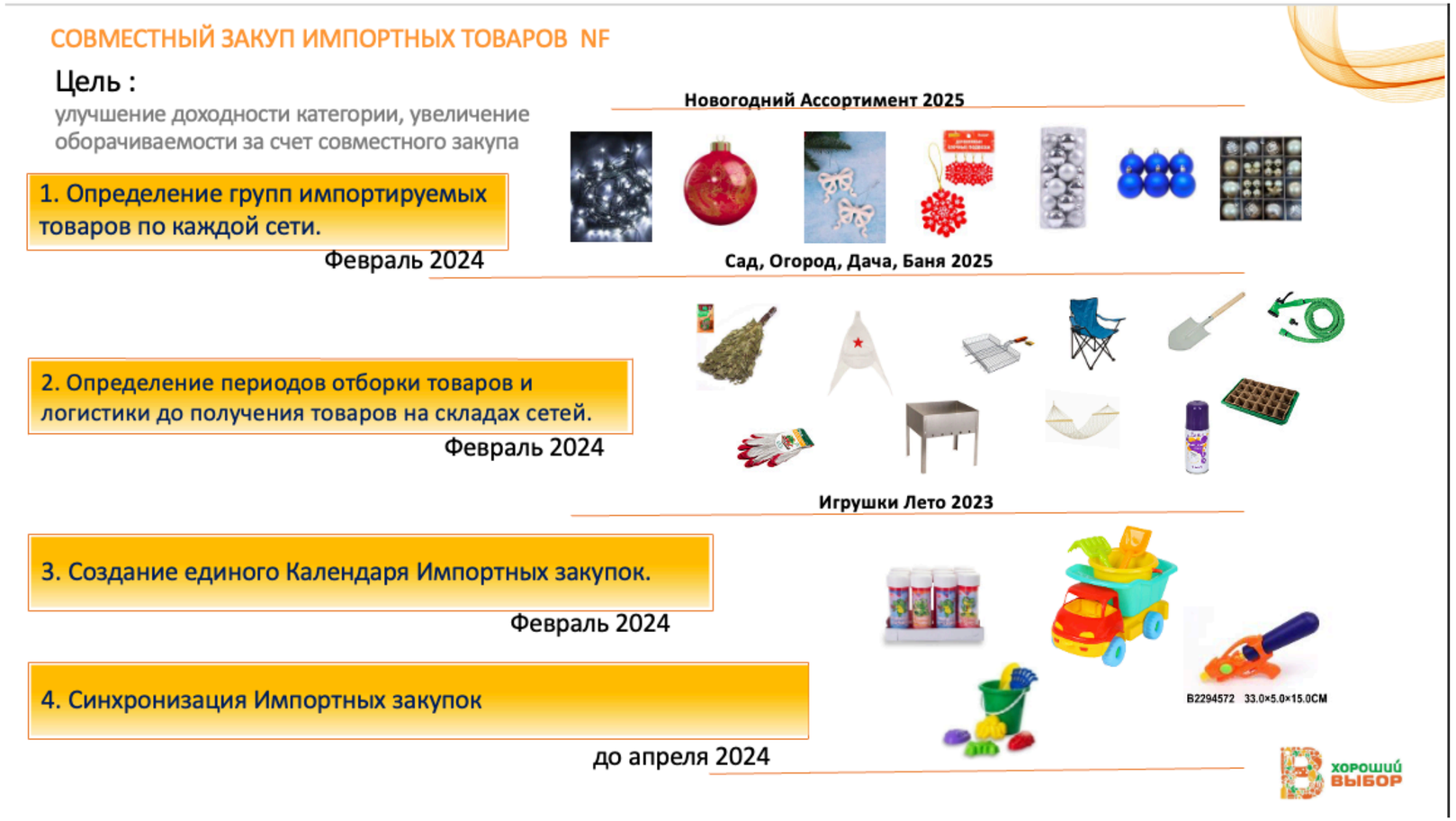
Приоритет №4

Совместные задачи в рамках работающих комитетов коммерческих департаментов сетей для ООО «АРР» на 2024 год

Проведение тендеров (алко - «первая цена», овощная консервация, плодово - ягодная консервация, Мясная консервация	Количество категорий в которых идут тендеры	2023 - 1 категория 2024 - **4 категории**
Форматирование категории вино (в рамках комитетов в категории «Алко напитки) - по примеру теста в «АНИКС»	Рост выручки категории Вино	Не менее **10%**

Приоритет №4

Совместные задачи в рамках работающих комитетов коммерческих департаментов сетей для ООО «АРР» на 2024 год



Совместные закупки товаров для 4-ых макро сезонов	Опыт АРР и сетей (Лама, Реми). Совместный оборот в 2024 году позволяет увеличить ассортимент и масштабировать по всем сетям. Высокая доходность.	Новый проект. Цель: **Тест** в 2024 году.

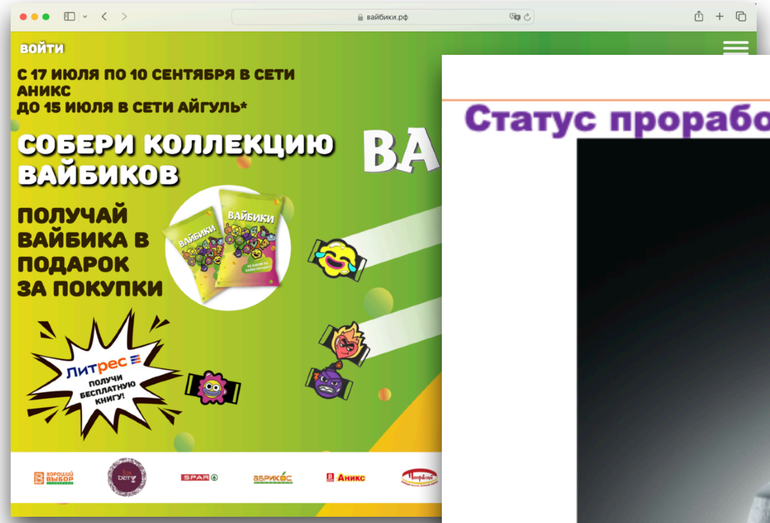
Приоритет №4

Совместные задачи в рамках работающих комитетов коммерческих департаментов сетей для ООО «АРР» на 2024 год

Тестирование новинок, увеличивать продажи и отбирать лидеров в ассортимент.	Опыт АРР и сетей в 2023 году. Интерес со стороны сетей.	Регулярное обновление **1 раз в квартал**. Актуальный ассортимент. Рост продаж не менее чем на **50%** к прошлому году (24,75 млн рублей)

Приоритет №4

Совместные задачи в рамках работающих комитетов коммерческих департаментов сетей для ООО «АРР» на 2024 год



https://xn--80acb0aadj.xn

Проведение акции альянса	1 в году	Дополнительный оборот сетей благодаря акции 1%
Есть опыт проведения акций в сетях партнёрах уже 3 года. Имеем бизнес модели большинства акций. В этом году была самая успешная акция у федеральной сети. Нам доступна механика и результаты. Статус проработки высокий		

Остальные вопросы пишите на почту: sergey.leonov@all-rr.ru