

ЗЛОБНЫЙ КРИТИК

Виктор Тамберг [tamberg@mail.ru],
для Sales Business

Премьера скидки

Определенно, наш премьер-министр стал антикризисным ньюсмейкером номер один. Совсем недавно он спасал Пикалево, теперь защищает посетителей супермаркетов от непомерных appetитов сетевых структур. Под раздачу попал «Перекресток», где высокий гость обнаружил более чем стопроцентную наценку на свинину. «Непорядок!» – сурово нахмурил брови, сказал он. «Исправим», – отрапортовал бизнес.

Правда, злые языки в интернете уже окрестили акцию дружеским чекистским пиаром: управляющий директор по корпоративным отношениям X5 Retail Group Юрий Кобаладзе – генерал-майор СВР в отставке. Сам Кобаладзе, сопровождавший премьер-министра во время визита в магазин, позже заявил на радио «Эхо Москвы», что его слова о снижении цен были вырваны из контекста. Но цель достигнута – публика напряглась. Министры спешно засели редактировать проекты закона о торговле, ФАС снова дала свою любимую команду «фас». Превзошли всех чиновники из розничных ассоциаций – оказывается Путин «посетил не тот магазин». Хотя, пожалуй, здесь я с ними соглашусь: надо было зайти в «Алые паруса», все-таки «Перекресток» в Москве – сеть достаточно демократичная.

Не в первый и не в последний раз розницу выбрали мальчиком для битья. Впрочем, есть за что. О «входных билетах», отсекающих путь на полку небольшим производителям, маркетинговых бюджетах, висящих на поставщиках, не писал только ленивый. Самое обидное, что «профит», который копит розница такими способами, никак не сказывается на конечной цене – все растворяется в воздухе, в лучшем случае через маркетинговые каналы.

Взятки, откаты и прочие прелести российского сетевого ритейла тоже ни для кого не секрет.

А сфера все-таки стратегическая, особенно сейчас. Это в Москве

бизнес-проповедники наперебой кричат о том, что кризиса нет. За МКАДом кризис еще как есть. И постоянно растущие цены на продовольствие мало кого радуют.

Судя по публикациям, за вопрос решили взяться все-раз, контролируя наценки во всем канале сбыта, включая и посредников. Это не первая попытка обуздания appetитов ритейла, но, похоже, на сей раз начинание осуществляется с «правильного конца». Интересно, какие будут рычаги воздействия на ритейлеров, которые, как всегда, начнут выкручиваться. О массовых расстрелах, конечно, мечтать не стоит, но без реальных инструментов влияния эффекта не будет. От низкой наценки могут легко спасти придворные поставщики и производители, у которых и осядет основная маржа. А от продажи социальных продуктов с фиксированной наценкой можно просто отказаться и заменить их другими артикулами, «улучшенного качества». Обяжут ли продуктовых ритейлеров держать в ассортименте строго определенный набор недорогих социальных товаров? Идею, быть может, хорошую для Беларуси, вряд ли примут в России – правозащитники (за деньги розницы) с большим удовольствием поднимут вой о нарушении свободы предпринимательства. Есть еще много-много нюансов, которые определяют, чем станет новый закон о торговле – шагом к цивилизованному рынку и учету интересов потребителя или очередным сотрясанием воздуха. Во всяком случае инициатива, пусть только пока, но кажется интересной, способной изменить принципы работы на рынке. А делать что-то надо – кризис затягивается, доходы падают, недовольство возрастает. И если ритейлеры об этом не думают, кто-то должен думать за них.

Ну а сам «виновник торжества» воспользовался такой «случайной» рекламой потрясающе оперативно: сеть «Перекресток» объявила о новой акции – торговые наценки от нуля до 5 процентов на 500 товаров. Слово «премьера» на обновленных ценниках не оставляет посетителям сомнений в том, кто о них так позаботился. Интересно, как отреагируют другие участники рынка, чьи титулы и регалии обозначат на своих POS? Будем ждать, что цены на свинину, на которую обратил внимание Путин, тоже снизятся – все-таки сезон шашлыка на дворе.

