доля сетевых торговых организаций и очень низкая доля оборота, приходящаяся на рынки и ярмарки. Доля рынков и ярмарок в городе составляет около 1,7 процента, что значительно ниже, чем 10,6 процента в среднем по России и 19,5 процента в Москве. Основной причиной столь широкого распространения сетевого ритейла именно в Северной столице является то, что этот город является основополагающим для большинства крупных российских сетей», — заключает господин Гринченко.

Илья Штром подчеркивает, что процент одиночных компаний в Петербурге очень мал. «„Лэнд“, в свою очередь, является лидером на рынке премиум-супермаркетов Петербурга. В условиях высокой конкуренции выигрывает та компания, которая занимается поиском и внедрением расширенного количества услуг, уникальных рецептур собственного производства. „Лэнд“ занимается собственным импортом товаров из Италии, Испании, Финляндии и Великобритании. Также мы единственные из сетевых ритейлеров, кто имеет полноценный интернет-магазин. Его ассортимент насчитывает более 10 тыс. наименований. Есть в наших супермаркетах огромный выбор домашних блюд собственного производства, представлены товары под маркой „Лэнд“ и фермерские продукты», — рассказывает о конкурентных преимуществах своей сети господин Штром.

МАЛО МЕСТА По просьбе BG участники рынка рассказали о том, какие основные сложности существуют на петербургском рынке, тормозящие развитие продуктового ритейла в городе.

Основная сложность на рынке, по мнению господина Пуннонена, заключается в умении услышать клиентов и правильно отвечать на их потребности. «Кроме того, для преуспевания в условиях жесткой конкуренции требуется наличие сильной концепции и высококлассных навыков у топ-менеджеров сети», — подчеркивает он.

На взгляд господина Штрома, рынок Санкт-Петербурга предельно насыщен, но игроки продолжают развитие. «И здесь основная сложность заключается в поиске помещений, соответствующих всем техническим требованиям. Другая проблема — нехватка квалифицированных кадров в области продуктового ритейла на рынке труда. Именно поэтому мы уделяем особое внимание обучению персонала и развиваем мотивационные программы», — делится он.

Екатерина Куманина сетует на то, что в регионе остро чувствуется нехватка форматных площадей, подходящих для размещения магазина не только по планировочным решениям, но и по окружающей инфраструктуре. «Но мы научились справляться с этой ситуацией, у „Дикси“ накоплен опыт использования помещений со сложной конфигурацией, в том числе и в исторической части города. Например, в 2013 году в Петербурге магазины „Дикси“ открылись на набережной реки Фонтанки и на Невском проспекте», — высказывается госпожа Куманина. ■

ДЕГУСТАЦИЯ ПРИБЫЛИ

ИНТЕРЕС РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ВИНУ РАСТЕТ, КОНСТАТИРУЮТ ЭКСПЕРТЫ. ПОЯВЛЯЮТСЯ ШКОЛЫ СОМЕЛЬЕ, ВИННЫЕ БУТИКИ, ПРОВОДЯТСЯ ДЕГУСТАЦИИ И ВЫСТАВКИ. ПРИ ЭТОМ ИНТЕРЕС НАПРАВЛЕН НА ИМПОРТНОЕ ВИНО, ПОЭТОМУ И РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ ИНВЕСТИРУЮТ В ИНОСТРАННЫЕ ВИНОДЕЛЬНИ. КРИСТИНА НАУМОВА

Президент ОАО «Промышленная группа „Ладога“» Вениамин Грабар констатирует, что в последние годы у российских потребителей возрос интерес к вину. «С каждым годом в стране открывается все больше винных бутиков, баров, школ сомелье, проводится огромное количество отраслевых выставок, конкурсов, дегустаций, салонов и вечеров. Все это пользуется громадным спросом среди ценителей вин. Мы, например, смогли лично в этом убедиться, когда „Ладога“ организовывала собственные винные мероприятия в городах России», — говорит господин Грабар.

Специалисты отрасли отмечают рост интереса к вину в больших городах. Эксперт аналитической группы информационного агентства «Крединформ» Оксана Андрейченко полагает, что потребитель стал лучше разбираться в винах и больше внимания уделять качеству продукции при покупке. «Прошедший год стал громким на события на винном рынке Петербурга: все чаще открываются специализированные винные магазины, где периодически устраиваются винные вечера, где рассказывают об истории вин и проводят дегустации. Также в городе все чаще начинают открываться винные бары и рестораны, что также является положительной тенденций. Специалисты отрасли отмечают, что еще несколько лет назад подобные проекты были крайне рискованны, но сейчас с ростом популярности подобных заведений риски уменьшаются с каждым годом», — говорит госпожа Андрейченко. ➔ 82