**Пресс-релиз 15 июля 2020 г.**

**Павел Монич, заместитель генерального директора по работе с федеральными сетями АО «Эссен Продакшн АГ»: гибкая стратегия в кризис**

**Онлайн конференция «Антикризисное партнерство в цепочке поставок. Опыт ритейлера и поставщика» собрала первых лиц компаний-поставщиков FMCG и представителей ритейла. Они обсудили, какие подходы к управлению цепями поставок на сегодняшний день работают в их компаниях, что изменилось во время кризиса, связанного с пандемией, какие решения были приняты и на что в перспективе нужно обращать внимание, чтобы оставаться конкурентоспособными. Организовали мероприятие портал Retail.ru и бренд CeMAT RUSSIA.**

События последних месяцев серьёзно изменили ситуацию в экономике, во взаимоотношениях между участниками рынка. Руководители отделов логистики все эти месяцы держали удар и в авральном режиме находили новые решения для обеспечения бесперебойности. Сегодня и ритейлеры, и поставщики, заново выстраивают свои отношения, меняют «условия игры», находят новые формы взаимодействия для достижения результата и построении гибкой цепочки поставок.

**Основные вопросы, которые обсуждались на конференции:**

* Сокращение затрат и совместные инициативы в оптимизации цепочек поставок: опыт ритейлера и поставщика. Примеры реализации, результаты, перспективы;
* Актуальные требования ритейлера к поставщику. Системы оперативного оповещения поставщиков в новой реальности. Квантовые поставки, управление запасами, гибкость в поставках;
* Омниканальность ритейла как вызов. Как поставщику планировать цепочку поставок в новой реальности.

По мнению представителя компании «Эссен Продакшн АГ» Павла Монича, и поставщикам, и ритейлерам необходимо выстраивать отношения для совместной эффективной работы. Особенно это актуально как раз в периоды кризиса.

***Павел Монич, заместитель генерального директора по работе с сетями компании «Эссен Продакшн АГ»:***

*Кризис коснулся и нас, но компания находилась на выходе из пика новогодних продаж, поэтому процесс вхождения в него оказался для нас плавным. Были, конечно, некоторые проблемы. Например, в момент ажиотажного спроса на лимоны и имбирь возникли определенные проблемы с сырьем. Было приостановлено производство джемов с этими ингредиентами – лимонного и имбиря с лимоном. В настоящее время никаких проблем с поставками сырья мы не испытываем.*

 *Также в самом начале вхождения в кризис случались проблемы с прогнозированием продаж – структура спроса очень изменилась. Мы ответили на это, изменили тактику работы с сетями: стали применять* ***совместное прогнозирование****. Частота коммуникации увеличилась, прогноз по объему акции, например, может корректироваться до 5 раз. Это дало нам возможность гибко планировать закупку сырья и само производство. В результате мы смогли начинать подготовку к возможным изменениям спроса заранее, и нивелировать проблемы с поставками тех или иных заказов.*

Изменились за месяцы кризиса и условия доставки. Стал более востребован уменьшенный квант заказа, но увеличилась их частота. «Эссен Продакшн АГ» практически вдвое уменьшил транспортную упаковку и тем самым значительно расширил географию доставок. Например, количество единиц в коробке было уменьшено с 40 до 16 штук. Небольшие упаковки оказались востребованы в минимаркетах, их охотнее заказывали в сетях «Магнит» и «Пятерочка». Также увеличились доставки в небольшие населенные пункты.

Также условия кризиса повлияли на продажи онлайн. В компании «Эссен Продакшн АГ» оперативно отреагировали на тенденцию ухода продаж в интернет и начали активно развивать новый канал сбыта. По мнению представителя компании «Эссен Продакшн АГ», E-commerce – перспективное направление для развития и в ближайшее время оно будет активно развиваться.

***Павел Монич:***

*В период кризиса мы увидели наши дополнительные возможности по реализации: начали больше ориентироваться на продажи онлайн. Этот канал сбыта мы оцениваем как перспективный. Особенно это стало заметно в момент карантина – продажи онлайн росли гигантскими темпами. Эта привычка совершать покупки, не выходя из дома, у потребителей осталась и сейчас. Так что этот канал будет расширяться и в дальнейшем.*

*Что для нас интересно, в этом канале можем управлять своими заказами, остатками и для нас эта открытость очень интересна. Мы полностью контролируем процесс, ассортимент у нас большой, и мы делаем спайки – сборные упаковки, чтобы потребитель мог выбрать ту или иную сборку. У потребителя исчезает необходимость просматривать весь ассортимент. Это интересный опыт для нас.*

*В целом, что касается отношений с ритейлом, я призываю к балансу в заказах и требованиях. На мой взгляд, дробить квант поставки бесконечно невозможно. Слишком мелкие заказы выходят за пределы наших интересов и требуют дополнительных затрат. При этом естественно возникает вопрос: зачем нам такие сложности? Все решения о поставках должны быть сбалансированы и устраивать обе стороны процесса: и ритейл и производителей.*

**В конференции также приняли участие**:

* Дмитрий Рохман, руководитель управления по оптимизации и развитию цепочек поставок ФТС «Перекрёсток», X5 Retail Group;
* Мария Маслянская, директор по развитию компании «RBlogistics»;
* Вадим Балябин, директор по развитию и закупкам компании YORK в России;

Модераторами выступили Наталья Марова, руководитель портала Retail.ru, и Марина Бадулина, руководитель деловой программы выставок CeMAT RUSSIA и TRANSPACK.

***Наталья Марова, модератор конференции и руководитель портала Retail.ru.***

*Тема выстраивания взаимоотношений ритейлом, сокращения затрат и поиск совместных инициатив в оптимизации цепочки поставок оказалась весьма актуальна. Как показала практика марта-апреля, когда резко увеличились валовые закупки, отреагировать на них оперативно получалось не всегда. Если связь с ритейлом у поставщиков оказывалась не настроена, то в некоторых случаях поставки останавливались. Спикеры об этом упоминали.*

*Поэтому камень преткновения в виде кванта поставки, был рассмотрен с разных сторон. И со стороны ритейлеров, и со стороны поставщиков. И даже со стороны компании, представляющей логистику.*

*Я считаю, что бизнес и ситуация в прежнее русло не вернутся. Все изменилось в тот момент, когда случился кризис и мы вошли в эту реку. Бизнесмены с этим столкнулись, и поменялись, стали более гибко смотреть на некоторые вещи. Сегодня налаживание взаимодействия, сотрудничества в приоритете у всех. Все быстро меняется, компании перестраиваются, растут, увеличиваются в разы, начинают по-другому работать, все время приходится держать руку на пульсе и компании «Эссен Продакшн АГ» это более чем известно.*

Полная версия выступления Павла Монича доступна в инстаграме «Эссен Продакшн АГ» <https://www.instagram.com/essen_production/>

Запись онлайн конференции можно посмотреть на канале

<https://www.youtube.com/watch?v=zQUSkZUIznA>

***Справка о компании «Эссен Продакшн АГ»:***

Компания АО «Эссен Продакшн АГ» - одна из крупнейших производителей продуктов питания в России. Годовой оборот компании за 2019 год составил 23,26 млрд рублей. ТМ «Махеевъ» - бренд №1 в России в категории: майонез, кетчуп, джем, маринад, горчица.

**Ежегодно компания производит более 243 тыс. тонн готовой продукции: 142 тыс. тонн майонеза, 42 тыс. тонн томатной продукции, 9 тыс. тонн приправ, 12 тыс. тонн повидла, джемов, 38 тыс. тонн кондитерской продукции.**

В общей сложности, в продуктовый прайс компании входит 247 видов продукции соусов, кондитерских изделий и джемов. На сегодняшний день продукция «Махеевъ» реализуется по всей России, а также в 32 странах ближнего и дальнего зарубежья. Доля экспорта превышает 15% от общего объема продаж компании. Продукция компании представлена в ведущих федеральных и региональных торговых сетях, таких как X5 Retail, Магнит, Лента, МETRO. На долю торговых сетей приходится более 40 % от общего объема продаж.

Кондитерское производство «Эссен Продакшн АГ» представлено одной из самых мощных производственных площадок в России. Ежегодно она производит более 38,0 тысяч тонн продукции: батончиков, трубочек и конфет с желейными, помадными, трюфельными и комбинированными начинками, а также конфет на основе полых вафель.

*Генеральный директор – Барышев Леонид Анатольевич.*

Пресс-служба

+79272479993

denisova\_kv@brightm.ru

Денисова Кристина