

Осознанное потребление

Константин Кугучин

ИЮНЬ 2021



Глобальное позиционирование – *Наши возможности*



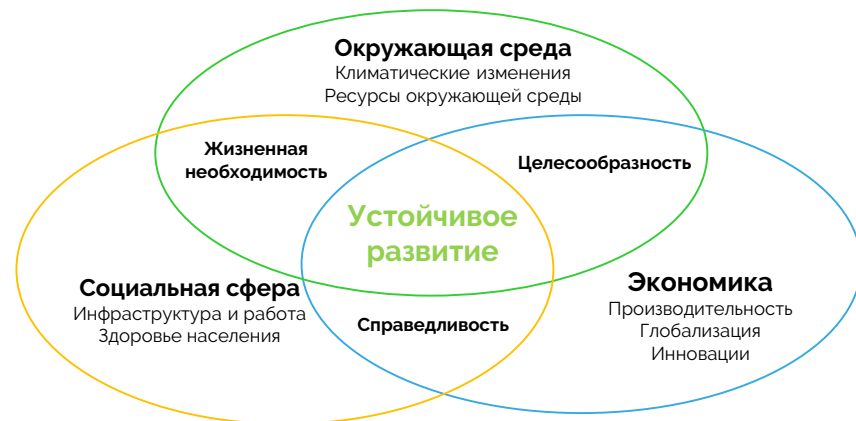
Импорт и отношение к ассортименту

- Стратегия Culture Food: многолетние традиции вкуса и качества
- Отбор лучшего ассортимента для наших покупателей и выработка оптимальных путей поставки
- Мы думаем о здоровье наших клиентов и хотим предложить им лучший выбор продуктов

Практики работы и ценности

- Открытость, доверие и партнерство
- Многолетний опыт эксклюзивных партнерских проектов с фермерами «Ответственное партнерство»
- Опыт реализации новых для России отраслевых проектов в других странах

Мировой и российский тренды – Устойчивое развитие/ESG



Environmental



Social



Governance



Auchan Retail International – Устойчивое развитие/ESG

Как один из подписантов Глобального Договора, АШАН привел свою корпоративную практику в соответствие с Целями устойчивого развития ООН



Auchan Retail International – *Цели до 2022 года*

Правильное питание и борьба с расточительным потреблением



- АШАН поддерживает распространение правильного питания и противостоит продовольственным потерям, предоставляя честное и ответственное предложение нашим клиентам;
- 100% СТМ с указанием питательной ценности на этикетке.

Борьба с загрязнением пластиком



- 100% упаковки является многоразовой, повторно перерабатываемой или компостируемой;
- Исключение, насколько это возможно, пластиковой упаковки для продовольственных товаров/фруктов и овощей.

Снижение углеродного следа



- 20%-е снижение выхлопов парниковых газов от транспорта при перевозке продукции;
- 50%-я доля электроснабжения из «чистых» источников;
- 25%-е снижение в энергопотреблении магазинов (LFL к 2014 г.).

Здоровое питание в России – *Потребители*

ЗОЖ-активисты



14% от оборота FMCG

Традиционный ЗОЖ



4% от оборота FMCG

Удобный ЗОЖ



6% от оборота FMCG

Не ЗОЖ



45% покупателей

ЗОЖ для семьи



10% от оборота FMCG

Декларируемый ЗОЖ



21% от оборота FMCG



- Нет денег
- Нет времени
- Нет ценностей
- Нет знаний

Проект «Здоровое питание» - *Стратегия и миссия*



Лидерство в предложении здоровых продуктов в России

- ✓ Самое большое предложение продуктов без глютена, с пониженным содержанием сахара, органических и других здоровых продуктов
- ✓ Наш вклад в здоровье населения – это работа с продуктом, а не с его маркетингованием



Членство в Национальном органическом союзе с 2020 года

Проект «Здоровое питание» - *Стратегия и миссия*



Создание экосреды для клиентов

- ✓ Собрать максимум «здорового» ассортимента в одном месте и обеспечить удобный доступ покупателям

Предложить клиентам связанный кросс-категорийный
✓ ассортимент

- Создать единый центр компетенций для здорового образа жизни с вовлечением наших партнеров, включая поставщиков и экспертов, доступный для наших клиентов
- ✓

Проект «Здоровое питание» - *Наши магазины*

Выделенная зона



Специальные акции



Программа партнерств – *Фильеры*

Создаем возможности для локальных производителей

17 товаров

28,8 млн рублей ТО за 4 месяца 2021 года

40 товаров к концу 2021 года

Программа «**Ответственное партнерство**» – это продукция локального производства с высоким качеством для наших клиентов

Гарантия качества и вкуса: мы предлагаем нашим клиентам вкусные и здоровые продукты

Потребительское доверие: мы строго следим за выполнением требований безопасности и качества на ключевых этапах производственной цепочки

Локализация производства: наш приоритет – это поставка свежей продукции по оптимальной цене



Удовлетворенность клиентов

Защита окружающей среды



Социальная ответственность

Экономическая ответственность

Ответственное партнерство – *Ценность*

Корма, семена

Ответственное выращивание агрокультур / требования к условиям выращивания растений (ограничения по СЗР)

Ферма

Ответственное содержание животных / требования к содержанию, лечению, кормлению (без антибиотиков)

Перерабатывающее предприятие

Ответственная переработка / требования к составу и пищевой ценности продуктов / требования к упаковке (перерабатываемая)

АШАН

Ответственная транспортировка / требования к хранению продуктов

Клиенты

Готовы платить больше за продукт от ответственного производителя.
Такой продукт – здоровый продукт и его производство не загрязняет природу



Получение продукта
превышающего по качеству
требования ТР ТС



Производство
«без добавок»



Предоставление потребителям
продукта и информации о его
уникальности

Спасибо за внимание!