



Повлияют ли новые правила продажи "молочки" на цены? Мнение эксперта

Новые правила продажи "молочки" действуют в России с 1 июля. Согласно документу, продукция без заменителей молочного жира визуально выделяется на полках с помощью надписи "Без заменителя молочного жира".

АО "Золотые луга", являясь крупнейшим производителем натуральной молочной продукции на территории Западной Сибири и Урала, положительно оценивает нововведение, как и другие меры борьбы с фальсификатом. Однако, по словам директора по маркетингу компании Ольги Ионовой, изменения повлекут повышение цен на молочные продукты. При реализации новых правил могут возникнуть и организационные трудности.

"То, что произойдет подорожание продукта – это ожидаемо. Пока что в "молочке" сыграл сезонный фактор. Сейчас профицит молока, поэтому удержание цен происходит только со стороны производителей. Но в осенний период мы увидим полное изменение цен. И повышение будет связано как раз с новыми правилами в законе", – пояснила она.

При этом в структуре потребительского спроса производители изменений не прогнозируют. По мнению Ольги Ионовой, те потребители, которые в целом заинтересованы владеть информацией о продукте – внимательно относились к выбору и раньше. Другие же, которые не читают ценники, просто не хотят платить больше. И сейчас такие потребители по-прежнему не стремятся обращать внимание на состав.

Стоит отметить, что даже после введения новых правил продажи "молочки", продукты без заменителей и продукты с заменителем все равно стоят в одной товарной категории. Влиять на расстановку продукции на полках магазинов производители не могут: у сетей существует планогамма, которая закрепляет товар на категории. Обратит ли покупатель внимание на ценник или табличку – это его личная ответственность.

"Как пожелание, все-таки хочется, чтобы этот сегмент либо выделили, либо ставили отдельно там, где будут вынесены отдельно продукты с заменителем, а не ставить их рядом с натуральными продуктами лишь по принципу общей товарной категории", – сказала эксперт, добавив, что информации на ценнике покупателю недостаточно. Для более заметной маркировки можно использовать шелфтокеры.

Но это касается, пожалуй, наиболее крупных и современных торговых точек. А будут ли указывать наличие или отсутствие растительных жиров в "молочке" на прилавках мелких или сельских магазинов, где ценники до сих пор пишут от руки – это вопрос, который, по мнению представителя компании "Золотые луга", может стать проблемным.

“Информирование потребителей на отдаленных территориях будет происходить труднее. Со своей стороны, как производитель, мы прикладываем все возможные усилия, чтобы донести до людей информацию о том, что наша продукция производится только из натурального молока без искусственных добавок и заменителей. В том числе, самостоятельно стали выделять на полке наши продукты”, – подытожила Ольга Ионова.

АО “Золотые луга” основано в 1998 году. Молочная продукция компании производится только из натурального молока. Все сырье проходит строгий контроль качества и своевременно охлаждается, поэтому соответствует всем современным требованиям к производству молочной продукции. Четкий контроль температурного режима ведется на всей цепочке от поставщиков молока до точек продаж, включая каждый грузовой автомобиль.

Компания “Золотые луга” автоматизировала логистику на базе системы WMS для 1С, функционал которой был адаптирован под особенности предприятия. Благодаря автоматизации, продукция хранится в ячейках, а не хаотично, оптимизированы время и маршрут комплектовщиков при сборке заказа, выстроена ротация по видам продукции и срокам.