

ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Звіт про управління за 2018 рік

Сільпо

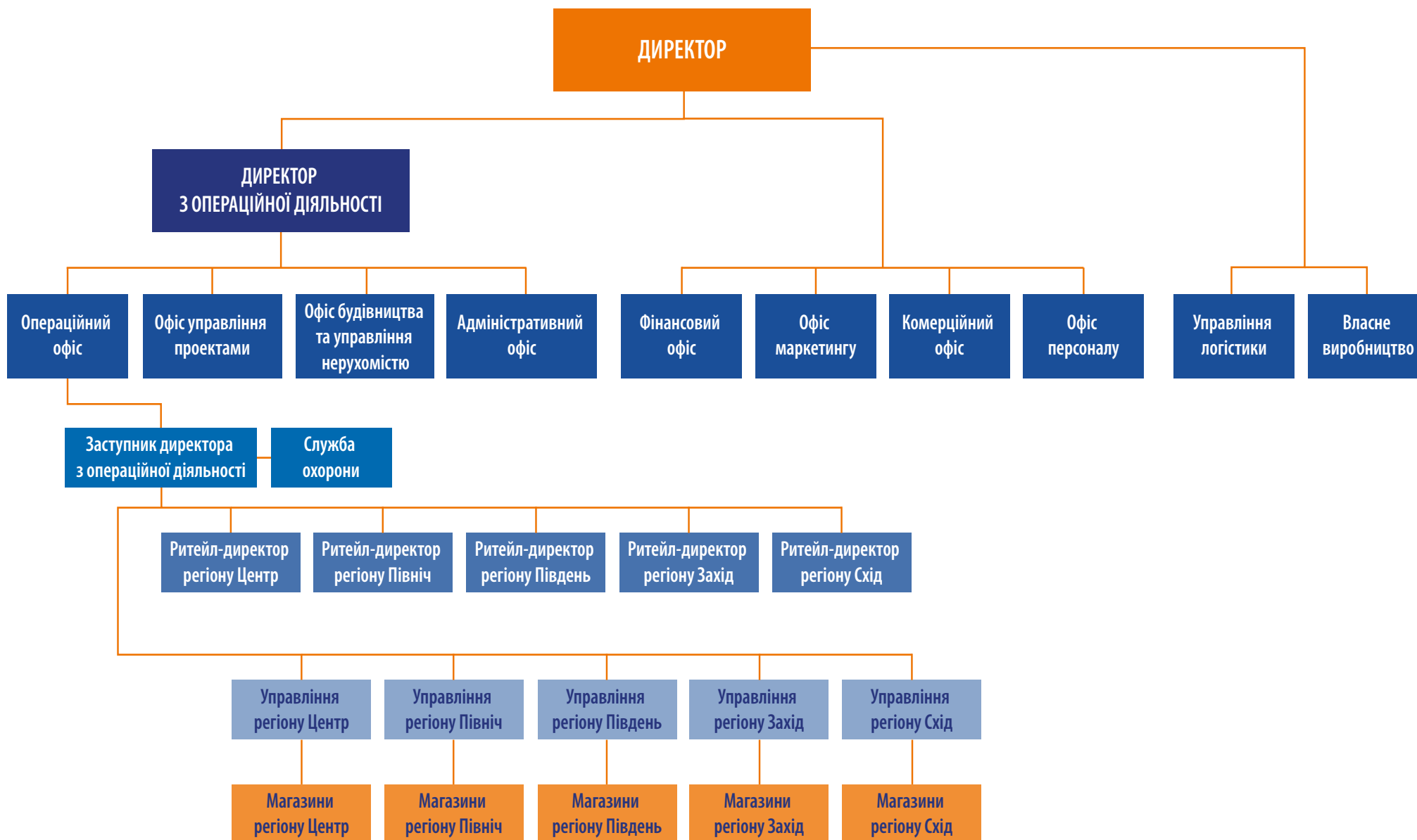
ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО КОМПАНІЮ

Основний напрямок діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «СІЛЬПО-ФУД», яке входить до складу Fozzy Group – однієї з найбільших торгово-промислових груп України, є торговельний напрямок:

- мережа супермаркетів «Сільпо» – 236 супермаркетів у 57 містах України (24 обл.)
- 4 делікатес-маркети Le Silpo – у 4 містах України (4 обл.)
- логістика: автопарк, СТО, склади РЦ (розподільчий центр класу А)
- виробництво продуктів харчування
- «Сільпо Resto» – фудкорти у торговельних Мережах та POSITANO – заклад громадського харчування формату італійської піцерії



ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

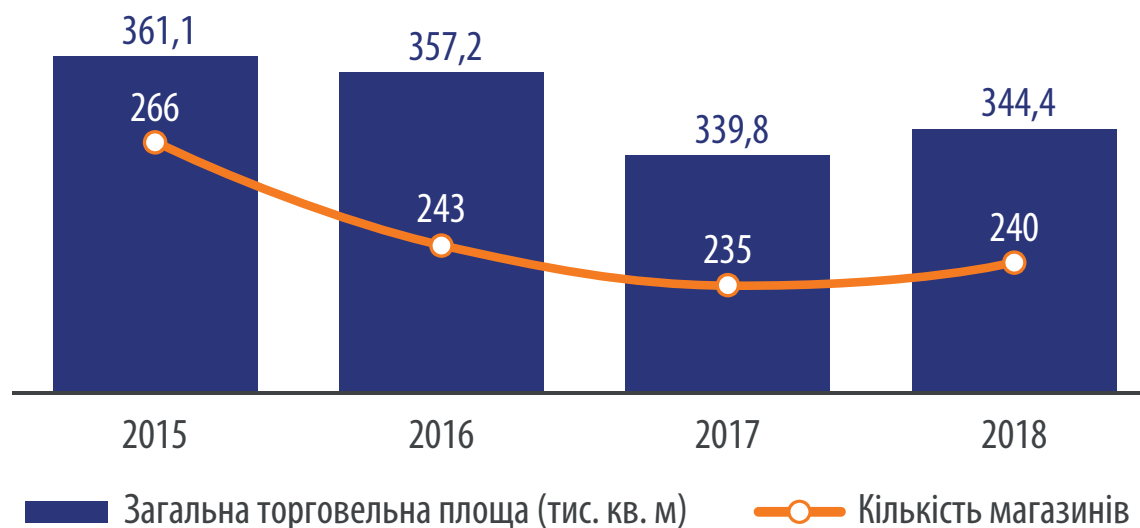


СТАБІЛЬНЕ ЗРОСТАННЯ КОМПАНІЇ

ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» СТАБІЛЬНО ЗРОСТАЄ

- У 2018 загальна кількість торговельних об'єктів Мереж – 240 у 57 містах України
- Середня торговельна площа:
 - ✓ супермаркету «Сільпо» – 1 435 кв. м
 - ✓ Le Silpo – 1 794 кв. м,
- Дохід згідно з фінансовою звітністю Компанії склав 52,5 млрд. грн за рік
- Торговий оборот Мережі склав 37,7 млрд. грн

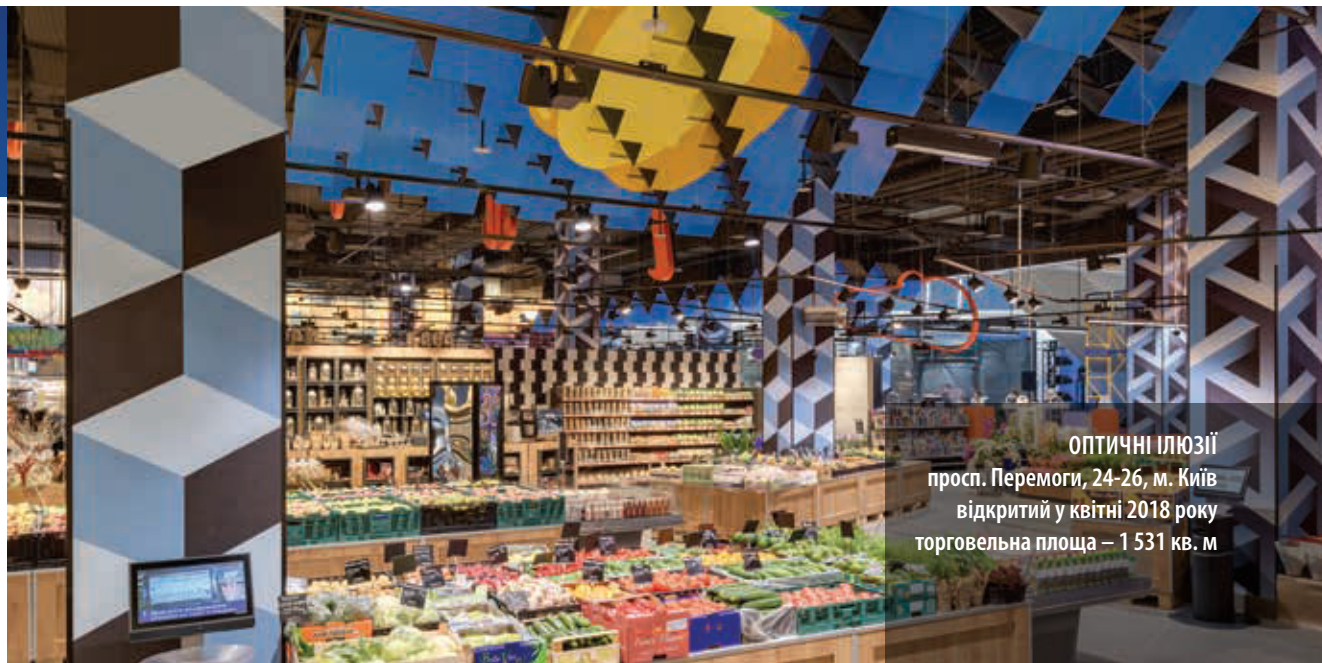
ДИНАМІКА ОПЕРАЦІЙНИХ ПОКАЗНИКІВ МЕРЕЖ



У 2018 ВІДКРИТО 7 НОВИХ «СІЛЬПО»

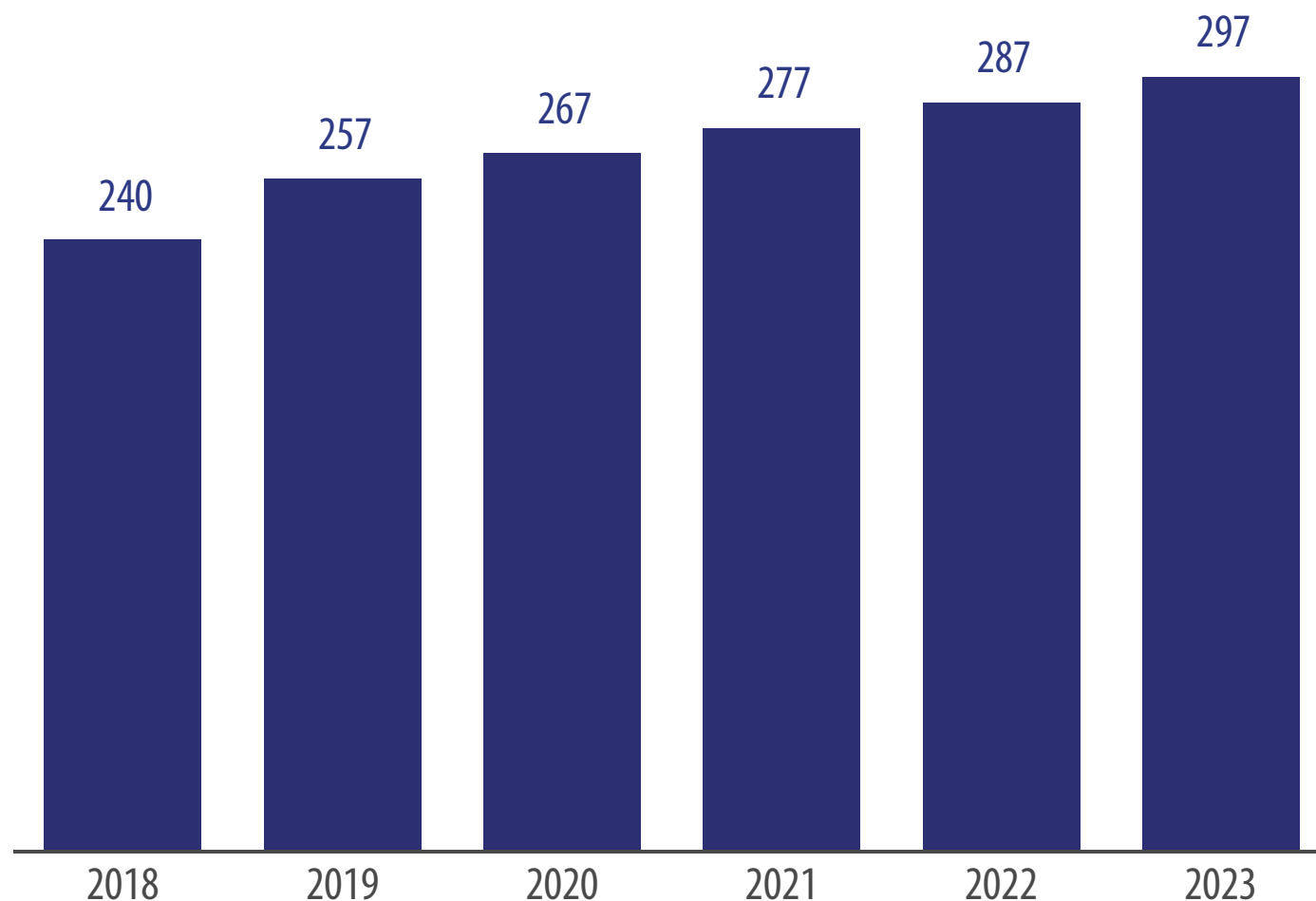
- У 5 містах різних областей України
- Загальна торговельна площа нових супермаркетів – 7 738 кв. м
- Загальна площа нових супермаркетів – 16 342 кв. м

Дані ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»



ДИНАМІКА КІЛЬКОСТІ ОБ'ЄКТІВ

ДИНАМІКА КІЛЬКОСТІ ОБ'ЄКТІВ «СІЛЬПО», LE SILPO



+15%
2020-2023

СТРАТЕГІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

За прогнозами наступні 5 років (2018-2023) ринок продуктової торгівлі України зростатиме до 12% на рік:

- близько 4% – реальне зростання доходів (ВВП)
- близько 8% – рівень інфляції в країні

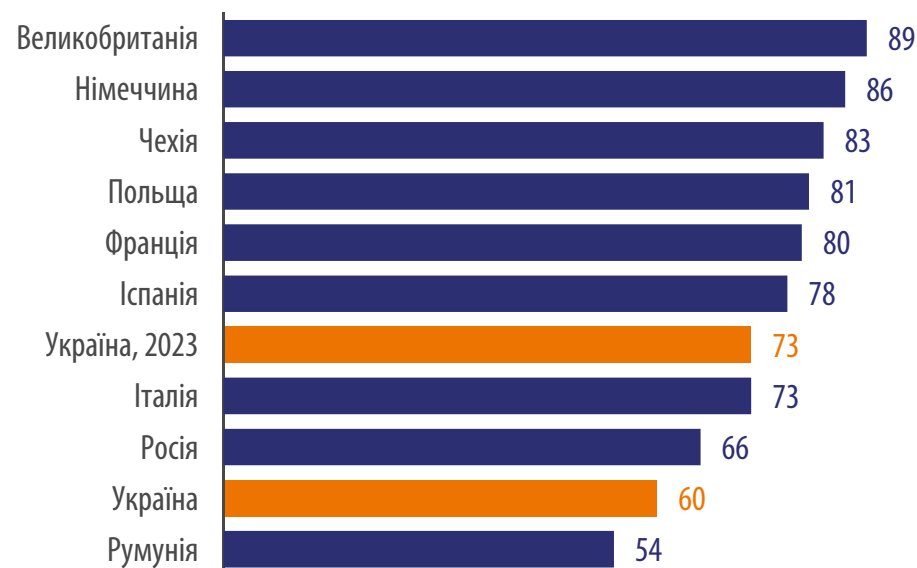
Додатковий фактор, стимулюючий зростання ринку продуктового ритейлу – збільшення рівня проникнення сучасної торгівлі, який за прогнозами зросте з поточних 60% до 73% до 2023 року

до 12%
2020-2023

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКТОВОЇ ТОРГІВЛІ



ЧАСТКА СУЧАСНОЇ ТОРГІВЛІ ПО КРАЇНАХ



НАШІ ЦІННОСТІ

Інновації

Створення нових ідей,
сміливість
та експерименти

Орієнтованість на Гостей

Знати й розуміти Гостя,
приносити задоволення

Чесність і довіра

Довіра колегам,
виконання обіцянок

Згуртована команда

Спільні цілі,
перемоги, втрати.
Взаємні підтримка
та розвиток



Мотивація співробітників

Ставлення до співробітників
таке саме, як і до Гостей.
Підтримка балансу
робота-життя

Нульові відходи

Скорочення та утилізація
відходів, раціональне
використання ресурсів

Радість

Сміливість бути кумедними
та жартувати над собою

Постійний розвиток

Прагнення розвиватися,
знати найкращі практики

НАВЧАННЯ І РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ

 **31 249***
(співробітників)

ОЗНАЙОМЧІ ЛЕКЦІЇ ТА ТРЕНІНГИ

Проводяться Департаментом навчання та розвитку персоналу для всіх співробітників офісів і магазинів наших Мереж, менеджерів, фахівців з персоналу



Проведено **366** заходів у 2018



Всього **17** тем, включаючи «Командна робота», «Покоління Y&Z», «Тайм-менеджмент» та ін.



4 754 співробітники отримали нові знання

МІНІ-ТРЕНІНГИ ДЛЯ МАГАЗИНІВ

Проводяться керівниками та їх заступниками в магазинах



Проведено **5 826** заходів у 2018



Всього **4** теми: «Безпека продукції», «Вражаюче обслуговування», «Командна робота», «Наставництво»



45 816 працівників отримали нові знання

* Середня кількість за 2018 рік

ЗАОХОЧЕННЯ (МОТИВАЦІЯ) ПРАЦІВНИКІВ

Кращий працівник магазину	На першому етапі визначається керівництвом магазину за показниками в роботі, на другому – шляхом таємного голосування колег. Фото кращих працівників розміщуються на дошці пошани
Лідери	Змагання серед магазинів Мереж. Для переможця необхідні найкращі показники в роботі магазину
Дитячі екскурсії в магазини	Діти співробітників мають змогу відвідувати наші магазини, щоб побачити на власні очі, де працюють їхні батьки. Під час екскурсій діти беруть участь в майстер-класах з ліплення пиріжків та оформлення печива своїм унікальним дизайном:) Також дізнаються про те, як зважується товар, робляться ціnnики та про цікаві факти щодо продукції магазину
Екскурсії на підприємства постачальників	Співробітники нашої Компанії мають змогу відвідати підприємства постачальників з метою підвищення якості обслуговування Гостей, ознайомлення з головними процесами виробництва товару, який продається в магазинах Мереж
Битва професіоналів	Підвищення професійної підготовки та заохочення співробітників магазинів (продавців, касирів, кондитерів, пекарів, кухарів, офіціантів, барменів та ін.) з метою виявлення і заохочення кращих, підвищення стандартів та кваліфікації співробітників магазинів. Захід проходить у 4 тури з виконанням практичних завдань і теоретичних тестів
Welcome Pack	Набір корисних речей для нових співробітників офісів. У пакеті з унікальним дизайном для новачків – брендovanі блокнот, ручка, чашка, а також цікаві наліпки для гаджетів

ПІЛЬГИ ДЛЯ СПІВРОБІТНИКІВ

ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ

З нагоди святкування Міжнародного дня захисту дітей наша Компанія організувала оздоровлення дітей співробітників у дитячому таборі «Артек-Карпати-Буковель»



Оздоровлено **200** дітей у 2018



СПОРТЗАЛ ТА МОВНІ КУРСИ

Компанія надає можливість співробітникам придбати за спеціальними умовами абонементи до спортзалу, а також вивчати іноземні мови на курсах



«СІЛЬПО» – ПОТУЖНА МЕРЕЖА СУПЕРМАРКЕТІВ В УКРАЇНІ



236

супермаркетів у 57 містах України (24 обл.)



344 431 кв. м

загальної торговельної площі Мережі (2018)



до 76 000 SKU

в асортименті (80% – частка харчових продуктів)



близько 15 300 SKU

власного імпорту в асортименті



27 229 790 чеків на місяць (2018)*

ТОРГОВЕЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ МЕРЕЖІ



АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ:
орієнтований на Гостей, місцевий
та імпорт



ДОСВІД ВІД ПОКУПОК:
у супермаркетах і фудкортах Мережі



ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ націлений
перевершити очікування Гостей
та перетворити візити на справжню
гастрономічну подорож

* Максимальна кількість чеків (дані ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»)

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ «СІЛЬПО»

Заснування Мережі у 1998 році – відкриття супермаркету «Сільпо» в м. Києві, на вул. Філатова, 7; відкриття 5 супермаркетів у Києві; розвиток Мережі в Києві, Ніжині, Дніпрі та Хмельницькому; розширення до 23 супермаркетів

1998-2002

Подальше розширення Мережі до 81 супермаркету; відкриття нових супермаркетів у 14 містах України

2003-2005

Запуск власної торговельної марки «Премія»; реалізація проекту з виробництва і продажу готових страв, напівфабрикатів та проекту власних пекарень; розширення Мережі до 143 супермаркетів; запуск програми для постійних Гостей «Сільпо» – «Власний Рахунок»

2006-2007



Розширення мережі «Сільпо» до 150 супермаркетів; запуск власної торговельної марки «Повна Чаша»

2008



Оновлення обладнання в супермаркетах; розширення Мережі; запуск нового формату супермаркетів – делікатес-маркетів Le Silpo та 13 власних торговельних марок. Запуск «Премія Пікі Тікі» – власної торговельної марки товарів для дітей

2009-2018



«СІЛЬПО» — ПЕРЕМОЖЕЦЬ У ЧОТИРЬОХ* НОМІНАЦІЯХ ПРЕМІЇ RETAIL AWARDS 2017 «ВИБІР СПОЖИВАЧА»



Перемога в незалежному опитуванні споживачів від світового лідера в галузі маркетингових досліджень — компанії TNS.
Премія Retail Awards «Вибір споживача» була заснована в 2011 році і стає з часом більш масштабною, популярною та загальновизнаною



ВИЗНАННЯ ТА ВИСОКА ЛОЯЛЬНІСТЬ КЛІЄНТІВ,

підтверджена конкурентоздатність на національній арені у сфері обслуговування та якості послуг.
Це лідерство серед провідних торговельних мереж, торговельних і торгово-розважальних центрів України



ВИГІДНІ ПРОПОЗИЦІЇ ГОСТЯМ:

цінова політика, асортимент, зручність розташування, пізнаваність бренда, сервіс, програма лояльності

У 2018 Мережа отримала 1-е місце у національному конкурсі «Вибір споживача» в номінації
«Мережа супермаркетів України»

*«Мережа супермаркетів України», «Мережа супермаркетів Києва»,
«Мережа супермаркетів Львова», «Мережа супермаркетів Одеси»

МЕРЕЖА LE SILPO



4

делікатес-маркети в 4 містах України



близько 23 600 SKU

в асортименті



7 175 кв. м

загальної торговельної площі Мережі (2018)



близько 7 500 SKU

власного імпорту в асортименті (тільки «зелений список» товарів (еко, біо та продукти DOCG))



365 555 чеків на місяць (2018)*

ТОРГОВЕЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ МЕРЕЖІ



АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ:
преміальний, орієнтований
на Гостей, місцевий та імпорт



ДОСВІД ВІД ПОКУПОК:
у делікатес-маркетах, дегустаційних
зонах та кафетеріях Мережі

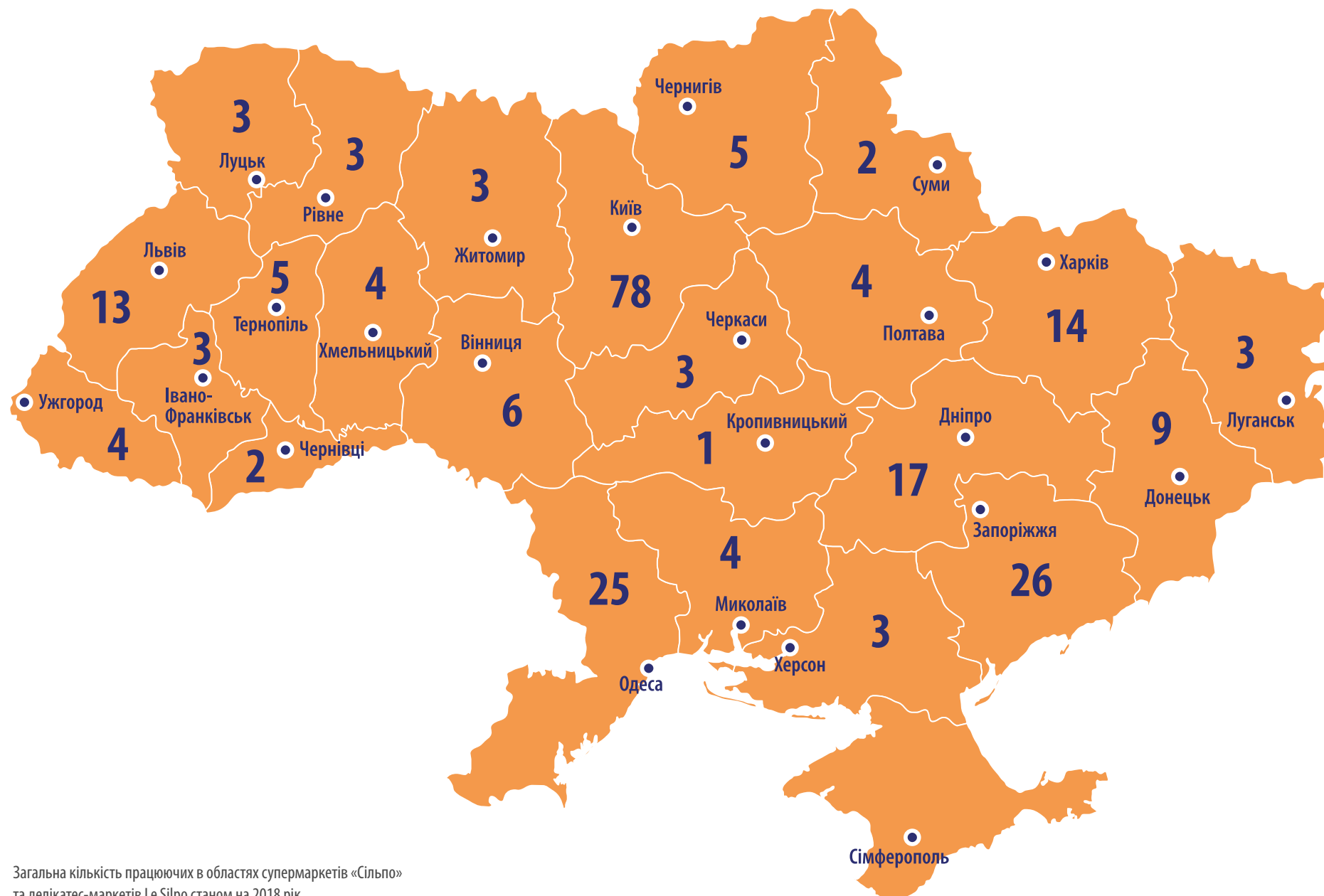


ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ
ТА ОБЛАДНАННЯ
ПРЕМІУМ-КЛАСУ

* Максимальна кількість чеків (дані ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»)



«СІЛЬПО», LE SILPO. КАРТА ПОКРИТТЯ



Загальна кількість працюючих в областях супермаркетів «Сільпо» та делікатес-маркетів Le Silpo станом на 2018 рік

ВЛАСНИЙ ІМПОРТ БЕЗ ПОСЕРЕДНИКІВ



✓ **880 виробників**
різних товарів — наші прямі іноземні
постачальники

✓ **близько 15 300 SKU**
власного імпорту в асортименті

✓ **з 65 країн світу**



СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ

- ✓ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ
- ✓ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
Мережі за рахунок постачання нових для українського ринку товарів
- ✓ ПОСТАЧАННЯ НА ЕКСКЛЮЗИВНИХ ПРАВАХ широкого кола представлених у Мережі імпортних торговельних марок

ВЛАСНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ (ВТМ)

✓ **Понад 5%**
частки ВТМ в обороті
мережі «Сільпо»



ВТМ «Премія» – якісні товари
за розумною ціною з асортиментом
понад **2 622 найменувань**
у 432 категоріях



ВТМ «Повна Чаша» – товари низького
цінового сегмента, які дають можливість
економити. Понад **1 007 найменувань**
у 258 категоріях

Дані ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

✓ **252**
виробники з прямими
контрактами, третина
яких – іноземні



ВТМ Premiya Select – продукція
ексклюзивної якості для вибагливих
гурманів. Понад **93 найменувань**
у 37 категоріях, зокрема колекція
трюфельних продуктів, чорна ікра,
французькі сири, конфітюри тощо



Piki Tiki

ВТМ «Премія Рікі Тікі®» – яскраві товари
з веселим героєм-мангутом, створені
спеціально для дітей від 3 до 12 років
та їхніх батьків. Понад **107 найменувань**
у 43 категоріях





«ВЛАСНИЙ РАХУНОК» — ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПОСТІЙНИХ ГОСТЕЙ «СІЛЬПО», LE SIPO

✓ **5,24 млн.**
домогосподарств —
учасники програми

✓ **або 13,05 млн.**
осіб* — учасники програми

* За даними Державної служби статистики України,
середній розмір домогосподарства — 2,59 особи

✓ **55% продажів**
здійснюється з використанням
картки «Власного Рахунку»

«Власний Рахунок» — популярна в Україні програма з механікою накопичення балів (40% споживачів, які беруть участь у подібних програмах, є учасниками «Власного Рахунку»). Картки програми мають високу ступінь поширення — 33% Гостей користуються картою «Власного Рахунку»

Програма стартувала 2007 року і відтоді постійно розвивається, пропонуючи Гостям нові послуги. Учасники програми накопичують бали за свої покупки та отримують бонуси і спеціальні пропозиції, що дає можливість заощаджувати на нових покупках

ЛОГІСТИКА

АВТОПАРК ТА СТО

- **Рухомий склад:** 450 вантажних автомобілів (в планах – виведення з експлуатації вітчизняної техніки та заміна її на імпорتنу)
- Середній пробіг за рік – 40 500 000 км
- Головний офіс, СТО (2 500 кв. м), паркінг – в с. Требухів (Броварський р-н, Київська обл.)
- **З розподільчих центра (РЦ):** в Запоріжжі, Одесі та Харкові. В одеському РЦ відкрито новий сучасний комплекс з порталною мийкою для обслуговування транспорту
- **Послуги:** повний цикл обслуговування та ремонту транспорту завдяки постійній модернізації СТО, підвищенню кваліфікації технічних фахівців
- **Маршрути \ диспетчери:** TMS ORD (ORTEC Routing & Dispatch)
- **Відстеження і контроль авто:** GPS система ELCAR

РОЗПОДІЛЬЧИЙ ЦЕНТР КЛАСУ «А»

- Висота до 12,5 м, t °C режим від -18 до +25
- **Загальна площа** – 150 780 м²
- Штат – 1 864 чол., кількість складської техніки – 281, загальна кількість місць зберігання – 99 183
- Загальна кількість прийнятих авто за рік – 172 280, відвантажених – 208 415
- Кількість відвантажених палет за рік – 2 584 370 шт., асортимент – до 40 000 шт.
- **Система управління:** WMS G.O.L.D. Stock, G.O.L.D. Central (адресне зберігання, облік-контроль в онлайн режимі всіх операцій, термінів)
- **Тип товару:** продукти харчування, заморожена та охолоджена продукція, молочна \ м'ясна, елітний товар, овочі-фрукти, упаковка, ін.
- **Тип зберігання:** стелажний, штабельний, набивний
- **Тип відбору:** «Голосовий» (voice picking, pick by line), «Відбір під нуль» (pick to zero), «Мульти-замовлення» (multi order), «Крос-докінг»

МОДЕРНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТУ

Один із важливих факторів логістики для оптимальної доставки вантажів у наші магазини. Рішення стосовно модернізації автопарку приймаються керівництвом Компанії на основі аналізу:

- витрат на авто
- простоїв авто
- технічного стану авто

Критерії модернізації:

- екологічні норми «ЄВРО-5» – «ЄВРО-6»
- витрати палива
- гарантійний термін
- періодичність технічного обслуговування
- роботизована КПП (коробка перемикання передач)
- TRADE-IN

✓ **24 марки**

Mercedes, Renault, Volvo, КАМАЗ та ін.

✓ **557 авто** загалом

✓ **93 авто**
замінено у 2018 році

Дані ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»



ВЛАСНЕ ВИРОБНИЦТВО

ЗАМОРОЖЕНІ НАПІВФАБРИКАТИ, ХЛІБ ТА ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ

Виробляються на власному заводі, розташованому в СМТ Ворзель (Київська обл.)

- ✓ **понад 300 т**
готової продукції на місяць
- ✓ **120 найменувань**



ЦЕХ З ВИГОТОВЛЕННЯ ШОКОЛАДНИХ ВИРОБІВ «ВЛАСНА КОНДИТЕРСЬКА»™

Власний цех у Ворзелі, який має провідне італійське обладнання, створює різноманітні кондитерські вироби: мармелад, трюфелі, горіхове драже, шоколадні цукерки та плитки з начинками за оригінальною рецептурою тощо

- ✓ **170 найменувань**



ВЛАСНЕ ВИРОБНИЦТВО

СВІЖЕ ОБСМАЖУВАННЯ КАВИ

Кавові зерна закуповуються на різних плантаціях світу та обсмажуються у власному цеху в Ворзелі на одному з кращих ростерів – Giesen. Для кожного сорту підбирається індивідуальний метод обсмажування, щоб підкреслити унікальний аромат та смак



163,5 т

завезено у 2018 році



34 сорти кави



16

країн-постачальників



КУЛІНАРІЯ

Виробництво працює щоденно безпосередньо в супермаркетах, завдяки чому Гості завжди можуть придбати щойно приготовані страви на будь-який смак



235

харчових цехів



55 т

кулінарних виробів щодня



ЕКО-ІНІЦІАТИВИ

СИСТЕМИ РЕКУПЕРАЦІЇ ТЕПЛА ВІД ХОЛОДИЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ

У 7 супермаркетах Мережі встановлені баки рекуперації тепла від холодильного обладнання для забезпечення потреб гарячого водопостачання

На сьогодні усі нові об'єкти проектуються з такими системами рекуперації

✓ **208 660 грн/рік**
заощаджує «Сільпо» в м. Київ
за адресою вул. Полярна, 20-Д
від системи рекуперації тепла
(наш приклад)

Дані ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»



ЗАМІНА ЛЮМІНЕСЦЕНТНИХ ЛАМП НА LED

Проведено релампінг системи освітлення
усіх супермаркетів Мережі

✓ **74 000 LED-ламп**
встановлено

✓ **17 000 LED-панелей**
встановлено

✓ **19,5 млн. кВт**
орієнтовна економія електроенергії
на рік



ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ

ЕКОНОМІЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ

- одна із умов конкурентоспроможності
- одне зі стратегічних завдань Компанії для підвищення її ефективності шляхом впровадження енергоефективних рішень

ВПРОВАДЖЕНІ ЗАХОДИ

- заміна люмінесцентних ламп на LED
- встановлення рекуперації тепла від холодильного обладнання
- встановлення кришок на бонети – на сьогодні оснащуються усі нові об'єкти
- встановлення дверей на регали – оснащуються усі нові об'єкти, що дозволяє знизити потужність централі та загального споживання електроенергії



21% економії

від споживання електроенергії холодильним обладнанням показав наш тестовий період

МАТЕРІАЛИ З ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

- розміщені агітаційні плакати та 2 726 інфотабличок з енергозбереження
- проведена робота з персоналом для підвищення рівня трудової дисципліни
- впроваджено контроль раціонального використання обладнання



#SILPORECYCLING. НАЗУСТРІЧ ЕКОЛОГІЇ

Першу сучасну станцію з прийому вторсировини відкрито у травні 2018 біля «Сільпо» на вул. П. Калнишевського, 2 (м. Київ) – спільно з Громадською організацією «Україна без сміття», яка займається обслуговуванням і вивезенням вторресурсів

Вимоги до вторресурсів: вони повинні підлягати переробці, бути стислими і чистими

Отримано багато схвальних відгуків від наших Гостей. Тому прийнято рішення про розширення проекту:

- у грудні 2018 відкрито ще 2 станції у Києві на вулицях Драйзера, 8 та Здолбунівська, 4
- у 2019 планується відкрити аналогічні станції в інших містах України:
по 2 – в Запоріжжі та Львові, по 1 – у Харкові, Сумах та Одесі



47 людей/день
в середньому приймає
1 станція



понад 9 000 разів
Гості відвідали станцію
на вул. П. Калнишевського, 2 у 2018



близько 177 кг/день
приносять Гості вторресурсів



понад 34 000 кг
вторресурсів відправлено
на переробку в 2018

СТАНЦІЯ ПРИЙОМУ ВТОРСИРОВИНИ



КЛЮЧОВІ РИЗИКИ

ЯКІ МАЮТЬ СУТТЄВИЙ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ

- **Економічні:** ризики погіршення економічної ситуації в країні, що може бути спричинено внутрішніми та зовнішніми факторами
- **Фінансові:** ризики, пов'язані із погіршенням стану фінансового та банківського секторів економіки України
- **Політичні:** ризики, пов'язані із проведенням виборів Президента України у березні-2019 та Парламентських виборів у жовтні-2019
- **Ризики зміни правового середовища** (в т.ч. податкової політики), які спричиняються зміною в законодавстві України
- **Ризики, пов'язані зі змінами кон'юнктури ринку**, які можуть змінити ринкове становище та вплинути на стан попиту

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ

- Налагодження системи внутрішнього контролю за діяльністю, що здійснюється керівними органами ТОВ «Сільпо-Фуд»
- Відпрацювання технологій в торгівлі й виробництві
- Впровадження схеми розмежування повноважень та контролю



ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». SWOT-АНАЛІЗ

СИЛЬНІ СТОРОНИ

- Відома торговельна марка
- Розгалужена мережа магазинів, що покриває більшість областей країни
- Ефективне використання ефекту масштабу
- Нееластичний попит на більшість товарів в асортименті забезпечить постійний попит навіть у разі зниження економічного зростання

СЛАБКІ СТОРОНИ

- Наявність значних обсягів кредиторської заборгованості та залежність від домовленостей з постачальниками, однак, в цілому – це поширена практика на ринку

МОЖЛИВОСТІ

- Подальше розширення Мережі в Україні шляхом відкриття нових магазинів
- Подальший розвиток Компанії у зв'язку з ростом доходів населення та зростанням споживання
- Впровадження та продаж продуктів під власними торговельними марками

ЗАГРОЗИ

- Короткострокове погіршення деяких фінансових показників через збільшення боргового навантаження у зв'язку з фінансуванням розширення групи і коливаннями курсу валют
- Збільшення конкуренції на ринку з боку вітчизняних компаній
- Вихід на ринок України зарубіжних компаній, які мають дешевші джерела фінансування
- Погіршення платоспроможності населення