



«Фацер» в России продолжит развитие в стратегических категориях

Выручка от реализации «Фацер» в России по итогам 2019 года составила 12,7 миллиардов рублей по российскому учету (164.1 млн евро по международной финансовой системе отчетности IFRS). Компания сохраняет лидерство в категории свежего упакованного хлеба и замороженного теста на российском рынке и активно развивается в сегменте замороженных хлебов и выпечки.

В 2019 году российское подразделение «Фацер» вывело на рынок 30 новинок под брендами Fazer и «Хлебный Дом» в разных категориях. Доля новинок в общем объеме продаж компании составила 4%. В их числе запуск батона «Звездный», для производства которого в прошлом году была установлена новая линия на московском производстве «Фацер», и который позволил выйти компании в доступный сегмент в Москве, обладающий высоким потенциалом. Там же в начале 2019 года на полную мощность заработала линия по производству рустикальных хлебов Fazer Nordic Gourmet, которые поступают клиентам в замороженном виде и выпекаются непосредственно в магазинах. Благодаря инвестициям в эту новую линию продажи замороженных хлебов Fazer показали двузначный рост в 2019 году.

Свежий упакованный хлеб остается самой большой категорией для «Фацер». Внутри этой категории компания развивает сегмент хлебов с добавленной ценностью для покупателей, стремящихся к сбалансированному питанию и здоровому образу жизни. Линейка хлебов «Энергия Здоровья» от Fazer заняла почти 6.5% в денежном выражении от всего рынка хлеба в Санкт-Петербурге и 2.5% в Москве.

«2019 год был непростым для хлебопекарной отрасли в целом, – комментирует Владимир Калявин, генеральный директор «Фацер» в России. – На результаты повлияло снижение объема заказа из-за перехода сетей на работу без возвратов, а также рост цен на основные ингредиенты».

Прибыль российского подразделения «Фацер» в 2019 году составила 325 905 тысяч рублей.

Общий объем инвестиций компании в России в 2019 году составил 367 миллионов рублей.

На протяжении 2019 года «Фацер» в России продолжал свою работу в области устойчивого развития. На производственной площадке «Нева» были запущены локальные очистные сооружения, которые дополнительно очищают сточные воды, уменьшая воздействие на окружающую среду. Инвестиции в этот проект составили 840 тысяч евро.

Реорганизация логистики компании и изменение процесса доставки в Москве способствует сокращению выбросов CO₂. Также компания увеличила долю перерабатываемых отходов, которая за 2019 год выросла на 3.5 % по сравнению с 2018 годом.

«Покупательская способность в России снизилась в связи с пандемией, и как следствие, спрос снова сместился в массовые и доступные категории, продажи в канале общественного питания снизились до нуля - отмечает Владимир Калявин, - Однако стратегический вектор развития «Фацер» в России сохраняется. Мы продолжим развиваться в сегменте замороженных хлебов, разрабатывать полезные для здоровья новинки в свежем хлебе, предлагать потребителям продукцию для выпечки дома и инвестировать в достижение наших целей по устойчивому развитию. Новые обстоятельства принесут и позитивные обновления для бизнеса. «Фацер» активно развивает свои продажи онлайн и разрабатывает продукты, которые будут актуальны в новой ситуации».

Группа «Фацер»

Мы вдохновляем наслаждаться лучшими моментами дня. Когда в 1891 году молодой Карл Фацер открывал свое первое кафе, его миссией была еда со смыслом, а его страстью – создание моментов радости для людей вокруг себя. Разрабатывая новые вкусы, традиции и впечатления от еды, «Фацер» движется навстречу лучшим дням. «Фацер» хочет дать возможность всем приобщиться к Магии севера, которую он создает, опираясь на свое наследие, пожелания покупателей и устойчивые инновации. «Фацер» сфокусирован на рынке FMCG. «Фацер» работает в девяти странах мира и экспортирует продукцию в 40 стран. Выручка от реализации Группы «Фацер» в 2019 году составила 1,1 миллиардов евро. В Группе работает почти 9 000 человек. Этические принципы «Фацер» основаны на корпоративных ценностях Группы и положениях Глобального Договора ООН.

Northern Magic. Made Real.