

ДЕЛОВАЯ РОССИЯ

ВЕСНА / 2016

ИНТЕРВЬЮ

ЕЛЕНА МИХАЙЛОВНА САГАЛ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ОАО «КОМПАНИЯ «АРНЕСТ»

МЫ ДОРОЖИМ НАШИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

ПЕРВЫЕ ЛИЦА

ИНТЕРВЬЮ С ГУБЕРНАТОРОМ
БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ
АЛЕКСАНДРОМ БОГОМАЗ

РЕГИОНЫ&ИНВЕСТИЦИИ

ВЕЛИКИЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ

РЕЙТИНГИ

РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ
ПО УРОВНЮ РАЗВИТИЯ ГЧП





МЫ ДОРОЖИМ НАШИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Группа Компаний Арнест — один из лидеров отрасли, производящих, продающих и продвигающих парфюмерно-косметическую продукцию и товары бытовой химии в России и странах СНГ. Компания «Арнест» неоднократно входила в топ самых быстро развивающихся предприятий России. О результатах, которых достигла компания «Арнест» за прошедший год, и в чём секрет успеха в кризис, редакция «Деловой России» спросила у генерального директора ОАО «Компания «Арнест» — Сагал Елены Михайловны.

Какова на сегодня структура холдинга, ведь ГК «Арнест» объединяет в себе несколько бизнес-подразделений?

Елена Сагал: На текущий момент Группа Компаний «Арнест» — это крупнейший в России аэрозольный бизнес, около 60% всей отечественной аэрозольной продукции выпущено на производственных площадках ГК «Арнест». В группу компаний входят несколько объемообразующих производственных бизнес-структур, в числе которых: завод бытовой химии в Невинномысске — «Арнест», которому в этом году исполняется 45 лет со дня основания. Именно на этом заводе начали выпускать широко известные лаки «Прелесть» и освежители воздуха, а в 2007 году к ГК «Арнест» присоединился завод в Новомосковске — «Аэрозоль Новомосковск». Для многих крупнейших европейских компаний «Арнест» — давний, надежный и успешный партнер в России, ведь долгие сотрудничество отношения связывают ГК «Арнест» с крупнейшими производственными компаниями Европы. Арнест выпускает по контракту продукцию для транснациональных компаний. Первым таким партнером в 2000 году стала компания Schwarzkopf & Henkel, компания L'Oreal и Unilever так же являются партнерами компании. За долгую историю контрактного про-

изводства партнерами «Арнест» были такие компании как: Biesdorf, Oriflame, Концерн Калина, Sara Lee, Procter & Gamble — и это лишь часть предприятий, которые доверили производство своих брендов «Арнест».

Группа Компаний «Арнест» — это синергия современных производственных мощностей и высоких профессиональных навыков. С одной стороны, мы обладаем современным оборудованием, европейскими стандартами качества и огромными объемами производства, с другой стороны — имеем высокопрофессиональную команду, которая создает, развивает, продвигает и доводит результаты наших трудов и стараний до потребителя. Объединяя в себе технологии и интеллект, мы совершенствуемся, а вдохновение для нашего развития мы черпаем от нашего покупателя, его нужд и желаний. Чутко следя за тенденциями рынка, мы гибко подстраиваем свое производство под его жесткие требования, создавая и воплощая идеи новых продуктов в высокотехнологичные инновации, востребованные нашими потребителями, безусловно соблюдая основополагающую политику компании в области охраны труда и его безопасности, стандартов качества и охраны интеллектуальной собственности. Наши производственные мощности не останавливаются ни на

час, около 1,8 тысяч человек на производстве трудятся круглосуточно и без выходных, все наши продукты созданы в России, отечественными специалистами и для нас с Вами. Компания «Арнест», как брендовая компания, это отдельный самодостаточный бизнес в рамках большой Группы Компаний, и занимается созданием, реализацией и продвижением собственных торговых марок: в нашем портфеле около 40 брендов и более 400 sku. Многие из брендов компании «Арнест» являются лидерами в своих категориях, например: «Прелесть Professional» — российский бренд № 1, в категории средств для укладки волос. Компании «Арнест» принадлежит 25% доли отечественного рынка среди средств по укладке волос. Среди освежителей и очистителей воздуха бренд «Symphony» входит в пятерку лидеров категории — это освежители нового поколения, которые содержат ионы серебра, нейтрализующие неприятные запахи и обеззараживающие помещение. На рынке репеллентов бренд «Picnic» также входит в топ-5 лидеров своей категории и на протяжении последних 3 лет демонстрирует уверенный рост, и увеличивает присутствие в федеральных торговых сетях. Бренд «Дихлофос» давно стал именем нарицательным, если мы говорим о борьбе с насекомыми. В категории обувной

косметики бренд «Дивидик», также входит в топ-5 лидеров рынка. Вся деятельность Компании «Арнест», генеральным директором, которой я являюсь, направлена на удовлетворение потребностей наших покупателей и создание высококачественной парфюмерно-косметической продукции и товаров бытовой химии по доступной цене, которые мы используем без преувеличения каждый день в своей жизни. Учитывая тот факт, что многие из наших брендов являются лидерами в своих категориях — это значит, что мы движемся в правильном направлении, а потребители делают свой выбор, основываясь на разумном соотношении цены и качества, что безусловно важно в условиях кризиса.

В создании продуктов, прежде всего, мы ориентируемся на нашего покупателя, поэтому проводим большое количество потребительских исследований, стараясь создать продукт, который удовлетворяет и отвечает требованиям и ожиданиям наших потребителей. Для этого мы имеем собственные современные R&D центры, с лучшими в своей отрасли профессионалами, которые стараются создать уникальный продукт по требованию потребителя рынка, соединив технологии и профессиональный опыт. Так, главным признанием для нас является выбор потребителей.

Каковы преимущества Компании «Арнест» на рынке, что ей позволяет в кризисное время показывать значительный рост?

Елена Сагал: Я считаю, что основой успеха Компании «Арнест», как и любого другого бизнеса, является две важнейшие составляющие — идея и ее воплощение. Если говорить в рамках структуры КА, то основа нашего успеха — сотрудники, их интеллектуальный потенциал и высокий уровень профессионализма. За время своего развития мы смогли накопить уникальный управленческий и технологический опыт, создали поистине команду



профессионалов, которые готовы к трудностям, и рассматривают их как профессиональный вызов. Каждый сотрудник в нашей компании — это уникальная часть коллектива, из которого мы складываем свой успех. Если говорить о ГК «Арнест», то в холдинге работают около 2 000 человек, в компании «Арнест» — около 200 человек — это только штатные сотрудники. Также у нас есть еще и удаленные сотрудники, и сотрудники ЭТК. Мы стремимся развивать наш профессиональный опыт не только управленческими и текущими задачами, но и множеством обучающих программ и тренингов, которые проводятся в рамках компании. Внутрикорпоративное развитие сотрудников является показателем здорового и устойчивого развития. Мы горды тем, что за долгую историю развития, известны несколько семейных династий, работающих в компании. Мы радуемся вместе достижениям коллег и поддерживаем их в трудные минуты. Стараясь построить семейные, дружественные отношения внутри коллектива, решаем все проблемы сообща. Мы уверены, что наш общий успех — часть достижений каждого из нас, и за это мы благодарим всех сотрудников компании. А развитие профессиональных навыков способствует, как

развитию технологий, так и развитию брендов.

Для крупного производства залогом успешного развития, помимо человеческого фактора, является материально-техническая оснащенность — здесь тоже есть повод для гордости. В рамках ГК «Арнест» мы можем говорить о полном цикле производства. Все заводы имеют европейские сертификаты и стандарты европейского качества производства GMP. Мы рады, что несколько лет назад провели масштабное техническое переоснащение, закупив дорогостоящее оборудование, не имеющее аналогов в России, которое позволяет выпускать качественную и конкурентоспособную продукцию для российского рынка. Несколько лет назад на территории «Арнест» состоялось открытие совместного предприятия по производству алюминиевых рондолой — «Алюмар». «Арнест» руководствуется стратегией развития импортозамещающих производств. Завод «Алюмар» сразу стал самым крупным в России по производству данного вида изделий. Открытие нового предприятия позволило сократить финансовые и временные затраты на производство аэрозольной продукции, а так же привнесло новые современные технологии в разви-

БИЗНЕС КРУПНЫМ ПЛАНOM / ГЛАВНАЯ ТЕМА



тие производственного потенциала Ставропольского края, и всего региона в целом. Проект «Алюмар» является очередной ступенью в проекте создания Национального аэрозольного кластера. Мы считаем, что совершенствованию нашей технологической базы способствует высокий потребительский спрос на нашу продукцию.

Мы очень дорожим нашими потребителями, поэтому предлагаем продукцию высокого качества, отмеченную многочисленными международными сертификатами и знаками отличия, прошедшую проверку временем и покупательским спросом. За свою историю существования в разные годы наши потребители способствовали получению компанией «Арнест» и ее брендами, самых разных наград, в числе которых: «100 самых быстроразвивающихся компаний России», «Золотой Меркурий», «100 лучших товаров России», «Бренд Ставрополя» и многих других. А в прошлом году сразу 4 наших бренда были удостоены международной награды — «Инновационный продукт 2015 года», в категориях: «Средства для укладки и ухода за волосами» — бренд Прелесть «Professional», «Инсектициды и репелленты» — бренд Picnic, «Антиперспиранты» — бренд Deonica, «Мужская косметика/средства для

бритья» — бренд MenZone. Мы благодарим каждого нашего потребителя за выбор нашей продукции и стараемся развиваться, как в качестве, так и в технологиях.

Кризисная экономическая ситуация 2015 года имеет свое развитие и в 2016 году. Как Вам удаётся расти в кризис?

Елена Сагал: Для нашей компании кризис оказался временем новых возможностей. Нестабильность в экономике приводит к быстрой смене внешних условий, на которые производитель и торгующая компания должны реагировать быстро и принимать адекватные требованиям рынка решения, а также учитывать не только текущую ситуацию, но и смотреть немного вперед. Кризис меняет рынок, меняет поведение потребителей и наша ключевая задача — уловить и правильно проанализировать эти изменения, отреагировать на потребности рынка. Большим плюсом для нас является тот факт, что мы знаем своего покупателя, знаем для кого производим наши бренды. Целевая аудитория нашей продукции — это врачи, учителя, рабочие, жители регионов нашей большой страны, это семьи, рабочий класс — преимущественно люди со средним достатком, которые заботятся о себе и окружающих, хотят выглядеть гармонично сами и сделать красивым и чистым свой дом.

Ценовая политика Компании «Арнест» по отношению к реализации собственных торговых марок рассчитана на оптимальное соотношение цены и качества, поэтому компания «Арнест» предлагает своим потребителям качество по доступной цене. Мы не хотим, чтобы в кризис потребители меняли свои привычки к качественным товарам, безусловно, это экономия, но не за счет качества. Поверьте, сохранить ценовое позиционирование, в условиях растущего курса, где доля иностранного сырья по некоторым продуктам доходит до 70% - довольно сложно. Поэтому потребители могут наблюдать последний год ежеквартальный пересмотр цен нашими конкурентами. Мы же остаемся верны своей политике, заботясь о потребителях — максимально сдерживаем цены. Проведя ряд ключевых запусков несколько лет назад, в числе которых бренд Deonica — уникальный продукт в категории антиперспиранты. Нашим специалистам удалось создать новое поколение высокоэффективных и безопасных антиперспирантов, соединив в составе Deonica фармацевтические свойства природного натурального минерала алунит, с высокой эффективностью средства от пота и запаха. В 2015 году мы пересмотрели ассортиментный портфель, сделав его более сбалан-

БИЗНЕС КРУПНЫМ ПЛАНОМ / ГЛАВНАЯ ТЕМА

сированным и адаптированным под существующие реалии рынка.

Другим огромным плюсом для нас является то, что практически всю свою продукцию мы производим в России, руками и умами отечественных специалистов, и реализуем по большей степени тоже в России — на внутреннем рынке мы независимы от курса валют. В связи со стратегией импортозамещения и, в целом, с геополитической обстановкой, сегодня мы наблюдаем изменения в менталитете потребителя — чувство патриотизма и рост лояльности покупателей к российским товарам.

Как сегодня складываются отношения Компании «Арнест» с федеральными сетями? Изменилась ли конъюнктура самих продаж, начиная от традиционной розницы и магазинов у дома до крупных сетевых гипермаркетов?

Елена Сагал: Кризис помог нам расширить ассортимент продукции в федеральных торговых сетях. Однако, стоит отметить, что торговые сети по-прежнему отдают предпочтение западным брендам, с большими медийными бюджетами. При этом, в настоящее время, мы начинаем наблюдать возрастающий интерес сетей и к российским производителям, а именно качественным продуктам по доступной для потребителя цене. Если раньше крупные торговые сети брали во внимание только раскрученные и разрекламированные бренды, которые гарантировали прибыльность и реализацию продукции, то теперь с падением потребительской способности — стали в большей степени обращать внимание на доступный и качественный сегмент, где присутствуют российские производители, как и, в целом, стали более лояльны к отечественным компаниям, осознавая, что сейчас потребитель делает выбор в пользу качественного товара по комфортной цене. Рост уровня продаж и доли брендов компании «Арнест» во многих категориях — гарантирует высокий

интерес покупателей к нашей продукции, что позволит сети сохранить высокий оборот продукции и реализацию товаров.

Подобное положение на рынке способствует продвижению наших брендов — мы можем наращивать свое присутствие и ассортимент товара даже после кризиса, что позволит сохранить потребителей надолго, если не навсегда!

Эти и некоторые другие факторы позволили нам в 2015 году прирасти в продажах на 33,5% (в руб.) по отношению к 2014 году. Прогнозируем рост продаж и в 2016 году примерно на 20–30%.

Экспортирует ли Компания «Арнест» свои товары в страны СНГ и Европу, а так же планирует ли выход на новые рынки сбыта?

Елена Сагал: Компания «Арнест» давно занимается экспортом в страны СНГ, но в прошлом году нам удалось прирасти по направлению Ближнее зарубежье на 40%. Во многом рост произошел по причине того, что мы стали более конкурентоспособны из-за курсовой разницы, например, с турецким производителями в Азербайджане, Узбекистане, Украине. К тому же, необходимо отметить, что в странах СНГ наблюдается похожая ситуация в экономике — падение национальной валюты и покупательской способности. Поведение потребителей на рынке России и в странах СНГ довольно схожее, текущая тенденция — это переключение потребителей на более доступные и в тоже время качественные товары. В Европе поведение потребителей кардинально отличается от российской покупательской способности — там крайне загруженные конкурентами рынки и сложившиеся традиции потребления. На данных рынках хорошо себя чувствуют транснациональные компании, для которых этот регион является домашним и стратегическим — туда они инвестируют огромные медийные бюджеты. Пока нам сложно выйти на европейский рынок, причины тому — стои-

мость логистики в страны Дальнего зарубежья, таможенные пошлины на российские товары, а так же наличие большого количества локальных конкурентов.

Мы занимаемся бизнесом и основой для нас является партнерство. Это ситуация, при которой обе стороны извлекают выгоду из данных отношений. Экспортируя свою продукцию за границу, мы помогаем развивать бизнес нашим партнерам и получаем выгоду. С нашими зарубежными партнерами у нас давние отношения, мы вне политики, более того, мы верим, что экспорт продукции помогает развивать экономики двух стран и способствует укреплению межличностных отношений и улучшению экономического климата.

Мы делаем акцент на расширение рынков сбыта в развивающихся странах, поэтому в этом году и в последующем — будем активно развивать именно это направление.

Если говорить о стратегическом планировании: какова Ваша политика на ближайшие 5 лет? Это удержание или завоевание новых рынков?

Елена Сагал: В настоящее время мы работаем для потребителя и на потребителя, выпуская востребованный на рынке товар. Мы надеемся, что однажды купивший продукцию компании «Арнест» потребитель, оценит высокое качество продукции и останется с нами на долгие годы.

Определенно, наша политика — расширение рынков реализации продукции. Мы хотим развивать и укреплять собственные бренды, создавать качественно новые продукты и линейки, чтобы в последующем, когда страна будет выходить из кризиса, а у покупателей появятся дополнительные доходы, компания «Арнест» смогла бы укрепить свои позиции, и предложить потребителям те товары, которые удовлетворяют их потребностям и желаниям.

