

RBC.RU
ежедневная
деловая газета“ Знаю, как плановая
экономика выглядит
в реальностиВЛАДИМИР
СОРОКИН,
генеральный
директор «Ленты»
Фото: пресс-служба Лента

→ 10



Фото: Антон Ваганов/Reuters

Ассоциация изготовителей средств индивидуальной защиты попросила проверить качество закупленных больницами респираторов → 2

Бизнес выступил против возврата налога на движимое имущество → 5



Фото: Александр Рюмин/ТАСС

“ Возврат движимого имуще-
ства в структуру налогообложения
станет серьезной проблемой, в том
числе для предприятий малого
и среднего бизнеса, особенно в усло-
виях падения доходов, связанного
с последствиями пандемии

ПРЕЗИДЕНТ «ОПОРЫ РОССИИ» АЛЕКСАНДР КАЛИНИН

Минтранс активизирует переход авиаперевозчиков на российские системы бронирования билетов → 8

Подписка: +7 495 363 1101



COVID-19

ПРОИЗВОДИТЕЛИ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ПОПРОСИЛИ ПРОКУРАТУРУ ПРОВЕРИТЬ ЗАКУПЛЕННЫЕ БОЛЬНИЦАМИ ИЗДЕЛИЯ

АСИЗ срыывает маски поставщиков респираторов

ЕГОР ГУБЕРНАТОРОВ,
ЕКАТЕРИНА КОСТИНА

Ассоциация изготовителей средств индивидуальной защиты попросила правоохранительные органы изучить тендеры на закупки респираторов: по ее данным, их в некоторых случаях выиграли поставщики несертифицированных изделий.

Ассоциация разработчиков, изготовителей и поставщиков средств индивидуальной защиты (АСИЗ, объединяет более 500 предприятий) попросила Генеральную прокуратуру и Федеральную антимонопольную службу провести комплексную проверку госзакупок масок-респираторов класса защиты FFP2 и FFP3.

Письма в эти ведомства были направлены, после того как в АСИЗ обратились представители нескольких больниц из Московской и Ленинградской областей с просьбой о независимой экспертизе. Эксперты АСИЗ проанализировали данные госзакупки и данные лабораторных испытаний представленных им образцов и обнаружили

возможные несоответствия респираторов, которые закупили больницы, заявленным уровням защиты.

В обращении в Генпрокуратуру и ФАС эксперты указали, что несертифицированные средства защиты несут «смертельную угрозу жизни и здоровью медработников, работающих в красных зонах, и способствуют распространению COVID-19». АСИЗ просит Генпрокуратуру провести проверку умышленного завышения цен на СИЗ весной 2020 года или занижения, как это происходит сейчас.

Ассоциация также обратилась в Росздравнадзор с предложением создать рабочую группу для устранения пробелов в законодательстве, регулирующем обращение СИЗ.

Все письма АСИЗ есть в распоряжении РБК. РБК направил запросы в пресс-службы Генпрокуратуры, ФАС, Росздравнадзора.

ЧТО ВЫЗВАЛО ПОДОЗРЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ АССОЦИАЦИИ

По данным производителей масок-респираторов класса защиты FFP2 и FFP3, себестоимость их производства начинается от 60 руб. за штуку, пишут эксперты. При анализе госзакупок они обратили внимание, что больницы покупают такие респираторы по цене от 4 до 9 руб. за единицу товара, то есть начальная максимальная цена контракта на 90% ниже средней цены контрактов по рынку. «Это может свидетельствовать

о несоответствии товара предъявляемому к нему качеству. <...> победившие поставщики установили отпускную цену на респираторы класса FFP2 и FFP3 существенно ниже себестоимости изделия», — указывают в ассоциации. Эксперты предполагают, что такие СИЗ не прошли необходимую сертификацию и не смогут обеспечить нужную степень защиты.

Основной компонент, который существенно влияет на себестоимость респираторов, — нетканый фильтрующий материал мелтблаун, на который при производстве наносится электростатический заряд, благодаря чему создается дополнительный барьер, объясняет гендиректор управляющей компании «Зелинский групп» Борис Дубовик. «Мелтблаун составляет около 50% от себестоимости изделия; кроме того, материал импортируется из Китая, Тайваня и других стран. На его стоимость также повлиял дефицит в мире: цена на материал в 2020 году выросла и к доковидному уровню не откатилась», — говорит он.

Дубовик признает, что цена закупки сама по себе не может свидетельствовать о контрафакте, но заказчикам в лице медицинских учреждений в таких случаях следовало бы затребовать дополнительные документы. Изделия закупаются либо запросом котировок, либо посредством аукциона, в котором победителем признается поставщик, который предложил самую низкую цену, поясняет эксперт межфракционной рабочей группы Госдумы по совершенствованию лекарственного обеспечения граждан Алексей Федоров. «Если заказчику поставляют СИЗы, которые по документам соответствуют нужному уровню защиты, а в реальности нет, то тут вопросы к экспертизе больницы на стадии приемки. Заказчик вправе провести экспертизу партии по заключенному контракту, но зачастую у заказчиков либо нет компетенций, либо дополнительных средств, чтобы такую проверку провести», — объяснил он.

РЕАКЦИЯ ПОСТАВЩИКОВ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
РБК опросил представителей компаний, которые упоминаются в обращении ассоциации

РБК опросил представителей компаний, которые упоминаются в обращении ассоциации



↑ Эксперты Ассоциации изготовителей средств индивидуальной защиты обнаружили возможные несоответствия респираторов, которые закупили больницы, заявленным уровням защиты

Фото: Антон Ваганов/
Reuters

КАКИЕ СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ИСПОЛЬЗУЮТ ВРАЧИ

Список средств индивидуальной защиты, которыми должны быть обеспечены больницы и медицинские учреждения в связи с пандемией COVID-19, содержится в приказе № 198н Минздрава и приложениях к нему. Врачи, которые оказывают помощь пациентам с коронавирусом, должны иметь респиратор типа N95, EU FFP2 или аналогичные.

Маски FFP2 созданы для защиты от веществ средней токсичности, их используют в металлургической, химической и деревообрабатывающей промышленности, при проведении сварочных работ. Маски этого класса обеспечивают высокий уровень безопасности при контакте с медной, асбестовой, титановой и хромовой пылью. Маски

FFP2 можно использовать при превышении ПДК опасных веществ в 10 раз. Такое СИЗ способно улавливать до 94% пыли и аэрозолей.

Маски FFP3 используются там, где концентрация опасных веществ может превышать норму в 50 раз. Такой респиратор защищает от жидких и твердых аэрозолей, ядовитой и радиоактивной

пыли, мельчайших частиц металла. СИЗ этого класса используются при резке и шлифовке стекла, некоторых видах сварочных работ. Они способны поглотить до 99% вредных примесей, находящихся в воздухе. FFP3 эффективно улавливают вредоносные биологические объекты: бактерии, вирусы и споры грибов.

Международная политика



в связи с низкой ценой за единицу товара. Все они по-разному объяснили подходы к ценообразованию, но заверили, что производят или поставляют респираторы, соответствующие ГОСТу.

В компании ООО «ЭРА НН» РБК пояснили, что отгружали респираторы ниже себестоимости на фоне общего падения продаж на рынке и демпинга. Такое решение объяснили избытком материала и необходимостью выплатить зарплату сотрудникам.

Директор ООО «Бермуда» Виталий Мирошниченко заявил РБК, что у заказчиков (больниц) не возникало вопросов к документам, которые компания прилагает как поставщик: «Когда пандемия началась, все начали активно заниматься СИЗ, и мы в том числе переключились на популярные товары. Цена изначально была высокая, потом в соответствии со спадом ажиотажа она снижалась. Я считаю, что сейчас она в своей допустимой норме».

Представитель ООО «Белка-Хэви» отверг информацию ассоциации о том, что компания продает по цене ниже рынка. «Мы торгующая организация, поэтому, прежде чем закупать что-то, мы, естественно, требуем с нашего поставщика сертификат соответствия, регистрационное удостоверение, протокол испытаний», — пояснил директор компании Александр Савин.

КАК НОРМАТИВНЫЕ ПРОБЕЛЫ ВЛИЯЮТ НА РЫНОК СРЕДСТВ ЗАЩИТЫ

В обращении в Росздравнадзор АСИЗ указывает на несколько пробелов в нор-

мативной базе, которые делают возможным обращение на рынке контрафактных или несертифицированных СИЗ.

Основной для средств защиты органов дыхания ГОСТ, который гармонизирован с европейским законодательством, описывает комплекс характеристик, которые должны быть подтверждены в специально аккредитованных лабораториях, объясняет глава АСИЗ Владимир Котов. После подтверждения этих характеристик в ходе испытаний производитель может маркировать СИЗ как FFP2, FFP3.

Государственный стандарт описывает общие технические требования, а также требования к упаковке, материалу, уточняет, какой коэффициент проникновения вещества при испытаниях должен быть у типов масок FFP2, FFP3, сами методы испытаний, описывает требования безопасности СИЗ, особенности комплектации, функционирования клапана, если он есть, и т.д.

Однако постановление правительства № 299, которое было принято весной 2020 года на фоне дефицита средств защиты, внесло изменения в правила госрегистрации медицинских изделий и упростило ее, продолжает Котов.

Сейчас для получения регистрационного удостоверения в Росздравнадзоре для определенного перечня медицинских изделий (респираторы общего применения, процедурные перчатки, операционные халаты и т.п.) производитель в заявке вправе не указывать документы, подтверждающие результаты технических испытаний, качество и безопасность изделия по ГОСТу.

Партнер практики здравоохранения и технологий BGP Litigation Александр Панов пояснил РБК, что эту документацию производитель должен отправить в надзорное ведомство в течение 150 дней с момента получения регистрации. После этого Росздравнадзор направляет документы в подведомственное экспертное учреждение для подтверждения или неподтверждения регистрации и в случае обнаружения несоответствий может отменить регистрацию.

Панов отмечает, что нельзя исключать ситуацию, когда недобросовестная компания с неподтвержденным или фальсифицированным классом защиты FFP2, FFP3 может участвовать в торгах и продавать свою продукцию в течение 150 дней с момента получения регистрации. «Для таких игроков существуют санкционные механизмы — уголовно-правовые, антимонопольные и т.д. Однако все это уже не будет иметь большого значения для людей, здоровью которых был причинен вред из-за такого поведения производителя», — подытожил юрист.

РБК направил запрос в пресс-службу правительства. ■

КАКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКИХ ОТНОШЕНИЙ БУДЕТ ИМЕТЬ ИНТЕРВЬЮ ДЖО БАЙДЕНА

Заочный диалог

ЕВГЕНИЙ ПУДОВКИН,
ПОЛИНА ХИМШИАШВИЛИ

Владимир Путин сдержанно отреагировал на резкое высказывание Джо Байдена. При этом в МИД России обещают пересмотреть подход к отношениям с Америкой. Эксперты пока не ожидают радикальных изменений в отношениях двух стран.

ЧТО СОЧЛИ НУЖНЫМ СКАЗАТЬ В КРЕМЛЕ

После того как вечером в среду МИД России сообщил о вызове российского посла в США Анатолия Антонова в Москву на консультацию, оценки прозвучавшим в телеинтервью высказываниям президента США Джо Байдена о российском лидере дали представитель Кремля Дмитрий Песков и сам Владимир Путин.

В среду, 17 марта, президент США Джо Байден в интервью ABC News согласился с утверждением, что президент России является убийцей. «Так вы знаете Владимира Путина. Вы думаете, что он убийца?» — спросил журналист. Байден ответил утвердительно. Американский лидер также заявил, что лично предупреждал российского лидера о последствиях в случае вмешательства России в выборы. Единственный разговор между президентами России и США, о котором сообщали их пресс-службы, состоялся 26 января.

Песков высказывания Байдена назвал «очень плохими».

По словам пресс-секретаря российского президента, заявления американского лидера — свидетельство, что в Вашингтоне не собираются налаживать отношения с Москвой, и в своих дальнейших решениях Россия будет исходить из этого.

Путин высказывания американского президента прокомментировал на онлайн-встрече с общественностью Крыма. «Что касается заявления моего американского коллеги, мы действительно, как он сказал, лично знакомы. Что бы я ему ответил? Я бы сказал ему: будьте здоровы! Я желаю ему здоровья», — сказал Путин и уточнил, что говорит это «без иронии и без шуток».

«В детстве, когда мы во дворе спорили друг с другом, мы говорили так: кто так обзывается, тот так и называется, — продолжил Путин. — И это не случайно, это не просто шутка, психологический смысл в этом очень глубокий. Мы всегда в другом человеке видим свои собственные качества и думаем, что он такой же, как и мы. Исходя из этого, оцениваем его действия».

ЧТО ЕЩЕ ПРЕДПРИМЕТ МОСКВА

Высказывания Байдена в Кремле оценили как беспрецедентные. «Конечно, такого не было в истории», — сказал журналистам Песков. Пока единственным ответным шагом Москвы стал вызов посла Антонова в Москву. Темой его консультаций в МИД России должна стать дальнейшая политика в отношениях с США.

«Новая американская администрация находится у власти почти два месяца, не за горами символический рубеж в 100 дней, и это подходящий повод постараться оценить, что у команды Байдена получается, а что не очень», — заявила официальный

Судя по реакции Владимира Путина и вчерашним действиям МИДа, Москва не намерена сиюминутно идти на какое-то обострение, считает директор Центра перспективных американских исследований МГИМО Максим Сучков

→ 4

РОССИЙСКИЙ ПРЕЗИДЕНТ ПРЕДЛОЖИЛ ПОГОВОРИТЬ

Президент Владимир Путин заявил, что готов в ближайшее время, «либо завтра (в пятницу. — РБК), либо в понедельник», провести переговоры с лидером США Джо Байденом. Об этом он заявил в эфире телеканала «Россия 24». Путин добавил, что даст соответствующее поручение МИДу. «Чтобы нам не пикироваться вот так заочно, мы можем, мы должны продолжать отношения», — подчеркнул российский президент.

Он напомнил, что в прошлый раз телефонный разговор между ними прошел по инициативе Байдена (лидеры поговорили 26 января). «Я хочу предложить ему продолжить нашу дискуссию, но при условии, что мы это сделаем фактически в прямом эфире, онлайн, без всяких задержек. Мне представляется, что это было бы интересно и для народа России, и для народа Соединенных Штатов, да и для многих других стран», — сообщил президент.

Комментируя предложение президента России организовать переговоры лидеров стран в прямом эфире в ближайшее время, представитель Белого дома Джен Псаки заявила, что в пятницу «президент будет в Джорджии и будет очень занят». «Мы взаимодействуем с российским руководством, членами правительства на всех уровнях. Но мне не о чем сообщить в плане будущих встреч», — добавила она.

Международная политика

Что успел сделать Джо Байден на российском направлении

26 января

США и Россия договорились продлить действие Договора о сокращении стратегических наступательных вооружений (СНВ-3) на пять лет

Джо Байден раскритиковал газопровод «Северный поток-2»

19 февраля

На Мюнхенской конференции Байден обвинил Москву в попытке ослабить НАТО и Евросоюз и пообещал противостоять этим попыткам

22 февраля

Администрация США внесла в санкционный список российское судно-трубоукладчик «Фортуна», которое участвует в строительстве «Северного потока-2», и его собственника — «КВТ-Рус»

2 марта

Джо Байден ввел санкции против россиян из-за отравления Алексея Навального

«3 представитель МИДа Мария Захарова. «Для нас же главное — определить, какими могут быть пути выправления пребывающих в тяжелом состоянии российско-американских связей, заведенных Вашингтоном в последние годы по сути дела в тупик», — сказала также она.

При этом в тексте заявления ведомства приезд Антонова в Москву не был увязан с высказываниями Байдена. Более того, Смоленская площадь призвала и журналистов использовать термин «приглашение», а не «отзыв».

Вызов посла для консультации — это то, что в дипломатической практике называется «демарш», пояснил РБК бывший посол России в Саудовской Аравии, заместитель председателя Ассоциации российских дипломатов Андрей Бакланов. «Посла обычно вызывают, если есть неудовлетворенность политикой государства, в котором он находится. Это демонстративная акция — показать, что не все в наших отношениях благополучно. И если хочется узнать информацию из первых рук», — сказал бывший посол России в Японии Александр Панов. Если посол какое-то время не вернется, то уровень отношений будет понижен до временного поверенного в делах, но, судя по заявлению Захаровой, такое не планирует, обратил внимание Панов.

Вызов посла в Москву — мера сильная, но рутинная, и кроме выражения недовольства ничего за собой не несет, обращает внимание председатель президиума Совета по внешней и оборонной политике Федор Лукьянов.

«Чем бы ни объяснялось высказывание Байдена (можно было бы предположить, что

он не понял вопроса, хотя этого не было), оно совершенно вопиющее», — категоричен Лукьянов. По его мнению, за отъезд Антонова должна последовать заморозка отношений с Вашингтоном. «Сейчас в отношениях России и США не сохранилось ничего такого, отказ от чего вел бы к реальным негативным последствиям для отношений стран. Повестка свелась к небольшому набору тем, временное прекращение взаимодействия по которым глобально ничего не изменит — будь это Сирия, КНДР или стратегический баланс сил», — объясняет Лукьянов свою точку зрения. США привыкли, что ни одна из стран не готова идти на сокращение отношений с Вашингтоном, поэтому тактика заморозки могла бы его отрезать, заключает он.

Судя по реакции Путина и вчерашним действиям МИДа, Москва не намерена сиюминутно идти на какое-то обострение, считает директор Центра перспективных американских исследований МГИМО Максим Сучков. «Думаю, в Кремле нет иллюзий по поводу того, как в Вашингтоне видят российское руководство. Вчерашний эпизод — свидетельство того, что настало время серьезной ревизии отношений с США, время перезагрузок ушло. Россия закрепила в качестве внутриполитического фактора в США: его можно пугать, под «российскую угрозу» принимать какие-то внутренние законы и бороться с трампами», — описывает положение эксперт. Для российского руководства такое положение, очевидно, неприемлемо, но и намерения сжигать мосты пока нет, указывает эксперт. По его мнению,

Р0,9

составил рост курса доллара в течение нескольких минут после публикации заявления президента США Джо Байдена

выбирая ответ, Москва будет ориентироваться на конкретные действия и решения администрации, а не на слова Байдена, ориентированные на широкую аудиторию.

НА ЧТО МОГУТ ПОЙТИ США

В интервью ABC Байден подчеркнул, что США продолжат диалог с Россией по вопросам, которые представляют интерес для обеих сторон. В качестве примера он привел свое решение продлить с Россией Договор об ограничении стратегических наступательных вооружений.

Однако уже известно, что американская администрация введет новые санкции против России. Их анонсировала пресс-секретарь Белого дома Джен Псаки. Причина — результаты исследования Управления национальной разведки США, которое утверждает, что в президентские выборы осенью 2020 года пытались вмешаться Россия, Иран, Куба, Венесуэла и ливанская террористическая группировка «Хезболла». Американская разведка не зафиксировала попыток со стороны Москвы совершить кибератаки на избирательную инфраструктуру, однако российские власти организовали кампанию по «очернению» Байдена, говорится в докладе американской разведки.

В теории отношения России и США могут ухудшиться еще больше, затронув те каналы сотрудничества, которые остаются открытыми. Во-первых, до сих пор США избегали санкций, которые препятствовали бы сотрудничеству двух стран в космосе. Во-вторых, Вашингтон не вводит жестких санкций, полностью ограничивающих покупку российского госдолга или россий-

ской энергетики. В-третьих, США и Россия по-прежнему сохраняют дипломатические отношения. Страны ведут сотрудничество прежде всего по вопросам, связанным с контролем над вооружениями и Ближним Востоком.

По мнению научного сотрудника американского Института исследований внешней политики (FPRI) Максимилиана Хесса, слова Байдена не должны никого удивлять. «Я думаю, мы уже перешли тот рубеж, когда утвердительный ответ Байдена на вопрос о том, убийца ли Путин, кого-то шокировал. Конечно, такие заявления в отношении лидера государства приковывают к себе внимание, но мало кто сомневался, что в США о российском лидере думают в таких категориях», — сказал он РБК. «Кроме того, Путин сам в некотором роде приложил руку к созданию такого имиджа для себя», — добавил эксперт.

Несмотря на жесткую риторику, Байден не пойдет на эскалацию в отношении с Россией, считает Хесс. «Байден может расширить существующие санкции, может быть, добавит в черный список еще несколько компаний <...>. Стоит помнить, что санкции эффективны только в тех условиях, когда «красные линии» для их использования оговорены заранее и когда жесткие меры применяются безотлагательно», — говорит аналитик. По мнению Хесса, бывший президент США Дональд Трамп таких линий не очертил и Байден пока тоже публично не установил критерии для введения более жестких мер воздействия. ■

При участии Александра Атасунцева и Михаила Котляра

■ РБК ЕЖЕДНЕВНАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА И.о. главного редактора: Петр Геннадьевич Канаев Руководитель дизайн-департамента: Николай Реутин Выпуск: Игорь Климов Руководитель фотослужбы: Алексей Зотов Верстка: Ирина Енина	ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ РБК Руководитель объединенной редакции РБК: Петр Канаев Главный редактор rbc.ru и ИА «РосБизнесКонсалтинг»: вакансия Первый заместитель главного редактора: Ирина Парфентьева Заместители главного редактора: Вячеслав Козлов, Дмитрий Ловягин, Анна Пустякова, Кирилл Сироткин	РЕДАКТОРЫ ОТДЕЛОВ Медиа и телеком: Анна Балашова Банки и финансы: Антон Фейнберг Свой бизнес: Илья Носырев Индустрия и энергоресурсы: Тимофей Дзядко Политика и общество: Вячеслав Козлов Потребительский рынок: Сергей Соболев Экономика: Иван Ткачев Международная политика: Полина Химшиашвили	Учредитель газет: ООО «БизнесПресс» Газета зарегистрирована в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-63851 от 09.12.2015. Издатель: ООО «БизнесПресс» 117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1 E-mail: business_press@rbc.ru	Корпоративный коммерческий директор: Людмила Гурей Коммерческий директор издательского дома «РБК»: Анна Брук Директор по корпоративным продажам LifeStyle: Ольга Ковгунова Директор по рекламе сегмента авто: Мария Железнова Директор по маркетингу: Андрей Сикорский Директор по распространению: Ирина Бокач Директор по производству: Надежда Фомина
--	--	--	---	---

Pro:

PRO.RBC.RU

Финансы

→ 7

Бизнес

Россия стала второй по дивидендной доходности среди развивающихся рынков

«ОПОРА РОССИИ» ВЫСТУПИЛА ПРОТИВ ИЗМЕНЕНИЯ ФИСКАЛЬНОГО РЕЖИМА

Бизнес просит задвинуть налог на движимое имущество



ИВАН ТКАЧЁВ,
АННА ГАЛЬЧЕВА

Бизнес-организации попросили правительство не возвращать отмененный в 2019 году налог на движимое имущество. В Минфине сообщили, что прора-

батывают варианты совершенствования налогообложения в этой сфере в интересах всех сторон.

Организация «Опора России» попросила Минфин России не вводить заново налог на движимое имущество, который платился в региональ-

ные бюджеты и был отменен с 2019 года. «Возврат движимого имущества в структуру налогообложения станет серьезной проблемой, в том числе для предприятий малого и среднего бизнеса, особенно в условиях падения доходов, связанного с последствиями пандемии», — написал в письме министру финансов Антону Силуанову 12 марта президент «Опоры» Александр Калинин. Копия письма есть у РБК, его

подлинность подтвердили в «Опоре России».

С «Опорой» солидарны другие предпринимательские объединения — «Деловая Россия» и Торгово-промышленная палата (ТПП). Их представители заявили РБК, что считают неправильным возвращать налог на движимое имущество, поскольку это ограничит и без того слабую инвестиционную активность. Ранее бизнес называл это «налогом на модернизацию» —

↑ В условиях слабой экономики введение налога на движимое имущество нецелесообразно, считают в ТПП

Фото: Александр Рюмин/ТАСС

→ 6

Госрегулирование

“ Отмена налога на движимое имущество позволила несколько снизить налоговую нагрузку компаний, малый и средний бизнес получил возможность ускоренного обновления основных фондов и модернизации производства, у компаний повысилась заинтересованность в новых инвестпроектах

ПРЕЗИДЕНТ «ОПОРЫ РОССИИ» АЛЕКСАНДР КАЛИНИН

← 5 к движимому имуществу относятся станки, компьютерная техника и т.д.

В Минфине утверждают, что «никакие решения о возврате налога на движимое имущество организаций не принимались». Вместо этого будут прорабатываться другие варианты совершенствования налогообложения имущества юрлиц, которые отвечали бы интересам и бизнеса, и государства, сообщили РБК в пресс-службе министерства.

В сентябре 2020 года Минфин в документе «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики» на 2021–2023 годы предупреждал, что может вновь включить движимое имущество в объекты налогообложения, но при этом снизить предельную ставку налога на имущество, которая в настоящее время равна 2,2% от его среднегодовой стоимости.

Вернуть налог на движимое имущество предлагало «бизнес-сообщество», отметила в ответе РБК пресс-служба Минфина. В конце 2019 года Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП, представляет интересы крупного бизнеса) предлагал дать выбор предпринимателям: платить налог по действующей максимальной ставке 2,2% с движимости и не платить с движимого имущества или платить за движимое и недвижимое имущество по единой ставке 1,1%. Предложение прозвучало на фоне активизации споров, в том числе судебных, между бизнесом и налоговиками о том, что считать движимым имуществом, а что недвижимым. В РСПП отказались комментировать письмо «Опоры России».

АРГУМЕНТЫ «ЗА» И «ПРОТИВ» ВОЗВРАТА НАЛОГА

Отмена налога на движимое имущество позволила несколько снизить налоговую нагрузку компаний, малый и средний бизнес получил возможность ускоренного обновления основных фондов и модерниза-

ции производства, у компаний повысилась заинтересованность в новых инвестпроектах, перечисляет в письме Калинин. Возврат же налога приведет к «значительному увеличению сроков окупаемости инвестиций, которые были сделаны в прежних правовых условиях, снижению заинтересованности компаний в реализации новых инвестиционных проектов, а также к росту цен», предупреждает он.

В «Деловой России» поддерживают эту точку зрения. «Любые дискуссии о возможном возврате этого анти-модернизационного налога фактически ставят крест на перезапуске инвестиционно-го цикла и выполнении задач, поставленных президентом в майском указе. Понятно, что вопрос балансирования региональных бюджетов важен и требует отдельного внимания со стороны правительства, но это точно не те методы, о которых можно даже задуматься», — заявил РБК председатель организации Алексей Репик. Идею решить проблему региональных бюджетов за счет налогообложения движимого имущества он сравнил с попыткой «вылечить синяк, отрезав ногу».

В Торгово-промышленной палате считают необоснованным введение налога на движимое имущество в условиях очень слабой экономики, сжатия потребительского спроса и дорогих кредитов, сказал РБК председатель комитета ТПП по предпринимательству в сфере экономики недвижимости Александр Каньшин. «Даже если возьмем коммерческую недвижимость, можно говорить о средней налоговой нагрузке 22%. По сегодняшним меркам это запредельная нагрузка. В этих условиях введение любого дополнительного налога ухудшает и без того тяжелую ситуацию, в которой находится российская экономика», — подчеркнул он.

В свою очередь, Госссовет Коми в феврале 2021 года обратился в Совфед, Госдуму и правительство с просьбой ускорить работу по разграничению движимого и недвижимо-

мого имущества и вернуть движимое имущество в структуру налогообложения. Депутаты Коми отмечали, что за два года после отмены налога ожидаемого эффекта в виде обновления основных фондов достичь не удалось, «поскольку организации воздерживаются от вложения свободных средств в технику без крайней необходимости». А «региональные бюджеты из-за этого налогового послабления потеряли ощутимую долю доходов» (так, Республика Коми потеряла около 4,4 млрд руб. в год).

Бизнес-сообщество выступало за создание единой налоговой базы, чтобы не было необходимости делить имущество на движимое и недвижимое с вытекающими из этого сложностями, напомнили РБК в пресс-службе Минфина.

Но бизнес и регионы «предлагали совершенно разные уровни ставок, и к единой позиции по этому вопросу прийти не удалось», отметили в ведомстве.

«Поэтому на данный момент мы не рассматриваем введение единой ставки как единственное возможное решение сложностей бизнеса с исчислением налога на имущество. Мы будем прорабатывать другие варианты совершенствования налогообложения имущества организаций, которые отвечали бы интересам всех сторон», — подчеркнули в пресс-службе Минфина. В октябре 2020 года министр финансов Антон Силуанов выступал за более четкое разграничение движимого и недвижимого имущества в законодательстве.

ВАРИАНТЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Власти не видят быстрого и очевидного решения коллизии с налогообложением движимого и недвижимого имущества, поэтому Минфин решил взять бессрочную паузу по этому вопросу, хотя изначально предполагалось выработать решение к марту, считает партнер Taxology Алексей Артюх. По его словам, всерьез власти пока не рассматривали предложение крупного бизнеса относительно выбора схемы налогообложения с учетом или без учета движимого имущества.

Ввести единую ставку налога на имущество организаций в случае возврата налогообложения движимого имущества вряд ли получится, говорил 10 марта замминистра финан-

ИСТОРИЯ НАЛОГА

Бизнес полностью освободили от налога на движимое имущество с 1 января 2019 года, чтобы смягчить эффект от повышения НДС с 18 до 20%. Выпадающие доходы бюджетов регионов из-за отмены налога в Минфине оценивали в 181 млрд руб. в год.

сов Алексей Сазанов. «Возможно обсуждать какие-то категории недвижимого имущества, какие-то искать модификации, но пока шансов на сближение мало по единой ставке», — сказал он.

Артюх считает, что через год-два будет возвращен налог на движимое имущество, а ставка по нему будет на уровне 1,6–1,7%. Для кадастровой недвижимости ставка по-прежнему будет более высокой, не исключает он (сейчас по закону не может превышать 2% от кадастровой стоимости). «Базовая останется 2%, но регионам дадут больше полномочий на повышение этой ставки», — предполагает Артюх.

По мнению адвоката, старшего юриста BGP Litigation Дениса Савина, новую конфигурацию возврата налога было бы логично сформулировать таким образом, чтобы исключить разногласия, сделав привязку к другой категории. «Представляется возможным привязать объект налогообложения к понятию основного средства, которое в равной степени применимо как к движимым, так и недвижимым вещам. Но в целях компенсации увеличившихся расходов налогоплательщика на уплату налога допустимо будущую ставку по налогу снизить», — полагает Савин.

Достаточно внести правки в Гражданский кодекс в части критериев для отнесения имущества к недвижимости, так как ныне действующие критерии утратили свою актуальность, говорит ведущий юрисконсульт «КСК Групп» Ирина Михеева. ■

“ Ввести единую ставку налога на имущество организаций в случае возврата налогообложения движимого имущества вряд ли получится, говорил замминистра финансов Алексей Сазанов

2,2%

от среднегодовой стоимости составляет сегодня предельная ставка налога на имущество

Финансы

АНАЛИТИКИ «ВТБ КАПИТАЛА» РЕЙТИНГОВАЛИ РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ ПО РАЗМЕРУ ДОХОДА НА АКЦИЮ ВЕДУЩИХ КОМПАНИЙ

Дивидендное диво

ПАВЕЛ КАЗАРНОВСКИЙ

Российские компании — в лидерах по дивидендной доходности среди развивающихся рынков, оценили аналитики «ВТБ Капитала». Прогноз для них на ближайший год приближается к 8%. Россия проигрывает Пакистану и выигрывает у Греции и Чехии.

Российский рынок акций оказался одним из наиболее привлекательных с точки зрения ожидаемых дивидендных доходностей на ближайший год среди 27 развивающихся стран из индекса MSCI EM, оценили аналитики «ВТБ Капитала». Дивидендная доходность для бумаг из индекса MSCI Russia на основе консенсус-прогноза Bloomberg составляет 7,95% в течение следующих 12 месяцев, следует из презентации главного стратега «ВТБ Капитала» по рынку акций Ильи Питерского.

Среди других развивающихся экономик выше дивидендная доходность по рынку акций только в Пакистане (8,8%), а превышает 6% — на рынках Греции (6,9%) и Чехии (6,2%). В среднем по развивающимся странам показатель составляет 2,4%. Для сравнения: в США прогнозируемая дивидендная доходность на год — 1,6%.

Дивидендная доходность на российском рынке сейчас находится практически на пиковых значениях, говорит Питерский, исключение — период начала пандемии, когда прогнозы по дивидендам не пересмотрели, но сократили прогнозы по ожидаемой прибыли. На российском рынке исторически высокая дивидендная доходность: за последние три года она составляла от 6,2 до 11,2% при медианном значении по развивающимся рынкам в 3,1%. Значение рассчитывается в функциональной валюте, то есть итоговый показатель может отражать среднюю дивидендную доходность компаний из одной страны в разных денежных единицах (некоторые российские компании, например, рассчитывают дивиденды в долларах).

Наибольшие дивиденды в России выплачивают экспор-

теры («ВТБ Капитал» определяет их как компании с высокой долей долларовой прибыли). Согласно данным «ВТБ Капитала» и консенсус-прогнозу Bloomberg на февраль, аналитики ожидают наибольшей доходности от бумаг Evraz (20%), НЛМК (19%), АЛРОСА (17%), «Сургутнефтегаза» (префы, 17%), ММК (16%), «Северстали» (13%), «Русагро» и «Норникеля» (выше 13%).

Сырьевые компании вошли и в топ-10 лучших дивидендных акций за пять лет, составленный «РБК Инвестиции»: первые три строчки заняли привилегированные акции «Татнефти», акции НЛМК и НМТП, показавшие средневзвешенную доходность 14,4, 13,8 и 14,1% соответственно. Помимо них в рейтинг попали, в частности, «Газпром нефть», «Норникель» и ММК.

КАК ОЦЕНИВАЕТСЯ РОССИЙСКИЙ РЫНОК

«Показатель дивидендной доходности зависит от стоимости акций и доли прибыли, которая выплачивается в виде дивидендов, объясняет аналитик «Открытие Брокер» Тимур Нигматуллин. В российском случае речь идет о высокой доле прибыли и низкой стоимости акций, добавляет он. Компании выплачивают большие дивиденды по ряду причин, объясняют эксперты.

- «Высокий уровень дивидендной доходности на текущий момент может быть объяснен неуверенностью инвесторов в стабильности высоких дивидендов от российских компаний, что включает в себя, например, валютные риски», — говорит Питерский. Рубль в 2020 году подешевел на 16,5% к доллару и на 24% к евро.
- Российский рынок торгуется со скидкой к другим развивающимся рынкам. Так, мультипликатор P/E (отношение капитализации компании к ее годовой прибыли) по российскому рынку на 48% ниже, чем по другим EM. «Это обусловлено в том числе опасениями инвесторов относительно санкций», — говорит аналитик «ВТБ Капитала». Хотя дисконт для развивающихся рынков не полностью объясняет разницу в дивидендных доходностях в три и более раз, замечает Питерский.
- Риск-премия российского рынка акций действительно очень высокая, при этом страховка от банкротства (CDS, кредитный дефолтный своп) для России находится близко к историческим минимумам за 20 лет, говорит управляющий активами «БКС

По данным «ВТБ Капитала» и Bloomberg на февраль, аналитики ожидают наибольшей доходности от бумаг Evraz (20%), НЛМК (19%), АЛРОСА (17%), «Сургутнефтегаза» (префы, 17%), ММК (16%), «Северстали» (13%), «Русагро» и «Норникеля» (выше 13%)

- Мир инвестиций» Андрей Русецкий. «То есть на рынке облигаций иностранные инвесторы оценивают риск-премию на минимальном уровне, а на рынке акций как максимальную, при этом и там и там основные игроки — иностранцы», — обращает внимание он.
- Российский рынок продолжает резко реагировать на заявления о возможных будущих санкциях со стороны США. Так, в среду, 17 марта, курсы доллара и евро на Московской бирже подскочили примерно на один рубль на фоне заявления президента США Джо Байдена о том, что Владимиру Путину предстоит «заплатить», если подтвердится факт вмешательства в проводившиеся в США выборы.

РОЛЬ СЫРЬЕВЫХ КОМПАНИЙ

Бизнес выплачивает большие дивиденды, так как из-за высокой инвестиционной привлекательности российских активов компании не хотят инвестировать эти средства,

замечает Нигматуллин. Особенно это касается сырьевых компаний, добавляет он. Вес энергетических компаний в секторе MSCI Russia составляет 46%. Отчасти высокая дивидендная доходность объясняется желанием владельцев российского бизнеса (включая государство в случае госкомпаний) возвращать акционерам вложенные средства, говорит Питерский.

«Сырьевые компании генерируют хорошие денежные потоки и поэтому направляют прибыль на дивиденды», — говорит аналитик «Атона» Михаил Ганели, добавляя, что это справедливо в отношении и частных, и государственных компаний. Например, для частных производителей стали сейчас хорошая конъюнктура благодаря высоким ценам на металл, а в отношении нефтекомпаний государство добилось выплат высоких дивидендов (идут в бюджет пропорционально доле владения государством), отмечает Ганелин.

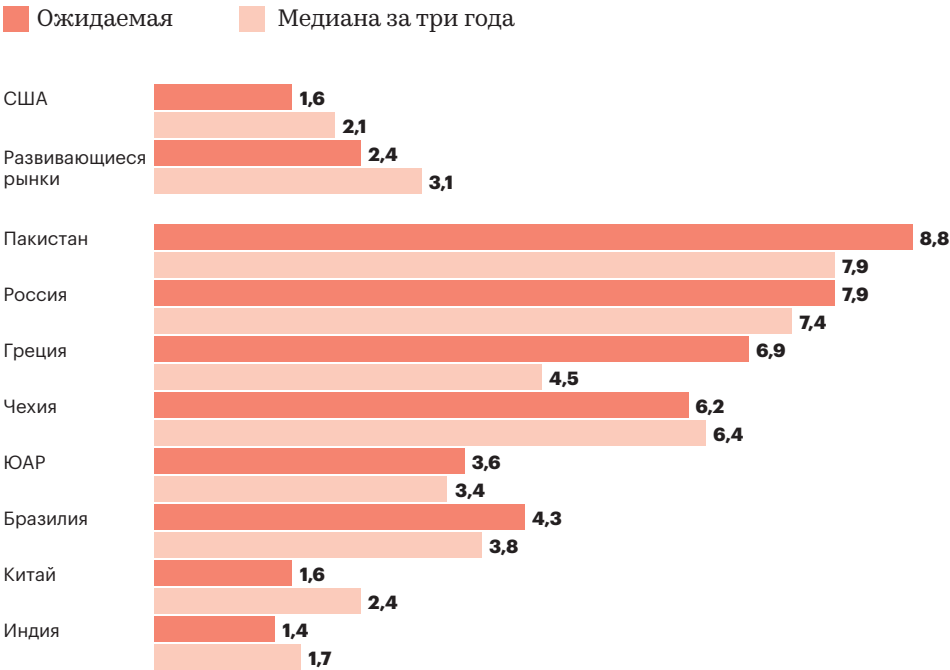
Сырьевые компании всегда отличаются повышенными дивидендами, но в случае России они все равно крайне высокие, считает Русецкий. В ближайшую пару лет, оценивает он, дивидендная доходность останется высокой по причине выросших цен на сырье, но в дальнейшем она будет нормализовываться.

В целом высокая доходность — один из важных факторов привлекательности российского рынка, уверен Ганелин. «Хотя ситуация и не нова, инвесторы сейчас смещают свой интерес с быстрорастущих компаний на компании стоимости, которые платят дивиденды. Есть надежда, что часть глобальных потоков инвестиций развернется и Россия получит часть этого пирога. Рынок готов расти, но санкционная риторика сдерживает этот потенциал», — заключает он. ■

16,5%

потерял в 2020 году рубль к доллару и 24% к евро

Какой дивидендной доходности* ждут инвесторы в ближайший год, %



* Доходность указана в функциональной валюте: итоговый показатель отражает среднее значение по дивидендам компаний из одной страны в разных денежных единицах.

Источники: «ВТБ Капитал», Bloomberg

Транспорт

14:50	УФА	35-38	C	Регистрация открыта	VN64	19:00	ХАНОЙ	5-11	A
15:00	БРЮССЕЛЬ	130-138	A	Регистрация открыта	GH23	19:10	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	110-129	C
15:05	СИНГАПУР	97-99	A	Регистрация открыта	EK7823	19:15	НИЖНИЙ НОВГОРОД	110-129	C
15:10	ПЕРМЬ	110-129	C	Регистрация открыта	GH35	19:20	САМАРА	110-129	C
15:15	КАЛИНИНГРАД	35-38	C	Регистрация открыта	U62909	19:25	ОШ	40-41	B
15:15	САМАРА	110-129	C	Регистрация открыта	U6105	19:45	ИРКУТСК	35-38	C
15:25	АНТАЛЬЯ	12-17	B	Регистрация открыта	U6263	19:45	ЕКАТЕРИНБУРГ	35-38	C
15:30	ЖЕНЕВА	130-138	A	15:40 Регистрация открыта	ИГ747	19:45	УСИНСК	20-21	C
15:50	КАИР	55-58	A	Регистрация открыта	B2956	19:50	МИНСК	17-18	B
15:50	ЕРЕВАН	12-17	B	Регистрация открыта	5H118	19:55	АРХАНГЕЛЬСК	12-17	C
15:55	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	110-129	C	Регистрация открыта	S7155	20:00	КИШИНЕВ	110-129	B
16:00	СТАМБУЛ	1-4	A	Регистрация открыта	BA8793	20:05	КАЗАНЬ	110-129	C
16:00	КУТАЙСИ	35-38	C	Регистрация открыта	20:05	ЧИТА	35-38	C	
16:05	ЛОНДОН	59-62	A	Регистрация открыта	20:05	ИЖЕВСК	12-17	C	
16:10	МЮНХЕН	130-138	A	Регистрация открыта	БИШКЕК	12-17	B		
16:25	СИМФЕРОПОЛЬ	12-17	B	Регистрация открыта	ЧИТА	110-129	C		
16:30	КРАСНОДАР	110	A	Регистрация открыта	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	110-129	C		
16:30	КИШИНЕВ	12-17	B	Регистрация в 14:10	БИШКЕК	12-17	B		
16:35	ПУНТА КАНА	130-138	A	Регистрация в 13:35	15 БУГУЛЬМА	110-129	C		
16:40	НИЖНЕКАМСК	12-17	B	Регистрация открыта	НОВОСИБИРСК	110-129	C		
16:45	САРАТОВ	110	A	Регистрация открыта					
16:55	ДУБАЙ	12-17	B	Регистрация в 13:55					
17:00	ЛИПЕЦК	110	A	Регистрация открыта					

Фото: Станислав Красильников/ТАСС

Перевод российских авиакомпаний на отечественные системы бронирования должен **СТАТЬ ПРИОРИТЕТОМ В 2021 ГОДУ**. Крупнейшие перевозчики пока используют иностранные системы, хотя последние уже начали привлекать местных партнеров.

РОСАВИАЦИЯ ПОДТВЕРДИЛА НЕОБХОДИМОСТЬ СКОРЕЙШЕГО ПЕРЕХОДА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПассажиРОВ

ТАИС и Leonardo стали главными экспонатами

ТИМОФЕЙ ДЗЯДКО

Задачи Росавиации на 2021 год «должны учитывать» организацию перевода российских авиакомпаний на отечественные системы бронирования. Об этом заявил замминистра транспорта Игорь Чалик, выступая на расширенном заседании коллегии ведомства, которое состоялось 12 марта. «Эти и другие задачи включены в план работы Федерального агентства воздушного транспорта на текущий год», — добавил он.

Речь идет в первую очередь о системах обслуживания пассажиров (Passenger Service System, PSS), которые исполь-

зуют авиакомпании для хранения данных о проданных билетах и наличии мест на рейсах. Всем авиаперевозчикам необходимо выполнить требования постановления правительства № 955 от 24 июля 2019 года «Об утверждении требований к автоматизированной информационной системе оформления воздушных перевозок, к базам данных, входящим в ее состав...», вступающего в силу 31 октября 2021 года, пояснил РБК представитель Минтранса.

Согласно этому постановлению к концу октября системы бронирования билетов должны перенести на территорию России базы данных и обрабатывающие вычислительные комплексы, обеспечивающие

“ Крупнейшие российские авиакомпании, включая группу «Аэрофлот» и S7, сейчас используют иностранные системы бронирования билетов — американские Sabre и Navitaire, а также испанскую Amadeus

оформление внутренних воздушных перевозок пассажиров, добавил он. По сути, речь идет о переводе в страну серверов. Это нужно, для того чтобы обеспечить «необходимый уровень устойчивости систем и защиты данных, ведь речь идет об очень чувствительной информации и безопасности перелетов», сказал РБК представитель «Ростеха». Госкорпорация является совладельцем одной из российских систем бронирования.

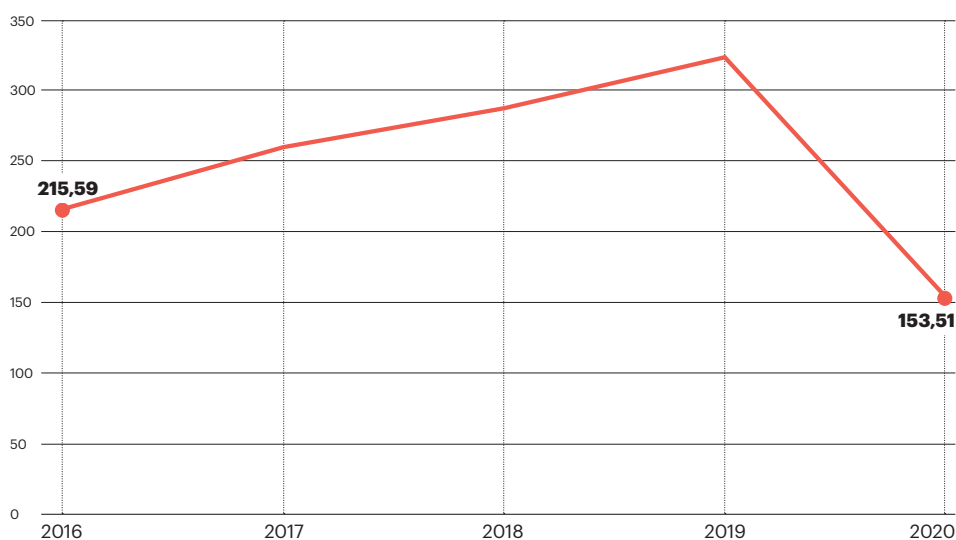
КАКИМИ СИСТЕМАМИ БРОНИРОВАНИЯ ПОЛЬЗУЮТСЯ ПЕРЕВОЗЧИКИ

«Требования о переводе авиакомпаний на конкретные системы бронирования в документе

отсутствуют. Таким образом, перевозчики вправе принять самостоятельное решение о переходе на ту или иную автоматизированную информационную систему оформления воздушных перевозок, соответствующую требованиям постановления», — отметил представитель Минтранса.

Крупнейшие российские авиакомпании, включая группу «Аэрофлот» (объединяет авиакомпании «Аэрофлот», «Победа» и «Россия») и S7, сейчас используют иностранные системы бронирования билетов — американские Sabre и Navitaire, а также испанскую Amadeus (ей принадлежит Navitaire).

В 2019 году Sabre создала совместное предприятие «Сейбр интергрупп» с системным инте-

Пассажирооборот российской авиации, млрд пасс.-км

Источник: Росавиация

гратором Integro Technologies (у каждого по 50%) для локализации своих серверов в России. Еще до создания СП в Integro Technologies был создан центр экспертизы Sabre — он оказывает услуги поддержки, бизнес-консалтинга и технической аналитики по программным продуктам производственных платформ Sabre AirCentre и AirVision. В пресс-службе Sabre не ответили на запрос РБК.

«Мы тесно сотрудничаем с нашими клиентами с целью обеспечить соответствие ИТ-решений Amadeus требованиям российского законодательства. При этом стремимся гарантировать, что авиакомпании и в дальнейшем смогут пользоваться преимуществами наших передовых технологий», — сказал РБК представитель Amadeus. Он не ответил на вопрос о перспективах переноса серверов в Россию или создании СП с локальным партнером, но подчеркнул «стратегическую» важность рынка для компании.

В России сейчас есть и две местные системы бронирования — Leonardo, принадлежащая компании «Сирена Трэвел», и ТАИС, которой занимается компания «Онлайн Резервейшн Систем» (ОРС, систему планировала разрабатывать госкорпорация «Ростех» совместно с совладельцем аэропорта Внуково Виталием Ванцевым, но «Ростех» в итоге не вошел в проект). По состоянию на конец 2020 года пользователями системы Leonardo являлись 52 российских и семь зарубежных авиакомпаний, в том числе Red Wings, «Аврора», «Руслайн», «Ямал», «Ютэйр», АЛРОСА и др. Общий объем обслуженных пассажиров в системе Leonardo превышает 40 млн. Об этом РБК сообщил представитель «Ростеха», который также создал вместе с «Сирена Трэвел» совместное предприятие «РТ-Транском», использующее систему Leonardo.

В числе клиентов ТАИС — «Азимут» (ее совладелец — Ванцев), израильская Israir, украин-

ская «Мотор Сич» и киргизская Tez Jet. В 2019 году в этой системе было обслужено около 10 млн пассажиров (из них 5 млн — турецкой Atlas Global, которая в конце 2019 года обанкротилась), в 2020 году — около 5 млн, рассказал РБК гендиректор ОРС Александр Сизинцев. План на 2021 год — 8–10 млн пассажиров в случае более активного восстановления рынка, добавил он.

Ванцев в июне 2018 года говорил, что в систему ТАИС было вложено более \$50 млн и эти деньги планируется окупить за пять-десять лет. «Если все-таки будет реализовано требование о хранении персональных данных россиян внутри страны, это один срок. Если мы будем в той же конкуренции работать с международными компаниями, то другой срок. Но в целом горизонт такой — от пяти до десяти лет», — отмечал он.

«Сравнение потенциала двух систем (Leonardo и ТАИС. — РБК) определило приоритетное использование системы Leonardo, которая подтвердила соответствие требованиям государства, способность работы с большим объемом перевозок и авиакомпаний, а также высокую степень готовности к развертыванию в сжатые сроки, установленные законодательством, и дальнейшему широкому внедрению», — сказал представитель «Ростеха».

«Мы работаем над тем, чтобы предложить хороший продукт и дать авиакомпаниям возмож-

ность выбирать. Будет очень тяжело, если на рынке останется только одна «Сирена Трэвел», — добавил Сизинцев.

КАК РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ ГОТОВЯТСЯ К НОВЫМ ТРЕБОВАНИЯМ

Создание системы бронирования на базе Leonardo, которая обеспечит потребности всех перевозчиков с их разными коммерческими подходами и разной спецификой, требует диалога со всеми участниками рынка, отмечает представитель «Ростеха»: «Безусловно, она должна вписываться в коммерческую модель каждой авиакомпании и обеспечивать все ее бизнес-функции. Мы, со своей стороны, подготовили и представили предложения и готовы к началу такого диалога».

Авиакомпании «Уральские авиалинии» и S7 с начала 2020 года ведут «детальное ознакомление» с возможностями системы Leonardo с участием специалистов «РТ-Транском», прорабатываются «дорожные карты» внедрения отечественных решений, утверждает представитель «Ростеха». По его словам, также проводилась и встреча с представителями «Аэрофлота». «По нашему мнению, значимых технических препятствий для начала использования системы Leonardo уже сейчас такими авиакомпаниями, как «Уральские авиалинии» и «Победа», не существует. Для авиакомпаний «Аэрофлот» и S7 доработка системы, несомненно, требуется», — заключил он.

Разработчик системы ТАИС также около полутора лет ведет переговоры об использовании своей системы бронирования с «Уральскими авиалиниями» и S7, утверждает Сизинцев.

Бывший заместитель гендиректора «Аэрофлота» по информационным технологиям Кирилл Богданов (31 декабря 2020 года перешел в Минтранс на пост замминистра) еще в конце 2018 года говорил, что российские системы бронирования предназначены «для обеспечения работы второго эшелона авиакомпаний, как сами в принципе и признают производители этих систем». Он также отмечал, что «Аэрофлот» дождется появления СП Sabre с локальным партнером, которое должно было в 2019–2020 годы создать соответствующие цен-

тры обработки данных на территории России, а в 2021 году непосредственно заняться переносом персональных данных пассажиров авиакомпании. «Таким образом, с 1 января 2022 года, согласно этой «дорожной карте», мы не просто реализуем требования постановления, но и получим цифровую платформу, построенную на базе новейших технологий, на территории России», — анонсировал он. РБК направил запрос партнеру Sabre в России Integro Technologies, представитель «Аэрофлота» отказался от каких-либо комментариев.

И «Сирена Трэвел», и ОРС больше локальные компании, хотя работают не только на российском, но и на международном рынке, а «Аэрофлот» присутствует на большом количестве рынков и входит в альянс Sky Team, а это значит, что должна быть достаточно тесная связь с продуктами других авиакомпаний, — замечает Сизинцев. По его словам, у обоих российских разработчиков сейчас нет функционала, который позволял бы работать в подобном альянсе, потому что из российских авиакомпаний в международные союзы входят только «Аэрофлот» и S7. «Если нам не дадут шанса работать с крупнейшими российскими авиакомпаниями, тогда мы, наверное, никогда такой функционал не реализуем, потому что его писать «в стол» абсолютно бесполезно», — добавил глава ОРС. По его оценке, разработка такого функционала может занять несколько лет.

В пресс-службе S7 (использует систему Amadeus) РБК сообщили, что проводят изучение обеих доступных систем бронирования — Leonardo и ТАИС — и ведут «активное взаимодействие» с разработчиками. «Выбор провайдера и сроки перехода зависят от того, насколько и когда функционал системы бронирования будет отвечать требованиям S7 Airlines», — добавил представитель компании. Но представитель S7 отметил, что компания может остаться на системе Amadeus, если она локализует серверы в России.

Представитель «Уральских авиалиний» сказал, что компания сейчас использует две системы — Amadeus и Sirena, отказавшись от дальнейших комментариев. ■

По нашему мнению, значимых технических препятствий для начала использования системы Leonardo уже сейчас такими авиакомпаниями, как «Уральские авиалинии» и «Победа», не существует. Для авиакомпании «Аэрофлот» и S7 доработка системы, несомненно, требуется

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ «РОСТЕХА»

69,2**млн**

пассажиров перевезли российские авиакомпании по итогам 2020 года, это на 46% меньше, чем годом ранее (128,1 млн пассажиров), сообщила Росавиация

МОЖЕТ ЛИ БЫТЬ ОТСРОЧКА

Еще в прошлом году Ассоциация эксплуатантов воздушного транспорта (АЭВТ) предлагала перенести вступление в силу новых требований к системам бронирования на два года, до 31 октября 2023 года, из-за пандемии коронавируса и приостановки полетов, которые привели к убыткам и росту долгов перевозчиков.

Тогда Минтранс не поддержал это предложение, но уже в июне 2020 года сам выступил за перенос требований на один год — до 30 октября 2022 года. Ведомство признало, что реализация требований постановления в условиях пандемии накладывает на компании дополнительную нагрузку и создает для них «угрозу финансовой устойчи-

вости», говорится на федеральном портале проектов нормативных правовых актов. С января 2021 года это предложение находится на рассмотрении в правительстве. Проект постановления будет рассмотрен после прохождения «регуляторной гильотины», сказали РБК в пресс-службе правительства. Сейчас Минтранс находится в тесном

контакте с авиаперевозчиками по вопросам выполнения требований постановления, отметил представитель ведомства. Учитывая ситуацию, сложившуюся на рынке авиаперевозок в условиях пандемии, скорее всего, будет принято решение о переносе этих требований на более поздний срок, добавил источник РБК в министерстве.

Ретейл

В интервью РБК гендиректор «Ленты» **ВЛАДИМИР СОРОКИН** объяснил, чем для ретейлеров чревато госрегулирование цен на продукты, почему рано хоронить гипермаркеты и как компания рассчитывает измениться.

«Знаю, как плановая экономика выглядит в реальности»

АННА ЛЕВИНСКАЯ

К середине 2010-х годов петербургская сеть «Лента», специализирующаяся на гипермаркетах, была одним из самых быстрорастущих российских ретейлеров. Среди продавцов продуктов питания она проделала путь от второй десятки до первой тройки. Но после 2018-го темпы роста компании стали замедляться — следуя за мировым трендом, и российские потребители предпочли супермаркеты и формат «у дома» поездкам в большие загородные магазины.

Гендиректор «Ленты» Владимир Сорокин, выходец из «Магнита» и X5 Retail Group, рассказал РБК о новой стратегии компании, которая подразумевает запуск нового формата и отказ от части собственной недвижимости, о планах в онлайн и рисках при регулировании чиновниками цен.

«ПО НЕКОТОРЫМ ТОВАРАМ МЫ ГЕНЕРИРУЕМ УБЫТКИ»

С начала пандемии чиновники особенно остро реагируют на новости, связанные с повышением цен. Заключение ограничивающих соглашений по ценам на часть социально значимых продуктов, запущен монито-

ринг цен. Вы одобряете эти меры?

Я апологет рыночного решения проблем. Я застал Советский Союз и примерно знаю, как плановая экономика выглядит в реальности. При этом я считаю, что мы с нашим регулятором находимся в конструктивном диалоге, я понимаю мотивы государства.

«Лента» выполняет все требования контролирующих органов, но я не очень понимаю, как можно нерыночными методами управлять ценами. Сказали нам продавать сахар или растительное масло по такой-то цене, мы его продаем, но для нас, как субъекта бизнеса, это чревато...

Чем именно?

Если посмотреть отчеты публичных ретейлеров, то видно, что прибыль у нас не очень большая — от 1,6 до 3,6%. Поэтому диапазон демпфирования у нас не очень большой, и если нас заставляют продавать по цене ниже той, по которой мы должны с точки зрения экономики торговать, то мы несем убытки. Соответственно, если мы несем убытки, то становимся unsuccessful бизнесом и, понятно, через какое-то время разоримся. Правильный, на мой взгляд, способ регулирования цен — конкуренция.

В социально значимых товарах у нас минимальная наценка, а в пандемию мы, как и дру-

« Не очень понимаю, как можно нерыночными методами управлять ценами. Сказали нам продавать сахар или растительное масло по такой-то цене, мы его продаем, но для нас, как субъекта бизнеса, это чревато...

гие ретейлеры, держали ее на уровне нуля. Но это значит, что на чем-то другом мы должны зарабатывать чуть больше. Впрочем, даже сейчас у нас не одинаковая наценка на разные группы товаров, по некоторым товарам мы генерируем убытки. Для нас это осознанный выбор и тонкая настройка — мы это делаем в рамках конкуренции и аккуратно взвешиваем, что и зачем делаем.

Сейчас причина роста цен на те или иные продукты носит не спекулятивный, а чисто экономический характер. Никто не хочет на самом деле поднимать без необходимости цены. Все понимают, повышая цену, ты рискуешь и подрываешь свою конкурентоспособность: у людей денег не много, и они их очень аккуратно расходуют.

«Я ЧАСТО СЛЫШАЛ: «БЕЗНАДЕЖНАЯ ИСТОРИЯ»

Вы с осени прошлого года возглавляете «Ленту». В каком состоянии вы застали компанию и что ждут от вас акционеры?

Я застал ее вполне в приличном состоянии, это хороший бизнес и точно не проблемный актив. «Лента» лидирует в сегменте гипермаркетов.

Когда я пришел, у сети уже был положительный показатель сопоставимых продаж. Сложно оценить, были ли это только усилия сотрудников компании или нам помог и ковид — уверен, это совокупность факторов. Но были и сложности, они связаны со сформировавшимися рыночными трендами: люди голосуют за удобство, они переключаются на формат магазинов «у дома».

Меня позвали, для того чтобы разработать стратегию и реализовать ее. Одна из проблем «Ленты» заключалась в том, что она в каком-то смысле топталась на месте. Есть вызовы, которые рынок ставит перед компанией, но было не очень понятно, что с этим

делать. Нам удалось как-то собрать все мысли вместе и предложить сценарий, который понравился акционеру и был одобрен советом директоров. Как вы знаете, акционер у нас амбициозный и ставит перед собой и перед нами большие задачи.

Вы полагаете, темпы роста «Ленты» замедлялись только потому, что покупатели стали уходить из гипермаркетов в целом?

Раньше, не работая здесь, в разговорах о «Ленте» я часто слышал: «безнадежная история». Потому что это гипермаркеты, пусть неплохие, и, наверное, умрут последние, но умрут. Я с этим никогда не был согласен и сейчас просто убежден в своей правоте.

Нет смысла отрицать: сегмент гипермаркетов сокращается, его доля падает на рынке. По совокупности причин люди идут в дискаунтеры, в специализированные магазины и магазины «у дома». Мы задали себе вопрос: ну, хорошо, мы самый лучший гипермаркет в стране, и что, мы все равно теряем покупателей, можем ли мы что-то сделать с этой тенденцией?

Когда люди говорят о гипермаркетах, то подразумевается, как правило, большая «коробка» за пределами города. А «Лента» как гипермаркет на самом деле не такая и уж большая. Средний размер нашего магазина — 5,5 тыс. кв. м. У нас есть большие «коробки» площадью

ЧЕМ ИЗВЕСТНА «ЛЕНТА»

Первые магазины «Ленты» появились в Санкт-Петербурге в 1993 году. На конец 2020 года компания управляла 254 гипермаркетами и 139 супермаркетами в Москве, Петербурге, Сибири, Центральной России и на Урале. Более 72% торговых площадей находится в собственности компании.

«Севергрупп» Алексея Мордашова владеет 77,99% компании, 0,93% приходится на квазиказначейские акции, 0,04% — у менеджмента компании, остальные в виде депозитарных расписок торгуются на Лондонской и Московской биржах. Капитализация 17 марта 2021 года — почти \$1,8 млрд.





Р1115

составил средний чек в «Ленте» в 2020 году (в 2019-м — 999 руб.)

7,5–7,6 тыс. кв. м, но их не так и много.

Еще важно то, что мы очень часто находимся внутри города. Если взять Санкт-Петербург, то там мы находимся возле станций метро и частью покупателей можем восприниматься как магазин «у дома». Поэтому к нам ходят очень разные покупатели: не только за большими покупками, но и быстренько пополнить какие-то запасы. Мы это видим по своим данным: 98% покупок у нас совершается по программе лояльности, мы довольно много знаем о своих клиентах и можем, опираясь на наши данные, совершать простые и эффективные действия.

Следующая важная вещь — ковид спровоцировал бурное развитие рынка онлайн. Раньше все говорили, что в этом направлении есть перспективы, но при этом рынок онлайн-еды был довольно маленький. И вдруг выяснилось, что мы, как никто другой, обладаем лучшими активами на рынке для реализации онлайн-стратегии. У нас магазины в городах с высокой плотностью населения, и мы единственные в России, кто может предложить покупателю до 35–38 тыс. наименований. Иными словами, есть все возможности, чтобы быстро собирать заказы в магазинах и доставлять их нашим покупателям в течение часа.

Нам не нужно много инвестировать в создание инфра-

структуры. Мы сделали пилоты, посмотрели, что это хорошо работает, и раскатали по всей стране. В декабре 2019-го мы запустились с «Ленточкой» в Москве, через полгода в Санкт-Петербурге, а еще через полгода уже по всей стране. На конец 2020-го мы продавали онлайн в 115 городах России. В декабре 2020 года у нас прирост онлайн-продаж был почти 800% по сравнению с декабрем 2019-го, когда мы только начинали.

Но это же рост с очень низкой базы.

Да, но мы за первый год продали более чем на 6 млрд руб., это неплохие цифры. У нас отличные шансы в 2021 году удвоить и даже утроить наши продажи в этом канале, и это уже будет существенной частью нашего бизнеса, доля онлайн-канала может стать 4–5% ото всех наших продаж.

«НАДО БЫ ЕЩЕ СТРОИТЬ, НО ФИЗИЧЕСКИ НЕТ ЗЕМЛИ ДЛЯ НИХ»

Помимо постройки ваших гипермаркетов для онлайн-торговли, что еще включает в себя новая стратегия?

Мы посмотрели на весь наш ландшафт и увидели, что у нас неплохие магазины, с приличной плотностью продаж 260 тыс. руб. с 1 кв. м в год, выше только у «Азбуки вкуса». Но у нашего формата есть ограничение — ты не можешь

Фото: пресс-служба Лента

Говорят, что весь нон-фуд уходит в онлайн, ну это полная ерунда. Есть куча непродовольственных товаров, за которыми потребители ходят в магазины

построить много и быстро новые гипермаркеты. Вроде надо бы еще строить, но физически нет земли для них.

Но раз уж покупатели готовы к нам ездить на автомобилях за большими покупками, почему бы нам не удовлетворить их потребность в средних и малых покупках? Заставить идти к себе мы не можем — по пути будут магазины конкурентов. Чтобы стать ближе, мы решили продолжить открывать супермаркеты и магазины «у дома», которые у нас, кстати, есть и о которых часто забывают (49 супермаркетов «Лента» формально можно отнести к этому формату, их площадь менее 700 кв. м. — РБК). У нас есть 35–38 тыс. наименований в гипермаркете, которые успешно продаются, из них мы можем извлечь нужное количество самых ликвидных позиций, чтобы разместить в меньшем формате.

Сколько магазинов и какого формата вы откроете в 2021 году?

Очень сложно назвать сейчас точно, какого типа, но планируем, что откроем не меньше 100 тыс. кв. м в этом году, а дальше планируем наращивать темп каждый следующий год. Мы быстро изменили устоявшееся мнение, что «Лента» — это гипермаркеты.

Сейчас у вас большая часть недвижимости в собственности, перестанете ли вы строить собственные магазины?

Большую часть помещений мы, конечно, будем арендовать. Но это не значит, что мы перестанем строить большие магазины, просто мы будем открывать их меньше — три–пять гипермаркетов в год.

Важно понимать, что, когда я говорю, что мы будем открывать, это не обязательно только органическое открытие, мы оставляем для себя возможность расти в том числе и через сделки. Нам важно не просто купить, а чтобы приобретение решало какую-то стратегическую задачу — увеличивало долю либо создавало критическую массу на новом для нас рынке. Нет задачи скупать все по любой цене. Существенная часть нашей стратегии заключается в том, что мы хотим оставаться самой рентабельной с точки зрения EBITDA и возврата инвестиций акционером компании.

Какие у вас сейчас региональные планы?

В этом году мы решили выбрать три приоритетных региона — Санкт-Петербург, Новосибирск и Москву.

В первых двух регионах у нас существенная доля, в Новосибирске мы номер один, в Санкт-Петербурге у нас 13% — это ощутимая доля, плюс крупнейший конкурент не может больше открываться на этом рынке (X5 Retail Group достигла порога присутствия. — РБК), а значит, у нас уникальная возможность расширить свое присутствие, и этим нужно воспользоваться.

Москва, понятно, самый обеспеченный рынок, с большой концентрацией населения и низкой долей у всех игроков. Тут можно бесконечно развиваться. Плюс мы начали строительство новых дистрибуционных центров, в которых также открыты фабрики-кухни. Первый — в Тосненском районе Ленинградской области, два других запустим в ближайшее время в Москве и Новосибирске. → 12

ПЯТЬ ФАКТОВ О ВЛАДИМИРЕ СОРОКИНЕ

- Окончил Ленинградский институт советской торговли по специальности «инженер-технолог», а также Высшую школу экономики по программе «Фондовый рынок и инвестиции».
- В компании Gillette, где начал карьеру в 1994 году, прошел путь от менеджера до директора по продажам в европейской части России и Белоруссии.
- С 2000 года занимал различные ведущие позиции как

в российских, так и в международных компаниях розничной торговли и сектора FMCG.

- Работал в X5 Retail Group (с начала 2013 года по июнь 2018 года), откуда ушел с должности гендиректора сети супермаркетов «Перекресток».
- Занимал должность заместителя гендиректора, коммерческого директора «Магнита» с января 2019 года по август 2020 года.

Ретейл

← 11

Параллельно мы начнем решать вопросы с логистической инфраструктурой. Не во всех регионах мы можем получить эффективную логистику в маленькие магазины, где-то придется потратить денег, чтобы нарастить мощности.

О каких инвестициях идет речь?
Сложно сейчас сказать. Мы только приступили к написанию нашей логистической стратегии, все будет зависеть от того, какие склады мы будем строить, когда и сколько.

Будет ли запущен формат жесткого дискаунтера «365+», который пилотировали?
Это может быть одно из решений. У нас несколько пилотов, в Москве сейчас откроем новый супермаркет. Возможно, он станет моделью для крупных городов, для потребителей с высоким уровнем доходов. Мы там немножко поменяли покупательский путь, цветовую гамму, тестируем разные сервисы, например открытую кухню.

«365+» — также экспериментальная площадка. В Новосибирске этот формат лучше работает, чем в Барнауле, по каким-то причинам. Пока ковыряемся с форматом, смотрим. Просто все говорят о том, как жесткие дискаунтеры бумят, мы решили тоже пощупать это, посмотреть.

«Лента» работает на аудиторию определенного целевого сегмента, мы не классический дискаунтер. Поэтому для нас скорее правильнее открывать магазины «у дома», но, если рынок будет сдвигаться в сторону дискаунтеров, мы должны быть готовы.

Со своими магазинами «у дома» вы ступаете на территорию компаний, которые давно работают в этом сегменте. Не будет ли ваш ассортимент в этом формате дороже?
Если говорить про «Пятерочку» и «Магнит» как про наших основных конкурентов, то мы точно не дороже сегодня. У нас уже сейчас до-

вольно приличная закупочная сила, и есть хорошие шансы ее увеличить. Производителям тоже нужен баланс, страшно зависит от одного или двух партнеров.

В магазинах «у дома» конкурентное преимущество по большому счету — это расположение. Магазин небольшой, поэтому там сильно не пофантазируешь. Мы, в конце концов, на 90% все торгуем одним и тем же. Чем мы будем отличаться? Точностью подбора ассортимента — мы сейчас много инвестируем в технологии — и нашими частными торговыми марками.

Почему мы считаем, что можем в этот формат идти? Во-первых, рынок современной торговли еще не до конца консолидирован. У нас на современные форматы торговли приходится 72% рынка. Во-вторых, внутри самой современной торговли нет достаточной консолидации. У нас 3% доли рынка, у «Магнита», по-моему, 10,9%, у X5 Retail Group — 13%. Это немного. Поэтому что, если посмотреть на Европу, там у лидеров доли доходят до 25%.

«БОЛЬШИНСТВО НАШИХ ЛЮДЕЙ ХОДЯТ В МАГАЗИН, ЧТОБЫ ПОГОВОРИТЬ»

Если все действительно торгуют практически одинаковой продукцией, какие еще есть у ретейлеров способы конкуренции, кроме промо, от конкурентов все стремятся постепенно уходить?
Чем конкурировать? Ассортиментом и его качеством, ценами. И здесь мы возвращаемся к вопросу контроля расходов: всю экономию нужно инвестировать в цену, повышая конкурентоспособность. И второе — это потребительский опыт покупок в конкретном магазине: доступен ли товар, все ли ценники на месте, светло ли, чисто, очереди на кассах, запах, отношение персонала.

Большинство покупателей сегодня приходят в магазин за ультрафрешем. Кажется, что все просто, но торговать этим товаром чрезвычайно сложно — чтобы фрукты, овощи были не гнилые, чтобы они были красивые, с хорошей выкладкой. Тут крайне важна культура организации. Потому что мы все делаем вроде бы похожие магазины, но при этом они все по-своему отличаются друг от друга. Влияние человеческого фактора тут огромно: качество персонала, его количество, как он обучен, какие ценности разделяет, как хорошо ты знаешь своего покупателя. В гипермаркетах чуть больше возможностей для трюков в плане сервиса, но и сложностей, конечно, больше.

В гипермаркетах нам нужно стать чемпионом в продажах категории ультрафреш. У нас есть такие хорошие шансы, потому что у нас самый высокий трафик на единицу объекта, а значит, высокая оборачиваемость товаров.

Вот как раньше мы все ездили на рынки, я хотел бы, чтобы вот так ездили в «Ленту» и в ней покупали все — идеальное мясо, идеальные фрукты и овощи. Причем каждый для своего кошелька.

В магазинах «у дома» это все немного сложнее, потому что оборачиваемость более низкая. Но у них есть и плюс — постоянные клиенты. Покупатели знают сотрудников магазина, сотрудники магазина знают своих покупателей. Конечно, бывают залетные клиенты, но в целом маленький магазин работает на небольшую зону охвата, и это возможность для сумасшедшего конкурентного преимущества.

Так ли нужна эта культура общения с потребителем? Многие ретейлеры, в том числе и российские, сейчас уже тестируют магазины без персонала.

Я смотрю на это так же, как когда-то и на онлайн, — это очень перспективное направление, мы все туда придем, но сейчас это маленькая часть бизнеса. Сейчас это все скорее имиджевые и ужасно дорогие проекты. Конечно, со временем эти технологии будут дешеветь. Когда-то кассы самообслуживания стоили 2 млн руб., а сейчас — 300 тыс.

Большинство наших людей ходят в магазин, в том числе и чтобы поговорить. Да, мы все, как потребители, меняемся, и среди нас уже сейчас много тех, кто не хочет, чтобы их вообще трогали. И молодежь наша будет все более рациональна, она будет больше работать на удаленке, зависеть в гаджетах, человечество будет трансформироваться и меньше нуждаться в живом контакте, но пока этот тип общения имеет ценность.

Я слышал выступление Сергея Гончарова (глава сети «Пятерочка», входящей в X5 Retail Group. — РБК), он говорил, что они собираются открыть 50 таких цифровых магазинов. Сейчас у них больше 15 тыс. магазинов. Что такое 50 точек в структуре такой сети? Но тестировать этот формат необходимо. А вдруг рынок взорвется? Вот ковид пришел, онлайн взлетел, а у них уже были технологии. Пока мы судорожно ищем решение, поставщиков, они убежали дальше всех.

Как вы будете поддерживать высокий уровень качества категории ультрафреш в магазинах?

Это решается на самом деле довольно просто. Для этого нужно выходить на производителей грибов, помидоров, огурцов и так далее и заключать с ними партнерские долгосрочные контракты. И мы это делаем. У нас работают даже агрономы, они разговаривают на одном языке с производителем. И дальше нужно, условно говоря, прямо на грядке принимать решение, качественный или некачественный товар, быстро от-



возить в Москву, оформлять по доверительной приемке, чтобы товар в «одно касание» поступал в магазин. С моей точки зрения, таких контрактов должно быть примерно 85%, сейчас их около 50%.

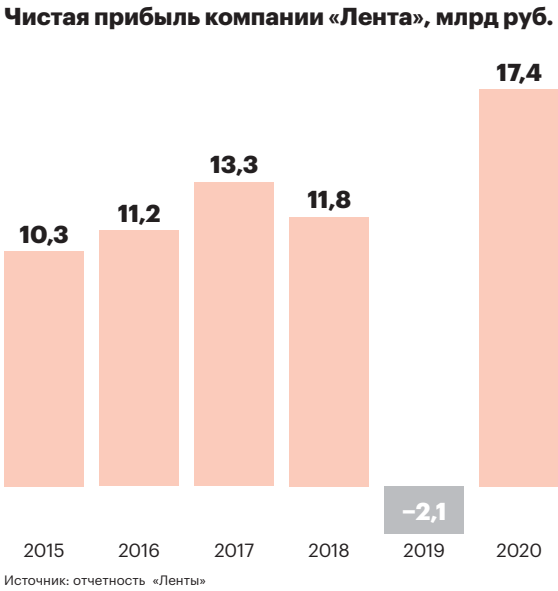
В прошлом году у вас был довольно низкий CAPEX в открытии новых магазинов. Ставка на запуск точек меньшего размера и не в собственности, а в аренде будет давать экономию?

В прошлом году мы открывали не очень много магазинов и сэкономили, но это не цель. Мы будем тратить ровно столько на капитальные затраты, чтобы открывать новые магазины и поддерживать их в рабочем состоянии. Но, конечно, мы хотим быть эффективнее — меньше тратить на воду, газ и электричество, оборудование, стройку и прочее. Как организация, мы должны каждый день думать, как тратить меньше и куда направлять высвободившиеся деньги: в развитие, цены или покупателей.

Либо на дивиденды?
Да, но доход акционера складывается из двух частей: из роста стоимости акций и из дивидендов, которые ему платит компания. Если компания хорошо развивается и стоимость акций растет, эта доходность лучше, чем, условно, деньги, которые положили в банк или инвестировали в какой-то другой бизнес. Дивиденды надо платить, когда ты не знаешь, что делать с деньгами.

Думаю, все акционеры ждут, что компания будет платить дивиденды, и это нормально, Алексей Александрович [Мордашов], по-моему, тоже не исключение. Такая задача перед нами точно стоит, и мы к этому вопросу рано или поздно придем. Я не то что бы против платить дивиденды, я просто считаю, что, когда ты можешь возвращать доходность через рост стоимости компании, это неплохая альтернатива. ■

Полная версия интервью — на сайте rbc.ru



«Лента» в цифрах

393
число магазинов «Лента» на 31 декабря прошлого года (254 гипермаркета и 139 супермаркетов)

1,52
млн кв. м
общая торговая площадь магазинов сети

5,5
тыс. кв. м
средний размер магазина «Лента»

Р6,3
млрд
составила онлайн-выручка «Ленты» в 2020 году. Рост этого показателя год к году составил 566%

3,2
млн
онлайн-заказов выполнила компания за прошлый год
Источник: отчетность «Ленты»