

26 июня 2021

У X5 отъезжает «цифра»

На фоне пандемии сервисы доставки стали пользоваться большой популярностью, что натолкнуло X5 Retail Group на создание новой стратегии развития и решение о выделении цифровых бизнесов в отдельную структуру. Наш эксперт Геннадий Тарантасов рассказал, какой есть потенциал у цифровых решений X5.

«Цифра» доросла до самостоятельности

Крупнейшая продуктовая розничная компания в России X5 Retail Group объявила 24 июня о выделении цифровых бизнесов в отдельную структуру в составе группы. В цифровые бизнесы компании входят: «Vprok.ru Перекресток», сервисы экспресс-доставки и «Около».

«Развитие цифровых бизнесов является одной из ключевых направлений стратегии развития компании 2021-2023 годов, — говорится в пресс-релизе X5. — Компания рассматривает несколько перспективных опций дальнейшего развития, включая как привлечение инвесторов на открытом рынке капитала или инвестиции через стратегическое партнерство, так и самостоятельное развитие в рамках X5».

За год компания планирует проработать стратегические опции по развитию цифровых бизнесов, определить сроки и детали развития новой структуры. Как уточнили Expert.ru в пресс-службе X5, информация по данному проекту



пока не раскрывается.

Большинство экспертов оценили новость от X5 как положительную и привлекательную для инвесторов.

Выделение цифровых бизнесов X5 в отдельную структуру — ожидаемое и закономерное событие, высказал свое мнение Expert.ru директор по развитию бизнеса ИТ-компании КРОК в ритейле Дмитрий Смирнов. Он напомнил, что у Сбер и Лукойл уже есть такой опыт, а для ритейла — это новое явление.

«Ввиду новизны такого выделения для ритейла, наряду с уже имеющимся накопленным опытом и набранной клиентурой, прогноз для новой структуры — положительный, — отметил Смирнов. — Влияние на рынок: появление нового игрока может привести к переделу сфер влияния и рынка текущих провайдеров цифровых сервисов».

Цифровые сервисы компании с определенного момента начинают тормозить развитие профильной деятельности, считает он.

«Выведение этих сервисов в отдельную структуру снижает влияние и зависимость их развития от развития материнской компании, — пояснил Смирнов. — И для новой структуры такой шаг видится, как своего рода трамплин для собственного развития».

«Во-первых, это демонстрирует тот факт, что эти бизнесы на текущий момент выросли до существенных размеров и имеют большую значимость для группы X5, — сказал Expert.ru руководитель направления внедрения и поддержки корпоративных решений, Sharesoft Константин Замков. — Во-вторых, выделение цифровых бизнесов в отдельную структуру

позволит более гибко развивать их в дальнейшем, как с точки зрения привлечения инвестиций, так и — выстраивания внутренних процессов поддержки и модернизации».

В последние годы крупные компании с большой долей цифровых проектов создают отдельные цифровые платформы и экосистемы цифровых сервисов, рассказал Expert.ru директор по цифровой трансформации холдинга S8 Capital Андрей Кондратьев.

«Для рационального управления и фокусирования на ключевых драйверах развития таких компаний, решение о выделении цифровых бизнесов в отдельную структуру является стратегически верным шагом, — отметил он. — Выделение цифровых активов в обособленные структуры позволяет сконцентрироваться именно на развитии цифровых продуктов, а не тратить столь ценное время на операционные и общехозяйственные задачи, а также проще и прозрачнее управлять стоимостью создаваемых продуктов».

Но для выделения цифровых бизнесов в отдельную структуру необходим «монолитный цифровой фундамент», уточнил Expert.ru исполнительный директор компании «Иннодата» Александр Сергиенко.

«Цифра» плюс много нулей

«Единая цифровая платформа по работе с клиентами, единый, не раздробленный на несколько "зеркал", цифровой профиль клиента — вот те вещи, которые сейчас остро востребованы на рынке, — рассказал Сергиенко. — Они позволят ритейлерам эффективно работать со своими покупателями, проводить структурированные, правильно сегментированные маркетинговые

компании с максимальной отдачей. X5 Retail Group этим вплотную занимается, и весьма успешно».

На рост электронного продуктового сегмента повлияла пандемия COVID-19 и введение локдауна в прошлом году. Стратегию развития компании на два года вперед X5 Retail Group представила на Дне инвестора (Capital markets day) в октябре пандемийного 2020 года.

«Взрывной рост e-grocery, запущенный ситуацией 2020 года, дал возможность игрокам расти в десятки раз, трансформируя модели закупки клиентов, — подтвердил Expert.ru консультант направления "Стратегический маркетинг" ГК "Институт Тренинга - АРБ Про" Григорий Карлышев. — С одной стороны, на фоне кратного роста требуется иной подход к операционному управлению бизнес-единицами, обеспечивающий трансформирующий рост. С другой — сегмент становится инвестиционно-привлекательным и в этом есть интерес материнской компании с точки зрения дополнительной капитализации».

Этот момент, кстати, действительно требуется отметить особо. Возможность выделять остро модные и при этом реально растущие цифровые подразделения в отдельные структуры, это возможность привлечь в материнскую компанию новые инвестиции путем продажи акций таких структур. Отчасти это даже может выглядеть, как деньги из воздуха, хотя в действительности в развитие «цифры», конечно, делались внутренние инвестиции и теперь приходит, как видно на данном примере, черед внешних.

У миноритариев могут не сойтись в уме цифры

Спрос на онлайн-заказы с момента начала пандемии вырос в сотни раз, и это требует серьезной работы над бизнес-процессами компании. И вопрос не только в финансировании, но и в планировании, в том числе в обеспечении достаточного количества транспорта и курьеров для удовлетворения спроса на доставку, поделился мыслями начальник управления торговых операций на российском фондовом рынке «Фридом Финанс» Георгий Ващенко.

Он напомнил, что в 2019 году доставка не пользовалась спросом и была убыточна, поэтому ритейлеры не были заинтересованы в ее развитии. Однако пандемия кардинально поменяла тренды.

Офлайн ритейл, в том числе и X5, столкнулся с необходимостью отказываться от форматов гипермаркетов. Так, ранее Expert.ru писал о трансформации сети гипермаркетов «Карусель», входящих в X5 Retail Group.

Как отметил Ващенко, одним из преимуществ выделения служит возможность более успешно привлечь средства в случае IPO. Однако выделение цифрового бизнеса от материнской компании может стать плохой новостью для миноритариев.

«Поскольку «лакомые» активы будут выделены из компании. То есть никаких дивидендов от цифрового бизнеса миноритарные акционеры напрямую не получат. И в этом смысле, это худший сценарий для инвесторов, — пояснил Expert.ru Ващенко. — Опасения миноритариев могут быть связаны с тем, что "как обычно, выделяют всё лучшее, а худшее оставляют", но на мой взгляд, это не совсем так. В любой крупной компании, где развиваются цифровые сервисы, рано или поздно задумываются о выделении этого направления в отдельный бизнес. Но у ритейла есть и более веский мотив».

Эксперт отметил, что такое направление привлекательно для инвесторов, и они будут ждать IPO.

«Новое направление будет развиваться отдельно. Кто из инвесторов захочет в нем поучаствовать, получит возможность сделать это в ходе IPO, если оно произойдет, или частного размещения, нельзя исключать и такого, — добавил Ващенко. — Причем IPO произойдет, если верить сообщениям, в 2022 - 2023 годах. Долго, но инвесторы будут его ждать».

Последняя миля в Нью-Йорке

X5 Retail Group вложили большие усилия, чтобы стать лидером по онлайн-доставке продуктов, уверен **коммерческий директор ГК «КОРУС Консалтинг» Геннадий Тарантасов**. Выручка цифровых бизнесов ритейлера (включая агрегатор доставки «Около» и сервис последней мили 5Post) выросла в 2020 году в 4,6 раза, до 20 миллиардов рублей, отметил эксперт. Сейчас X5 предлагает доставку продуктов из магазинов, готовой еды и выступает своего рода маркетплейсом по доставкам. Рынок e- e-grocery имеет огромный потенциал и X5 Retail Group есть куда расти. Возможно, X5 планирует не только региональное развитие цифрового сегмента, но и выход на международный рынок, допустил Тарантасов.

«X5 Retail Group явно есть куда расти: наращивать долю в регионах, работать над продуктовым предложением и даже предоставлять свою инфраструктуру для тех компаний, которые хотят заниматься доставкой, — пояснил он. — Всё это потребует большой работы по оптимизации последней мили, а значит, по-прежнему будет расти спрос на технологию цифровых двойников в

логистике, которая поддержит развитие сетей дарксторов, оптимизацию складских процессов и подбор e-commerce заказов».

Он отметил, что на международный рынок уже вышел «ВкусВилл», который открыл магазин в Амстердаме и сейчас готовится к запуску стартапа «Самокат» в Нью-Йорке. Кстати, в середине июня Expert.ru писал о том, что управляющий директор онлайн-гипермаркета «Vprok.ru Перекресток» Леонид Довладбемян вложил в шведский сервис по быстрой доставке продуктов Vembla.

«Решение о выделении отдельной структуры поможет X5 Retail Group выйти на IPO, если у компании будет такое намерение, ведь инвесторы гораздо выше оценивают сервисы, которые работают на онлайн-рынке и могут быстро масштабироваться, даже если они убыточны, — отметил Таранасов. — Более того, если у новой выделенной структуры будет коллаборация с кем-нибудь из гигантов до выхода на IPO, то они смогут привлекать более серьезные инвестиции, чем если бы они это делали как X5 Retail Group».

Из презентации компании следует, что к 2023 году ритейлер планирует занять долю в 20% онлайн-рынка. Причем долю обеспечат как уже имеющиеся доставки компании, так и еще не запущенные проекты. Так, среди намерений компании развитие персональных промо-предложений для каждого покупателя. Кроме того, документ обещает открытие восьми дарксторов в 2022 году и расширении географии компании во всех городах РФ. Будет интересно узнать подробности и об этих планах X5.

Источник: Эксперт