Работа по продуктовому импортозамещению идет успешно

Тематика: **Транспорт**
Статьи и исследования

Дата публикации: 27.12.2022

Дата мероприятия / события: 27.12.2022

г. Москва

Представители транспортной компании «Логитерра» отмечают, что дефицита продуктов на полках магазинов из-за ухода иностранных брендов не случилось.

Представители транспортной компании «Логитерра» отмечают, что дефицита продуктов на полках магазинов из-за ухода иностранных брендов не случилось.

После начала СВО конъюнктура многих отраслей отечественной экономики претерпела кардинальные изменения. Массовый уход иностранных брендов с рынка потребовал оперативного подбора аналогов из России и дружественных стран. И эта работа, по словам специалистов 3PL-оператора “Логитерра”, хотя еще не закончена, но уже показала свою эффективность.

Сложившиеся условия, поясняют в компании, стали импульсом активного развития для многих российских производителей продуктов питания и напитков. С уходом импортных брендов освобождались целые ниши, накапливался неудовлетворенный спрос, который требовалось оперативно и качественно закрыть. А это было бы невозможно без качественно организованных логистических услуг.

Представители “Логитерры” говорят, что в уходящем году партнерская сеть компании значительно приросла новыми отечественными брендами, которые выбрали в ее лице нашли надежного экспедитора, облегчающего вывод продукции в федеральные сети. Этому способствуют и более чем 14-летний опыт работы, и полный комплекс услуг “логистики третьей стороны” из одних рук, и широкий спектр отраслевых решений экспертного уровня. В то же время работа с каждым партнером всегда выстраивается по индивидуальному сценарию. В его основе лежат результаты комплексного анализа потенциала, целей и задач клиента. “Даже продуктам из одной категории со схожими характеристиками всегда нужен персональный подход”, – поясняют специалисты транспортной компании.

Причем работа организуется именно комплексно. “Логитерра” берет на себя не только доставку, но и все виды складской обработки, документальные вопросы, маркировку, оптимизацию запасов продукции и т.д. Для производителей продуктов питания такой подход означает возможность сократить собственные логистические издержки, ускорить выход на полки сетевых магазинов – и получить потенциал роста. В том числе вывода продукции в другие регионы.

Специалисты компании отмечают, что возможности импортозамещения в подавляющем большинстве продовольственных категорий еще не исчерпаны, и приглашают к эффективному сотрудничеству новых партнеров, готовых поставлять свои продукты в сетевые магазины федерального и регионального уровня. Более того, “Логитерра” готова предложить выгодные условия логистического обслуживания и тем производителям, которые уже работают с иными транспортными компаниями.

Постоянная ссылка на материал: http://www.smi2go.ru/publications/148925/