



Пресс-релиз | Краснодар | 27 октября 2020 г.

«Магнит» тестирует выращивание экзотических шиитаке с помощью искусственного интеллекта

Розничная сеть вместе с резидентом инновационного центра «Сколково» — компанией «Сити-фермер» — тестирует первый в России компактный завод по производству шиитаке. Он появился в грибном комплексе «Магнита» в Краснодарском крае. Уникальностью мини-предприятия является полностью дистанционное управление процессом выращивания грибов, включающее элементы искусственного интеллекта.

Краснодар, 27 октября 2020 г.: Ферма представляет собой модульный быстровозводимый объект площадью 120 кв. м. Технология возведения позволяет наращивать количество модулей в зависимости от потребностей. От момента запуска до первого урожая проходит всего 1-2 недели. Управление основными процессами идет дистанционно в реальном времени за счет облачной системы SCADA с использованием искусственного интеллекта (ИИ).

Разработанная партнером система с элементами ИИ контролирует обеспечение в грибной сити-ферме оптимальных условий выращивания: управление климатическими параметрами, работа датчиков и контроллеров, рекуперация энергии и другие.

Сбор продукции для сохранения максимального качества идет вручную: гриб сразу кладут в отдельные специальные лотки, которые поступают в зону быстрого охлаждения и упаковки.

На первом этапе производительность фермы составляет почти 1,5 тонны грибов в месяц. Продукция под брендом «Магнит Свежесть» пока поставляется на ограниченную географию в магазины сети Краснодарского края, Московской, Ленинградской и Тюменской областей. Такого объема достаточно для принятия решения о развитии проекта: эксперты компании оценят востребованность высококачественного продукта у покупателей в разных регионах.

Шиитаке — экзотические грибы для России, в промышленных масштабах практически не выращиваются. Они богаты витаминами, аминокислотами, микроэлементами, употребляются в сыром виде или в приготовлении супов, салатов, различных гарниров.

«Мы постоянно расширяем наше предложение в категории «фрукты-овощи» за счет интересного ассортимента и стремимся дифференцироваться от конкурентов. Собственный грибной комплекс компании уже производит для магазинов сети широкий ассортимент шампиньонов, теперь мы тестируем выращивание шиитаке. Сейчас отрабатываются все необходимые процессы, поскольку для нас это новое направление. Мы хотим посмотреть, как покупатели воспримут предложение, для этого будем тестировать мини-ферму в течение нескольких месяцев. Эффективность, прежде всего, оценим по показателям продаж», — прокомментировала директор департамента категории «Овощи и фрукты» розничной сети «Магнит» Юлия Крымова.

«Программируемые логические контроллеры, установленные в грибной ферме, мониторят процессы и поддерживают принятые технологические параметры в автоматическом режиме. При любых отклонениях система оперативно отправляет уведомления ответственным лицам и в центральную диспетчерскую, что позволяет быстро решать возникающие проблемы», — рассказал Виктор Никитин, директор компании «Сити-фермер».



«Основой сельского хозяйства будущего станут стартапы, занимающиеся созданием городских плантаций. Компанию «Сити-фермер» отличают современные агротехнологии и уникальный опыт выращивания грибов шиитаке. Данный продукт пользуется устойчивым потребительским спросом, что может обеспечить успех проекта в недалеком будущем», — добавила Софья Ромащенко, проектный менеджер Кластера биомедицинских технологий Фонда «Сколково».

В среднем жители России, по данным различных исследований, едят меньше одного килограмма грибов в год, тогда как потребление этой продукции в европейских странах составляет от 2 до 5 кг. Поэтому у категории есть потенциал для развития.

«Магнит» — единственный ритейлер в стране, у которого свои предприятия по выпуску продуктов питания, в том числе по выращиванию культивированных грибов. Так, с 2017 года — с момента открытия собственного комплекса по производству шампиньонов — розничная сеть фиксирует двукратный рост продаж свежих грибов в своих магазинах. Компания активно развивает эту категорию и популяризирует ее среди покупателей как продукцию для сбалансированного питания. Для этого розничная сеть задействует не только классический формат: расширение ассортимента, но и создание новых предложений в собственной кулинарии магазинов. В планах «Магнита» — запуск отдельной линейки блюд из этой продукции, включая готовые грибные котлеты, полуфабрикаты, салаты. Подобная практика существует в некоторых странах, например, в США, когда в привычные блюда добавляются грибы и получается новый полезный продукт.



За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Управление по внешним коммуникациям:

press@magnit.ru

Справка о компании:

Публичное акционерное общество «Магнит» (MOEX и LSE: MGNT, S&P – “BB”) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», с местом нахождения в Краснодаре. Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 30 июня 2020 г. сеть «Магнит» насчитывала 20 894 магазина: 14 581 магазин у дома, 472 супермаркета «Магнит Семейный» и 5 841 магазин drogery, расположенных в 3 710 населенных пунктах Российской Федерации.

Около двух третей магазинов Компании работает в городах с населением менее 500 000 человек. Большинство магазинов Группы расположено в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах. Магазины сети «Магнит» также находятся в Северо-Западном, Уральском и Сибирском Федеральных округах.

Компания управляет собственной логистической системой, насчитывающей по состоянию на 30 июня 2020 г. 38 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 152 автомобилей.

В соответствии с ревьюируемыми данными Компании по МСФО, ее выручка за 1 полугодие 2020 года составила 763,4 млрд. руб., EBITDA – 86,9 млрд. руб.