CATMAN RUSSIA 2021

отраслевой бизнес-форум

по управлению ассортиментом FMCG

25 – 26 марта

Кампус Московской школы управления
СКОЛКОВО

организатор бизнес-форума

retail marketing

организационный партнёр

СКОЛКОВО
Московская школа управления

экспертные партнёры бизнес-форума

NielsenIQ

GfK

генеральные партнёры бизнес-форума

МАГНИТ

ХОРОШИЙ ВЫБОР

генеральный информационный партнёр бизнес-форума

RETAIL.RU

бизнес-партнёры

infoVizion

CartaMe

НАЦИОНАЛЬНЫЙ КАТАЛОГ

КОРУСКОНСАЛТИНГ

C4R Consulting For Retail

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ FMCG РЫНКА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ

10.00 – 10.50
Андрей Шаронов
СКОЛКОВО

Президент Московской школы управления СКОЛКОВО

Модератор панели

Дискуссионная панель
Государственное регулирование fmcg рынка и перспективы развития саморегулирования

Программа:

- Развитие отношений участников fmcg рынка (торговые сети, поставщики, потребители, регуляторы). Уроки пандемии.
  Виктор Евтухов, заместитель Министра промышленности и торговли РФ
- Инструменты государственной поддержки локальных производителей
  Оксана Лут*, заместитель Министра сельского хозяйства РФ

К участию приглашены:

Ян Дюннинг, президент, генеральный директор сети «Магнит»

Сергей Иванов, исполнительный директор, Член Совета Директоров «Эфко»

Владислав Левчугов, генеральный директор и сооснователь франчайзинговой сети «Хороший выбор»

** согласование участия*

Общие вопросы для участников панели:

- Какие меры государственной поддержки Вы выделяете как наиболее эффективные?
- Какие дополнительные разумные методы (меры) регулирования fmcg рынка могут оказать позитивное влияние?
- Какую роль может сыграть саморегулирование в установлении взаимовыгодных отношений между участниками fmcg рынка? Что для этого нужно?

10.50 – 11.20
Оксана Трифонова
СКОЛКОВО

заместитель директора Центра развития потребитель ского рынка СКОЛКОВО

Действующие инструменты саморегулирования в России. Практика их применения в отношениях торговых сетей и поставщиков FMCG

- существующая система саморегулирования FMCG рынка в России
- инструменты государственного регулирования и саморегулирования: практика применения и эффективность для решения задач категорийного менеджмента
- основные барьеры при взаимодействии торговых сетей и поставщиков FMCG. Новые решения для повышения взаимовыгодного сотрудничества

11.20 – 11.40 **Кофе-брейк**

СЕССИЯ 2. ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И РОЗНИЧНОГО РЫНКА РОССИИ

11.40 – 12.20

Мария Гаранина
NielsenIQ

Руководитель направления по работе с розничными сетями Сибири и Дальнего Востока NielsenIQ

Обзор рынка FMCG товаров в условиях новых норм потребления

- ландшафт рынка России: динамика продаж категорий в каналах современной торговли
- меняющиеся потребности покупателей и как они влияют на путь к покупке
- категории-драйверы роста рынка сегодня
- факторы роста ритейла в условиях новой реальности

12.20 – 13.00

Основные тенденции на рынке FMCG

Елена Самодурова
GfK Rus

Директор департамента исследований потребитель ской панели GfK Rus.

Алексей Горбатенко
GfK Rus

Директор группы управления проектами, Consumer Panel ABS GfK Rus

Основные тенденции на рынке FMCG

- основные тенденции и ключевые драйверы развития рынка FMCG
- категории товаров, которые являются наиболее приоритетными в потребительской корзине
- динамика развития розничной торговли, какие торговые каналы и сети демонстрируют рост, а какие, наоборот, ухудшили свое положение
- влияние финансовой ситуации на покупателя и какие стратегии экономии покупатели применяют

13.00 – 14.00 **Обеденный перерыв**

СЕССИЯ 3. РАЗВИТИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КАТЕГОРИЕЙ «ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ»

14.00 – 15.40
Лидия Макшейн

Независимый директор, эксперт направления ЗОЖ в ритейле
Модератор сессии

Развитие и управление категорией «здоровое питание»

Программа:

- Органическая и зеленая продукция: ЗОЖ или greenwashing
  Елена Саратцева, заместитель руководителя Автономной некоммерческой организации **«Российская система качества»**

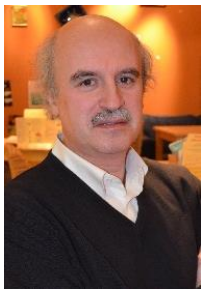
Эрик Блондо /Бельгия/ Terra Ceres

Сооснователь Terra Ceres. опыт на руководящих постах в Carrefour France, Carrefour Poland, МОСМАРТ

Опыт Евросоюза в развитии категории Здоровое питание как новая реальность

- классификация и определение товаров категории «здорового питания» (Эко, Органик, Био)
- структура продаж категорий «Здорового питания»
- в какие товарные категории максимально проникает «Здоровое питание»
- ключевые аспекты создания здорового питания (составы, производство, контроль, продажа, коммуникации с покупателями, местоположение товаров относительно «обычных товаров»)
- плюсы и минусы сегодняшнего состояния дел в Европе

Олег Мироненко
Органический союз



Исполнитель-ный директор Национального Органического Союза

Российский рынок товаров для здорового образа жизни:

- Определение товаров для здорового образа жизни
- Стандартизация товаров для здорового образа жизни
- Работа по контролю контрафакта и популяризация товаров здорового образа жизни, официальный и не официальный брендинг

---

25 марта. 14.00 – 15.40 Конгресс-холл

СЕССИЯ 3. РАЗВИТИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КАТЕГОРИЕЙ «ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ»

Евгения Кузенцова
Экологический союз

руководитель органа по сертификации некоммерческой организации «Экологический союз»

Экологизация ассортимента: тренды, ресурсы, коллаборации

- стратегии устойчивых поставок в ритейле – ситуация за рубежом и в России
- ресурсы для экологизации ассортимента, доступные российским магазинам и поставщикам, кейсы
- вызовы на пути к экополкам, на которые предстоит ответить участникам рынка на своем уровне и в коллаборации

---

25 марта. 16.00 – 17.30 Конгресс-холл

СЕССИЯ 4. ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЗИЧНОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ РАЗВИТИЕ ЭКОСИСТЕМ И ОНЛАЙН РИТЕЙЛА

Артём Закомирный
Roland Berger

Глава практики «Потребительские товары и розничная торговля в России» Roland Berger

Перспективы развития бизнес-модели ритейлеров в России

- каковы источники создания ценности для потребителя – ситуация сегодня и перспективы после 2020 года?
- каких изменений бизнес-модели это потребует?
- факторы успеха развития бизнес-модели – мировой опыт, обзор примеров
- предпосылки для улучшения ценностного предложения – компетенции, технологии, бизнес-среда
- что нужно чтобы преуспеть на пути развития бизнес-моделей розницы на рынке России

Александр Юдин
ПАО Сбербанк

управляющий директор-начальник управления по работе с клиентами потребительского сектора и торговли, ПАО Сбербанк

Экосистемы как драйвер цифровой трансформации торговли

- экосистемы на потребительском рынке
- преимущества моделей экосистем для потребителя
- новые возможности для ритейла через партнерства с экосистемами
- решения экосистемы Сбер для торговли

26 марта. ЗАЛ 1
КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВОЙ СЕТИ

10.00 – 11.20
Алексей Лейбович

креативный директор агентства SEVEN // Progression group

Как выйти из ценового PROMO? Использование нестандартных механик в промо

- главные проблемы современных промоакций
- эпоха "Talior made" - новая реальность отношений между производителями и ритейлерами
- что остаётся покупателям?
- война скидок и её дурное воздействие на покупателя
- стандартизация механик - путь к обезличиванию брендов
- удачные кейсы для решения проблем ритейлеров и производителей на примерах успешных кампаний для Pepsico, Kimberly-Clark, Perfetti van melle

---

11.40 – 13.00
Сергей Леонов

соосновательдиректор по развитию торговой сети Хороший выбор

Управление TPR бюджетами производителей Опыт сети «Хороший выбор»

- формирование промо-плана
- прогнозирование затрат на промо
- включение прогнозов в контракт
- управление промо-активностью
- управление TPR бюджетом
- сохранение и увеличение маржинальности
- снижение средней закупочной цены за счёт качественного управления TPR бюджетом
- влияние на ценовой имидж

14.00 – 15.20
Гульфира Крок

эксперт в области категорийного менеджмента

ONLINE

Категорийный менеджмент собственного производства торговой сети

- особенности категорийного управления собственным производством продуктовой розничной сети
- позиционирование продукции СП: роли категории, стратегии, финансовая эффективность
- особенности функционала категорийного менеджера
- взаимодействие между коммерческой службой и СП или как выстроить эффективную систему категорийного управления продукцией СП

15.40 – 17.00
Павел Мусял

Генеральный директор торговой сеть Profi

ONLINE

Стратегии розничных компаний: как конкурируют региональные сети и крупный капитал

- высокие стандарты или адаптивность к местной среде
- какая бизнес модель окажется более успешной
- бизнес кейс на основе Румынской сети Профи

26 марта. ЗАЛ 2
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ FMCG

10.00 – 13.00 **Презентации ассортиментных стратегий торговых сетей**

Алина Жарова

Товарная стратегия сети «Хороший Выбор»

Коммерческий директор торговой сети Хороший выбор

- долгосрочные цели в товарной стратегии сети
- что является важным для положительного результата управления товарными категориями
- кто наш покупатель сегодня и завтра?
- наши ключевые стратегические задачи в управлении товарными категориями следующие 3 года

Светлана Колтуновская

Товарные стратегии сети Командор

Коммерческий директор направлений Fresh, FROV торговой сети Командор

- стратегия категорий - одно из основных направлений в стратегии развития Компании
- якорные категории - преимущества, и их влияние на развитие Компании
- стратегия категорий, основополагающее для долгосрочного партнерского сотрудничества, преимущества для производителя и сети в стабильности сбыта
- объединения с местными производителями, совместные стратегии развития, влияние на экономику региона
- рыночные изменения и их влияние на стратегию

Алексей Несветаев

Стратегии категории ФРОВ сети дискаунтеров Батон

Коммерческий директор сети дискаунтеров «Батон» (Красный Яр)

- «ФРОВ рынок» внутри магазина: потребности покупателя, ассортимент, выкладка, оформление
- управление заказами и цепочкой поставки
- работа с категорией в торговой точке
- результаты работы категории и планы

Евгений Ермишин

Товарная стратегия сети Гулливер в работе с направлением Здоровое питание

Коммерческий директор торговой сети Гулливер

- предпосылки выделения направления как имиджевого
- формирование кросс-категорийной стратегии
- этапы развития, ожидания и результаты

26 марта. ЗАЛ 2
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ FMCG

10.00 – 13.00 **Презентации ассортиментных стратегий торговых сетей**

Ирина Егорова

Заместитель директора Центра развития потребительского рынка СКОЛКОВО

Медиация на продовольственном рынке России

- предпосылки возникновения института медиации на продовольственном рынке
- организация и проведение мероприятий в рамках процедуры медиации
- основные критерии эффективности процедуры медиации
- разрешение споров между торговыми сетями и поставщиками с использованием процедуры медиации на примере практических кейсов
- необходимость формирования специализированных программ обучения с учетом специфики деятельности продовольственного рынка

14.00 – 17.00 **Блиц-переговоры торговых сетей и Производителей FMCG**

ЗАКУПКИ: Retail & Food на CATMAN 2021
будут проходить 26 марта во второй день бизнес-форума, с участием 16 торговых сетей и 16 производителей fmcg.

ЗАКУПКИ: Retail & Food

Серия блиц-переговоров между закупщиками торговых организаций и производителями fmcg.
Цель проекта — установление первичных деловых контактов между поставщиками и закупщиками торговых сетей. Переговоры с потенциальными торговыми партнёрами проводятся по принципу «все со всеми». В течение фиксированного времени участники встречи устанавливают контакт и проводят первичные переговоры. Согласно графику проекта, каждая торговая компания проводит переговоры с каждой производственной компанией.

СПИСОК УЧАСТНИКОВ ОТ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ
** обновляется*

26 марта. ЗАЛ 3
УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ КАТЕГОРИЯМИ

Ольга Савушкина

Основатель Школы категорийного менеджмента Catman-DO. Сертификация Catman 2.0 (USA)

Сергей Леонов

соосновательдиректор по развитию торговой сети Хороший выбор

Модераторы зала

10.00 – 11.20 **МОЛОЧНАЯ ГАСТРОНОМИЯ**

Роман Фомин

Руководитель группы по работе с федеральными ритейлерами NielsenIQ

Аналитический обзор по рынку «молочной гастрономии»

- динамика категорий: какие вносят вклад в рост, а какие - в падение группы
- региональное потребление: особенности спроса. Есть ли они?
- частная марка в категориях
- влияние covid-19 на потребление в указанных товарных группах, федеральные и локальные производители, потребительские тренды в категориях
- промо в категориях и ценовая сегментация

Екатерина Целлермаер

Коммерческий директор направления МТС, Молочная продукция Командор, торговая сеть

Управление категорией "Молочная продукция". Кейс "ТС Командор"

- стратегия категории в стратегии Компании
- этапы развития категории в период конкуренции
- объединение с местными производителями, примеры совместных проектов
- управление категорией, гибкость и анализ стратегических действий, скорость реакций на изменение рынка

11.40 – 13.00 **МЯСНАЯ ГАСТРОНОМИЯ (ПТИЦА)**

Анастасия Джафарова

Директор по работе с клиентами отдела исследования потребитель ской панели GFK Rus

Обзор трендов потребления на рынке мяса и мясных продуктов в России

- анализ потребительской корзины fmcg
- значимость мяса и мясных продуктов
- структура мясной корзины россиян, основные тенденции и ключевые драйверы развития
- смещение потребительских предпочтений в стороны различных видов животного белка

26 марта. ЗАЛ 3
УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ КАТЕГОРИЯМИ

Анастасия Джафарова

Директор по работе с клиентами отдела исследования потребительской панели GFK Rus

Продолжение Обзор трендов потребления на рынке мяса и мясных продуктов в России

- еженедельная динамика спроса по видам мяса с начала самоизоляции
- анализ каналов продаж мяса и мясных продуктов и изменение предпочтения в каналах
- возможности бизнеса в текущей специфической рыночной ситуации
- новые игроки и изменение приоритетов для существующих игроков

Алексей Светкин

менеджер по управлению категориями, отдел мясных товаров, коммерческая служба Ленты

Развитие категории "охлаждённая птица"

- птица в ЛЕНТЕ - значение категории
- данные для анализа. Какие? Откуда? Зачем?
- покупатели птицы. Тренды
- динамика категории 2020. Что нового?
- критерии принятия решений. Что главное?
- развитие категории 2021. Вектор движения

Дарья Лащенко

Заместитель генерального директора по маркетингу Дамате

Опыт формирования категории "охлаждённая птица" Взгляд производителя

- опыт формирования ассортимента в категории
- региональное потребление и особенности спроса
- работа с популяризацией категории
- практические кейсы в сетях

14.00 – 15.20 **БАКАЛЕЯ**

Филипп Клевцов

Лидер в области решений по повышению эффективности ритейлеров (RCA Leader) NielsenIQ

Аналитический обзор по категории "чай | кофе"

- динамика категорий: какие вносят вклад в рост, а какие - в падение группы
- региональное потребление: особенности спроса. Есть ли они?
- частная марка в категориях
- влияние covid-19 на потребление в указанных товарных группах, федеральные и локальные производители, потребительские тренды в категориях
- промо в категориях и ценовая сегментация

26 марта. ЗАЛ 3
УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ КАТЕГОРИЯМИ

Мария Харитонова

Директор направления бакалея Хороший выбор, торговая сеть

Категорийный менеджмент в категорий «чай|кофе» Кейс торговой сети «Хороший выбор»

- стратегия категории "горячие напитки" торговой сети "Хороший выбор"
- методология построения ассортиментной матрицы в розничной сети "Хороший выбор"
- опыт централизации ассортиментной матрицы по категории "горячие напитки" для 7 регионов сети

Инна Санникова

И.О. Директора по стратегическом у маркетингу Май Фудс

Развитие категории «чай» - позиция поставщика

- общая задача ритейла и производителя - удовлетворение потребности покупателя на уровне категории
- источники роста рутинной категории
- примеры успешных кейсов управления категорией Чай
- контекст меняет потребности
- покупательское поведение влияет на сплит каналов продаж
- трансформация ритейла - новые вызовы для партнерства

15.40 – 17.00 **ФРОВ**

Анастасия Джафарова

Директор по работе с клиентами отдела исследования потребитель ской панели GFK Rus

Обзор трендов потребления на рынке свежих овощей и в России

- анализ потребительской корзины fmcg
- значимость свежих овощей и фруктов
- ТОП-10 свежих фруктов россиян, основные тенденции и ключевые драйверы развития; смещение потребительских предпочтений между различными фруктами
- ТОП-10 свежих овощей россиян, основные тенденции и ключевые драйверы развития; смещение потребительских предпочтений между различными овощами и гарнирами
- изменила ли пандемия предпочтения россиян

Артём Закомирный Roland Berger

Глава практики «Потребитель ские товары и розничная торговля в России» Roland Berger

«Свежесть» в категориях ФРОВ, ФРЕШ, to go – источник прибыли передовых продуктовых ритейлеров

- что такое "Свежесть" для потребителя
- какие выгоды от "Свежести" для бизнеса
- потеря "Свежести" - невозможно избежать, но можно сократить
- можно ли повысить "Свежесть" и сократить списания без снижения доступности?
- мировой опыт повышения "Свежести"
- основные рычаги повышения "Свежести" и факторы успеха
- особенности повышения "Свежести" в России

26 марта. ЗАЛ 4
АВТОМАТИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Денис Ромаш

Руководитель направления операционного консалтинга и аналитики Consulting for Retail

Оптимизация ассортимента: скрытые возможности роста продаж

- кластеризация на основе поведения покупателей
- насыщение покупательских корзин
- инкрементальные продажи: учёт эффекта переключения спроса
- ассортимент, ориентированный на спрос

практические инсайты: исследования корреляции выкладки и продаж

Сергей Воробьёв

Руководитель практики "Ценообразование" Департамента аналитических решений ГК КОРУС Консалтинг

Как управлять ценообразованием для роста выручки, прибыли или товарооборота категорий

- почему Вы сейчас не управляете ценообразованием, даже если думаете, что управляете
- зачем нужно инвестировать время и деньги в управление ценообразованием
- эластичность спроса: мифы и реальность
- основные способы ценообразования: Rule based pricing, Price optimization, Dynamic pricing
- кейсы прироста или падения KPI в категориях у разных ритейлеров от использования различных инструментов

какие шаги нужно пройти, чтобы внедрить такие инструменты в Вашей компании

Николай Молдован

Директор по IT Хороший выбор

Реализация управления ассортиментом в сети Хороший выбор

- особенности управления ассортимента во франчайзинговой сети
- особенности организации данных для решения задач категорийного управления
- модули IT-системы
- управление ассортиментом как процесс
- управление структурой ассортимента и превращение его в ассортимент торговой точки

Антон Шевченко

Руководитель управления по работе с Партнёрами Национальный каталог данных

Национальный каталог данных - практика применения

- Национальный каталог как единая система хранения и обмена данными о товарах (концепт)
- практическое применение платформы: Национальный каталог и торговая сеть "Хороший Выбор"

26 марта. ЗАЛ 4
АВТОМАТИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Андрей Оберемок

Управляющий директор дивизиона "Корпоративные клиенты 360" СберБанк

Как большие данные меняют бизнес (кейс "СберБанка")

- банк сегодня в корпоративном сегменте
- путь цифровой трансформации КИБ
- создание платформы и инструментария - основа технологической трансформации
- мастер-система "Единый профиль корпоративного клиента"
- моделирование, восстановление, наращивание знаний о клиентах
- большие данные в процессах и продуктах КИБ
- бизнес-приложения для ритейла: оценка ёмкости рынка и портрет Покупателя, Сенсус и аналитика покупателя ТЦ
- аналитические продукты для бизнеса: СберСоветник, СберБизнесБот, СберТаргет

Дмитрий Фицнер

CEO, руководитель Бонускарт - резидента ПВТ CartaMe

Новые возможности Вашей программы лояльности

- как ретейл сейчас взаимодействует со своими покупателями
- почему важно переходить из "аналога" в "цифру"
- новые возможности для прямого взаимодействия ретейла и покупательской аудитории
- важность персонализации для формирования долгосрочной лояльности покупателя
- снижение либо отказ от затрат на неэффективные каналы коммуникации с покупателями
- как интегрировать современные цифровые инструменты и решения в действующую учётную систему и программу лояльности

Олег Костерин

Директор, соучредитель InfoVizion

Роботизация бизнес-аналитики
Строим системную компанию

- проблемы использования информации после внедрения BI
- роботизация бизнес-аналитики и запуск новых бизнес-процессов в компании
- строим экосистему управления: BPM-система, Бизнес-аналитика, Мобильное приложение полевого сотрудника (магазин, супервайзер, тайный покупатель), ERP
- боевой проект - как это работает
- с чем придётся столкнуться, при таком подходе к управлению компанией?

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ИНФОРМАЦИЯ
КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ ОРГАНИЗАТОРА

Организационная информация

Бизнес-событие:	CATMAN RUSSIA 2021 отраслевой бизнес-форум по управлению ассортиментом fmcg
Площадка	Кампус Московской школы управления СКОЛКОВО Московская область, Одинцовский городской округ, д. Сколково, ул. Новая, д. 100
Дата, время:	25 – 26 марта 2021. 10.00 – 17.00

Стоимость участия для производителей

	регистрация и оплата участия до 26 февраля 2021	регистрация и оплата участия до 19 марта 2021
1 Делегат	29 900	33 900
2-3 Делегата	28 900	32 900
4-5 Делегатов	27 900	31 900
6+ Делегатов	26 900	30 900
Online участие	29 900	33 900
Переговоры завода с 16 сетями (26 марта, Зал Производитель)	49 000	59 000
Участие бизнес-партнёром - LIGHT	89 000 - аккредитация 2 Делегатов - переговоры завода с сетями	99 000 - аккредитация 2 Делегатов - переговоры завода с сетями
Участие бизнес-партнёром - CLASSIC	180 000 - аккредитация 3 Делегатов - переговоры завода с сетями - участие в информационной кампании в статусе «бизнес-партнёра» (запросите подробности)	190 000 - аккредитация 3 Делегатов - переговоры завода с сетями - участие в информационной кампании в статусе «бизнес-партнёра» (запросите подробности)

В стоимость участия включено

- аккредитация представителей компании в обоих днях форума
- раздаточный материал на каждого представителя компании
- рассылка презентационных материалов по итогу форума
- питание представителей компании в течение 2-ух дней *(кофе-брейки и обеденные перерывы в кампусе Сколково)*

Контактные данные

Отправить заявку на сайте: www.retailmarketing.pro

Написать письмо с вопросом: events@retailmarketing.pro

Позвонить и поговорить: +7 985 015 50 34