

Предисловие

Retail Business Russia '10

Москва, 9 и 10 сентября



Организатор



Генеральный партнер



При поддержке



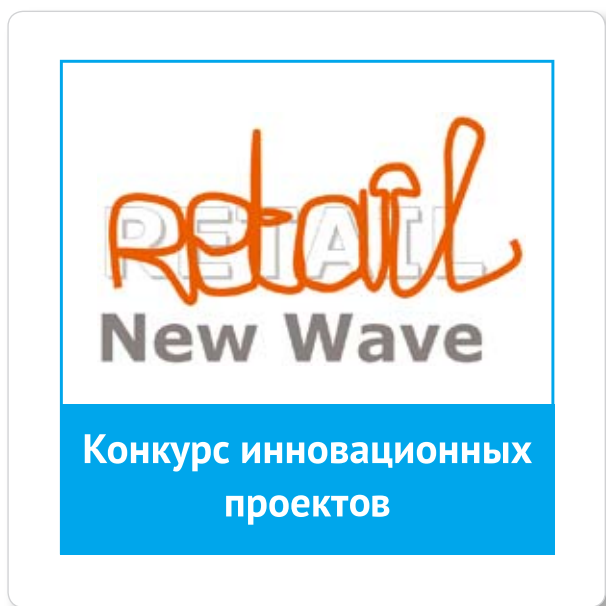
БИЗНЕС САММИТ
RETAIL BUSINESSRUSSIA 2010

Информационный партнер



10 сентября, Москва, Украина Radisson Royal
в рамках крупнейшего саммита розничной индустрии России

Retail Business Russia



конкурс инновационных разработок для розничной торговли
среди молодых специалистов и студентов

- Свежий взгляд на актуальные задачи
- Поиск перспективных молодых кадров для своего бизнеса

Учредители конкурса:

Министерство промышленности и торговли РФ
ТПП РФ
Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ)
Союз независимых сетей России (СНСР)



Жюри: Главы крупнейших розничных компаний России

Конкурс проводится при интеллектуальной и технической поддержке команд-участниц со стороны крупнейших аудиторских, консалтинговых и IT-компаний России и мира, лидеров в области разработки инновационных технологий.

Уважаемые коллеги!



В ваших руках «предисловие» к главному съезду розничной индустрии 2010. Готовя бизнес-саммит Retail Business Russia этого года, оргкомитет принял решение силами лидеров мнения донести его повестку до круга ключевых персон. Наше «Предисловие» попадает ответственным чиновникам Администрации Президента, Правительства, Депутатам Государственной Думы РФ, главам розничных сетей и компаний-производителей потребительских товаров, редакторам ведущих СМИ. Всем главным действующим силам, людям, в чьих руках находится пост-кризисное будущее потребительского рынка и его игроков, настрой российского общества в отношении розничной индустрии.

Мы будем считать цель послания достигнутой, если видение авторов коротких интервью и детальное описание повестки позволит вам увидеть целостную картину главных направлений и барьеров в развитии бизнеса. Заставит еще до открытия сформировать свою позицию и продумать порядок своей работы на съезде.

Острая динамика событий сегодня делает принимаемые на саммите решения неповторимыми, не оставляет шанса на вторую попытку. В полной мере это касается как сделок между участниками, на межкорпоративном уровне, так и мер госрегулирования. Сформированные главным саммитом года тезисы окажут прямое влияние на управленческие решения 1000 крупнейших бизнесменов отрасли, на миллионы их сотрудников и, в конечном счете, на всех покупателей нашей страны.

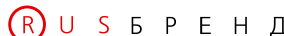
В ряду главных событий съезда, впервые в этом году состоится финал Конкурса «Ритейл: Новая волна» - соревнования студенческих команд на лучший инновационный проект для торговли, учрежденного Минпромторгом и некоммерческими объединениями отрасли. В данном случае, решения делегатов съезда будут носить определяющий характер для судеб конкретных молодых талантов!

Мы искренне благодарим за помощь в подготовке «Предисловия»: Людовика Олинье, Ашан Россия; Николая Власенко, ГК «Виктория»; Виталия Пыльцова, «Эрнст энд Янг»; Андрея Гусева, Ригла; Иана Чешура, Kingfisher; Стива Шуелера, P&G Russia; Бернара Люке, Ozon.ru; Александра Тынкована, М.Видео; Льва Хасиса, X5 Retail Group; Гая Имза, Russian Green Building Council; Матиаса Андресена, Главу управления недвижимостью ИКЕА; Илью Якубсона, ГК «ДИКСИ»; Николая Фартушняка, ГК «Спортмастер»; Виталия Подольского, «Мосмарт»; Дмитрия Халилова, «Эрнст энд Янг»; Михаила Бурмистрова, INFOline; Максима Протасова, Помидорпром; Андрея Даниленко, Национальный союз производителей молока; Дмитрия Майера, ТД «Копейка»; Рината Мухаметвалеева, ТРЕСТ СКМ; Иана Стрикленда, OBI Russia; Алексея Иовлева, «Метрика», Александра Селиверстова, «Уютterra», Андрея Бережного, Ralf Ringer; Андрея Куприянова, Glance; Алексея Пшеничного, «Высшая Лига».

И с огромным нетерпением ждем их выступлений 9 и 10 сентября 2010, в Москве, в отеле «Украина Radisson Royal».

С глубоким уважением, **Алексей Филатов**, Управляющий директор ВВCG

Саммит Retail Business Russia проходит при поддержке:



Ассоциация производителей и поставщиков продовольственных товаров



СТРАТЕГИИ ПЕРИОДА ПЕРЕМЕН

9.09.2010, 12.00 *Пленарное заседание, дискуссия первых лиц рынка*



Людвик Олинье

Член Совета Директоров АШАН Россия

«...В первом полугодии 2010 года тенденции, которые мы наблюдали во втором полугодии 2009 года, нашли свое подтверждение. Наши клиенты изменили свое потребительское поведение в соответствии с новыми экономическими реалиями. Интерес потребителей сместился в некоторых базовых категориях в сторону более дешевых товаров, товаров первой цены. Это дало новый толчок в развитии товаров под собственными торговыми марками сетей. Особенно это заметно в таких категориях, как крупы, макароны, консервы. В целом клиенты стали меньше тратить средств, приходя в магазин, теперь люди уделяют больше внимания накоплениям, статистические данные показывают, что темп роста накоплений в 2009 году превысил темп роста доходов населения. Так как мы наблюдаем восстановление экономической активности, то мы ожидаем перемен в настроении наших клиентов и их семей и возобновления потребительской активности во втором полугодии 2010 г...»

Николай Власенко

Член Совета Директоров ГК Виктория

«...Российская экономика не выплывает со дна кризиса, а скорее движется по горизонтали. Рост уверенности покупателей в нашем секторе не наблюдается. Плюс влияние макроэкономических факторов: колебания валют, связанные с проблемами в Греции или даже в Китае. В этой комплексной системе неопределенностей стратегии должны быть сфокусированы на снижении рисков развития. А приоритеты – на формировании фундаментальной прочности компании. Рост не может быть единственной стратегической целью, он должен сопровождаться закладыванием каких-то резервов...»



Виталий Пыльцов

Партнер, директор по операционной деятельности в СНГ, офис «Эрнст энд Янг» в Москве

«... Все - и отрасль, и отдельные участники рынка - видят себя в новой реальности, когда изменяющаяся внешняя среда ставит перед всеми новые задачи и заставляет быстрее реагировать на новые условия. Поэтому разговор о перспективных стратегиях основных игроков рынка представляется исключительно интересным и важным...»



Андрей Гусев

Генеральный директор Ригла

«... В ходе Саммита мы будем рады обсудить вопросы одного из активно развивающихся сегментов розничного рынка – сегмента аптечных сетей. Сегодня в фармацевтической отрасли происходит много изменений, которые оказывают большое влияние на всех участников, в том числе и аптечные сети. Инициативы по отмене лицензирования, по запрету продажи нелекарственного ассортимента в аптеках, отмена ЕНВД, функционирование саморегулируемых организаций – вот только несколько актуальных тем, которые в ближайшем будущем будут влиять на ландшафт рынка аптечных сетей. Уверен, что Саммит, по традиции, будет отличной дискуссионной площадкой, которая позволит разобраться, как будет развиваться один из самых социально важных рынков...»



9–10 Сентября, 2010 | Radisson Royal Hotel, Moscow

Иан Чешур

CEO Kingfisher, Великобритания

«...Российский рынок становится для нас одним из важнейших на ближайшие 5-10 лет. Несмотря на кризис, мы видим его рост уже к концу текущего года. Владельцы жилья и в особенности загородной недвижимости позитивно настроены в отношении их ремонта и обновления. Краткосрочные кризисные явления не смогут противостоять долгосрочным перспективам роста. Вместе с тем доля организованной торговли в России еще крайне мала. Мы видим большой потенциал для роста, для того, чтобы качественно улучшить предложение товаров и услуг российским потребителям, четко отвечая серьезным изменениям в покупательских предпочтениях. В частности, новым трендам в моде на интерьеры, в технологических инновациях. Как глобальный игрок, одна из крупнейших публичных компаний на розничном рынке, мы видим Россию как приоритетную страну для инвестиций...»



Стив Шуелер

Генеральный менеджер P&G Russia

«... В прошлом году P&G принимала участие в Retail Business Russia и, опираясь на успех мероприятия, мы поддерживаем его и сегодня. Мы были впечатлены активным участием розничных компаний, высоким уровнем его признания и возможностью обменяться по-настоящему ключевыми и успешными международными практиками. С этой точки зрения в 2010 году ключевые направления (дискуссии, - прим. ред.) это операционное превосходство: реализация возможностей достижения фундаментальных сдвигов в case fill rates и out of stocks, а также ставка на поиск лучшего ответа растущим потребностям российских покупателей...»

В ДЕТАЛЯХ О ГЛАВНОМ:

Пленарное заседание, дискуссия первых лиц ключевых секторов рынка:

«СТРАТЕГИИ ПЕРИОДА ПЕРЕМЕН. ДИНАМИКА ОСНОВНЫХ РЫНКОВ и ПРИОРИТЕТЫ КОМПАНИЙ ЛИДЕРОВ»

Цель сессии, открывающей съезд, – сделать выводы о наиболее перспективных стратегиях для дальнейшего развития бизнеса в России и СНГ на основе сравнительного анализа динамики во всех ключевых секторах (продукты питания, одежда и обувь, товары для ремонта и дома, электроника, фармацевтика), а также, исходя из понимания приоритетов, которые ставят перед собой безусловные лидеры индустрии. Увидеть полную картину рынка – эта уникальная возможность существует только на Retail Business Russia, объединяющем глав компаний из всех значимых секторов.

Главные вопросы к участникам обсуждения:

- **О госрегулировании:** каким видят лидеры рынка общий вектор перемен в регулировании торговли и товарного производства? Возникают ли новые риски или новые возможности в связи с мерами в отношении продовольственной торговли, алкогольного и фармацевтического сектора?
- **О динамике рынков,** главных трендах в потреблении: как изменилась емкость вашего рынка в 1-ом полугодии 2010 года? Какие товарные категории демонстрируют свои исторические максимумы, какие - минимумы? Как изменились доли основных ценовых категорий? Ваши прогнозы новогодних продаж 2010.
- **О бизнес-стратегиях.** Диверсификация бизнеса (капитализация на ключевом бренде), развитие основного бизнеса в регионах, сделки M&A, развитие операционной эффективности, логистики или собственных каналов дистрибуции, усиление франшизы – какие направления становятся приоритетными и почему?
- **О деловых партнерах.** Каковы ваши приоритеты в работе с поставщиками и подрядчиками? Какие среднесрочные цели ставите перед ними? Главная ставка на поиск новых партнеров или рост эффективности работы со старыми? Какие технологии в управлении поставками должны стать «стандартами» в ближайший год (электронный заказ, тендеры, совместное планирование объемов и промо, факторинг, другое)?

MULTICHANNEL РИТЕЙЛ В РОССИИ

10.09.2010, 11.00

Пленарное заседание, дискуссия первых лиц рынка

Бернар Люке

генеральный директор OZON.ru

«..Конечно, для меня важна эта тема! В 2009-2010 году очень многие ритейлеры в России начали принимать решения в отношении он-лайн продаж. Сегодня это один из самых актуальных вопросов! Результаты 2009 года продемонстрировали - в этом есть будущее, направление развивается и продажи растут даже несмотря на сложности в экономике. Я вижу, что сейчас ритейлеры начинают к этому относиться значительно более серьезно, чем раньше. Раньше не верили (!), думая, что потенциал аудитории слишком мал, чтобы быть интересным...»



Лев Хасис

Главный исполнительный директор
X5 Retail Group

«..Сложно не замечать тенденции, которые прямо на глазах меняют привычный мир. Одна из них – развитие альтернативных каналов продаж, уже изменивших рынок ритейла в Европе и Америке. X5 Retail Group, исповедуя новаторский подход к ведению бизнеса, активно развивает свои Интернет-магазины и дистанционную торговлю. Думаю, что в будущем оборот новых каналов продаж окажется сопоставимым с оборотом традиционной розницы...»

Александр Тынкован

Президент М.Видео

6 «..Интернет уже в ближайшем будущем станет новой коммуникационной реальностью, открывая огромные возможности не только для действующих, но и новых игроков рынка. Но важно понимать, что воспользоваться этими впечатляющими перспективами смогут только те компании, которые будут придерживаться прозрачных правил поведения как по отношению к покупателям, так и по отношению к государству и другим участникам рынка...»



<http://money.yandex.ru>

Наталья Хайтина Online Retail Russia 16 апреля 2010

- За что платят пользователи?**.....
- Товары составляют только 3% от количества платежей и 4% от оборота Яндекс.Денег
 - Средний чек по всей системе Яндекс.Деньги – 700 руб.
- Как платят пользователи?**.....
- Электронные деньги – 70%
 - Банковские карты – 19%
 - Терминалы – 11%
- Чем платят пользователи?**.....
- Яндекс.Деньги – 49%
 - Банковские карты – 36%
 - Терминалы – 12%
- Электронные деньги 2009**.....
- Число активных аккаунтов – 2,3 млн
 - Пользователи внесли на кошельки 17 млрд руб.
 - Рост к 2008 году – 40% (по оборотам)

В ДЕТАЛЯХ О ГЛАВНОМ:

Пленарное заседание в формате дискуссии с первыми лицами индустрии on-line торговли, ведущими экспертами и руководителями Интернет-подразделений розничных сетей.

«MULTICHANNEL РИТЕЙЛ в РОССИИ. ЛУЧШИЕ КОНЦЕПЦИИ и ОПЫТ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА в ТРАДИЦИОННЫХ и ЭЛЕКТРОННЫХ КАНАЛАХ СБЫТА»

Цель сессии: дать всю необходимую информацию для принятия стратегических решений о многоканальных продажах. Данные о рынках для электронной коммерции, перспективные идеи комплексного маркетинга on- и off-line магазинов, информация о проектах крупнейших торговых сетей в Сети, перспективы и ROI сделок по слияниям и поглощению компаний Интернет-торговли в России.

Главные вопросы к участникам обсуждения:

- **О переменах** на рынке. Какова динамика выхода традиционных розничных сетей в Интернет? Каковы объемы реализации, распределение по городам и группам потребителей? Каковы ближайшие перспективы с т.з. развития масштабов доступа покупателей в Сеть?
- **О стратегиях.** Успешные форматы розничной торговли в Интернете. Каковы преимущества и недостатки независимых платформ и интернет-магазинов известных сетей? В чем наилучшие идеи взаимодействия оф-лайн и онлайн ритейлеров?
- **О бизнес-процессах.** Нужна ли трансформация ассортиментной матрицы сети для Интернета? Каковы основные принципы ценообразования и координации ценовых политик on- и off-line?

GREEN BUILDING RETAIL В РОССИИ

9.09.2010, 14.15 Пленарное заседание, дискуссия первых лиц рынка

Гай Имз

Russian Green Building Council

«... В Европе, Северной Америке и некоторых азиатских странах Green retail приобретает все большее значение и становится приоритетом для ключевых международных игроков. В России, к сожалению, изменение климата и эффективность использования ресурсов до сих пор традиционно не имели такого же значения. Однако сегодня такие игроки как IKEA приносят европейские практики на российский рынок и демонстрируют - это работает! Их последние магазины используют только половину энергии тех, что открыты 10 лет назад. Для российских сетей Green retail – это больше вопрос «когда», чем «быть или не быть». Ведь на другой стороне монеты – эффективные продажи. И я уверен, что российские сети обнаружат для себя в развитии этого направления много приятных сюрпризов. С нетерпением жду встречи с Вами!...»



Илья Якубсон

Президент ГК Дикси



«... У нас работает глобальная программа энергосбережения, которая состоит из десятков мелких элементов: начиная со снижения текущих затрат на обслуживание освещения магазинов и холодильного оборудования и заканчивая энергопотреблением в офисе. Green Bulding сегодня актуален для всех. Из общения с другими ритейлерами знаю, что все движутся в этом направлении, поэтому тема на уровне конкретных решений безусловно интересна...»

9–10 Сентября, 2010 | Radisson Royal Hotel, Moscow

Глобальный отчет рынка экологического строительства опрос профессионалов индустрии в 45 странах:

- 67% респондентов применяют зеленые технологии в, как минимум, 16% своих проектов
- Европа показывает максимальный уровень активности – 44% опрошенных компаний строят 60% своих новых проектов по зеленым технологиям
- К 2013 году 94% опрошенных фирм планируют внедрение подходов зеленого строительства в 16% своих проектов
- Растет спрос на «зеленые» продукты – более 88% опрошенных уже применяют их у себя на объектах
- Экологичность является важнейшим критерием при выборе офиса для таких компаний, как Marks and Spencer, Wal-mart, IKEA, City Bank, Philips, Siemens, Deutsche Bank и многих других
- Крупнейший российский ритейлер IKEA заявил о том, что планирует переоснащение всех своих площадей согласно принципам зеленого строительства и энергоэффективности

В ДЕТАЛЯХ О ГЛАВНОМ:

**Дискуссия с первыми лицами компаний, исповедующими green-практики в своем бизнесе, и с главами профильных объединений
«GREEN BUILDING 2010 в РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ ТЕХНОЛОГИИ, СТАВШЕЙ БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНОЙ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ»**

Цель сессии: впервые вынести на широкое обсуждение вопрос о прикладных перспективах использования технологий «зеленого» строительства и обслуживания торговых объектов в России. Раскрыть реальную «экономику» подхода и дать возможность участникам рынка вовремя принять взвешенные стратегические решения. Оценить перспективность этого направления для своей компании до тогда момента, когда процесс внедрения Green Building приобретет форму цепной реакции на нашем рынке.

Главные вопросы к участникам обсуждения:

- В какой момент «альтернативные» технологии девелопмента станут мейнстримом в России, и каковы экономические предпосылки у этого процесса? Стоит ли реальная эффективность или реальная политика за green-технологиями?
- В чем суть практики Green Building, основные этапы использования наработок? Как может быть практически реализован этот опыт в региональном строительстве, управлении торговыми объектами?
- Примеры внедрения и следования стандартам в строительстве, управлении объектами и отношениями арендодателя и арендатора.

Николай Фартушняк

Президент ГК «Спортмастер»

«...То, что должно волновать всех сегодня – это ИТ и логистика. Тот, кто наладит процессы в этой области, станет лидером в будущем. Именно на внедрение новых технологий мы делаем сегодня ставку. К сожалению, эффективных решений очень мало, в России, можно сказать, их вообще нет. Купить можно только западные продукты, а с ними очень сложно работать, так как они не адаптированы под российскую специфику. Сложностей много. И это колоссальная проблема, которую необходимо обсуждать в кругу первых лиц на форуме вместе с разработчиками...»



Александр Тынкован

Президент «М.Видео»

«...На мой взгляд, в ближайшее время наиболее актуальной задачей, имеющей стратегическое значение для отрасли, должно быть технологическое перевооружение розничных сетей. Считаю, что решением этой задачи должны заниматься профессионалы, т.е. компании, специализирующиеся на разработке и внедрении инновационных подходов. Наша компания, внедряя эти подходы, должна сосредоточиться на развитии своей основной компетенции – работе с покупателями. Иными словами, создание новых решений в сфере логистики, ИТ, целевого управления ассортиментом и т.д. должны преследовать единственную цель – рост эффективности для предоставления более качественного сервиса нашим покупателям...»

9–10 Сентября, 2010 | Radisson Royal Hotel, Moscow



Дэррил Оуэн

Вице-президент, направление развития бизнеса SAP в сегменте торговли в регионе EMEA

«... Лидеры розницы, выстроив основные процессы на базе отраслевых ERP компании, переходят на следующий уровень – оптимизационный, дающий преимущества, которые конкурентам будет сложно нивелировать без использования соответствующих ИТ решений. Для нас было неожиданно сразу после кризиса столкнуться с несколькими запросами касательно использования RFID, возможно в течение 2 лет наберется критическая масса вендоров и сетей и мы увидим в действии масштабные проекты. Из трендовых технологий массовыми в ближайшее время станут «аналитика в оперативной памяти» и платформы управления бизнес процессами BPM, которые еще больше сократят циклы принятия решений...»

В ДЕТАЛЯХ О ГЛАВНОМ:

Пленарное заседание, дискуссия с главами крупнейших компаний, обеспечивающих инфраструктуру и приход современных технологий в индустрию ритейла
«ПЕРЕМНЫ В ИТ, ЛОГИСТИКЕ, ДЕВЕЛОПМЕНТЕ И СТОРФИТТИНГЕ, КОТОРЫЕ ЗАВТРА ИЗМЕНЯТ РОЗНИЧНЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ»

Цель сессии: услышать людей, обладающих стратегическим видением в развитии технологий и услуг для розничного бизнеса. В первую очередь: ИТ, логистике и девелопменте. Отметить для себя по-настоящему перспективные практики, внедрение которых позволит: (а) создать отрыв в конкурентоспособности своего бизнеса на рынке и (б) качественно сократить издержки, поднять эффективность операций.

Главные вопросы к участникам обсуждения:

- **В области ИТ.** Какие направления в разработках ПО и оборудования для торговых сетей являются сегодня приоритетными: инструменты для управленческого анализа и планирования, приложения для учета продаж и товарных запасов, финансовый блок или другие? Какие технологии могут позволить фундаментально сократить стоимость и время внедрения? Находятся ли среди приоритетных разработки, нацеленные на рост эффективности в цепочке поставок? Каких результатов нужно ожидать в ближайшее время? Принесет ли революционные изменения использование cloud приложений (основанных на web платформах)?
- **В области логистики товародвижения.** Какие разработки считают наиболее перспективными ведущие логистические операторы: системы слежения, оптимизации загрузки и маршрутов, ускорение товароприемки, внутрискладскую логистику? Где ожидать новых прорывных решений? Можно ли, пропустив несколько стадий в развитии своей логистической системы, сделать ставку сразу на принципиально новые решения?
- **В строительстве и управлении объектами.** Должен ли рынок ожидать появления принципиально новых концепций торговых центров или моделей взаимодействия арендаторов с управляющими компаниями? Каким критериям должен отвечать торговый объект, чтобы сохранить свою конкурентоспособность в долгой перспективе? С точки зрения строительства, инфраструктуры, окружения?
- **В оборудовании торговых площадей и внутренних коммуникаций.** Какие принципиальные изменения происходят в сторфиттинге, куда движется индустрия его производства? Дизайн, эффективность энергооснащения, безопасность или цена будут доминировать? Какие принципиально новые технологии завтра попадут в магазины под влиянием развития электронных технологий, ИТ, освещения и т.п.?

КОНСОЛИДАЦИЯ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ

10.09.2010, 9.00

Пленарное заседание, дискуссия первых лиц рынка



Лев Хасис

Главный исполнительный директор X5 Retail Group, Председатель Президиума АКОРТ

«... Одна из ключевых стратегических целей X5 Retail Group – быстрый, опережающий конкурентов рост, который возможен только при сбалансированном сочетании органического развития, слияний и поглощений, а также программ франчайзинга. ...»

Дмитрий Халилов

Партнер, руководитель группы по оказанию услуг предприятиям сектора потребительских товаров в СНГ, «Эрнст энд Янг»

«... На наш взгляд, сейчас на рынке розницы складывается благоприятная ситуация для сделок M&A: небольшие и средние игроки, испытывающие сложности с финансированием, готовы предложить покупателям достаточно привлекательные цены, а крупные сети, благополучно пережившие кризис, вновь готовы расти дальше. Также необходимо отметить повышение активности институциональных инвесторов. В 2009 году они вели себя достаточно осторожно, поскольку, переплатив на пике рынка, опасались инвестировать в период неопределенности. Однако розничный рынок показал неплохие результаты по итогам кризисного года (снижение оборота розничной торговли составило 5,5%, в то время как ВВП снизился на 7,9%), и сейчас мы наблюдаем возвращение на рынок инвестиционных институтов и ожидаем новых сделок M&A с их участием...»



Илья Якубсон

Президент ГК Дикси

«...Я не думаю, что M&A активность будет ярко выражена в ближайшие год-два. Однозначно будут сделки, однозначно существует игрок, который умеет их делать – это X5 Retail Group. Но, по большому счету, объектов для покупки не так много. Для нас однозначно интересна эта тема, потому, что мы понимаем: рано или поздно нам предстоит активно развивать это направление...»



Михаил Бурмистров

Генеральный директор INFOLINE Аналитика

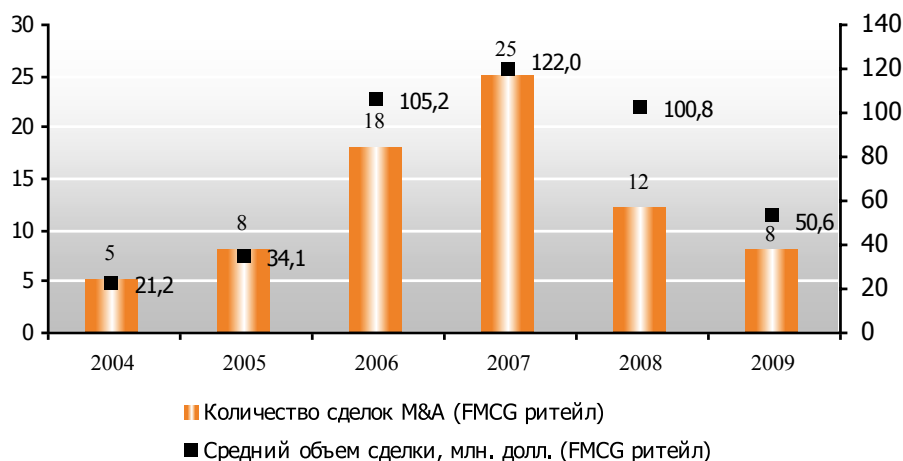
«... Крупные сделки M&A в 2009 году и в I полугодии 2010 года в основном связаны с переходом активов в собственность банков («Мосмарт», «Вестер», пакет акций «Лента», недвижимость «Алпи») и оценка стоимости бизнеса в них непрозрачна. При этом качественные активы (например, «Патэрсон») могут быть оценены очень высоко в связи с их нехваткой на российском рынке. Региональные сети не являются привлекательными объектами для поглощения со стороны федеральных и международных ритейлеров, что обусловлено непрозрачностью структуры бизнеса, низкой эффективностью менеджмента и основных бизнес-процессов, высоким уровнем долговой нагрузки, а также неадекватно высокими ожиданиями собственников в отношении стоимости розничных активов. В результате международные сети выходят в регионы с крупными форматами, а федеральные ритейлеры предпочитают самостоятельно открывать магазины, иногда приобретая права аренды у местных игроков для ускорения развития...»



9–10 Сентября, 2010 | Radisson Royal Hotel, Moscow

<http://www.infoline.spb.ru>
аналитические данные ИА INFOLine:

Количество сделок M&A и средний
объем сделки в секторе FMCG ритейла,
2004-2009 гг.



В ДЕТАЛЯХ О ГЛАВНОМ:

**Пленарное заседание, дискуссия с директорами по развитию и главами ведущих сетей
«КОНСОЛИДАЦИЯ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ. ОЧИЩЕННЫЙ ОТ ЭМОЦИЙ АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ ЕМКОСТИ РЫНКА СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ»**

Цель сессии: представить данные независимого анализа стоимости торговых площадей, операционной эффективности магазинов в основных регионах России, с холодным сердцем обсудить в кругу людей принимающих решения реальные перспективы консолидации ритейла, емкость рынка M&A.

Главные вопросы к участникам обсуждения:

- **О стоимости активов.** Какова динамика стоимости аренды и покупки торговых площадей по регионам? Как, по каким параметрам сейчас оценивается стоимость бизнеса? Какую роль играет прозрачность структуры активов?
- **О стратегиях владельцев в отношении собственности.** Изменился ли общий настрой владельцев в отношении своего персонального участия в бизнесе, после кризиса? Какой видят динамику стоимости своих активов в перспективе 3-5 лет, сегодня?
- **Об успешных концепциях сделок M&A.** Какие сделки (по своей структуре) видятся наиболее привлекательными для покупателей и продавцов? Кого видят в качестве инвестора сети, найдут ли продолжение прецеденты вхождения производителя в акционерный капитал сетей?

Максим Протасов

Председатель Совета Директоров холдинга «Помидорпром», Член Ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров

«...За последний год в нормативной базе, регулирующей торговлю и в значительной степени производство продуктов питания, произошли серьезные изменения. Закон о торговле, изменения в технические регламенты и стандарты потребовали пересмотра правил игры, сложившихся на рынке. Для нас очень важно в рамках Саммита обсудить с коллегами первый опыт работы в новых условиях, узнать о практических примерах применения положений новых нормативных документов, повлиять на направление дальнейших корректировок законодательства...»



Илья Якубсон

Президент ГК «ДИКСИ»

«... Предложенные к обсуждению темы действительно актуальны. Год обещает быть тяжелым, а следующий – обещает быть еще тяжелее. Однозначно в стране началась конкуренция, как с точки зрения количества объектов, так и цен. Я думаю, что давление на маржу будет расти с каждым кварталом, с каждым месяцем. Ключевым вопросом в этой ситуации становится «как выжить?», поэтому операционная эффективность, целью которой должно быть в том числе и снижение конечных цен, - это основная, ежедневная тема повестки сегодняшнего дня...»



Андрей Даниленко

Президент «Русские фермы», Председатель Правления Национального союза производителей молока

«...Российским производителям необходимо иметь стабильно - устойчивый рынок сбыта своей продукции и максимально понятные правила взаимодействия с торговлей. Важно чтобы и торговля и производители были готовы идти на взаимоприемлемые компромиссы, а федеральные и региональные власти выступали гарантом честной и справедливой конкуренции...»



<http://saleksashenko.livejournal.com>

Посткризисный рост и пауза в первые месяцы 2010 года: случайна она или закономерна?

Сергей Алексашенко,
из выступления на форуме bbcs
28 мая 2010:

- состояние европейской финансовой системы по-прежнему вызывает тревогу;
- перегрев китайской экономики становится всё более очевидным;
- депозиты предприятий продолжают оставаться на высоком уровне, что указывает на отсутствие позитивных ожиданий бизнеса относительно роста спроса и свидетельствует о снижении спроса на банковские кредиты;
- перегруженность российской экономики долгами и низкая эффективность антикризисных расходов обуславливают низкий внутренний спрос. Это не позволяет ожидать роста экономики России в 2010 г. при текущем уровне нефтяных цен;
- укрепляющийся рубль и растущие зарплаты ведут к быстрому росту импорта, что угрожает новым валютным кризисом. Рост цен на нефть (если таковой случится) лишь отложит и усилит кризис.

Программа отраслевых сессий Food Business

Крупнейшие компании всего розничного рынка по-прежнему представляют именно этот сектор. Именно продовольственные розничные сети лидируют в объемах инвестиций в открытие магазинов, в IT, в логистику и в целом в инфраструктуру рынка. Всегда находятся на острие взаимодействия бизнеса и государства в вопросах регулирования рынка. Именно потому в рамках саммита «Retail Business Russia 2010» конференция «Food business» является одним из главных отраслевых потоков и привлекает внимание розничных компаний и производителей из многих других секторов. Главными темами этого года для обсуждения на конференции «Food business» станут: (а) принимаемая сегодня нормативная база Закона о торговле и ее влияние на рынок; (б) решения в области консолидации закупок и логистики; (в) лучшие прикладные практики по эффективности.

Дискуссия представителей государства и лидеров некоммерческих объединений рынка:

«РАЗВИТИЕ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ ЗАКОНА О ТОРГОВЛЕ. ГЛАВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ НОВЫХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ РЕГЛАМЕНТОВ»

Цель сессии проанализировать нормативы и регламенты принимаемые сегодня Правительством РФ, профильным Министерством, ФАС и региональными администрациями в связи с Законом о торговле. Оценить их влияние на инвестиционный климат в регионах и барьеры для межрегионального движения товаров, на конкурентоспособность российских товаров в современных розничных сетях, на практику расчета доли доминирования сетей и, в конечном итоге - на удовлетворение потребностей всех слоев российских покупателей. Диалог ответственных чиновников и глав ассо-

циаций сетей и производителей, как профессионально подготовленных экспертов, нацелен на поиск наилучших решений в интересах потребителя.

Дискуссия глав закупочных союзов и крупнейших дистрибуторов:

«КОНСОЛИДАЦИЯ ЗАКУПОК КАК ГЛОБАЛЬНЫЙ И ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС. НАИЛУЧШИЕ МОДЕЛИ БИЗНЕСА И ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ РЫНКА»

Цель сессии проанализировать вектор развития закупочных союзов и дистрибуции на глобальной карте, чтобы рассмотреть в его свете достигнутый в нашей стране прогресс, увидеть перспективные модели консолидации закупок. А также смоделировать дальнейшее развитие этой высококонкурентной концепции. Проанализировать последствия для рынка производителей и конечных покупателей. Оценить влияние на региональную дистрибуцию и логистику в целом.

Сессия блиц-презентаций:

«КОГДА КАЖДАЯ КОПЕЙКА НА СЧЕТУ: ДАЙДЖЕСТ «МАЛЕНЬКИХ» СОВЕТОВ по ЭФФЕКТИВНОСТИ»

Цель сессии - представить сборник коротких (5-7 минутных) презентаций участников рынка, провайдеров технологий и консультантов, раскрывающих прикладные решения в области сокращения издержек и повышения эффективности управления розницей, торговыми объектами и поставками, логистикой и персоналом. Тема сессии «every little helps!» (когда каждая копейка на счету!) - раскрывает предлагаемый организаторов подход к теме эффективности: метод небольших улучшений, рацпредложений в различных сферах бизнеса.



Дмитрий Майер

Главный исполнительный директор ТД Копейка

«...Темпы роста продаж через интернет сегодня значительно выше, чем в офф-лайне. Недавно мы провели исследование европейского рынка он-лайн, чтобы понимать перспективы и необходимость развития этого направления для собственной компании. Например, у Carrefour темпы роста продаж через интернет составляют 13% в год, тогда как через традиционные каналы – только 4,5%. Именно Франция и Великобритания являются сегодня создателями «лучших» европейских практик на стыке офф и он-лайн продаж в продовольственной рознице. В России, к сожалению, успешного опыта по нашему направлению пока вообще нет...»

Николай Власенко

Член Совета Директоров ГК «Виктория»

«... Конечно, эта тема достойна обсуждения на саммите. Направление интересное, а у России пока небольшой опыт, да и назвать его полностью успешным нельзя. Европейский, американский он-лайн ритейл – это уже большой рынок. Все европейские розничные гранды имеют он-лайн магазины. Не стану скрывать, да, мы планировали развитие направления, но вплотную к этому еще не подошли. Обладая невысокой маржинальностью, Интернет-торговля, в первую очередь, базируется на большом объеме потребителей. Рынок сложился так, что покупатель в Сети всегда ждет от брендов поставки товара по более низкой цене. И потому, конечно, ключевое звено он-лайн торговли – логистика. Задача очень сложна: не просто иметь товар в наличии на полке, но конкурентоспособно снизить себестоимость и точность доставки потребителю. В поиске наилучших концепций находятся все. Например мы видели, систему доставки не только со складов, но и из гипермаркетов. В Теско – специализированное помещение, которое обслуживает Интернет-торговлю. Я считаю, долгосрочный успех будет у той компании, которая создаст наилучшее решение именно в этой области, через различные инструменты: собственная служба доставки или через аутсорсинг или, если хотите, с таксистами...»



<http://www.hse.ru>

Вадим Радаев

Первый проректор Высшей Школы Экономики
Online Retail Russia
16 апреля 2010:

- При падении оффлайновой торговли БТЭ в 2009 году на 25-30%, интернет-торговля БТЭ выросла на 30-40%
- В 2010 году ожидается рост на 30%
- В перспективе достижение сопоставимых размеров офф-лайновой и он-лайновой торговли
- Крупные розничные сети пропустили начальный этап развития рынка (1-3% своего оборота)
- Разброс оценок уровня издержек в офф- и он-лайне - от 0% до 50%
- Уровень издержек он-лайновой торговли недооценивается, а рентабельность преувеличивается (ниже расходы по оплате труда и аренде, но выше по логистике и рекламе)
- Уровень конкуренции в он-лайн выше, чем в традиционной торговле уже сегодня
- При дефиците государственного контроля элементы регулирования вырабатываются самими участниками рынка

Программа отраслевых сессий Online retail

Сегодня в мировой и национальной торговле нет ни одного направления, способного конкурировать с Интернетом по скорости роста объемов рынка. Впервые в этом году Саммит Retail Business Russia посвящает этой теме отдельную секцию. Несомненно, именно экономический кризис явился мощным стимулом развития онлайн-торговли. И сегодня, на выходе из него, нельзя оставить без внимания раскрывающиеся возможности. В центре конференции «Online retail» будут вопросы комплексного развития многоканальной розничной торговли (офф- и онлайн-магазинов, электронной торговли, прикладные решения в интегрированном маркетинге, ценообразовании и логистике. Острой и наиболее специфичной темой станет система онлайн-платежей: барьеры развития и перспективные технологии. Откроет программу заседаний пленарная сессия саммита «СТРАТЕГИИ MULTICHANNEL РИТЕЙЛ в РОССИИ». Продолжат конференцию две дискуссионные панели:

Секция 'Online retail', дискуссионная панель глав интернет-подразделений розничных сетей и лидеров интернет-торговли:

«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ»

Цель сессии обсудить стратегические направления развития онлайн торговли и комплексные маркетинговые решения для офф- и онлайн-магазинов, тенденцию к консолидации и кооперации интернет-

ресурсов. Задача выступающих и аудитории конференции вместе увидеть позитивное и негативное влияние различных каналов продаж друг на друга. Найти решения успешного позиционирования, ценообразования и комплексных рекламных кампаний. Оценить возможности партнерских проектов и слияний на новом для большинства участников рынке. Предугадать развитие целевых групп потребителей и их потребностей.

Секция «Online retail», дискуссионная панель глав интернет-подразделений розничных сетей и лидеров интернет-торговли:

«СОВРЕМЕННАЯ ЛОГИСТИКА ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕГ и ТОВАРОВ в ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ»

Цель сессии проанализировать ресурсы повышения эффективности логистической составляющей интернет-торговли и системы клиентских платежей. Именно «последняя миля» - доставка товара покупателю и проблемы с его оплатой являются сегодня в России главными сдерживающими факторами развития этого рынка. Именно между этими барьерами существует прямая взаимосвязь: боязнь получить заказ не вовремя или вовсе не увидеть доставку заставляет потребителя сокращать покупки в интернете и платить наличными по факту. Компаниям, приблизившимся к развязке «гордиева узла», будет принадлежать будущее онлайн рынка в России. Наилучшая практика, созданная на сегодня в этой области - вниманию аудитории саммита.



Иан Стрикланд

Генеральный директор OBI Россия

«...Очевидно, 2009 был сложным годом. В частности, для нашего сектора. По данным Raiffeisen bank падение составило 20%. Тем не менее, на российском рынке OBI продолжала расти. И уже в феврале 2010 года Совет Директоров компании подтвердил наши долгосрочные интересы развития в России и оптимизм в отношении роста рынка. Вместе с тем, мы не перестаем учиться. И, как минимум, ближайшие 3-4 года будем вкладывать нарастающий объем усилий для обеспечения своего роста...»

Ринат Мухаметвалеев

Исполнительный директор «ТРЕСТ СКМ»

«... Уверен, что темпы роста лидеров рынка в ближайшее время будут значительно выше среднерыночных показателей, и менее эффективным игрокам необходимо будет принимать непростые решения: продажа, уход в ниши или закрытие бизнесов. Я оптимистично оцениваю перспективы, но в тоже время признаю: чтобы развиваться, российские компании должны прикладывать значительно больше усилий, чем иностранные. И самый главный вопрос, на который нам предстоит ответить, - это способность сохранить лидерство и резко повысить эффективность, для того чтобы противостоять экспансии международных игроков. Думаю, что эта тема на сегодняшний день актуальна для всех. Ведь кризис только придал ускорение процессам консолидации на рынке...»



Алексей Иовлев

Генеральный директор сети гипермаркетов «Метрика», Член Совета Директоров «Корпорации СБР»

«...В настоящее время рынок очень сильно меняется. И прежде всего это связано с серьезным изменением рынка поставок и одновременно закупочной политики самих сетей. «Корпорация Лаверна», например, сократила свой ассортимент с 30 000 до 5 000 sku. Ее клиентская база – это тысячи магазинов по всей стране. Безусловно, это не могло не отразиться на рынке в целом. Параллельно идет активная консолидация. Менее эффективные поставщики уходят с сетевых полок. Все это приводит к унификации ассортимента в сетях, поэтому вопрос отстройки от конкурентов станет одним из наиболее актуальных в ближайшее время...»

Александр Селиверстов

Первый заместитель генерального директора «ПланетаСтрой» («Уютterra»)

«...Я не могу сказать, что рынок выходит из кризиса. Мы не наблюдаем роста потребления. Падение прошлого года было компенсировано ростом цен, связанным с девальвацией рубля. Сегодняшняя динамика еле-еле сопоставима с инфляцией и составляет не более 3-4% к прошлому году. Одновременно мы не видим и изменения структуры потребления, перехода покупателей на более дешевые товары. Можно констатировать, что люди уже привыкли к какому-то определенному уровню, и они лучше вообще ничего не будут покупать, чем купят что-либо более низкого качества...»



9–10 Сентября, 2010 | Radisson Royal Hotel, Moscow

Иан Чешир

CEO Kingfisher, Великобритания

Из выступления на форуме DIY & HOUSEHOLD RETAIL 2010

27 мая 2010:

Четыре ключевых тенденции на глобальном рынке DIY&Household:

Рост влияния модных тенденций в покупках

И как ответ этому тренду необходимы: более ярко выраженные предложения готовых дизайнерских концепций. Более частая смена экспозиции декора и «одежды» для комнат в магазинах.

Смещение фокуса от DIY (do it yourself) к DFM (do it for me)

Концепция DFM приобретает растущее значение вместе с общим ростом потребностей и достатка покупателей, вместе с тем, оставляя DIY как основную бизнес-модель. И правильный ответ на этот тренд - сочетание обеих концепций в магазинах.

Инновации

Сегодня покупатель требует новейших технологий, стиля и уникальных товаров, и будучи более ограничен в тратах, требует все это по превосходной цене.

Рост сектора потребителей «Зеленых технологий»

Здесь, в частности, наша компания уже вышла на уровень продаж эко-товаров в 1млрд. фунтов стерлингов. К сентябрю этого года в наших магазинах будут работать более 1.800 эко-экспертов.

Программа отраслевых сессий DIY & HOUSEHOLD RETAIL

Дискуссия первых лиц розничных сетей и аналитиков рынка недвижимости:

«АНАЛИЗ ОПЕРЕЖАЮЩИХ ИНДИКАТОРОВ РЫНКА ПОТРЕБЛЕНИЯ и ИТОГОВ ЛЕТНИХ ПРОДАЖ. РЫНОЧНЫЕ СТРАТЕГИИ СЕТЕЙ»

Цель сессии проанализировать весенне-летний сезон, основные индикаторы рынка товаров для дома и ремонта в ожидании первых значимых признаков восстановления. Увидеть общий вектор на рынке недвижимости и наиболее быстро растущую категорию покупок жилья, чтобы на основе этих данных обсудить маркетинговые стратегии бизнеса на ближайшую перспективу. Вместе с крупнейшими брендами товаров обсудить совместные действия сетей и поставщиков для восстановления маржинальности и объемов продаж.

Дискуссия первых лиц розничных сетей:

«РАЗВИТИЕ DIY&HOUSEHOLD РИТЕЙЛА НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ. ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА СТРАТЕГИИ СОБСТВЕННИКОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ СЕТЕЙ»

Цель сессии рассмотреть сегодняшнее финансовое состояние розничных компаний, работающих на локальных рынках и оценить перспективные стратегии для собственников бизнеса, для федеральных и международных игроков. Риски и возможности с точки зрения состояния основных компонентов успешного ведения бизнеса: изменения в операционных расходах, связанные с кризисом, рынки локальных поставщиков, рынки труда и покупательская активность.

Андрей Куприянов

Член Совета Директоров Glance

«...Никакие изменения не закончились. Мы в самом начале пути. И это не очередной цикл Кондратьева: спад-кризис-подъем. Нет, это глобальный социальный кризис. Турбулентность будет длительной, поэтому нам всем необходимо привыкнуть работать в ситуации высокой неопределенности. В этих условиях управленческие подходы не просто меняются, они обязаны меняться! Главной идеологией бизнеса становится сотрудничество. Мир становится сетевым, мир начинает взаимодействовать по другим принципам. Для каждого бизнеса, для каждой корпоративной культуры здесь задан свой путь, но этот тренд необходимо учитывать. И именно в этом направлении необходимо меняться. Компании, которое это понимают, станут локомотивами дальнейшего развития рынка...»



Андрей Бережной

Генеральный директор Ralf Ringer

«...Думаю, успех и коммерческие перспективы в тяжелое время всегда лежат в области более глубокого сотрудничества с ключевыми партнерами. Наша компания совершила в этом направлении очень серьезный шаг. Мы радикально перенастроили условия работы с брендом RALF RINGER, значительно усилив маркетинговую поддержку и повысив маржу для форматов, близких к нашим монобрендовым магазинам и corner shops. При этом мы отдавали себе отчет, что есть риск потерять на продажах дилеров, торгующих «ральфом» без брендовой составляющей. Был риск, что они не захотят перейти к форматной торговле, и снизят заказ. Но в бизнесе иначе не бывает, всегда нужно выбирать. Мы подсчитали, что решение поддержать высокие форматы – правильное. И 2009 год компания закончила ростом продаж...»

Алексей Пшеничный

Генеральный директор сети спортивных магазинов «Высшая Лига»

«...анализ возможностей сокращения потерь в кризис, и наоборот, повышение рентабельности продаж в стадии роста показывает необходимость интеграции производителей, дистрибьюторов и розничных продавцов в единую коммуникационную цепочку с высочайшей степенью скорости и качества обмена информацией. Надо добиваться единства в позиционировании брендов, продвижении продукта, его наличия и представления в рознице, а не сочинять каждому свою «историю». Пока такого совершенного взаимодействия нет. Важно, что большинство игроков рынка это понимают и ищут решения...»



<http://www.sinerghia.ru>

Fast-fashion – новая стратегия развития ритейлеров:

Алина Толкачева
Fashion Retail Russia,
3 июня 2010

- Быстрое обновление предложения одежды (2-3 недели)
- Короткий жизненный цикл продукта
- Сложная, но эффективная модель поставок
- Сокращенный период продажи со скидкой
- Размещение производства продукции вблизи ее реализации – сокращение времени транспортировки
- Ликвидация посреднических структур в розничной реализации – монобрендовые сети производителей
- Рост потребления за счет увеличения частоты посещения магазинов
- Увеличение доли реализации до выхода на скидки (80% в fast-fashion против 60% по всему fashion-рынку)
- Средний темп роста сегмента сегодня 20-25%: в 3-4 раза быстрее, чем рынок в целом

Программа отраслевых сессий Fashion Retail

Дискуссия владельцев международных и российских брендов:

«ПОСТКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РИТЕЙЛА МУЛЬТИНАЦИОНАЛЬНЫМИ И РОССИЙСКИМИ FASHION-БРЕНДАМИ»

Цель сессии проанализировать главный тренд: развитие международными компаниями собственных сетей в России в противовес используемой ранее модели франшизы. Очевидный рост объемов инвестиций в российский рынок будет иметь важные последствия!! Для национальных мультибрендовых холдингов, для несетевого ритейла и, конечно, для покупателей. Позитивные изменения в покупательской способности лишь обостряют внимание к этой теме. Делегаты и выступающие обсудят, как дальше будет развиваться рынок и какие стратегии будут использовать его игроки? Франшиза, органический рост или поглощения будут доминировать?

Дискуссия директоров по операциям сетей и руководителей компаний провайдеров технологий для ритейла:

«ЭФФЕКТИВНОСТЬ: ГЛАВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ и ПРИКЛАДНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПЕРЕООРУЖЕНИЯ БИЗНЕСА»

Цель сессии проанализировать направления (бизнес-процессы) в которых национальные компании значительно теряют в операционной эффективности. За счет слабости ИТ, низкой производительности труда, логистики и др. Вместе с лидерами на рынке провайдеров технологий обсудить возможные решения и затраты на перевооружение. Одновременно, рассмотреть новый опыт международных брендов в самой организации торговли, как, например, pop-up магазины - технология на которую имеет смысл обратить внимание в российских условиях.



Организаторы Саммита Retail Business Russia

B2B Conference Group (BBCG) – лидер в организации главных ежегодных саммитов для топ-менеджеров ключевых отраслей экономики России: розничной торговли, производства потребительских товаров и сферы услуг. Компания основана в 2000 году и на протяжении всей своей истории занимается анализом проблем управления бизнесом и тенденций на потребительском рынке. На наши саммиты вы едете за инновациями, неформальными коммуникациями и лучшим опытом коллег. Вы едете, зная, что именно здесь найдете полный кворум всех ключевых игроков. Каждый саммит уже приобрел «политический» вес и одновременно сохранил предельно практичную деловую повестку, построенную на выступлениях практиков – руководителей компаний-лидеров рынка. Давать идеи для вашего роста, эксклюзивную информацию и контакты. Растить вместе с вами, опережая рынок – вот миссия нашей компании.



Retail Business Russia - главный ежегодный съезд индустрии розничных услуг России. Сегодня это имя не требует комментариев. Формат съезда – «1000 первых вместе» задает тон и стиль всех заседаний и личных встреч его участников. Все лидеры рынка, международные сети, производители FMCG, федеральные и региональные сети признают свое участие обязательным на уровне владельцев и CEO. Минпромторг, Минэкономразвития, Государственная Дума, госкорпорации и госбанки делегируют лиц принимающих решения на этот съезд. Российские и международные деловые СМИ отдают первые страницы сообщениям с этого конгресса. АКОРТ, СНСР, ECR, World Retail Congress, CIES, EDRA и другие объединения готовят его повестку под эгидой BBCG. Именно этот съезд ежегодно вручает лучшим главные награды индустрии – **Retail Grand-Prix и National Retail Awards**.

Retail Business Russia 2010 представит сильнейшие из наработанных годами элементов: аналитические сессии с Правительством, панельные дискуссии Президентов и CEO сетей и производителей, персональные фокус-сессии признанных лидеров отрасли. Настоящий прорыв в понимании будущего ритейла призван дать наш новый проект: **Retail New Wave** (“Ритейл Новая волна”), конкурс инновационных разработок для розничной торговли среди молодых специалистов и студентов российских ВУЗов. В этом году саммит состоится **9-10 сентября**, в Москве, в отеле Украина Radisson Royal.

(495) 785-22-06, 785-22-08

www.b2bcg.ru

9 сентября, 20.00, Москва

в рамках крупнейшего
саммита розничной
индустрии России
Retail Business Russia

Retail Grand-Prix

Ассоциации Компаний Розничной Торговли
Awards of Russian 'Retail Companies Association'

ГЛАВНЫЕ НАГРАДЫ ИНДУСТРИИ

*В 2010 году перемены в отрасли и в экономике в целом заставляют Экспертный совет Премии **Retail Grand Prix** уделить особое внимание и отметить наилучшие практики, успешные решения найденные участниками рынка вне зависимости от их статуса на рынке и размеров бизнеса. Решения, которые обращены в первую очередь на успех в глазах потребителей и их быстроменяющихся предпочтений. Неизменным в главной премии года остается лишь основной принцип: решения принимают первые лица рынка, а голосование проходит публично, непосредственно на церемонии.*

Жюри: главы крупнейших компаний
розничной индустрии России

Организаторы:



БИЗНЕС САММИТ
RETAIL BUSINESS RUSSIA 2010

BBCG
B2B Conference Group