

**19 июня**

**СТАРТ МЕРОПРИЯТИЯ**

<b>09:00 – 09:45</b>	<b>Регистрация. Приветственный кофе</b>
<b>09:45 – 10:00</b>	<b>Вступительное слово организаторов и партнеров</b>

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЗОР.  
ЧТО ЖДЕТ РИТЕЙЛ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В 2025-26?**

<b>10:00 – 10:45</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Влияние санкций на ритейл и производителей продуктов питания: трансформация цепочек поставок, адаптация бизнес-моделей и стратегии импортозамещения в новых экономических условиях.</li> <li>Экономические тренды и покупательская способность: прогнозы по реальным доходам населения, изменения в потребительском поведении и адаптация бизнеса к новым реалиям рынка.</li> <li>Инвестиционные возможности: перспективные направления для капиталовложений в продовольственном секторе, технологические инновации и программы государственной поддержки отрасли.</li> </ul> <p><b>Ведущий экономический аналитик России</b></p>
<b>10:45 – 11:00</b>	<b>Перерыв на кофе</b>

**СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ:  
ПОРТРЕТ, ПРИВЫЧКИ, НОВЫЕ ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ  
ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА**

<b>11:00 – 13:00</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Диверсификация моделей покупательского поведения и новые принципы навигации на рынке ритейла в условиях инфляции</li> <li>Ожидания и потребности новых групп аудиторий, формирование лояльности, работа с брендом и поиск перспективных ниш для развития бизнеса</li> <li>Факторы, влияющие на стратегии игроков: от хайпа до долгосрочных сдвигов на рынке</li> </ul> <p><b>Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен</b></p>
----------------------	---

**ГДЕ ПОТРЕБИТЕЛЬ БЫВАЕТ ЧАЩЕ ВСЕГО:  
ОНЛАЙН-РЫНОК – ТРЕНДЫ, ДРАЙВЕРЫ, ОЖИДАНИЯ И НАСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ**

<b>14.00 – 15:00</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Зрелый рынок: от экспансии к органическому росту — что стоит за замедлением развития канала и где искать источники дальнейшего роста?</li> <li>Эволюция потребительских предпочтений: товары, доставка, персонализация, акции и новые форматы продаж</li> <li>Маркетплейсы и покупатель: ключевые тренды и цифры</li> </ul> <p><b>Константин Локтев, Исполнительный директор Нильсен</b></p>
<b>15:00 – 15:20</b>	<b>Перерыв на кофе</b>

**ГОНКА АССОРТИМЕНТА:  
НОВИНКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, СТМ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ**

<b>15.20 – 16:20</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Что происходит с ассортиментом в 2025 году: категории товаров, каналы продаж и ключевые тренды</li> <li>Развивающиеся ниши и успешные запуски: аналитика продаж, тактика и стратегия игроков</li> <li>СТМ против брендов: что важно знать о новой волне развития сегмента частных марок ритейлеров — позиционирование, ожидания покупателей, эффективность</li> </ul> <p><b>Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен</b></p>
<b>16:30 – 19:30</b>	<b>Фуршет, нетворкинг, развлекательная программа</b>

20 июня

## СТАРТ МЕРОПРИЯТИЯ

09:00 – 09:30 Регистрация. Приветственный кофе

## БУДУЩЕЕ ЕДЫ И РИТЕЙЛА

09:30 – 10:15 Приглашены к выступлению:  
**Dr Morgaine Gaye, Food Futurologist**  
Руководители крупнейших производителей продуктов питания

## БРЕНДИНГ И ДИЗАЙН УПАКОВКИ: КАК УЛУЧШИТЬ ШАНСЫ ПРОДУКТА НА ПОПАДАНИЕ В РИТЕЙЛ-СЕТЬ?

10:15 – 11:00

- Примеры успешных и неудачных упаковочных решений для брендов
- Рекомендации по развитию и диверсификации ассортимента упаковки
- Тренды и инновации в дизайне и функционале упаковки
- Влияние упаковки на поведение и восприятие потребителей

**Андрей Кожанов, управляющий партнер Высшей Школы Брендинга**

## КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ДЛЯ СОЗДАНИЯ УСПЕШНОГО БРЕНДА

11:00 – 11:45

- Цифровые двойники: как создать клиента, с которым можно советоваться
- Как получать информацию о клиентах в реальном времени
- Продукт, который нужен, а не "который мы придумали"
- ИИ как личный тренер для отдела продаж
- ИИ как твой персональный футуролог
- Алгоритмы быстрого внедрения

**Мария Зарубкина, директор по стратегии лаборатории стратегического брендинга deepUP**  
**Александр Новиков, основатель студии ИИ-зации letAi, ex-product marketing в Яндекс, преподаватель магистратуры ВШЭ по ИИ**

11:45 – 12:00 Перерыв

## КАК УПРАВЛЯТЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТЬЮ – ТЕОРИЯ РОЛЕЙ КАТЕГОРИЙ И БАЗОВЫЕ НАВЫКИ ПОСТРОЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ, ЦЕНОВОЙ И ПОЛОЧНОЙ ПОЛИТИКИ

12:00 – 13:30

- Теория ролей категорий и способы проверки выполнения категориями своих ролей
- Дерево принятия решений или иерархия потребностей как основа построения ассортиментной матрицы и как производитель может воспользоваться знанием ДПР
- Ценообразование в категории в зависимости от ее роли и чего производитель может ожидать от ритейлера

**Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен**

13:30 – 14:30 ОБЕД

## КАК ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ ЦЕНАМИ И ПРОМО, ОРИЕНТИРУЯСЬ НА ОЖИДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ

14:30 – 16:00

- Новые психологические пороги цен и эффективность ценообразования — что важно знать?
- Механики продвижения: что привлекает покупателя, как устроено промо в 2025 году, аналитика эластичностей
- Какими данными пользоваться, чтобы сформировать эффективную промостратегию?

**Максим Востряков, Руководитель направления продаж аналитических сервисов Нильсен**

16:00 – 16:15 Перерыв

## ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ РИТЕЙЛ-СЕТЕЙ. ЛУЧШИЕ ПРОДУКТОВЫЕ СТАРТЫ ЗА ГОД

16:15 – 17:45

- Как вывести новый продукт на полку за 90 дней: проверенные стратегии ритейлеров
- Ошибки в выводе продукта и как их избежать
- Как начать сотрудничество с ритейлерами в сегменте готовой еды.
- Как ритейлеры выбирают продукты для сезонных акций: инсайты изнутри
- Влияние потребительских трендов на ассортимент: кейсы адаптации
- Трансформация ритейлера в поставщика

**Модератор: Максимилиан Мусселиус, директор, ECR**

17:45 – 18:30 Нетворкинг за бокалом шампанского