

19–20 июня 2025
Отель Lotte | Москва

О МЕРОПРИЯТИИ

WorldFood Summit & Нильсен Академия – новое мероприятие, участие в котором поможет руководителям компаний-производителей продуктов питания и напитков обеспечить эффективное управление своей долей в ритейле благодаря успешному запуску новых продуктов и брендов на основании объективных данных измерений FMCG-рынка.

Делегаты **WorldFood Summit & Нильсен Академия** получают возможность полностью погрузиться в тему успешного запуска продукции и брендов FMCG, а также обменяться мнениями с профессионалами сетевой розницы, другими участниками рынка и независимыми экспертами в формате нетворкинга.



11+
часов эксклюзивной
аналитики и обучающего
контента



15+
спикеров-экспертов



8+
часов нетворкинга

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЁР

WorldFood Summit & Нильсен Академия проходит в партнерстве с ведущей аналитической компанией Нильсен.

Нильсен

Стать делегатом

Стать партнером

18 июня

VIP-ЭКСКУРСИЯ НА ВЫСТАВКУ ROSUPACK

	В нулевой день все делегаты получают возможность принять участие в эксклюзивной VIP-экскурсии по выставке RosUpack, самому крупному событию упаковочной индустрии в России. Делегаты смогут ознакомиться с лучшими упаковочными и печатными решениями, которые помогут выделиться брендам на полках в сетевой рознице и привлечь внимание покупателя.
10:30 – 11:00	Сбор участников в отеле Lotte. Регистрация
12:00 – 13:00	На выставке RosUpack участники экскурсии посетят стенды компаний NEOPOLIS, СФТ Групп, ООО ПКФ "Атлантис-Пак", Павлово-Посадский Гофрокомбинат, NOVAROLL
14:00 – 16:00	Обед и нетворкинг в ресторане Shore House , расположенном в живописном месте на берегу Москва-реки. Мероприятие даст возможность наладить контакты, установить новые партнерства и обменяться мнениями с коллегами в комфортной неформальной обстановке.

19 июня

09:00 – 09:30	Регистрация. Приветственный кофе
09:30 – 09:45	Вступительное слово организаторов и партнеров

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЗОР. ВЛИЯНИЕ ДОХОДОВ, ЗАНЯТОСТИ И УРОВНЯ ЖИЗНИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС В РЕГИОНАХ РОССИИ

09:45 – 10:30	<ul style="list-style-type: none"> Как уровень доходов населения влияет на покупательскую способность и формирует потребительские привычки Влияние уровня занятости на экономическую уверенность граждан и их готовность тратить Региональные различия: анализ факторов, определяющих уровень жизни. Как социальные и культурные аспекты формируют потребительские предпочтения в регионах Экономика в условиях неопределенности: как кризисы и экономические изменения влияют на поведение потребителей и их ожидания Будущее потребления в России: прогнозы о том, как изменения в доходах и занятости будут формировать рынок в ближайшие годы <p>Наталья Зубаревич, экономико-географ, специалист в области социально-экономического развития регионов, социальной и политической географии. Доктор географических наук.</p>
---------------	---

РИТЕЙЛ 2025. СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ В НОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

10:30 – 12:00	<ul style="list-style-type: none"> Как торговые сети пересматривают операционные модели на фоне давления со стороны макроэкономических факторов и снижения потребительского спроса, а также конкуренции с лидирующими маркетплейсами Какие технологии в ритейле дают ощутимый эффект уже сегодня, и как компании определяют приоритеты в цифровых инвестициях Каким становится ассортимент в условиях высокой чувствительности потребителя к цене и роста значимости локального предложения, где границы доли развития СТМ в каждой категории? Процесс реформирования категорий после тектонических сдвигов в 2022 году — он закончен или процесс перманентный и будет продолжаться? EDLP/EDPP — стратегия: сильные и слабые стороны модели, для каких категорий наиболее эффективно, для каких более актуальна модель High Low? Как меняется подход к омниканальности, и в чем заключается новая логика интеграции онлайн- и офлайн-каналов Что меняется в партнерстве с поставщиками, и как выстраивается совместная работа над эффективностью и спросом. Смещение фокуса с продукта на конечного потребителя. Конференции для поставщиков от топ-ритейлеров — эффективный инструмент? Какие конкретные новые управленческие решения помогают ритейлу быть гибким и устойчивым в быстро меняющемся окружении? Среднесрочные и долгосрочные перспективы решения кадрового вопроса в отрасли? Какова ваша собственная стратегия по преодолению кадрового дефицита? <p>Модератор: Кирилл Терещенко, генеральный директор, KOTANYI</p> <p>Спикеры: Ася Балабай, коммерческий директор, Ашан Дмитрий Пачин, коммерческий директор, O'Key Виталий Вальков, коммерческий директор, Лента Приглашены: топ-менеджеры ритейл-сетей Пятерочка, Перекресток, Магнит, Метро СС, Окей, Азбука Вкуса, Верный, Дикси</p>
11:45 – 12:00	Перерыв на кофе

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

12:00 – 13:00	<ul style="list-style-type: none"> Диверсификация моделей покупательского поведения и новые принципы навигации на рынке ритейла в условиях инфляции Ожидания и потребности новых групп аудиторий, формирование лояльности, работа с брендом и поиск перспективных ниш для развития бизнеса Факторы, влияющие на стратегии игроков: от хайпа до долгосрочных сдвигов на рынке <p>Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен</p>
13:00 – 14:00	Обед

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

14:00 – 15:00	<ul style="list-style-type: none"> Зрелый рынок: от экспансии к органическому росту — что стоит за замедлением развития канала и где искать источники дальнейшего роста? Эволюция потребительских предпочтений: товары, доставка, персонализация, акции и новые форматы продаж Маркетплейсы и покупатель: ключевые тренды и цифры <p>Константин Локтев, Исполнительный директор Нильсен</p>
15:00 – 15:20	Перерыв на кофе

ГОНКА АССОРТИМЕНТА: НОВИНКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, СТМ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ	
15.20 – 16.20	<ul style="list-style-type: none">Что происходит с ассортиментом в 2025 году: категории товаров, каналы продаж и ключевые трендыРазвивающиеся ниши и успешные запуски: аналитика продаж, тактика и стратегия игроковСТМ против брендов: что важно знать о новой волне развития сегмента частных марок ритейлеров — позиционирование, ожидания покупателей, эффективность <p>Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен</p>
16.30 – 19.30	Фуршет, нетворкинг, развлекательная программа
20 июня	
09.00 – 09.30	Регистрация. Приветственный кофе
КАК НАЙТИ ПОДХОД К РУКОВОДИТЕЛЮ РИТЕЙЛ СЕТИ	
09.30 – 10.15	<ul style="list-style-type: none">Психология продаж: что действительно нужно сотрудникам компаний клиентов-ритейлеровПодбор спроса на B2B-рынкеМетод сбора и анализа данных для продажи в B2B <p>Илья Балахнин, генеральный директор Paper Planes Работал с: Мираторг, Агромир, Агрокультура, Pepsi, Coca-Cola, MARS, Bojomi, Кондитерские фабрики Морозова, Dr Comer</p>
БРЕНДИНГ И ДИЗАЙН УПАКОВКИ: КАК УЛУЧШИТЬ ШАНСЫ ПРОДУКТА НА ПОПАДАНИЕ В РИТЕЙЛ-СЕТЬ?	
10.15 – 11.00	<ul style="list-style-type: none">Примеры успешных и неудачных упаковочных решений для брендовРекомендации по развитию и диверсификации ассортимента упаковкиТренды и инновации в дизайне и функционале упаковкиВлияние упаковки на поведение и восприятие потребителей <p>Андрей Кожанов, управляющий партнер Высшей Школы Брендинга</p>
КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ДЛЯ СОЗДАНИЯ УСПЕШНОГО БРЕНДА	
11.00 – 11.45	<ul style="list-style-type: none">Цифровые двойники: как создать клиента, с которым можно советоватьсяКак получать информацию о клиентах в реальном времениПродукт, который нужен, а не "который мы придумали"ИИ как личный тренер для отдела продажИИ как твой персональный футурологАлгоритмы быстрого внедрения <p>Мария Зарубкина, директор по стратегии лаборатории стратегического брендинга deerUP Александр Новиков, основатель студии letAI, ex-product marketing в Яндекс, преподаватель магистратуры ВШЭ по ИИ</p>
11.45 – 12.00	Перерыв
КАК УПРАВЛЯТЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТЬЮ – ТЕОРИЯ РОЛЕЙ КАТЕГОРИЙ И БАЗОВЫЕ НАВЫКИ ПОСТРОЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ, ЦЕНОВОЙ И ПОЛОЖНОЙ ПОЛИТИКИ	
12.00 – 13.00	<ul style="list-style-type: none">Теория ролей категорий и способы проверки выполнения категориями своих ролейДерево принятия решений или иерархия потребностей как основа построения ассортиментной матрицы и как производитель может воспользоваться знанием ДГПЦенообразование в категории в зависимости от ее роли и чего производитель может ожидать от ритейлера <p>Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен</p>
13.00 – 14.00	ОБЕД
КАК ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ ЦЕНАМИ И ПРОМО, ОРИЕНТИРУясь НА ОЖИДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ	
14.00 – 15.00	<ul style="list-style-type: none">Новые психологические пороги цен и эффективность ценообразования — что важно знать?Механики продвижения: что привлекает покупателя, как устроено промо в 2025 году, аналитика эластичностейКакими данными пользоваться, чтобы сформировать эффективную промостратегию? <p>Максим Востряков, Руководитель направления продаж аналитических сервисов Нильсен</p>
15.00 – 15.15	Перерыв
ВХОД В СЕТИ. КАК ПОПАСТЬ НА ПОЛКУ РИТЕЙЛЕРА	
15.15 – 16.15	<ul style="list-style-type: none">Как вывести новый продукт на полку за 90 дней: проверенные стратегии ритейлеровОшибки в выводе продукта и как их избежатьКак начать сотрудничество с ритейлерами в сегменте готовой еды.
КЕЙС СЕССИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПО РАЗВИТИЮ КАТЕГОРИЙ РИТЕЙЛ-СЕТЕЙ «ЛУЧШИЕ ПРОДУКТОВЫЕ СТАРТЫ ЗА ГОД»	
16.15 – 17.45	<ul style="list-style-type: none">Как ритейлеры выбирают продукты для сезонных акций: инсайты изнутриВлияние потребительских трендов на ассортимент: кейсы адаптацииТрансформация ритейлера в поставщика
17.45 – 18.30	Нетворкинг за бокалом шампанского

СПИКЕРЫ



Наталья Зубаревич

Экономико-географ, д.г.н.,
специалист в области
социально-экономического
развития регионов,
социальной и политической
географии

МГУ им. М. В. Ломоносова



Ася Балабай

Коммерческий директор

Ашан Ритейл Россия



Дмитрий Пачин

Коммерческий директор

О'Кей



Кирилл Терещенко

Генеральный Директор

Котани Россия и СНГ



Марина Волкова

Директор по аналитике и
консалтингу

Нильсен



Илья Балахнин

Управляющий партнер
консалтингового агентства

Paper Planes



Константин Локтев

Исполнительный директор

Нильсен



Андрей Кожанов

Управляющий партнер

Высшая Школа Брендинга



Светлана Боброва

Директор по продажам

Нильсен



**Максимилиан
Мусселиус**

Директор

ECR



**Анжелика
Тухтаманова**

Директор по стратегическим
партнерствам

Нильсен



Максим Востряков

Руководитель направления
продаж аналитических
сервисов

Нильсен



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

letAI/магистратура ВШЭ по ИИ



Виталий Вальков

Коммерческий директор

Лента

ДЕЛЕГАТЫ WORLDFOOD SUMMIT & НИЛЬСЕН АКАДЕМИИ:



Руководители
компаний-
производителей
продуктов питания



Руководители
компаний-
производителей
напитков

ПОЧЕМУ СТОИТ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В WORLDFOOD SUMMIT & НИЛЬСЕН АКАДЕМИИ:

- **Определите эффективные пути развития продуктов и брендов.**

Знания и информация, которые получают делегаты WorldFood Summit & Нильсен Академии, будут способствовать успешной реализации стратегий развития вашей компании на российском рынке.

- **Улучшите навыки работы с аналитическими данными по розничной торговле.**

Делегаты WorldFood Summit & Нильсен Академия смогут лучше понимать своих потребителей, предвидеть изменения спроса и своевременно поставлять востребованные товары нужным клиентам.

- **Получите возможность укрепить текущие и наладить новые партнерства.**

Делегаты WorldFood Summit & Нильсен Академия смогут обмениваться мнениями с представителями розничных сетей, коллегами и ведущими экспертами в комфортной неформальной обстановке.

- **Дополнительные возможности для участников выставки WorldFood Moscow.**

Для делегатов чьи компании планируют участие в предстоящей выставке полученные знания дают возможность адаптировать концепцию участия в выставке к ситуации на рынке и оптимизировать ассортимент продукции, демонстрируемой на стенде.

СТАТЬ ДЕЛЕГАТОМ

Стоимость указана с учетом НДС

БИЗНЕС

- Участие в конференционной части
- Участие в кофе-брейках, обедах
- Доступ в закрытую группу участников конференции
- Участие в вечернем приёме

99 000 рублей

[ОПЛАТИТЬ КАРТОЙ](#)
[ОПЛАТИТЬ ПО СЧЕТУ](#)

VIP

- Участие в конференционной части
- Участие в кофе-брейках, обедах
- Доступ в закрытую группу участников конференции
- Участие в вечернем приёме

+

- Эксклюзивные аналитические материалы от Нильсен
- Рассадка в VIP-секторе со спикерами
- Доступ в VIP-лаунж вместе со спикерами
- Обед в VIP-лаунже
- Индивидуальное место на парковке
- Отдельная стойка регистрации

129 000 рублей

[ОПЛАТИТЬ КАРТОЙ](#)
[ОПЛАТИТЬ ПО СЧЕТУ](#)

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ



Отель Lotte

Москва, Новинский бульвар, 8 стр. 2



ОРГАНИЗАТОР

WorldFood Summit & Нильсен Академия проходит под эгидой международной выставки продуктов питания WorldFood Moscow, которая успешно проводится с 1991 года. В 2024 году выставку WorldFood Moscow посетили более 20 000 специалистов розничной и оптовой торговли, сегмента общественного питания, а также дистрибьюторы и производители продуктов питания, а участниками стали более 1000 производителей продуктов питания, напитков и ингредиентов из 28 стран мира и более чем 60 регионов России.

WorldFood Summit & Нильсен Академия проводится компанией ITE Group, которая организует крупнейшие отраслевые выставки и деловые события с 1991 года. Сейчас ITE Group проводит 26 выставок – каждая лидер в своей отрасли.

КОНТАКТЫ

По вопросам участия и сотрудничества:



Ирина Качалова

Директор по продажам конференций

Irina.Kachalova@ite.group

[+7 \(495\) 136-39-84](tel:+74951363984)

[+7 \(968\) 443-51-22](tel:+79684435122)

По вопросам выступления в деловой программе:



Евгения Виталинская

Руководитель проекта WorldFood Summit & Нильсен Академия

Evgenia.Vitalinskaya@ite.group

[+7 903 523 38 90](tel:+79035233890)

FAQ

Когда пройдет WorldFood Summit & Нильсен Академия?

19 и 20 июня 2025.

Можно ли принять участие в WorldFood Summit & Нильсен Академии онлайн?

Нет. WorldFood Summit & Нильсен Академия пройдет офлайн по адресу Москва, Новинский бульвар, 8 стр. 2, отель Lotte.

Будет ли запись деловой программы?

Нет. Но делегаты категории «VIP» получают эксклюзивные аналитические материалы от Нильсен, чтобы детально изучить все данные в удобное время после мероприятия.

Можно ли вернуть билет?

Можно, но в указанные сроки. В случае одностороннего отказа Участника менее чем за 60 календарных дней до даты начала WorldFood Summit & Нильсен Академия, Организатор вправе удержать:

1. 50% от Общей стоимости участия – в случае отказа в срок от 60 до 20 календарных дней до даты начала Конференции;
2. 100% от Общей стоимости участия – в случае отказа в срок менее 20 календарных дней до даты начала Конференции.

Можно ли повысить категорию билета?

Повысить категорию билета можно. Мы выставим новый счет либо счет на доплату.

Можно ли оплатить билет картой?

Да. Для этого выберите на сайте опцию оплата картой в разделе "Стать делегатом" по выбранной категории билета.