

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

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 – 10:45

- 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

Наталья Зубаревич, экономико-географ, специалист в области социально-экономического развития регионов, социальной и политической географии. Доктор географических наук.

РИТЕЙЛ 2025.  
СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ В НОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

10:45 – 12:00

- 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 партнёрстве 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?

Модератор: Кирилл Терещенко, генеральный директор, KOTANYI

Спикеры:  
Ася Балабай, коммерческий директор, Ашан  
Дмитрий Пачин, коммерческий директор, О'Кей  
Виталий Вальков, коммерческий директор, Лента

12:00 – 12:15

Перерыв на кофе

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

12:15 – 13:15

- 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

Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен

13:15 – 14:15

Обед

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

14:15 – 15:15

- 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

Константин Локтев, Исполнительный директор Нильсен

15:15 – 15:30

Перерыв

ГОНКА АССОРТИМЕНТА:  
НОВИНКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, СТМ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ

15:30 – 16:30

- Что происходит с ассортиментом в 2025 году: категории товаров, каналы продаж и ключевые тренды
- Развивающиеся ниши и успешные запуски: аналитика продаж, тактика и стратегия игроков
- СТМ против брендов: что важно знать о новой волне развития сегмента частных марок ритейлеров — позиционирование, ожидания покупателей, эффективность

Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен

16:30 – 19:30

Фуршет, нетворкинг, развлекательная программа

## 20 июня

09:00 – 09:45 Регистрация. Приветственный кофе

### МИФЫ О КОСМИЧЕСКОЙ ЕДЕ

09:45 – 10:30 Сергей Волков, летчик-космонавт РФ, Герой России

### КАК НАЙТИ ПОДХОД К РУКОВОДИТЕЛЮ РИТЕЙЛ СЕТИ

10:30 – 11:15

- Психология продаж: что действительно нужно сотрудникам компаний клиентов-ритейлеров
- Подбор спроса на B2B-рынке
- Метод сбора и анализа данных для продажи в B2B

Сергей Худовеков, партнер, совладелец Paper Planes

Работал с: Мираторг, Агромир, Агркультура, Pepsi, Coca-Cola, MARS, Borjomi, Кондитерские фабрики Морозова, Dr Corner

11:15 – 11:30

Перерыв на кофе

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

11:30 – 12:15

- 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

12:15 – 13:00

- 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 letAi, ex-product marketing в Яндекс, преподаватель магистратуры ВШЭ по ИИ

13:00 – 14:00

ОБЕД

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

14:00 – 15:00

- 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 ДГР
- Ценообразование в категории в зависимости от ее роли и чего производитель может ожидать от ритейлера

Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен

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

15:00 – 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

### КЕЙС СЕССИЯ «ЛУЧШИЕ ПРОДУКТОВЫЕ СТАРТЫ ЗА ГОД. КАК ПОПАСТЬ НА ПОЛКУ РИТЕЙЛЕРА»

16:15 – 18:00

- 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

Модераторы:

Максимилиан Мусселиус, директор, ECR

Елена Воронцова, основатель FoodRetail.club

Спикеры:

Эсмира Байрамова, руководитель по бренд-менеджменту розничной сети «Магнит»

Анастасия Кирилова, Руководитель направления Data&Insights, «Магнит»

Полина Елисеева, директор по новому бизнесу Ohmybrand

Максимилиан Маликов, руководитель отдела бренд-коммуникаций O'кей

Наталья Ларина, руководитель проектов Retail Services

Анастасия Бунина, Руководитель розничных продаж AVON

18:00 – 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 00 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](mailto: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](mailto: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.