



# Retail Business Russia —

это ежегодная встреча розничного бизнеса на высшем международном уровне. Обмен видением стратегии и лучшим опытом между всеми направлениями современной торговли.

В 2021 году Саммит пройдет в 21-й раз, объединив на одной площадке более 200 руководителей и топ-менеджеров бизнеса.

## ГЛАВНЫЕ ЦЕЛИ RBR'2021:

- Проанализировать последствия **дальнейшей консолидации рынка** и перспективы развития платформенной бизнес-модели. Что принесет череда сделок поглощений (*Дикси, Билла, ... и далее*) этого года, к чему приведет укрупнение лидеров офлайн и e-commerce наш рынок? Какие риски несут в себе эти тренды и какие возможности открывают для остальных ритейлеров и брендов?
- Обменяться видением **изменений в поведении и предпочтениях покупателя**. Вместе понять: что по-настоящему нового ждут от ритейла и fmcg покупателя в результате пандемии. Участие лидеров всех направлений (food, fashion, diy, electronics, pharma и т.д.) создает по-настоящему уникальную возможность взглянуть на покупателя 360.
- Договориться о взаимодействии. Исторически RBR — **это арена больших сделок**. Участие первых лиц и руководителей направлений со стороны каждого крупного игрока позволяет находить нестандартные решения в маркетинге, коллаборациях, сорсинге, M&A и проектах по устойчивому развитию.

## ФОРМАТ:

**7 ОКТЯБРЯ — СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ДЕНЬ.** Саммит Retail Business Russia 2021. Деловая конференция и нетворкинг уровня первых лиц.

**8 ОКТЯБРЯ — ЦИФРОВОЙ ДЕНЬ.** Конференция-выставка «IT в ритейле», организованная совместно с infor-media Russia.



## **КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЕСТКИ:**

### *Вызовы консолидации в офлайн и e-com.*

Укрупнение ведущих игроков не просто продолжается, а идет с нарастающей скоростью. Стратегии всех участников рынка: как ритейлеров, так и производителей, должны учитывать этот тренд. На саммите мы обсудим решения, которые помогут адаптироваться к изменениям, а также новые правила роста в постпандемию и прогнозы восстановления экономики.

### *Вызовы e-commerce и Маркетплейсы 2021-2025.*

Доля цифровых гигантов в продажах уже измеряется 2-значными цифрами во многих категориях товаров. И продолжает быстро расти. Как возможности, так и риски остальных участников рынка растут в этой связи пропорционально. Как выстраивать свою стратегию и тактику взаимодействия с маркетплейсами? Есть ли будущее у собственных интернет-магазинов? Как с помощью экспертизы магазина найти своих лояльных клиентов? Какими мы видим перспективы развития платформенной модели на ближайшие 4 года?

### *Магазин Forever.*

Физический магазин открывает свои двери покупателям уже многие сотни лет. Он и дальше останется важным средством продаж и коммуникации с клиентом. Но портфель объектов каждого ритейлера изменится фундаментально в самые ближайшие годы. Обсудим новые форматы, эффективный баланс м<sup>2</sup> и e-com, а также методы привлечения трафика.

### *Медиаплатформы.*

Ежемесячный прирост аудитории на популярных медиаканалах измеряется миллионами пользователей, поэтому не удивительно, что цифровой контент оказывает всё большее влияние на выбор покупателей. Каково реальное влияние медиаплатформ на продажи сегодня и каковы перспективы управления поведением и потребностями покупателей?

### *Sustainable Retail.*

Тренд на устойчивое развитие набирает обороты по всему миру. Всё больше и больше людей выбирают «зелёный» и здоровый образ жизни. Поэтому, теперь наличие эко-товаров в ассортименте или поддержание «зелёных» инициатив не прихоть, а обязательное условие, если вы хотите удержать клиента. Какова миссия ритейлера в сохранении экологии? Какими будут следующие этапы устойчивого развития ритейлера и fmcg в России.





## 7 ОКТЯБРЯ. ПЕРВЫЙ ДЕНЬ САММИТА:

09:00–10:00 РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ. УТРЕННИЙ КОФЕ



10:00–12:10 ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ

### РЫНОК СУПЕРГИГАНТОВ

В РАМКАХ ПЛЕНАРНОЙ СЕССИИ ОБСУДИМ:

- Макроэкономика и перспективы восстановления российского потребительского рынка на фоне грядущего подъема мировой экономики.
- Консолидация рынка и стратегии лидеров индустрии. Перспективы и последствия новых сделок M&A. Роста офлайн инфраструктуры цифровых гигантов.
- Стратегии для роста региональных сетей и лидеров своих товарных категорий. Есть ли альтернатива платформенной модели?
- Деструктивные (disruptive) тренды в поведении покупателей, которые нельзя пропустить сегодня.

МОДЕРАТОР:

- **Алексей Филатов**, основатель, BBCG и Академия Ритейла

СПИКЕРЫ:

- **Серджио Виейра**, генеральный директор, «Мултон»
- **Александр Кузин**, генеральный директор, «Аптечная сеть 36,6»
- **Александр Маненок**, CEO, «Аскона Глобал»
- **Рене Пикард**, генеральный директор, Otto Group Russia
- **Ольга Наумова**, генеральный директор, «Восточный союз»
- **Наталья Рыжкова**, генеральный директор, Gulliver
- **Соломон Кунин**, генеральный директор, СберМегаМаркет
- **Александр Дворский**, управляющий директор, Национальная система рассрочек «Халва».  
*Тема выступления: «BNPL — драйвер развития ритейла»*
- **Виктор Емец**, генеральный директор, Наймикс.  
*Тема выступления: «Платформенная занятость в 21-22 году. Ключевые инструменты для эффективной работы с персоналом»*



12:10–12:30 КОФЕ-БРЕЙК



12:30–14:00 ДИСКУССИЯ

## ВЫЗОВЫ E-COMMERCE И МАРКЕТПЛЕЙСЫ UNLIMITED

- Как в будущем будет меняться бизнес-модель электронной коммерции? Как создавать и развивать собственную экосистему вокруг интернет-магазина?
- С любовью к покупателю: как обеспечить качественный клиентский сервис?
- Нужен ли ритейлеру свой интернет магазин, так как его эффективность часто ниже прибыльности работы на маркетплейсе или если да, то какова его роль?
- Перспективы развития модели маркетплейсов на ближайшие 4 года.
- Останется ли рынок для средних по размеру e-com игроков или все консолидируется в руках нескольких крупных?
- Бесконечный выбор = его отсутствие. Как контент, отзывы и рекомендации будут определять решения покупателей дальше?
- Нужны ли единые правила для публичной оферты маркетплейсов в России?

МОДЕРАТОР:

- **Денис Томашевский**, генеральный директор, ECCO Shoes

СПИКЕРЫ:

- **Антон Ларин**, генеральный директор, XWAY.  
*Тема выступления: «Выход на маркетплейсы: с какими проблемами сталкиваются селлеры»*
- **Елизавета Волошанина**, директор департамента по взаимодействию с потребительским рынком, Роскачество
- **Денис Томашевский**, генеральный директор, ECCO Shoes
- **Константин Маслов**, коммерческий директор, СберМегаМаркет
- **Александр Слуцкий**, развитие бизнеса, AliExpress Russia





14:00–15:00 ДЕЛОВОЙ ОБЕД



15:00–16:40 СЕССИЯ

## МАГАЗИН FOREVER: ПОКУПАТЕЛЬ. ТРАФИК. МАГАЗИН

- Портрет и миссии современного покупателя. Где «живой» магазин на его пути?
- Дальнейшее развитие офлайна и роль магазина. Каким мы видим оптимальный баланс цифровых и офлайн каналов в бизнесе?
- Как вернуть трафик в магазин и чем удивить покупателя? Стирание границ между онлайн и офлайн: как создавать успешный phygital опыт?
- Как повысить омниканальные продажи на фоне падения трафика, и снижения потребления? Развитие персонализации в магазине. Шоппинг впечатлений.

МОДЕРАТОР:

- **Елена Лебедева**, основатель, Агентство Lebedeva.Consulting

СПИКЕРЫ:

- **Катерина Грог**, руководитель e-commerce направления, ADV.  
*Тема выступления: «Стирание границ между онлайн и офлайн: как создавать успешный phygital опыт? Развитие персонализации в магазине».*
- **Владимир Корчагов**, CEO B2C, «Аскона Россия и СНГ».  
*Тема выступления: «Развитие омниканального клиентского опыта как стратегия роста и масштабирования бизнеса. Работающие инструменты O2O (Online-to-offline)»*
- **Юлия Лазарева**, исполнительный директор территории «Регионы», «Перекресток».  
*Тема выступления: «Онлайн в деятельности оффлайнового магазина — как найти точку эффективного роста?»*
- **Георгий Чкареули**, генеральный директор, «Бетховен».  
*Тема выступления: «БЕТХОВЕН»: стиль жизни с питомцем»*
- **Олег Алексеев**, руководитель по интеллектуальным и цифровым продуктам, «МегаФон».  
*Тема выступления: «ТОП-5 передовых технологий для ритейла»*
- **Ярослав Шиллер**, исполнительный директор, «Слата».  
*Тема выступления: «Дискаунтеры начинают и выиграют? Как будет эволюционировать формат к 2050 году?» — ОНЛАЙН*

16:40–17:00 КОФЕ-БРЕЙК





17:00–18:30 СЕССИЯ

## НОВЫЕ БОЛЬШИЕ РИТЕЙЛЕРЫ И ИХ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДАЖ

- Стратегия бренда в социальных медиа.
- Как медиаплатформы управляют выбором покупателя сегодня?
- Развитие собственных медиа-ресурсов как способ присутствия на всех этапах клиентского пути.

МОДЕРАТОР:

- **Марк Завадский**, управляющий директор, группа компаний Рики, Академик Академии Ритейла, частный инвестор

СПИКЕРЫ:

- **Марк Завадский**, управляющий директор, группа компаний Рики, Академик Академии Ритейла, частный инвестор
- **Дамир Султанов**, руководитель отдела бренд-маркетинга, Cersanit в России.  
**Тема выступления: «Три инструмента завоевания мира или как продать самый чистый и белый товар»**
- **Наталья Чечулина**, директор по контенту, развитию категорий и контент-продуктов, СберМаркет.  
**Тема выступления: «Исследования клиентского опыта (CX) в управлении товарными категориями и в контенте»**
- **Николай Шестаков**, директор по медиа, X5 Group.  
**Тема выступления: «Медиа как основа взаимоотношений с клиентом»**

17:00–18:30 СЕССИЯ

## GO GREEN: ТРЕНД НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ЗОЖ

- Перевод бизнеса на принципы устойчивого развития как необходимость.
- Какова роль ритейла в вопросах экологии?
- Рост запросов покупателей на эко-товары.
- Как ритейл помогает прививать здоровые привычки покупателей?
- Проекты и инициативы для достижения эко-целей.

МОДЕРАТОР:

- **Евгения Фалькова**, директор по корпоративным отношениям в регионе Запад, Danone Россия

СПИКЕРЫ:

- **Екатерина Лужных**, менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами по стране, Coca-Cola HBC Россия
- **Оксана Костив**, руководитель группы по корпоративной и социальной ответственности, Lamoda — **ОНЛАЙН**  
**Тема выступления: «Lamoda: устойчивое развитие в моде. И это страшное слово «гринвошинг»**
- **Илья Ярошенко**, генеральный директор, Ваон.  
**Тема выступления: «Fashion: тренд на рациональное потребление и адаптация продукта — экомодели, коллекции comfort, recycled»**
- **Екатерина Иванова**, руководитель направления устойчивого развития, «Леруа Мерлен».  
**Тема выступления: «Positive Impact. Стратегия Леруа Мерлен»**
- **Константин Локтев**, директор по работе с ритейлом, NielsenIQ.  
**Тема выступления: «Как превратить эко-тренды в бизнес-преимущества?»**

18:30 ЗАВЕРШЕНИЕ КОНФЕРЕНЦИИ. ФУРШЕТ



## ЗОЛОТЫЕ ПАРТНЕРЫ

**МЕГАФОН****Мегафон**

МегаФон — национальный оператор цифровых возможностей, занимает ведущие позиции во всех сегментах телекоммуникационного рынка России. Услугами компании пользуются 75,4 млн клиентов. Четырехкратный обладатель награды за «Самую быструю сеть мобильной связи в России» от компании Ookla. Обладает самым широким покрытием сети, по данным Роскомнадзора. Предлагает широкий пул технологичных решений для бизнеса и государства, реализует комплексные интеграционные проекты, первым на рынке внедряет инновационные технологии.

[www.moscow.megafon.ru](http://www.moscow.megafon.ru)

**НАЙМИКС****Наймикс**

Наймикс — сервис для поиска и работы с исполнителями.

<https://naimix.ru>

**ХАЛВА****Халва (Совкомбанк)**

ПАО «Совкомбанк» — универсальный банк, входящий в ТОП-10 крупнейших банков страны (активы: 1,9 трлн руб. по МСФО). В банке работает 24,5 тысяч сотрудников в 2 942 офисах, расположенных в 1037 населенных пунктах в 77 субъектах Российской Федерации. Банк обслуживает 11,9 миллионов клиентов: 11,1 миллионов заемщиков, 0,6 миллиона вкладчиков и 0,2 миллиона юридических лиц. Кредитные рейтинги Банка по международной шкале: S&P — «BB», прогноз «позитивный», Moody's — «Ba1», прогноз «стабильный», Fitch — «BB+», прогноз «стабильный». Кредитные рейтинги Банка по национальной шкале: АКРА — «AA-», прогноз «стабильный», «Эксперт РА» — «ruAA», прогноз «позитивный», «НКР» — «AA-», прогноз «стабильный».

<https://halvacard.ru/halva>



<http://b2bcg.ru/rbr2021/>



FACEBOOK: @BBCG



+7 (495) 785 22 06



Продюсер: ИРИНА КАЗАКОВА



[kazakova@b2bcg.ru](mailto:kazakova@b2bcg.ru)



+7 (901) 731 92 43



## СЕРЕБРЯНЫЙ ПАРТНЕР



XWAY — сервис по размещению товаров на маркетплейсах, позволяющий управлять заказами на площадках в режиме одного окна. XWAY возник в результате слияния компаний AliWay и AliX, работавших с маркетплейсами с 2016 года. Сервис является операционным партнером маркетплейсов: AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, Hoff, Lamoda, МВидео-Эльдорадо, Kaspi, Яндекс Маркет, СберМегаМаркет. Компания XWAY предоставляет услуги онбординга, фулфилмента, логистики и аналитики, а также внутреннего продвижения и создания контента.

Среди клиентов XWAY такие гиганты ритейл-рынка, как: Panasonic, Huawei, Samsung, Lenovo, Ситилинк и многие другие. Оборота сопровождаемых компанией магазинов за последний год составил более 10 млрд рублей, прогнозируемый консолидированный оборот клиентов в 2021 — 20 млрд рублей.

[www.x-way.ru](http://www.x-way.ru)

## ПАРТНЕРЫ



[ADV/web-engineering.co](http://ADV/web-engineering.co)

Ведущий digital-интегратор, более 20 лет помогающий выводить крупный и средний бизнес из офлайна в онлайн. Мы специализируемся на цифровой трансформации, разработке и развитии онлайн-площадок и внутренней автоматизации. С нашей помощью Макдоналдс, Магнит, Mars Petstory, SimpleWine, ЦУМ, ВСК вышли в онлайн. Основные направления деятельности: электронная коммерция, мобильная разработка, автоматизация и электронные сервисы, внедрение технологий Machine Learning и Artificial Intelligence для решения бизнес-задач.

[www.adv.ru](http://www.adv.ru)



Loymax

Loymax — разработчик комплексной платформы управления системами лояльности и автоматизации маркетинга. Решаем весь спектр задач по работе с клиентами — от формирования персональных промо до оценки эффективности всех маркетинговых активностей.

<https://loymax.ru>





## ПАРТНЕРЫ

### Strategy Partners

### Strategy Partners

Strategy Partners — один из ведущих российских стратегических консультантов, занимает первое место в сегменте «Стратегическое планирование и организационное развитие» согласно рейтингу RAEX 2020. Компания специализируется на услугах по разработке бизнес-стратегий и внедрению операционных улучшений для среднего и крупного бизнеса, государственных институтов в России и странах СНГ, реализует проекты в сфере цифровой трансформации компаний, отраслей, регионов, городов. Входит в экосистему Сбер.

<https://strategy.ru>

## ЭКСПОНЕНТЫ

### retailrocket

### Retail Rocket

Основной продукт Retail Rocket — Retention Management Platform. Он помогает превращать новых покупателей в постоянных и системно работать над их удержанием. В основе платформы лежит AI — он запускает товарные рекомендации на сайтах, в приложениях и рассылках, собирает и анализирует Big Data, сегментирует пользователей по интересам и другим характеристикам. У сервиса три задачи: чтобы маркетологам было удобнее работать, выручка бизнеса росла, а пользователи покупали нужные товары и возвращались снова.

<https://retailrocket.ru/>

### Доставка

### Яндекс. Доставка

Яндекс.Доставка помогает бизнесу быстро отправлять заказы клиентам. Наша основная услуга — экспресс-доставка по городу: покупатель получает посылку через час-два после того, как оформил заказ. Новые кроссовки больше не надо ждать со склада два дня, а чемодан можно купить в день вылета.

Наши алгоритмы оптимизируют работу курьеров и быстро находят ближайшего исполнителя на заказ. В результате посылку забирают в среднем за 10 минут. Нам важно быть прозрачными для компаний и для их клиентов. Поэтому любую доставку можно отследить в реальном времени прямо с телефона.

Сейчас с Яндекс.Доставкой работает 20 000 компаний и более 100 000 предпринимателей. Мы проектируем сервис так, чтобы одинаково хорошо встраиваться в рабочие процессы малого бизнеса и крупных сетей.

<https://dostavka.yandex.ru/>