

**ПРОГРАММА\***

11 февраля 2014, вторник

10.00 – 10.30 Регистрация участников, welcome coffee

10.30 – 10.45 Экспресс – сессия:

**ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™ СТМ: ИНСТРУКТАЖ**

Индивидуальные переговоры с представителями отделов СТМ **30 розничных сетей** – именно за этим многие производители приезжают на Форум. В экспресс-сессии даются ответы на основные вопросы по организации переговоров:

- Как проходит запись на переговоры?
- Как подготовиться к участию в ЦЗС?
- Каков регламент переговоров по СТМ?
- Как получить максимальную отдачу?

**Ведущий:** Александр Соколов, Продюсер, Конгрессно-Выставочная Компания «Империя»

10.45 – 12.30 Ритейл-сессия:

**ПЛАНЫ СЕТЕЙ.****КАК СЕТИ ПЛАНИРУЮТ РАЗВИВАТЬ СТМ В КАТЕГОРИЯХ: КОНДИТЕРКА, ХЛЕБО-БУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, АЛКОГОЛЬ, МОЛОЧКА, КОНСЕРВЫ И Т.Д.**

Традиционно считается, что СТМ в России – это прежде всего «товары первой цены», эконом-сегмент. Однако руководители СТМ-подразделений розничных сетей всё чаще говорят о расширении ассортимента в среднем ценовом сегменте, с более высокими требованиями к качеству. Что это означает не на словах, а на деле? Как изменится политика сетей в 2014 году и чем это чревато для производителей СТМ?

**Модератор:** ★ Дмитрий Потапенко, Управляющий партнер, Management Development Group Inc., владелец 12 торговых и ресторанных сетей, дистрибуторских компаний и производственных предприятий в регионах России и за рубежом

**Ключевые темы:**

- Актуальные мировые тренды и российская практика производства СТМ на продовольственном рынке
- Планы розничных сетей по выпуску собственных торговых марок в разных товарных сегментах
- Категории СТМ, которые ожидает интенсивный рост в 2014 году
- Ключевые факторы, сдерживающие развитие СТМ, с точки зрения розничных сетей
- Поиск оптимальных сочетаний национальных брендов и СТМ

- Способы восстановления имиджа СТМ в глазах потребителей с целью увеличения продаж
- Новые ниши: СТМ-пищевка в специализированных аптечных сетях

### Спикеры:

- **Сергей Писанко**, Руководитель службы закупок ТМС, Холидей ГК
- **Ирина Фаткуллина**, Руководитель Отдела СТМ, Сеть магазинов Монетка, Москва и МО (ООО «Инвестпроект»)
- **Сергей Рыбаков**, Эксперт-практик в области управления СТМ, экс-Руководитель департамента СТМ, ГК «Виктория» (ГК Дикси)
- **Евгения Рузанова**, Руководитель розничной сети при АЗС, Нефтьмагистраль
- **Юлия Нечаева**, Директор по исследованиям, DSM Group
- **Татьяна Кокорева**, Директор по работе с клиентами, Gfk Rus

---

12.30 – 13.00

## МОНЕТКА-СЕМИНАР.

### ВЫПУСК СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК ДЛЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ МОНЕТКА

**Ведущий:** Ирина Фаткуллина, Руководитель Отдела СТМ, Розничная сеть Монетка

#### В программе:

- Наиболее востребованные и дефицитные товарные категории под СТМ в сети Монетка
- Какие доводы производителя СТМ являются решающими для заключения контракта?
- Как в сети Монетка строится долгосрочное партнерство с производителями СТМ? Как контролируется качество?
- По каким причинам мы можем отказать производителю СТМ?
- Каковы причины прекращения контракта?
- Как сократить разрыв между тем, что нужно сети Монетка и тем, что предлагают производители?

---

13.00 – 14.00 Ланч, запись на переговоры с закупщиками розничных сетей в Центре Закупок Сетей™ СТМ, свободное общение с коллегами

---

Организатор:

Генеральный партнер:

14.00 – 15.30 Сессия-диалог:

### СТМ-НАВИГАТОР 2014.

### НОВЫЙ ПОРТРЕТ ИДЕАЛЬНОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

«В выступлениях на конференциях, семинарах много рекламы и воды. Говорят давно известные вещи! А хотелось бы получить знания, которые сразу же сможешь применить на практике – при переговорах с сетями». Таковы ожидания производителей. Специально для таких слушателей, ценящих свое время – максимум конкретной информации. Требования сетей к российским производителям СТМ - без «воды», рекламных презентаций и общих фраз.

**Модератор:** ★ **Евгений Кореньков**, Управляющий партнер и ведущий эксперт консалтинговой компании «Retail Expert»; Исполнительный директор, TECH-LONG RUSSIA; Управляющий партнер, Компания «Дин Лун»

#### Ключевые темы:

- Как сети выбирают производителя СТМ в категориях: кондитерские изделия, хлебобулочные изделия, алкоголь, сыры, консервы, заморозка и т.д.
- Чем федеральной розничной сети интересен региональный производитель, и как ему использовать этот интерес?
- Что нужно знать о производстве СТМ: ключевые стратегии поставщика и долгосрочное партнерство с сетью
- Обоснование цены СТМ-продукта, которое убедит ритейлера принять предложение производителя

#### Участники диалога:

- **Сергей Распопов**, Директор по СТМ, Розничная сеть Магнит
- **Инна Кудрявцева**, Руководитель направления отдела СТМ, Metro Cash&Carry
- **Дмитрий Леонов**, Заместитель Председателя Правления, Русспродсоюз, Управляющий партнер, консалтинговая компания «НЕОКОД»
- **Елена Савченко**, Директор Управления СТМ, ГК Дикси
- **Алексей Бойцов**, Руководитель московского офиса, Куратор направления СТМ, Система Регионмарт

15.30 – 16.00

### **МЕТРО**-СЕМИНАР.

### **ВЫПУСК СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК (СТМ) ДЛЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ МЕТРО CASH&CARRY: КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ**

**Ведущая:** Инна Кудрявцева, Руководитель направления отдела СТМ, Metro Cash&Carry

#### **В программе:**

- Позиционирование СТМ в сети, взгляд изнутри
- Основные этапы создания продукта под СТМ, пошаговая инструкция
- Требования к контролю качества при производстве СТМ Metro Cash&Carry
- Преимущества для поставщиков СТМ в розничной сети Metro Cash&Carry

---

16.00 – 16.30 Кофе-брейк, запись на переговоры с закупщиками розничных сетей в Центре Закупок Сетей™ СТМ, свободное общение с коллегами

---

16.30 – 17.30 Кейс-сессия:

### **ИСТОРИИ УСПЕХА. РЕАЛЬНЫЕ СТМ-ПРОЕКТЫ ИЗНУТРИ**

«Представители сетей, выступая перед производителями, рисуют широкие перспективы, перечисляют свои достоинства. А когда ввязываешься в производство СТМ – сталкиваешься с совсем другим отношением и с кучей проблем». Как производителю узнать об этих проблемах заранее, чтобы не наступить в очередной раз на те же грабли, избежать рисков и типичных ошибок? В 3-й части нашего Форума успешные производители делятся собственным опытом организации СТМ-проекта.

#### **Ключевые кейсы:**

- История успеха №1: Подготовка предприятия к выпуску СТМ: 5 главных шагов, или что нужно учесть, чтобы не прогореть
- История успеха №2: СТМ в категории «молочные продукты» – требования и возможности. В чем плюсы?
- История успеха №3: Путь к эффективному СТМ-проекту в эконом-сегменте

### Спикеры:

- **Сергей Лищук**, Директор по маркетингу мясного бизнес-направления, Группа компаний «Русагро»
- **Марина Петрова**, Директор по корпоративным коммуникациям, ПиР Продукт
- **Борис Ломако**, Руководитель отдела СТМ, Кондитерская группа «Лесная Сказка»

### Подать заявку:

<http://prodforum.ru/stm/>

Тел./факс: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18

E-mail: [imperia@imperiaforum.ru](mailto:imperia@imperiaforum.ru)

12 февраля, 13:00 – 18:00

ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™ СТМ

Прямые переговоры  
с закупщиками  
розничных сетей



*Центр Закупок Сетей™ СТМ – это реальная возможность за один день провести десятки переговоров о производстве товаров под Собственными Торговыми Марками сетей*



## ЗАЧЕМ УЧАСТВОВАТЬ В ЦЕНТРЕ ЗАКУПОК СЕТЕЙ™ СТМ?

- 5 часов прямых переговоров
- Участники Центра Закупок – руководители отделов СТМ, коммерческие директора и категорийные менеджеры **30 розничных сетей**, которые пришли на переговоры с Вами
- Задача представителей сетей – отобрать производителей для заключения контрактов
- Ваша задача – хорошо подготовиться и провести переговоры с максимальной отдачей

**Записаться на переговоры к интересующим Вас сетям можно будет 11 февраля во время перерывов Форума**

★ - Выступления гурю консалтинга и маркетинга из серии Звезды Российского Консалтинга™

\* Организаторы оставляют за собой право вносить изменения в тематику докладов и пленарных заседаний. Организаторы не несут ответственность за отмену доклада в связи с форс-мажорными обстоятельствами, а также по причине заседаний правительства, болезни, незапланированной командировки, внезапных семейных обстоятельств у докладчика и др.

Организатор:

Генеральный партнер: