

ХІХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

БИЗНЕС САММИТ FOOD & RETAIL RUSSIA 2014 & DROGERIE

13 14
ФЕВРАЛЯ

Москва.
Отель
Korston

BBCG
B2B Conference Group

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ МАГАЗИНА

**Впервые!
в России!**

**Легендарный
CEO Tesco –
сэр ТЕРРИ ЛИХИ!
Эксклюзивная
фокус-сессия.**



- ▶ Как и почему локальная британская сеть стала мировым лидером в технологиях и второй после Wal-Mart по размеру бизнеса?
- ▶ Почему данные о покупателях не имеют цены, и до сих пор очень немногие компании реализуют этот потенциал?
- ▶ На каких принципах строилась и продолжает развиваться команда?
- ▶ Как работает система управления всем многотысячным персоналом?
- ▶ Каким концепциям магазинов принадлежит будущее в ритейле?
- ▶ **В течение 90 минут мы узнаем главное, что принесли 32(!) года служения своей компании Сэру Терри Лихи.**

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ФОКУС-СЕССИИ И СЕМИНАРЫ:



Илья Якубсон,
президент
ГК «ДИКСИ»



**Впервые!
в России!**



Julio Duarte,
вице-президент
сети Żabka Polska



Владимир Садовин,
генеральный
директор
Азбука Вкуса



**Впервые!
в России!**



Мэтт Аргано,
старший
вице-президент
по персоналу сети
The Fresh Market



**Впервые на
Food Retail!**



Коэн де Йонг,
управляющий
партнер, IPLC



**Впервые!
в России!**



Стефано Балдеси,
экс-директор,
DM drogeriemarkt



Официальный партнер

При поддержке



ПЕРСПЕКТИВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ В ДЕТАЛЯХ. НА ЛИЧНОМ ОПЫТЕ!



FRESH – Меню концепций организации продаж свежей продукции.

13
февраля
15:00

Средняя российская семья тратит **9514 рублей в месяц** или **114 167 рублей** в год на товары повседневного спроса (по данным GFK Rus). В среднем **FRESH ПОКУПАЮТ 2,5 РАЗА В НЕДЕЛЮ**. В то же время доля свежих продуктов питания в обороте основных российских розничных сетей ниже среднего значения для рынка, что предоставляет сетям возможность увеличения продаж за счет правильной работы с категорией фрэш. **СВЕЖАЯ ПРОДУКЦИЯ сегодня – это ДРАЙВЕР ТРАФФИКА**. Рассмотрим лучшие примеры реализации концепций продаж свежих продуктов и готовой еды. Новые проекты и идеи из США, Восточной Европы и России.



Экспресс ритейл. Почему время реально стоит денег. И как это работает.

14
февраля
13:00

Экспресс-ритейл – концепция, получающая активное развитие, особенно в российских регионах. Базируется на формате магазина у дома, но имеет более широкий ассортимент свежей продукции, гастрономии, еды на вынос (food-to-go), может включать дополнительные точки притяжения покупателей за счет решений «магазин в магазине» и т.п. Одинаково успешно работает как в спальных районах, так и в деловых центрах. Однозначно именно ее можно назвать королевой концепций! **Ключевой вопрос** как «уместить все это» на более чем ограниченной площади, характерной для этого формата, и организовать ключевые процессы? Разбираем на отдельном семинаре и конкретных кейсах!

Семинар от сети «Перекресток Экспресс»,
входящей в холдинг X5 Retail Group

ПОЧЕМУ ВРЕМЯ РЕАЛЬНО СТОИТ ДЕНЕГ. И КАК ЭТО РАБОТАЕТ

Локализация и конкуренция, проектирование и ассортимент, специфика работы малого формата. Три концепции – три дизайна: colour, classic, premium – три подхода к открытию магазина «у дома».



Семинар проведет
Ольга Никитина,
заместитель генерального директора
ООО «Экспресс Ритейл»

ВНИМАНИЕ!

В субботу 15 февраля состоится бизнес-экскурсия по магазинам сети «Перекресток Экспресс»!

Colour – площадь торгового зала < 200 м².
ЦЕЛЬ – высокая скорость обслуживания.

Classic – площадь торгового зала ~ 200–400 м².
Расположение – спальные жилые районы.
ЦЕЛЬ – быть удобным доступным магазином.

Premium – расположение – бизнес-центры и деловые кварталы. Максимум свободы и функциональности. ЦЕЛЬ – удобство и комфорт.

Количество мест на экскурсии строго ограничено.
Требуется обязательная регистрация.

ИНФОРМАЦИЯ О ВЫСТУПАЮЩИХ
НА САЙТЕ WWW.B2BCG.RU

Семинар проведет Бирол Ипси,
экс-директор по цепочкам поставок TESCO, Турция,
директор практики цепочки поставок АПМ Технолоджи

Pick up – пункты выдачи интернет-заказов у вас в магазинах.14 февраля
13:00

Тема интересная для всех, независимо от того, планируете вы развивать собственные онлайн-продажи или нет. Предоставить эту услугу федеральным онлайн-гипермаркетам (независимо от профиля – будь то одежда, детские товары и другой нон-фуд) – **еще один канал прибыли для продуктового ритейла** и вместе с тем прекрасная возможность не только привлечь в магазины дополнительный трафик, но научиться онлайн-бизнесу за счет сильного опытного партнера! Если же вы планируете самостоятельное развитие в онлайн, этот семинар предоставит вам также полную информацию по организации процесса на примере TESCO (в настоящее время самый крупный и успешный онлайн магазин в мире среди продуктового ритейлеров!)

**Shop-in-shop** или магазин в магазине.13 февраля
17:00

Shop-in-shop или магазин в магазине – возможность создать отличия от конкурентов, выделиться за счет более интересной и вкусной подачи отдельной категории (хлеб, свежая рыба, мясо). Для гипермаркетов все более актуальной в том числе становится история с shop-in-shop в непродовольственных товарах (наиболее яркий пример – магазины электроники Электрофлот в Ашан). Опять же можно развивать как самостоятельно, так и в партнерстве со сторонним брендом...

**Food-to-Go**
или как продается еда для перекуса.13 февраля
15:00

Food-to-Go она же еда на вынос или еда для перекуса – концепция, приемлемая совершенно для любых форматов – от экспресса до гипермаркета! Дополнительный трафик, высокая маржа и быстрая оборачиваемость. Отличная альтернатива бизнес-ланчам и столовым для потребителей. Спрос на «быстрые» продукты, которые можно съесть здесь и сейчас, стремительно растет во всем мире, благодаря демографическим изменениям и самому стилю жизни покупателей.

**Кулинарное кафе** в супермаркете.14 февраля
16:45

Это и генератор трафика, и дополнительный сервис, который позволит покупателю провести в вашем магазине больше времени и с удовольствием, наконец, это отлично организованная площадка для демонстрации и дегустации новых блюд вашей кулинарии. Разберемся в деталях работы – какую площадь отводить, как организовать пространство и какая тут экономика?

Бизнес-кейс с пошаговой инструкцией организации кафе в гастрономическом супермаркете Bon Ville (Калининград)

Bon Ville
СВЕЖИЕ ПРОДУКТЫ

Специальные секции:

- ПРЕМИАЛЬНЫЙ FOOD RETAIL
- ДРОГЕРИ РИТЕЙЛ

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В КЛУБ ПЕРВЫХ!



13 И 14 ФЕВРАЛЯ 2014 ГОДА
МОСКВА, ОТЕЛЬ КОРСТОН, КОСЫГИНА 15

Такси до Корстона входит в делегатский пакет для первых лиц розничных сетей.

BBCG вместе с отелем Korston договорились **НА ТРЕТЬ** сократить расходы делегатов на проживание!!

При условии ранней регистрации и оплаты участия в саммите (до 25 декабря) стоимость номеров составит:

12-13 февраля – 7500 руб./сутки	} включая завтрак и НДС
13-14 февраля – 8000 руб./сутки	
14-15 февраля – 6000 руб./сутки	

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

Участие представителя КОМПАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	€ 1195 за человека
Участие представителя B2B КОМПАНИИ	€ 1495 за человека
Участие в экскурсии по новым объектам московских розничных сетей 15 февраля	€ 95 за человека

* Оплата осуществляется в рублях по внутреннему курсу 48 руб./euro

** Указанные цены облагаются НДС 18%.

*** BBCG предоставляет традиционные скидки постоянным участникам, и при регистрации 2 и более представителей компании.



По вопросам участия обращайтесь к **Ирине Чинновой:**

iren@b2bcg.ru

+7 (495) 785-22-06, доб. 1159



Международный бизнес-клуб FOOD&DROGERIE RETAIL рад предложить свою площадку для компаний поставщиков товаров, услуг и решений для розничного бизнеса. В зависимости от характеристик продукта и ваших задач на форуме мы предложим вам индивидуальный спонсорский пакет. Узнайте больше о новых спонсорских возможностях у **Елизаветы Носенко:**

Elizaveta@b2bcg.ru, +7 (910) 473-98-78



Задайте вопрос выступающим или предложите свою кандидатуру в качестве участника дискуссии – свяжитесь с продюсером конгресса **Юлией Чеботаревой:**

Chebotareva@b2bcg.ru

+7 (495) 785-22-06, доб. 1153



+7 (495) 785-22-06



info@b2bcg.ru



www.b2bcg.ru