

# Retail Week

СПЕЦВЫПУСК К ФОРУМУ НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА | 27 – 30 МАЯ 2024 (17)

## НРР-2024:

### Ритейл нового времени: 10 лет в условиях санкций

# 10 ЛЕТ

## НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2024

#### ИНТЕРВЬЮ

Сергей Беляков  
**OZON**

Денис Сологуб  
**азбука вкуса**

Олег Сипетый  
**КОМАНДОР**

Ольга Паршина  
**METRO**

### МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ, МЕНЯЮЩИЕ РИТЕЙЛ

#### АНАЛИТИКА

Рынок FMCG  
E-grocery

Кадры  
Ecommerce



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА,  
СХЕМА И КАТАЛОГ ЭКСПОНЕНТОВ,  
ПАРТНЕРЫ ФОРУМА НА САЙТЕ  
[RETAILWEEK.RU](http://RETAILWEEK.RU)



**ГАЗПРОМБАНК**

## В НОМЕРЕ:

### ПРИВЕТСТВИЯ УЧАСТНИКАМ

Антон Алиханов	4
Андрей Карпов	5

### СХЕМА ЭКСПОЗИЦИИ

Участники выставки	16-19
--------------------	-------

### ИНТЕРВЬЮ ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Сергей Беляков, OZON	62-63
«Развитие представленности в регионах – один из наших ключевых приоритетов.»	

Олег Сипетый, Командор	66-68
«Что касается стратегии, то я бы назвал её 3д – стратегией: длинный взгляд, договороспособность и доверие.»	

Денис Сологуб, Азбука вкуса	70-71
«За почти 27 лет на рынке мы стали love-брендом и выстроили особую эмоциональную связь с нашими клиентами»	

Ольга Паршина, METRO	72-73
«Наша уникальность и сила – в том, что мы уже сегодня являемся экосистемой для b2b.»	

### ТРЕНДЫ

Мировые тренды, меняющие ритейл	76-80
---------------------------------	-------

Группа компаний «Ариант» открывает крупнейший в России центр виноградарства	82-83
---	-------

### АНАЛИТИКА

GoMobile	84
Главные тенденции рынка e-grocery	

NielsenIQ	48
На волне каких трендов развивается рынок fmcg в 2024 году?	

Salary index	94
Думали мы на дне, но снизу постучались	

Российская Ассоциация экспертов рынка ритейла	94
Ситуация в ритейле. Взгляд изнутри	

Яндекс Реклама	106
Ecommerce-рынок в россии: что важно знать о поведении покупателей и как ритейлеры могут на него повлиять	



## **Антон Алиханов**

**Министр промышленности и торговли  
Российской Федерации**

### **Уважаемые коллеги!**

Приветствую вас на юбилейном Международном форуме бизнеса и власти «Неделя российского ритейла»!

Уже 10 лет мероприятие помогает выстроить эффективную коммуникацию между институтами государственной власти и представителями бизнеса в ключевой для российской экономики отрасли – ритейле. Именно благодаря возрастающему уровню консолидации всех участников удалось достичь значительных успехов в этой сфере, осуществить важные преобразования и модернизацию отечественного торгового сектора.

Сегодня перед нами стоят задачи по преумножению достигнутых результатов, внедрению инноваций, повышению устойчивости и конкурентоспособности участников российской торговли. Безусловно, для этого необходимо искать новые решения и распространять эффективный опыт, используя все возможности для сотрудничества. Уверен, что проведение «Недели российского ритейла» будет способствовать достижению всех намеченных целей.

Желаю всем участникам форума продуктивных обсуждений, вдохновляющих идей, новых договоренностей и успехов!



## **Андрей Карпов**

**Руководитель Дирекции Недели Российского Ритейла, председатель Правления Российской ассоциации экспертов рынка ритейла**

### **Уважаемые участники!**

Я рад приветствовать вас на десятом юбилейном Форуме «Неделя Российского Ритейла», который соберёт на одной площадке главных представителей рынка, руководителей органов власти и экспертов для обсуждения актуальной ситуации в розничной торговле.

Ключевая тема Форума – «Ритейл нового времени: 10 лет в условиях санкций». Не случайно мы говорим об этом десятилетнем периоде на юбилейном мероприятии: все эти годы Форум служит местом обсуждения стратегий, развития проектов, помогает построить планы на будущее, поделиться опытом и получить информацию из первых рук. В этом году мы обсудим, как ритейл справляется с новыми вызовами, какие направления развития будут в приоритете в ближайшем будущем, как трансформация форматов и рост e-commerce изменят ландшафт розничного рынка, какие технологии станут привычными для покупателей уже завтра. Этот диалог, в котором принимают участие все заинтересованные стороны, действительно важен, ведь стабильность работы отрасли является важным социально-экономическим фактором, а вопросы регулирования торговли должны обсуждаться взвешенно и осознанно.

Желаю всем участникам продуктивной работы на Неделе Российского Ритейла.

# VTB-КАССА — ВСЕ ДЛЯ ПРИЕМА ПЛАТЕЖЕЙ В ОДНОМ УСТРОЙСТВЕ

ПРИНИМАЙТЕ ПЛАТЕЖИ БАНКОВСКИМИ  
КАРТАМИ, НАЛИЧНЫМИ, БЕСКОНТАКТНОЙ  
ОПЛАТОЙ ИЛИ СБП.

- ОНЛАЙН-КАССА
- POS-ТЕРМИНАЛ
- ФИСКАЛЬНЫЙ НАКОПИТЕЛЬ
- СКАНЕР ШТРИХ-КОДОВ
- ПРИНТЕР ЧЕКОВ



ПОДРОБНЕЕ НА САЙТЕ [VTB.RU](http://VTB.RU)

 **1000** ЗВОНОК ПО РОССИИ  
БЕСПЛАТНЫЙ

**8 800 200 77 99 / VTB.RU**



**сбп**

система быстрых  
платежей

## ПРИНИМАЙТЕ ОПЛАТУ ОНЛАЙН ИЛИ ОФЛАЙН ЧЕРЕЗ СБП!

Выгодно для бизнеса — удобно для клиента



Низкая  
комиссия  
0,4% или 0,7%



Без затрат  
на терминалы  
и оборудование



Мгновенное  
зачисление  
на расчётный  
счёт



Удобная  
для покупателя  
оплата  
смартфоном



[быстрыеплатежи.рф](https://быстрыеплатежи.рф)

# ПАРТНЕРЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ  
ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ  
ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ  
ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ  
ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ  
СПОНСОР



ЗОЛОТОЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР КОНГРЕССА  
АНТИКОНТРАФАКТ



ФИНТЕХ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР FMCG &  
RETAIL SUMMIT



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР FMCG &  
RETAIL SUMMIT



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
БРЕНД WINE RETAIL



ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР WINE RETAIL



ТЕХНИЧЕСКИЙ  
ПАРТНЕР WINE RETAIL



ПАРТНЕР WINE RETAIL



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР RETAIL WEEK  
AWARDS



ПАРТНЕР RETAIL WEEK  
AWARDS



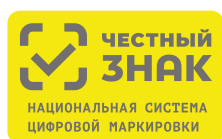


## ПАРТНЕРЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

ПАРТНЕР LOUNGE  
RETAIL WEEK



ПАРТНЕР КОНГРЕССА  
АНТИКОНТРАФАКТ



АНАЛИТИЧЕСКИЙ  
ПАРТНЕР



ПАРТНЕР HR



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ПАРТНЕР ЦЕНТРА  
ЗАКУПОК СЕТЕЙ



ПАРТНЕР ЗОНЫ  
РЕГИСТРАЦИИ



ПАРТНЕР НАВИГАЦИИ



ПАРТНЕР  
ГЕЙМИФИКАЦИИ



ПАРТНЕР  
ГЕЙМИФИКАЦИИ



ПАРТНЕР  
ГЕЙМИФИКАЦИИ



ПАРТНЕР ЗОНЫ  
РЕГИСТРАЦИИ



## ПАРТНЕРЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

### ПАРТНЕРЫ СЕССИЙ



### ПАРТНЕРЫ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ



### СПИКЕРЫ СЕССИЙ



## ПАРТНЕРЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

### СПИКЕРЫ СЕССИЙ



GELTEK



### ПОСТАВЩИКИ

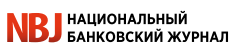


# ПАРТНЕРЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ПАРТНЕР

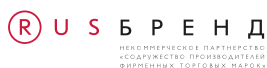


ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ



## ПАРТНЕРЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

### АССОЦИИ И СОЮЗЫ



# Принимайте платежи в торговых точках

Торговый эквайринг для среднего  
и крупного бизнеса от Альфа-Банка



Отраслевые тарифы  
и гибкие условия

---

Бесплатные терминалы  
и технические решения  
под ваши задачи

---

Оплата по QR-коду  
на всех видах терминалов

---

Выделенная горячая  
линия 24/7 для среднего  
и крупного бизнеса

---

Управление в Личном  
Кабинете Банка: от отчетов  
до заказа терминалов

**Альфа Банк**

# Получайте деньги сразу после поставки и не ждите окончания отсрочки

## Факторинг для поставщиков торговых сетей от Альфа-Банка

Финансируем до 100%  
от суммы поставки

Оформляется при отсрочке  
по контракту от 14 дней

Деньги можно тратить  
на любые задачи бизнеса

Без залога и страховок —  
анализируем сделку и контракт

Долг перед банком погашается  
сам — из платежей торговой  
сети за товары

Это не кредит — факторинг  
не увеличивает долговую нагрузку  
и улучшает структуру баланса

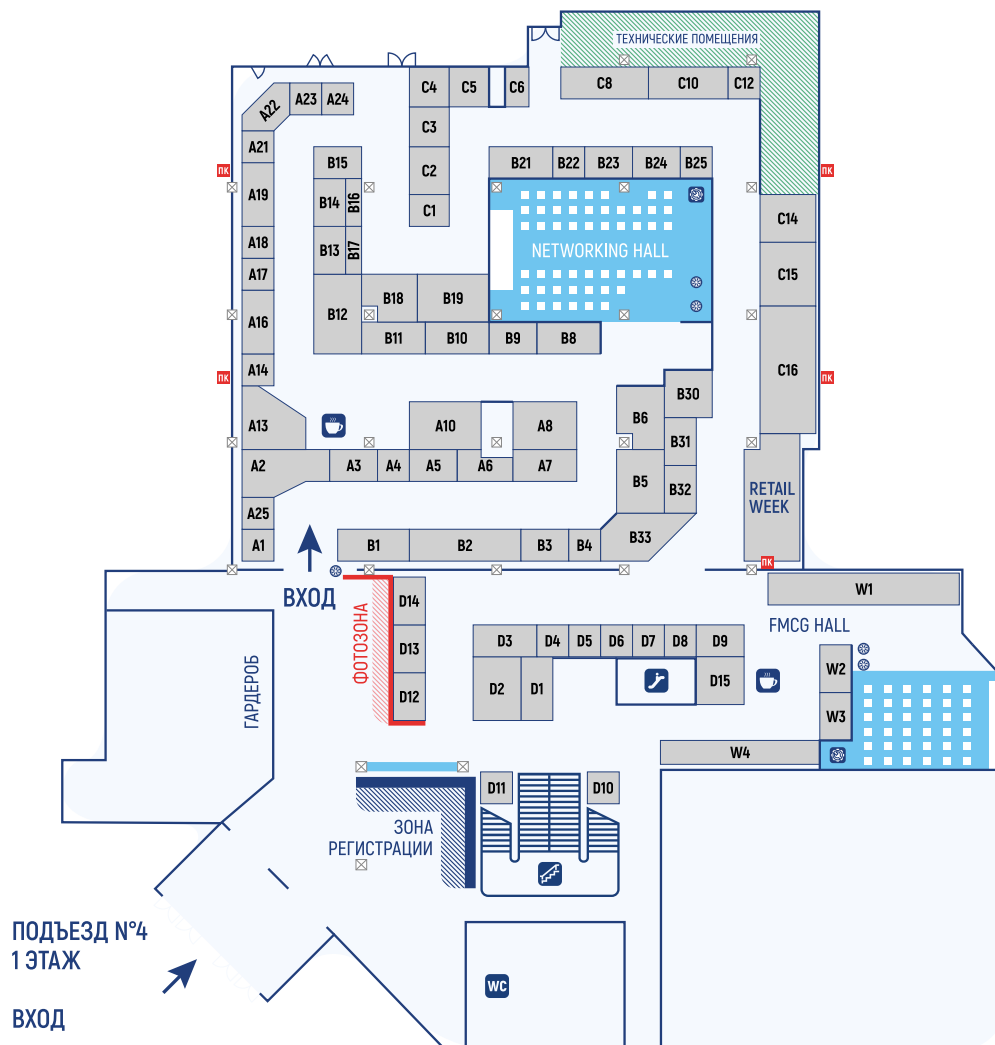












Оставьте  
заявку



**Альфа Банк**

# ЭКСПОНЕНТЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ЗОНЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2024



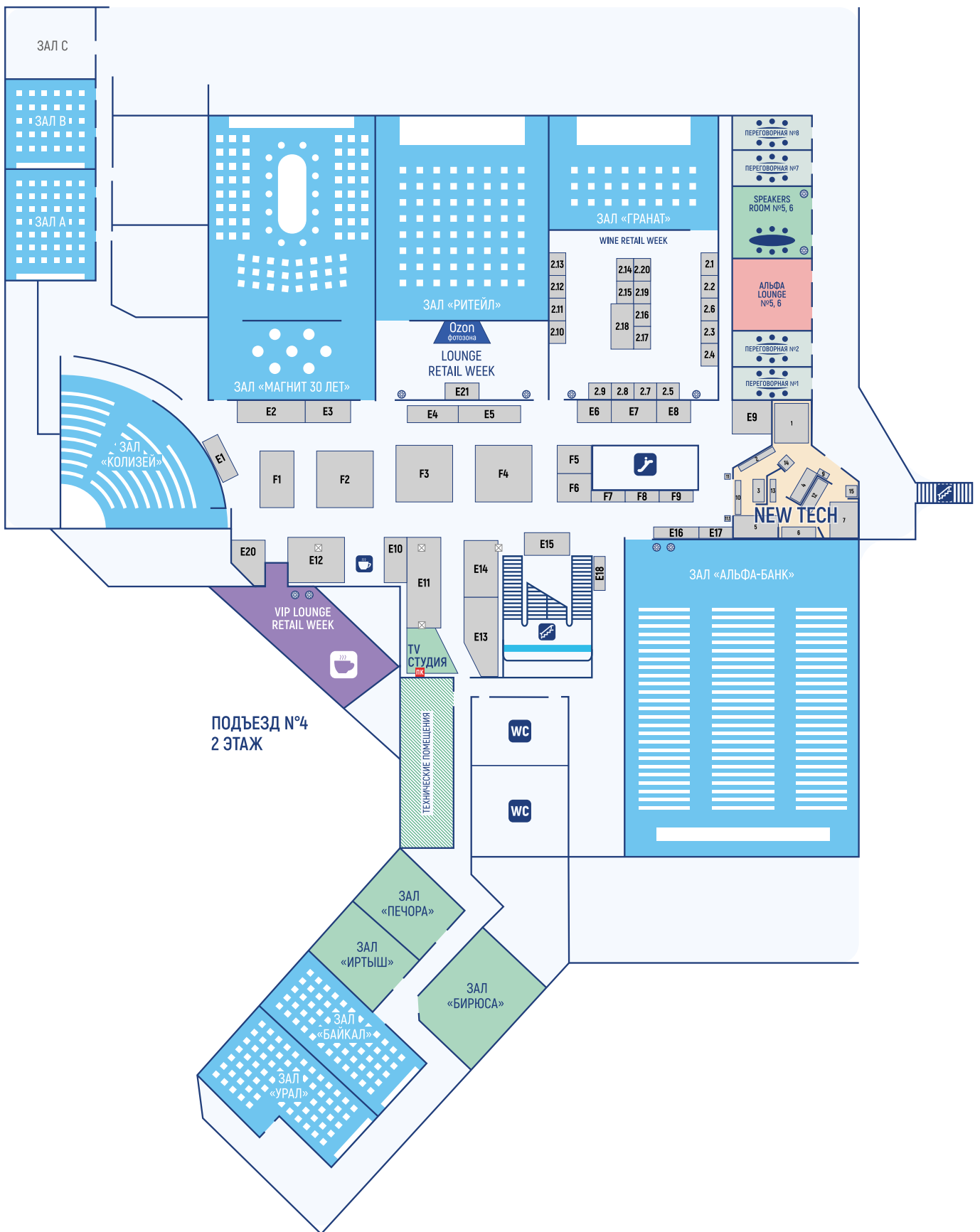
- |   |   |
|---|---|
|  ЛЕСТНИЦА          |  ТЕХНИЧЕСКОЕ ПОМЕЩЕНИЕ   |
|  ЭСКАЛАТОР         |  ЗОНА КОФЕ-БРЕЙКА        |
|  ТУАЛЕТЫ           |  ХОЛОДИЛЬНИК С НАПИТКАМИ |
|  СВОБОДНЫЕ СТЕНДЫ  |  ЗАБРОНИРОВАННЫЕ СТЕНДЫ  |
|  ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА |  ПОЖАРНЫЙ КРАН           |



## 1 ЭТАЖ

СТЕНД	КОМПАНИЯ	СТЕНД	КОМПАНИЯ
A1	Mr.net	B22	MARIEE
A2	ANCOR	B23	ЭФКО КОСМЕТИК
A3	ADENTUM FINANCE	B24	РусМанекен
A4	TR Platform	B25	NANODENT
A5	Связь Инжиниринг М	B30	Karal Api Group
A6	ЭКО-ЭЛЕМЕНТ Новосибирск	B31	GRASS
A7	CHECKOFFICE	B32	КФ "Конфеста"
A8	K2Tech	B33	Руспродсоюз
A10	HDLT	C1	Tevian
A13	ONE PRICE COFFEE	C2	ВИТО-1
A14	ScanKass	C3	Химрос
A16	Компания БИТ	C4	
A17	STALOGISTIC	C6	СТЛ
A18	Ventra Go!	C8	НБТ-Сибирь
A19	A.I.R. marketing 360	C10	Global Chemical
A21	Астрос	C12	ЭКЗО
A22	Сервизория	C14	Компания «Гельтек-Медика»
A23	DIRECT ART	C15	ЛЭТУАЛЬ
A24	VIRTU	C16	
A25	Альфа-Сервис	D1	АКИТ
B1	Сфера Принт	D2	Team4Retail
B2	Yamaguchi	D3	Ozon
B3	eLama	D4	BTL-SCREEN
B4	YOYBUY	D5	Грин-вилка
B5	RADARPLUS	D6	Академия международного биз- неса Анны Фомичевой
B6	Третье чувство	D7	Интернет-агентство "Инсайд"
B8	Айти Групп 42	D8	СРМ
B9	Wilstream	D9	Наймикс
B10	Smartmetrics	D10	Infovizion
B11	НЛБ	D11	Manzana Group
B12	Зеленая Улица	D12	LASMART
B13	RUSTA	D13	Voca.Tech
B14	KVINT	D14	Эквио
B15	Нескучные Финансы	W1	Роскачество
B16	Reshape Analytics	W2	Brand Ice
B17	PROTEAMS	W3	ГК «Черноголовка»
B18	МП-Технологии	W4	Черноголовка Lounge
B19	Retail.ru		
B21	Mango telecom		

# ЭКСПОНЕНТЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ЗОНЫ НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2024



## 2 ЭТАЖ

СТЕНД	КОМПАНИЯ	СТЕНД	КОМПАНИЯ
F1	INPAS	E8	СИБУР
F2	ПАО Сбербанк	E9	Мокка
F3	X5 Group	E10	СБП
F4	Банк ВТБ	E11	ОСТРОН
F5	СДЕК	E12	«Газпромбанк» (Акционерное общество)
F6	TIMEBOOK	E13	X5 Group
F7	DIGISKY	E14	Профлайн
F8	Планум	E15	EQWA
F9	Air Production	E16	Фабрика Детского Питания в Сербии
E1	Red Line	E17	iRU
E2	СОВКОМБАНК	E18	New Retail
E3	GBS	E19	
E4	Omnidata	E20	«Газпромбанк» (Акционерное общество)
E5	Махма		
E6	Компания «ДИИП 2000»		
E7	Юkassa		

## WINE

СТЕНД	КОМПАНИЯ	СТЕНД	КОМПАНИЯ
2.1	Cantine Sgarzi Luigi	2.11	Золотая балка
2.2	Захарьин	2.12	Усадьба Перовских
2.3	Фанагория	2.14	Джойа
2.5	Лудинг	2.15	Ладога
2.6	Солнечная Долина	2.16	Альма Велли
2.7	Новабев	2.17	ДВК (Дербент Вино)
2.8	Ядринский	2.18	Шато Тамань
2.9	Форт	2.19	АГОРА
2.10	Мысхако	2.20	Вингород

## NEW TECH

СТЕНД	КОМПАНИЯ	СТЕНД	КОМПАНИЯ
1	Mixar	8	PSI Robotics
2	Axe Tech	10	Radarplus
3	Interactive Group	11	Русманекен
4	Addrea	12	SberUnity
5	Comitas	13	IntEngineering
6	Честный Знак	14	Третье Чувство
7	М.Мастер		



## Программа «Лента PRO» — максимально широкие возможности покупки и оплаты товаров для корпоративных клиентов!



Прогрессивная скидка до 9%



Возможность оплаты с расчётного счёта



Персональный менеджер



Скидка 12% на все товары марки BONVIDA



Печать счетов-фактур для возврата НДС



Самовывоз и бесплатная доставка от 1,5 часов

## Профессиональный ассортимент для Вашего бизнеса

- Бакалея и консервация
- Кондитерские изделия
- Соки и воды
- Мороженое
- Снэки и другие закуски
- Бытовая химия



**Зарегистрируйтесь по QR-коду и получите скидку 12% на все товары по промокоду PROB2B\***



\* Скидка 12% действует в течение недели после регистрации. Промокод не суммируется с другими скидками и промокодами. Для получения скидки необходимо предъявление карты для профессиональных клиентов «Лента PRO».

«PRO» — «PRO» («Лента PRO») — программа лояльности для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Промокод «PROB2B» является только одним из преимуществ в рамках программы лояльности «Лента PRO» до 31.12.24. Возможности предоставляются на сайте [lenta.com/ru/pro](https://lenta.com/ru/pro). Скидка по промокоду составляет 12% при условии предъявления карты «Лента PRO». Для регистрации необходимо внести предоплату и получить скидку. Скидка предоставляется один раз. Скидка действует во всех магазинах «Лента» и на сайте [lenta.com](https://lenta.com). ООО «ЛЕНТА», адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Славянка, 113, лит. Б. Телефон: 8(800)700-4-033. ИФНС: 78-14-184271. ОГРН: 5026732048505.

# Развиваем и поддерживаем фермерство

«Фермерский островок» – это совместный проект Корпорация МСП и X5 Group, позволяющий небольшим производителям разместить свою продукцию в специальных зонах в торговых сетях. «Островки» работают по модели кооператива, этот формат позволяет собраться вместе нескольким предпринимателям, и, не создавая внутренней конкуренции, представлять покупателям максимально широкий ассортимент продукции.

X5 Group сопровождает создание «Фермерских островков» в торговых сетях на всех этапах: от подбора локации с наибольшим трафиком и открытия первого магазина до масштабирования на весь регион.



## 43 «Фермерских островка» в 24 регионах

С момента запуска проекта Корпорация МСП совместно с торговыми сетями X5 Group организовала



Подать заявку на оператора «Фермерского островка» можно через Цифровую платформу МСП.РФ в сервисе «Производственная кооперация и сбыт».

## Экспоненты Retail Week Expo



### X5Group

X5 Group – ведущая российская продуктовая розничная компания, которая управляет магазинами нескольких торговых сетей: магазинами «у дома» «Пятёрочка», супермаркетами «Перекрёсток» и «жесткими» дискаунтерами «Чижик». Компания занимает лидирующие позиции в e-commerce, развивая цифровые бизнесы Vprok.ru, 5Post, экспресс доставку и «Много лосося».

На 31 марта 2024 года под управлением Компании находилось 24 884 магазина с лидирующими позициями в Москве и Санкт Петербурге, а также значительным присутствием в европейской части России и растущим присутствием на Дальнем Востоке. Сеть включает в себя 21 593 магазина «Пятёрочка», 978 супермаркетов «Перекрёсток», 1 616 «жестких» дискаунтеров «Чижик» и 612 магазинов «Красный Яр» и «Слата». Под управлением Компании также находятся 61 распределительный центр и 5 504 собственных грузовых автомобилей на территории Российской Федерации.

X5 является одним из крупнейших российских работодателей. На сегодняшний день в компании работают более 378 тыс. сотрудников.



### Газпромбанк

«Газпромбанк» (Акционерное общество) – один из крупнейших универсальных банков России, предоставляющий широкий спектр банковских и инвестиционных услуг корпоративным и частным клиентам, финансовым институтам, институциональным и частным инвесторам. Банк входит в тройку крупнейших банков России по всем основным показателям и занимает третье место в списке банков Центральной и Восточной Европы по размеру собственного капитала.

Банк обслуживает стратегические отрасли российской экономики – газовую, нефтяную, угольную, атомную, химическую и нефтехимическую, черную и цветную металлургию, электроэнергетику, машиностроение и металлообработку, транспорт, строительство, связь, агропромышленный комплекс, торговлю и другие отрасли.

Газпромбанк занимает сильные позиции на отечественном и международном финансовых рынках, являясь одним из российских лидеров по организации и андеррайтингу выпусков корпоративных облигаций, управлению активами, в сфере частного банковского обслуживания, корпоративного финансирования и других областях инвестиционного банкинга.



## Сбер

ПАО Сбербанк – один из крупнейших банков в России и один из ведущих глобальных финансовых институтов. На долю Сбербанка приходится около трети активов всего российского банковского сектора. Сбербанк является ключевым кредитором для национальной экономики и занимает одну из крупнейших долей на рынке вкладов. Основным акционером ПАО Сбербанк является Российская Федерация в лице Министерства финансов Российской Федерации, владеющая 50% уставного капитала ПАО Сбербанк плюс 1 голосующая акция. Оставшимися 50% минус 1 голосующая акция от уставного капитала банка владеют российские и международные инвесторы. Банк располагает обширной филиальной сетью в России: около 14 тысяч точек обслуживания. Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015. Официальные сайты банка: [www.sberbank.com](http://www.sberbank.com) (сайт Группы Сбербанк), [www.sberbank.ru](http://www.sberbank.ru)



## ВТБ

Банк ВТБ – системообразующий универсальный российский банк, один из лидеров рынка финансовых услуг. Банк работает со всеми категориями клиентов – крупным, средним и малым бизнесом, индивидуальными предпринимателями, самозанятыми и физическими лицами.

Банк является одним из лидеров российского финансового рынка, выступающим в качестве стратегического партнера предприятий ведущих отраслей промышленности, являющихся опорой национальной экономики. Банк содействует развитию бизнеса своих акционеров, клиентов и партнеров, предоставляя им высококачественные банковские услуги на российском и международном финансовых рынках.

Являясь одной из ключевых компаний национальной экономики, Банк оказывает существенное воздействие на социальную сферу, способствует развитию делового климата и предпринимательской активности, росту благосостояния населения в регионах своего присутствия.

На сегодняшний день ВТБ обслуживает более 1 млн. представителей среднего и малого бизнеса из самых разных отраслей и сфер.



## Совкомбанк

Совкомбанк – быстрорастущая и высокодоходная финансовая группа, включающая системно значимый банк, крупные страховые, лизинговую и факторинговую компании. Средняя доходность капитала акционеров за последние 10 лет – 36%, а темпы роста капитала акционеров – 31%.

Размеры группы позволяют работать со всеми крупнейшими компаниями, инвестировать в технологии, а небольшая доля рынка (1.6%) оставляет огромный потенциал для роста.

**manzana group** **Manzana Group**

Manzana Group – IT-компания, разработчик интеллектуальной платформы лояльности Manzana.

Manzana Group помогает розничным сетям и операторам программ лояльности строить персональную работу с каждым клиентом. Мы делаем это с помощью проверенных и надежных решений для управления программами лояльности. Проверенных – потому что они работают в более чем сотне компаний начиная с 2007 года. Надежных – потому что используют передовые, отлично масштабируемые платформенные технологии обработки данных от лидирующих мировых поставщиков.



**Yamaguchi**

Yamaguchi – эксперт в области массажного и фитнес оборудования.

Оборудование Yamaguchi – это воплощение последних разработок в индустрии здорового образа жизни, фитнеса и массажа.

Миссия компании – прививать любовь к здоровью.



**Inside**

Интернет-агентство «Инсайд» входит в ТОП-10 интеграторов «Битрикс24», имеет в штате сертифицированных специалистов, оказывает услуги по продажам и внедрению CRM, автоматизации бизнес-процессов, интеграции с 1С, телефонией и др., технической поддержке, доработке коробочных версий «1С-Битрикс24», имеет опыт работы с крупными корпоративными внедрениями, реализовывает проекты «под ключ» любого уровня сложности



**Bit**

Компания БИТ – резидент «Сколково», один из ведущих разработчиков решений в сфере безопасности. Продукты компании используются для предотвращения магазинных краж и выявления мошенничеств в ритейле, финансовом секторе и логистике.

Решение ИАС СТОП-Шоплифтер входит в Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД, использует алгоритм распознавания лиц компании NtechLab (имеет самые высокие оценки и международное признание).



**Lasmart SpacePlanner**

Онлайн-сервис для создания планограмм и управления выкладкой товаров в розничной сети.

Визуализация выкладки товаров

Построение планировок магазина и привязка планограмм к оборудованию

Анализ эффективности выкладки и торгового пространства магазинов





## InfoVizion

Разработчик и интегратор систем аналитики и инцидентного реагирования в ритейле и производстве.

У компании 60+ функциональных блоков в аналитике (коммерческая, финансовая, производственная), инструмент запуска процессов реагирования на отклонения Ситуационный центр, цифровые помощники магазина, катмана и закупок.

Завершено 50 проектов, запущено отраслевое решение на импортонезависимой архитектуре.



## Сфера Принт

Сфера Принт – федеральная производственная компания полного цикла: все виды наружной, интерьерной рекламы и рекламной продукции под ключ.

Компания существует с 2007 года, мы начинали с одного печатного станка. Развитие шло активно, покупалось новое оборудование, захватывались новые рынки.

С 2011 года мы начали участвовать в тендерах и завоевали доверие крупных федеральных компаний. Мы не перестаем постоянно совершенствоваться, обновляем оборудование, обучаем персонал.

Наш парк умного современного оборудования насчитывает более 35 единиц, поэтому наши продукты заводские.

У нас более 2000 кв.м собственных производственных площадей.

Штат компании более 50 человек – профессионалы своего дела! Есть свой конструкторский отдел и отдел сертификации, поэтому наши продукты соответствуют ГОСТам, а их качество подтверждено в контролирующих государственных органах.

Именно поэтому нам доверяют крупные государственные и коммерческие компании.

Ссылка на сайт: <https://www.sferaprint.ru/>



## Deep2000

Компания «ДИИП 2000» предлагает для торговых сетей следующие инновационные решения:

- Постаматы, продуктоматы и автоматизированные почтовые офисы.
- Автоматические депозитные машины (АДМ) для повышения эффективности инкассации наличности.
- Системы рециркуляции наличности (банкноты, монеты) для касс самообслуживания.
- Киоски самообслуживания для управления денежными средствами в режиме реального времени.



## Digisky

DIGISKY – один из ведущих российских поставщиков IT-продуктов и аудиовизуальных решений под ключ для различных отраслей бизнеса: retail, фитнес индустрия, банки, гостиничный бизнес, салоны красоты, АЗС и др.

В частности DIGISKY предоставляет музыкально-информационный сервис, способствующий росту покупательской активности, быстрому информированию клиентов и созданию благоприятной атмосферы.

В числе услуг компании DIGISKY – реализация проектов по корпоративному радио и телевидению, являющимися наиболее эффективными инструментами внутренних коммуникаций, влияющими на повышение информированности и вовлеченности персонала.

Среди визуальных решений компании DIGISKY – видеостены, светодиодные экраны, проекционные решения, интерактивные навигационные конструкции, электронные ценники. Креативное подразделение DIGISKY решает творческие задачи по созданию аудио- и видеоконтента.

DIGISKY работает и с европейским, и с российским программным обеспечением, а также использует сервера, расположенные на территории РФ.



## Nanodent

Мы отбираем лучшие продукты на рынке гигиены полости рта и делаем их доступными в нашей стране. За 8 лет работы накопилось 9 брендов от масс-маркета до люкс-сегмента со всего мира. Хорошая логистика, индивидуальный подход к каждому партнеру и сотрудничество с ведущими стоматологами сделали нас надежным поставщиком качественного ухода за полостью рта.

NANODENT. Всё начинается с улыбки!

[nanodent.ru](http://nanodent.ru)



ECO-ELEMENT

## Eco-element

Новосибирская компания Эко-Элемент

Наши продукты созданы талантливыми биохимиками и биофизиками с помощью новейших современных технологий. Мы перешагнули через стандартную медицину и ушли на несколько шагов вперед.

Применение этих экологичных и многофункциональных разработок вызывает сначала шок, а потом восхищение!

Трансдермальная доставка компонентов обеспечивает очевидный и быстрый эффект.

На протяжении 10 лет компания занимается изучением свойств хитозана и разработала уникальную технологию получения низкомолекулярного полимера хитозана, на основании которой был создан Энтеросорбент Эко-Элемент, по эффективности превосходящий в разы порошковую и таблетированную формы хитозана.

Только натуральные компоненты!

Наша продукция – ЛУЧШИЙ ПОДАРОК ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ, КРАСОТЫ И ДОЛГОЛЕТИЯ!



## CDEK

Международная курьерская служба с представительством в 25 странах. Доставляем личные посылки, документы, онлайн-покупки и грузы для бизнеса. Экосистема с проектами B2B и B2C: постаматы, фулфилмент, мейл-форвардинг, финансовый агрегатор, маркетплейс.



## Maxma

Платформа для автоматизации маркетинга и программ лояльности. На рынке с 2016 года, более 200 клиентов в России и СНГ. Акции и бонусы, рассылки, персонализация, товарные рекомендации и аналитика – все в одном месте с удобным интерфейсом.



## Mango

MANGO OFFICE – российский разработчик сервисов для бизнес-коммуникаций, один из ведущих поставщиков SaaS-решений.

Бренд лидирует на российском рынке виртуальных АТС, услугами коммуникационной платформы MANGO OFFICE пользуются 60 тыс. российских компаний всех основных сфер: торговля и услуги, производство и строительство, медицина, туризм, финансовый сектор, страхование, автомобильная сфера. Обслуживаемый трафик – более 4 млн. звонков в сутки, охват сервиса – 100 городов РФ.

Компания сфокусирована на создании технологичных решений для ритейла, которые помогают автоматизировать бизнес-процессы, осваивать дистанционные форматы работы, создавать гибридные офисы, выстраивать эффективную коммуникацию с клиентами и внутри распределенных команд.

В продуктовой линейке MANGO OFFICE крупнейшая в России виртуальная АТС, решения для профессиональной обработки звонков и коммуникаций в цифровых каналах ритейла, облачные платформы для контакт-центров, инструменты martech, речевая аналитика, а также средства организации совместной и удаленной работы.



## Tevian

Tevian – ведущий разработчик программных продуктов в области компьютерного зрения и видеоаналитики, с активным внедрением в различные индустрии, включая ритейл, финансовый сектор и общественную безопасность в транспортной инфраструктуре.

- Откройте новые горизонты в управлении полевыми командами и повысьте продажи с помощью нашего сервиса распознавания товаров на полках.
- Моментально обнаруживайте фрод на кассах с помощью распознавания товаров на КСО и на транспортной ленте.
- Обеспечьте присутствие товара и соблюдение планаграммы с помощью сервиса видеомониторинга товаров на полках в торговых точках.
- Получите доступ к тепловым картам перемещения посетителей в торговых залах, считайте посетителей и обнаруживайте образующиеся очереди с помощью наших алгоритмов видеоаналитики.

<https://tevian.ai/ru>



### CheckOffice

CheckOffice – удобный сервис мобильного аудита полного цикла на основе электронных чек-листов. CheckOffice помогает оцифровать чек-листы, проводить проверки в удобном мобильном приложении, фиксировать нарушения и контролировать их устранение.

Более 400 компаний разных отраслей уже используют CheckOffice для автоматизации внутреннего аудита, среди наших клиентов Ашан, ОБИ, Гемотест, METRO, Русагро, StreetBeat, Петрович, One Price Coffee и многие другие.

Сервис помогает компаниям автоматизировать аудиты торговых точек, контролировать соблюдение корпоративных стандартов, качество обслуживания, безопасность объектов, знания сотрудников, работу подрядчиков и тд.

<https://checkoffice.ru/>



### НЛБ

Описание деятельности компании:

Группа Компаний «Национальные Лаборатории Безопасности» специализируется на разработке, внедрении и эффективном управлении высокотехнологичными решениями в области систем видеонаблюдения и автоматизации для широкого спектра заказчиков – от небольших частных объектов до крупных предприятий и торговых сетей.

Видеосистема собственной разработки является лидирующей в отрасли в сфере управления предотвращением потерь в ритейле и повышением эффективности управления предприятием.

Высокая эффективность управления достигается за счет работы профессиональных специалистов собственного Ситуационного Центра.

Понимание задач заказчика, высокое качество работ, внимание к деталям – на этом построено наше взаимодействие с заказчиками и партнёрами.

В настоящее время нашими заказчиками являются крупнейшие ритейлеры – Ашан, Лента, X5 Retail Group, и др.

Сайт компании: <https://www.nslab.ru>



### Voca-Tech

Voca-Tech – опытная команда, специализирующаяся на разработке WiFi аудиобейджа и речевой аналитики.

Наш главный принцип – индивидуальный подход к проектам, автоматизация процессов и постоянное совершенствование системы.

Мы предлагаем полный комплекс услуг для клиентов, искренне стремимся к удовлетворению их потребностей, и всегда готовы помочь в достижении бизнес-целей.



### Preoteams

Консалтинговая компания PROTEAMS специализируется на разработке стратегии и развитии культуры производительности в ритейле.

**INPAS**

PAYMENT SOLUTIONS

## INPAS

INPAS – комплексный поставщик платежных решений и услуг для банков и ритейла.

Мы помогаем выстраивать и поддерживать эквайринговую инфраструктуру в России: обеспечиваем прием безналичной оплаты – в ритейле, участвуем в реализации продуктовой стратегии – в банках. Также сотрудничаем с международными платежными системами (МПС) в развитии платежных технологий на территории РФ, внедряем инновационные методы оплаты: QR-коды, Face ID, WeChat и т. п.



## NBT-SIBIR

ООО «НБТ-Сибирь» – завод-производитель бытовой химии в Новосибирске. Уже более 20 лет мы на рынке бытовой химии, и за это время мы из маленького производства превратились в большую производственную площадку. Наше преимущество для наших партнеров в надежности, постоянном развитии, быстром принятии решений и ответственном подходе к своему делу. Мы постоянно развиваемся и открываем для себя новые направления – анти-септики, профессиональные моющие средства, пластины для стирки и подвесные блоки.



## TimeBook

Российская ИТ-компания, занимающаяся разработкой СУРВ. Инновационные инструменты timebook позволяют автоматизировать полный цикл управления всеми категориями персонала (собственный персонал, аутсорсеры, мерчандайзеры). Внедрение системы дает возможность с помощью нейронных сетей автоматически строить наиболее эффективные графики работы сотрудников, учитывать их фактически отработанное время, а также формировать таблицу отработанного времени и любую другую управленческую отчетность в предметной области.

**ScanKass**

## ScanKass

ScanKass (резидент «Сколково») – профессиональная система комплексного мониторинга рабочего места кассира. Программа в течение 1 минуты сообщает специалисту о сбое в системе и дает рекомендации по устранению.

В личном кабинете доступна статистика ошибок для отслеживания рисков и планирования профилактических работ. Все данные об оборудовании, программах и сроках действия в одном месте. ScanKass заранее сообщит, какую кассу необходимо перерегистрировать, а на каком аппарате обновить ПО.

Подробнее: [scankass.ru](http://scankass.ru)



### Wilstream

Wilstream – современный контакт-центр

На рынке с 2002 года. Более 2 500 сотрудников, 5 офисов в Москве, Нижнем Новгороде и Баку.

Помогаем увеличить прибыль и улучшить клиентский опыт. Обрабатываем входящие обращения, приводим клиентов, актуализируем данные, проводим опросы и решаем задачи бизнеса.



### Мокка

Мокка – один из самых популярных BNPL-сервисов, который работает с более чем 15 млн. пользователей и представлен в более 7,500 магазинах ведущих ритейлеров. Компания была основана в 2012 г., и основная идея заключается в том, чтобы предоставить максимально широкому кругу покупателей возможность моментально совершить покупки, оплачивая их позже равными частями по удобному графику. Одна из особенностей сервиса – mobile native направленность – никакого подписания бумаг и типичной банковской бюрократии



### eLama

– eLama – единая платформа для эффективного управления интернет-рекламой. Упрощаем запуск кампаний и работу с рекламой, помогаем получить максимальный результат.

Работаем с рекламными системами и сервисами: Яндекс Директ, Telegram Ads, ВКонтакте, Telega.in, Авито, myTarget и др., а также предоставляем бесплатный доступ к инструментам для работы с рекламой: Loktar, BotFAQtor, ClickFraud, Onesy, SmartbotPro, Pepper.Ninja.

Предоставляем возможность оплачивать работу более чем в 10 системах интернет-рекламы, аналитики и коллтрекинга с отсрочкой до 30 дней.

Помогаем соблюдать закон о маркировке интернет-рекламы: автоматически передаем данные для регистрации креативов и получения токенов и формируем отчетность.

Для агентств и фрилансеров есть возможность получать ежемесячное вознаграждение до 15% от оборотов клиентов с первого месяца работы.

Проводим обучающие мероприятия и выпускаем полезные материалы в сфере интернет-маркетинга: курсы, вебинары, статьи и многое другое.



### Планум

Планум – платформа для корпоративного планирования и бюджетирования, которая обеспечивает максимальную гибкость моделирования как в Excel и легкость управления данными в финансовых департаментах среднего и крупного бизнеса. Планум помогает трансформировать такие процессы, как бюджетирование и прогнозирование, производственное и коммерческое планирование, управленческий учет, консолидация и управление затратами HR.

## NUTRINO LAB NUTRINO LAB

Фабрика Детского Питания в Сербии современное предприятие, основная деятельность которого направлена на создание новых, инновационных продуктов питания. Коллектив специалистов специально разработал фруктовый пюре Nutrino Lab с добавлением ягод, овощей и круп для взрослого потребителя. Продукт отличается 100% натуральным составом, отсутствием добавленных сахаров. В качестве полезных перекусов мы предлагаем наши фруктовые пюре Nutrino Lab, которые упакованы в удобную упаковку пауч. Нужно просто открыть крышку и насладиться вкусом полезных фруктов. Безопасное потребление в условиях большого города – основа здоровья. Продукт отличается высокое качество подтвержденное стандартами качества FSSC, HACCP, ISO.

Подробнее: [nutrinolab.ru](http://nutrinolab.ru), <https://www.nutrinolab.ru/>



## Айти Групп 42

ООО «Айти Групп 42» – это специалисты в области поведенческой и предиктивной видеоаналитики. Компания занимается разработкой технологии прогнозирования поведения на базе нейросетевого программирования, компьютерного зрения, построения высокоточных 3D моделей помещений, межкамерного трекинга движущихся объектов. Создает комплексные решения для промышленности, ритейла, складской логистики и др. с целью повышения эффективности работы систем видеонаблюдения и служб безопасности, автоматизации контроля за соблюдением трудовой дисциплины и техники безопасности, исполнения бизнес-процессов, выявления, а главное, прогнозирования нарушений и угроз в режиме реального времени.



## Связь инжиниринг М

Компания АО «Связь инжиниринг М» с 2005 года создает системы учёта энергоресурсов на базе собственного оборудования и программного обеспечения. И является лидером услуг по эффективному снижению расходов на потребление электроэнергии в России.

Сегодня компания помогает ежегодно экономить более 1 млрд. рублей крупнейшим торговым сетям, банкам, сетям АЗС, операторам сотовой связи, ресторанам и другим клиентам по стране.



## TR-Project

TR-Project – российский разработчик программных продуктов для автоматизации полевых команд в ритейле.

С 2015 года мы успешно сотрудничаем с крупными российскими и международными компаниями, предоставляя им инновационные решения для автоматизации работы полевых команд.

Мы запустили более 100 проектов. Нашим приложением ежедневно пользуются более 5000 пользователей.

Наша цель – помочь компаниям увеличить эффективность работы своих сотрудников и достичь высоких результатов в розничной торговле.

## STALOGISTIC

### STALOGISTIC

Международный логистический оператор с офисами в России, Беларуси, Казахстане, Узбекистане, ОАЭ, Польше, Литве, Швейцарии.

20 лет мы предлагаем эффективные логистические решения.

С момента образования в 2003 году Компания постоянно развивается: штат составляет более 600 человек, которые ежемесячно обрабатывают 6 000+ заказов.

Высокая квалификация специалистов и стандарты работы позволили STALOGISTIC доставить 99% грузов в 2023 году в срок и целостности.

<https://stalogistic.com/>



## Direct art

ООО «ДИРЕКТ АРТ» – надежный партнер по разработке и производству рекламной продукции, POS материалов, упаковки и торгового оборудования.

Компания имеет большой опыт и базу реализованных проектов.

Собственное производство общей площадью более 2000 кв.м., оснащённое современным оборудованием позволяет реализовывать проекты любой сложности.





## ЭФКО Косметик

ООО «ЭФКО Косметик» – современное высокотехнологичное предприятие по производству мыла и моющих средств, позволяющее выпускать 6000 тонн продукции в месяц. Является лидером по производству твердого мыла в России. Ассортиментная матрица насчитывает более 300 SKU: собственные торговые марки: «Fresh», «МАЛИО», «Magic Drive», «ICE Caprice», контрактное производство: «Самау», «Fah», «Duru», «Sinergetic», «ЕХХЕ», бренды крупных торговых сетей: «Красная цена»-Пятерочка, «Каждый день»-Ашан, «365 дней»-Лента. Вся продукция изготавливается на основе натурального растительного сырья и проходит проверку качества на всех этапах производства. «ЭФКО Косметик» реализует свою продукцию на всей территории Российской Федерации, а также экспортирует в страны СНГ, Азербайджан, Грузию и Туркменистан. Уникальность предприятия – единственная в России линия по производству двухцветного мыла «multicolor».



## RUSTA

Группа компаний RUSTA, осуществляет международные перевозки грузов автомобильным, морским, железнодорожным и авиационным транспортом.

Развитая представительская сеть из более 76 филиалов. Входим в топ 20 таможенных представителей. Мультимодальные контейнерные перевозки в импортном и экспортном направлении из всех портов, открытых для международного судоходства. Современный СВХ на 1008 м2 на границе Польши и Республики Беларусь, г. Брест. Представительства в Китае, Казахстане, Сербии, ОАЭ, Белоруссии Собственный торговый дом в Турции. Консолидационные склады с маркировкой: г. Шанхай – под фармацевтическую продукцию и г. Шэньчжэнь – под одежду и обувь.

RUSTA, осуществляет международные перевозки грузов автомобильным, морским, железнодорожным и авиационным транспортом.

Развитая представительская сеть из более 76 филиалов. Входим в топ 20 таможенных представителей. Мультимодальные контейнерные перевозки в импортном и экспортном направлении из всех портов, открытых для международного судоходства. Современный СВХ на 1008 м2 на границе Польши и Республики Беларусь, г. Брест. Представительства в Китае, Казахстане, Сербии, ОАЭ, Белоруссии Собственный торговый дом в Турции. Консолидационные склады с маркировкой: г. Шанхай – под фармацевтическую продукцию и г. Шэньчжэнь – под одежду и обувь.



## Ventra Go!

Ventra Go! – сервис для заказа массового персонала в ритейле. Сегодня на платформе занято более 500 000 исполнителей, которые подрабатывают на более, чем 5500 торговых точках и объектах по всей стране. Мобильное приложение Ventra Go! доступно на платформах iOS и Google Play.

Подробнее: [ventrago.ru](http://ventrago.ru)



AIR PRODUCTION

## Air Production

Air Production – web-production с 8 летним опытом. Мы анализируем, проектируем, верстаем, создаем дизайн, программируем, вводим в эксплуатацию и поддерживаем интернет-проекты. Наши ключевые направления – финансово-страховой сектор, медицинский, сложные промо-проекты, медиа и электронная коммерция.

### Вы по адресу, если вам нужно запустить:

- маркетплейс;
- интернет-магазин;
- спецпроект;
- агрегатор: товаров, банковских и страховых услуг и др.;
- логистический сервис или похожий проект;
- портал для СМИ;
- лендинги под определенные программы и сезонные акции

За каждым из этих направлений у нас закреплена отдельная рабочая группа с соответствующими компетенциями, которая занимается только ими.

Мы оптимально используем наши навыки на весь комплекс работ – от предпроектных исследований до промышленной эксплуатации и развития.

К нам можно обратиться за сложным проектом, на разработку которого уйдет от нескольких месяцев и где нужно предусмотреть большое количество функций для пользователей.



## ADENTUM FINANCE

Компания АДЕНТУМ-ФИНАНС предоставляет российским предприятиям услуги по привлечению внебанковского финансирования через размещение облигационных займов на финансовых платформах (маркетплейсах), объемом от 100 млн. рублей, на срок от 3 (трех) лет, без залогов и ограничений по целевому использованию.

Для каждого клиента мы разрабатываем индивидуальную долгосрочную программу выхода на рынок капитала, расширения и удешевления инструментов заимствования, и повышения капитализации предприятия.

## Руспродсоюз

Руспродсоюз – это профессиональный союз, защищающий интересы производителей и поставщиков продуктов питания. На рынке с 2009 года.

Объединяет производителей и поставщиков в офлайн/онлайн торговые сети для формирования, донесения, отстаивания и укрепления позиции членов Руспродсоюза перед государством и ритейлерами. Девиз союза: «Один объединенный профессиональный голос сильнее 100 отдельных!»

В Союзе свыше 450 участников: аграриев, переработчиков, дистрибьюторов, логистов, операторов ОРЦ, поставщиков технологических решений. Ассоциация не только профессиональный лоббист и центр уникальной рыночной экспертизы, но и платформа для общения профессионалов, обмена знаниями и best practices, а также обучения.



## **ancor** **ANCOR**

ANCOR – стаффинговая группа, основанная в 1990 году. ANCOR предлагает клиентам решения в области аутсорсинга HR-функций и бизнес-процессов, рекрутмента и консалтинга, является поставщиком цифровых продуктов и решений для кадровой сферы.

Головной офис группы компаний находится в Москве. ANCOR имеет широкую региональную представленность, более 20 офисов в Российской Федерации.

ANCOR является лидером кадровой индустрии в России. В 2023 году оборот группы в РФ составил 27 миллиардов рублей.

Более 2000 клиентов пользуются услугами ANCOR. Более 40 000 кандидатов находят постоянную и временную работу с ANCOR.

ANCOR три года подряд входит в список топ-50 компаний в мире по выручке от профессионального рекрутмента по данным агентства Staffing Industry Analysts.



## **GBS**

GBS: Логистическая компания с end-to-end решениями для международных e-commerce посылок, образцов и партий грузов, лицензированный таможенный брокер. Услуги GBS: импорт, экспорт, фулфилмент за рубежом, финансовая логистика, поиск поставщиков и пр.

<https://www.gbs-broker.ru/ru>



## **Omnidata**

Omnidata – российский разработчик облачных сервисов для производителей и ритейлеров.

Продуктами Omnidata пользуются крупнейшие игроки food, fashion и DIY рынков – Магнит, Lamoda, Самокат.

В портфеле компании три основных решения для автоматизации бизнес-процессов в ритейле:

PLM (Product Lifecycle Management) – управляет собственными торговыми марками и коллекциями

В сегменте food – налаживает эффективную работу с производителями по запуску товаров под собственными торговыми марками.

В сегменте fashion – охватывает все этапы работы над коллекциями от планирования до контроля производства, включая разработку моделей и образцов, квотирование поставщиков, формирование техпака.

SRM (Supplier relationship management) – управляет взаимодействием с поставщиками: сквозная автоматизация коммерческих процессов по всему жизненному циклу поставщика от онбординга до ввода новинки в ассортимент

MDM (Master Data Management) – управляет мастер-данными: единый источник правды о товарах и поставщиках, включая товарный контент для e-commerce

Решения Omnidata позволяют ритейлерам и производителям консолидировать работу над товаром и вести коммуникацию в единой системе.



## Greenvilka

Компания ООО «Грин-вилка» находится среди экологически чистых лесов Кировской области и изготавливает натуральные деревянные столовые приборы (ложки, вилки, ножи), палочки для мороженого, а также размешиватели для напитков.

<https://greenvilka.com/>



## ЮKASSA

Сервис для приёма онлайн-платежей, лидер среди специализированных платёжных сервисов по рейтингу РБК. У ЮKassa больше 10 популярных платёжных способов, готовые решения для интеграции с сайтами и инструменты для роста конверсии.



## Ecolatier

Бренды Ecolatier, CAFÉ MIMI, Bath Garden. Мы ведем исследовательские работы, направленные на разработку и создание косметических средств, где идеально сбалансированы самые передовые достижения косметологии и самые ценные традиции применения растительных экстрактов и масел. Мы с заботой относимся к природе и бережно используем растительные возобновляемые ресурсы. Наши производственные площадки работают по принципу «чистого производства», не загрязняют окружающую среду и берегают ресурсы.



## Третье Чувство

Компания «Третье Чувство» – Лидеры в области профессиональной ароматизации в России с опытом более 13 лет

Предоставляем Качественный сервис по ароматизации бизнеса, нейтрализации запахов и контрактного производства продукции

За 14 лет работы мы нашли лучшие решения по ароматизации для огромного количества компаний из разных сегментов бизнеса: автосалоны, гостиницы, кинотеатры, кафе и рестораны, бизнес-центры и другие

Все наши ароматы разрабатываются и выпускаются ведущими мировыми производителями парфюмерии премиум класса. Мы работаем с сертифицированным высокотехнологическим европейским оборудованием.

Нам доверяют лидеры отраслей

Наша миссия – качественное создание атмосферы для роста возможностей.

Включайте чувства вместе с нами!



## RED LINE

Компания была создана в 1994 году, начинала свою деятельность с обработки ДСП и МДФ, потом добавилась покраска изделий, закупка МДФ и ДСП, изготовление рекламной продукции, осуществление ремонтных и строительных работ. Сейчас компания имеет хорошую репутацию и имя на рынке. Может сдавать объект «под ключ», выполняя строительно-монтажные работы, производство торгового оборудования и рекламной продукции. Клиентами компании являются крупнейшие сети по продаже косметики и парфюмерии, магазины беспошлинной торговли DUTY FREE, сети по продаже ювелирных украшений, магазины одежды, сумок и аксессуаров люксовых зарубежных марок.



## btlscreen

Производство и установка нестандартных размеров LCD-экранов по всей России.

Мы предлагаем полный спектр услуг, продажу и поставку оборудования, разработку проектов, их ведение и обслуживание.

Мы поможем подобрать все необходимое для успешной реализации проекта в соответствии с вашим техническим заданием.

Наши LCD-экраны подходят для: ретейла, транспорта, ресторанов, кафе, и т.д.

У нас богатый опыт работы с профессиональным световым, фото/видео оборудованием, продукцией и решениями в области Digital Signage и цифрового контента. Мы всегда соблюдаем высокие стандарты обслуживания и качества оборудования.



## Роскачество

Российская система качества (Роскачество) – национальная система качества России, созданная распоряжением Правительства Российской Федерации № 780-р от 30 апреля 2015 г.

Роскачество объединяет в себе разные типы задач в области создания и продвижения идеологии и культуры качества, стандартизации, сертификации, оценки качества процессов, проведения потребительских исследований качества товаров и услуг, просвещения потребителей.

В целях решения системных задач Роскачество сочетает компетенции государственной структуры, института развития, проектной компании, исследовательского агентства, научной организации (включая технические комитеты как методологическую базу), развивает и поддерживает сеть аккредитованных лиц в области сертификации и подтверждения соответствия и ряд других элементов инфраструктуры качества.

Основными задачами Роскачества являются повышение качества жизни граждан России, развитие институтов качества и национальной системы качества, рост экономики страны.

Как оператор российского Знака качества Роскачество присваивает его лучшим российским товарам уже более семи лет

## K2TEX K2Tex

K2Tex – эксперт ИТ-рынка по системной интеграции, разработке программных решений и сервисной поддержке. Более 15 лет реализует проекты в области инженерной, аппаратной и программной инфраструктуры, информационной безопасности, пользовательского ПО и бизнес-приложений.

Реализовали 2500+ проектов для 400+ компаний ритейла. В нашем портфеле решения для цифровизации управления товародвижением, торговой точкой, персоналом, маркетингом, производством, инфраструктурные решения, big data и BI и др.



Team for  
Retail

## Team4Retail

Team4Retail – технологичная и современная компания, которая занимается разработкой передового ПО для оптимизации операций в ритейле.

В портфеле компании:

- Управление и оптимизация ассортимента
- Прогнозирование регулярного спроса
- Прогнозирование промо акций
- Автозаказ и управление цепью поставок
- Управление промо календарем
- Аналитика эластичности цен

T4R совмещает технологии и глубокие знания в ритейле, а также точно понимает как адаптировать ИТ решения для повышения эффективности бизнес-операций.



## EQWA

Оператор Платежных Услуг EQWA – современная финтех компания, представляющая собой экосистему платежных продуктов и банковских решений для бизнеса.

Мы тщательно подбираем продукты и услуги от ведущих банков и поставщиков платежных решений на выгодных условиях, чтобы помочь Вам развивать Ваш бизнес!

- Подключаем торговый и интернет эквайринг с самыми выгодными ставками, без визита в банк, берем оформление документов на себя
- Продажа и аренда платежного оборудования, которое подходит конкретно для вашего бизнеса, с гарантией на 1 год
- Предоставляем лицензии SoftPOS
- Подключаем Кассы «под ключ» по самым выгодным ценам на рынке
- Имеем широкую сеть техподдержки: предоставляем консультации 24/7 и осуществляем сервисные услуги по всей России
- Быстро интегрируемся с любыми внешними сервисами и кассами



## Гельтек-Медика

Компания «Гельтек-Медика» – российский производитель профессиональной косметики, средств для ухода за веками, медицинских контактных сред для ультразвуковой и функциональной диагностики.

Гельтек – это «умная» косметика, разработанная в медицинской лаборатории совместно экспертами-химиками и дерматологами специально для точного решения индивидуальных проблем.

### Наши цели

- Создаём продукты, которые помогают людям решать их проблемы с кожей, а не гедонизма ради.
- Снижаем вред, наносимый окружающей среде путём оптимизации производства и упаковки.
- Учим наших клиентов чётко понимать потребности своей кожи и подбирать уход конкретно под них.
- Мы против любого фанатизма и за научный подход. Сказки про альпийские луга и высокогорный воздух не сделают вашу кожу лучше, а наши продукты сделают.



## Русманекен

Русманекен – лидер рынка по производству и продаже манекенов в России и СНГ с 2013 г.

Самый большой ассортимент – Все виды манекенов в любом цвете: женские, мужские, детские манекены и демонстрационные формы, а также плечики (вешалки), подиумы, зеркала и другое торговое оборудование для магазина.

- Собственное производство в России – Гарантия лучшей цены. Короткие сроки производства (от 10 дней)
- Эксклюзивные манекены – разработка моделей по индивидуальному заказу
- Быстрая доставка – отгрузка со склада в Москве 1–3 рабочих дня



## Астрос

Астрос – это комплексные логистические решения вне границ, проверенные временем и нестабильностью. Уже более 30 лет семейная бельгийская компания создаёт цепочки поставок, использует собственные и арендованные складские терминалы в крупнейших городах России. Астрос не просто осуществляет мультимодальные перевозки, но является и лицензированным таможенным брокером с 1996 года. Компания лидирует в сфере безопасных перевозок высокостоймых грузов.

Команда Астрос готова разработать и организовать проектную или негабаритную поставку, логистическое решение, которые, как иногда кажется на первый взгляд, не выполнить. Это становится возможным благодаря команде профессионалов свыше 500 человек с обширными знаниями логистического рынка и его особенностей. Также мы выступаем и в роли торгового партнёра – Астрос помогает международным компаниям развивать присутствие на рынках и выходить на новые, упрощая финансовые схемы и оптимизируя логистические сервисы.

Команда Астрос предоставляет следующие решения:

- международные и внутренние перевозки всеми видами транспорта
- мультимодальные перевозки
- тамож



## ХИМРОС

Компания ХИМРОС – производитель бытовой химии и косметики из Санкт-Петербурга. Бренды CLEAN HOME (экологичные средства для стирки и уборки), AQUASMART (гипоаллергенная бытовая химия без цвета и запаха) и Розовый крот (Средства для прочистки фановых труб). Также осуществляем разработку и контрактное производство продукции под СТМ. Наше производство сертифицировано по Системам менеджмента качества ИСО 9001 и Системам экологического менеджмента ИСО 14001.

Подробнее о нас: <https://chemrus.ru>



## Альфа-Сервис

Альфа-Сервис – лидер клининговой отрасли в России. Мы оказываем услуги с 2003 года, специализируясь на профессиональной уборке объектов промышленной и коммерческой недвижимости. Ежедневно мы обслуживаем более 3 млн. квадратных метров коммерческих площадей и около 200 га прилегающих территорий. Победитель номинации «Лучшая клининговая компания 2022» в области коммерческой недвижимости CRE Moscow Awards 2022. Наши основные конкурентные преимущества: опыт, менеджмент, технологии. Гарантируем максимальный результат Ваших инвестиций в чистоту.





### CRM

#### НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РИТЕЙЛЕРОВ ОТ CRM

На Неделе Российского Ритейла организаторы крупнейшей международной выставки моды CRM презентуют новые возможности по развитию бизнеса для ритейлеров одежды. 26–29 августа в Экспоцентре состоится 42-й сезон CRM, где ритейлеров ждет более 900 коллекций весна-лето 2025 из десятков стран. В программе – модные показы, мультиформатный бизнес-форум, яркие тренд-зоны и максимально комфортные условия для делового общения и совершения сделок.



### Профлайн

Профлайн Российский завод-производитель бытовой химии, средств для уборки дома, профессиональных моющих средств и косметической продукции.

Завод находится в центре Сибири, г. Новосибирск. Общей площадью 3 Га с собственным складом, современными производственными линиями и развитой логистической инфраструктурой.

Одним из преимуществ компании является инновационное производство полного цикла.

Разработка формул и исследования проводятся совместно с ведущими аккредитованными научными центрами России.

Компания ежегодно производит более 11 млн. единиц продукции и имеет около 450 скю. Сотрудничает с ведущими российскими и зарубежными производителями сырья и комплектующих материалов.

Для обеспечения функционирования производства компания имеет современную развитую инфраструктуру, которая позволяет производить продукцию высокого качества в соответствии с принятыми мировыми стандартами.



### Анна Фомичева

#### Академия международного бизнеса Анны Фомичевой

Овладейте инструментами внешнеторгового бизнеса с экспертом в вопросах международной торговли Анной Фомичевой.

Программы Академии подходят всем, кто планирует или ведет бизнес с зарубежными странами: вы обучаетесь выстраивать правильные связи, разрабатываете стратегии ведения бизнеса, обеляете поставки. Мы даем базовые знания о ВЭД, только рабочие инструменты и техники по работе с Китаем и другими странами.

Как результат вам понятно, как выстроить бизнес с Китаем или другой страной, вы готовы к прямой работе с поставщиками, созданию собственного бренда, отстройке от конкурентов и масштабированию бизнеса.

15 лет опыта и практики Анны Фомичевой упакованы в онлайн и офлайн программы Академии и одобрены Министерством образования.

## Ozon

Ozon – мультикатегорийный маркетплейс с развитой логистической сетью в России. На площадке представлено более 370 млн. товарных наименований в более чем 20 категориях: от книг и одежды до продуктов питания и товаров для здоровья. Ozon активно развивается как интернет-платформа – более 90% ассортимента площадки формируют партнеры маркетплейса. Более 90 млн. активных покупателей уже получает заказы с помощью развитой логистической инфраструктуры Ozon, которая также позволяет тысячам предпринимателей продавать товары в 11 часовых поясах. Ozon активно развивает систему сервисов, комплементарных своему основному бизнесу, – в том числе fintech-продукты и сервис быстрой доставки продуктов Ozon fresh.



## Yoobuy

Компания Yoobuy основана в 2008 году и в 2022 году был создан филиал в Москве. За 16 лет активного ведения бизнеса мы накопили уникальный опыт сотрудничества с китайскими поставщиками и российскими продавцами.

Делая всё «под ключ», мы поможем вам найти надежных поставщиков в Китае, и оплатить в USD и других валютах китайским поставщикам и создаем стабильные цепочки поставок, без влияния санкций. Мы сотрудничаем с более чем 1000 китайскими фабриками и компаниями без посредников, что позволяет предоставлять клиентам товары высокого качества по доступным ценам. Yoobuy располагает собственными складами и стабильными логистическими каналами, предоставляем клиентам 90 дней бесплатного складского хранения и разработаем подробную логистическую схему. Делаем визуализацию, чтобы вы были спокойны за выполнение своего заказа и процесс поставок.

Компания Yoobuy придерживается миссии «Делаем международные переводы проще», благодаря профессиональной команде, стабильным партнерам, удобным способам оплаты, быстрой и безопасной логистике и складским услугам помогаем продавцам развивать свой бизнес.



## Reshape Analytics

Разрабатываем инновационные IT-решения для автоматизации бизнес-процессов. Используем передовые технологии анализа данных, чтобы предоставить вам точную информацию для принятия эффективных решений и роста вашего бизнеса.

## VIRTU VIRTU

VIRTU – один из лидеров российского рынка в области разработки и производства POSM и индивидуального торгового оборудования для брендов и ритейла.

Компания производит монтажи по всей территории России, в странах ближнего зарубежья и на Ближнем Востоке.

Клиентами VIRTU являются крупные российские и мировые бренды и ритейлеры в следующих сегментах рынка: косметика и парфюмерия, одежда и аксессуары, бытовая техника и электроника, алкоголь и продукты питания, товары для детей, travel retail и др.

Представительство VIRTU в Казахстане – компания V2 Eurasia.



## ЭКЗО

ЭКЗО – производитель натуральных бальзамов для губ EGG для ежедневного применения. Сочные, вкусные и полезные бальзамы, идеально подходят для продажи в аптечном ритейле, а также в федеральных и региональных торговых сетях.

Богатые растительными пищевыми ингредиентами, они имеют ярко выраженные вкусы на любой запрос: от экзотических – кокос + сливки, манго + ананас, до самых популярных – сливочный кофе + ваниль, клюква в сахаре, бабл гам.

Наша особая технология, схожая с производством кондитерских изделий, позволяет нам создавать интересную форму в виде конфет трюфелей. А уникальный состав придаёт продуктам полезные свойства: питание, защита, борьба со стрессом, старением и негативным воздействием окружающей среды.

Продукция полностью производится в Москве по запатентованной технологии на органических составах. Наша упаковка из вторсырья с возможностью переработки,

с экономикой замкнутого цикла, применяя Рециклинг.

Мы являемся участниками программы «Знай наших» на 1 федеральном канале, рассказывающей о уникальных производствах России.



## ГРАСС

Компания ГРАСС – крупнейший российский производитель автохимии, бытовой химии и средств для клининга.

Сегодня ГРАСС выпускает более 800 продуктов, которые представлены в 45 странах мира.

Компания активно развивается, постоянно расширяя ассортимент производимой продукции, которая широко представлена как в популярных торговых сетях так и на самых крупных маркетплейсах.



## Эквио

Эквио – HR-платформа, модульное решение для управления развитием персонала, автоматизации онбординга, корпоративного обучения, построения индивидуальных планов развития, HR-аналитики, оценки, информирования, вовлечённости, удержания и мотивации сотрудников. Готовые продукты и дополнительные модули для быстрого решения ваших бизнес-задач. Проверено рынком. Рассчитано на крупный, средний и малый бизнес. 100% российское ПО. Быстрый запуск. White label платформы и приложения, размещение в облаке или на ваших серверах. Не требует доработок. Гибкие настройки под ваш бизнес-сценарий. HR-платформу Эквио можно протестировать абсолютно бесплатно. Для этого достаточно заполнить заявку на сайте  
Подробнее: [e-queo.com](http://e-queo.com)

## Наймикс Наймикс

«Наймикс» – это маркетплейс подработки, который объединяет задачи бизнеса и желание исполнителей иметь дополнительный доход! Сервис помогает снижать операционные затраты и улучшает внутренние процессы при работе с внештатными исполнителями.



## ЭЙЧДИ

«ЭЙЧДИ» – ведущий производитель светодиодных медиаэкранов в России и СНГ

Нами был пройден долгий путь длиной более 10 лет, в течение которого мы расширяли штат сотрудников, масштабы проектов, ассортимент услуг и регионы работы. Сейчас компания – это завод по производству светодиодных экранов, офис продаж и обслуживания, проектное бюро, монтажные организации.

Накопленный за годы работы опыт, отработанные и проверенные технические решения позволяют нам выпускать продукт, обладающий высокой степенью надежности и удобством использования.

На нашем счету большой опыт реализации как типовых, так и нестандартных проектов. Ежедневно мы совершенствуем каждый этап работы – инжиниринг, проектирование, программирование, производство, монтаж, сервисное обслуживание.

И все это благодаря участию нашей прогрессивной команды специалистов, позволяющих нам не только предоставлять наши услуги и экраны на высоком уровне, но и идти в ногу со временем.

Уверены, что Ваш объект станет предметом нашей гордости.



## ДЫМОВ

Компания «Дымов», основанная в 2001 году бизнесменом Вадимом Дымовым, сегодня входит в ТОП-10 производителей колбасных изделий России:

- 4 производственные площадки в городах Москва, Дмитров, Калуга и Красноярск
- 5 животноводческих комплексов во Владимирской и Ивановской областях, Краснодарском и Красноярском краях
- 300 + наименований выпускаемой продукции
- Наши достижения:
- Продукция под брендом «Дымов» представлена в крупных федеральных торговых сетях и поставляется в ведущие кафе и рестораны по всей России
- Компания «Дымов» – ведущий производитель в категории «Мясные снеки»
- Компания «Дымов» – ежегодный победитель и лауреат различных продуктовых премий
- Сосиски «Молочные ГОСТ» и «Сливочные» обладатели золотых медалей и знака качества «Роскачества»

Для нас не существует компромиссов в вопросах качества и вкуса – если делать, то делать лучшее!



## Addreality

Компания Addreality – российский разработчик программного обеспечения в сфере Digital Signage. К платформе Addreality подключены более 60 000 экранов. Addreality входит в реестр российского ПО. Является резидентом Сколково. Платформа Addreality позволяет удалённо управлять контентом на любых дисплеях и аудиоколонках с помощью программного обеспечения Addreality независимо от операционной системы и марки оборудования.



## Объединенные кондитеры

Холдинг «Объединенные кондитеры»

Российский кондитерский холдинг, объединяющий 16 предприятий, в том числе – знаменитые фабрики «Красный Октябрь», «Кондитерский концерн Бабаевский», «РОТ ФРОНТ».

Фабрики холдинга производят свыше 3500 наименований кондитерских изделий, объемы производства составляют более 360 тыс. тонн кондитерских изделий в год.

В ассортиментном портфеле холдинга – известные российские бренды «Алёнка»®, «Бабаевский»®, «Вдохновение»®, «Мишка косолапый»®, «Коровка»®, «Птичье молоко»® и многие другие.

## ОЧАКОВО

натуральные напитки

### Очаково

АО МПБК «ОЧАКОВО» – крупнейшее 100% российское предприятие пиво-безалкогольной отрасли без участия иностранного капитала, ведущий производитель натуральных напитков и безусловный лидер на рынке кваса.

Уже 45 лет компания уверенно держит высокую планку качества в производстве напитков и постоянно расширяет ассортимент, среди которого пиво, квас, сок, газированные напитки, лимонады, холодный чай, слабоалкогольные напитки, энергетические напитки, питьевые воды, вино и крепкий алкоголь.

«Очаково» – №1 на рынке кваса в России и единственный крупный производитель кваса по традиционной технологии двойного брожения: дрожжевого и молочнокислого.

Среди брендов компании: квас №1 «Очаковский», деревенские квасы «Семейный секрет», газированные напитки COOLCOLA, FANCY, STREET, TONESS, «Мохито FRESH». Новинки сезона: лимонады LIMONTEL и солодовый безалкогольный напиток KERN.

В состав компании входят 10 предприятий, построенных с нуля, среди которых заводы в Краснодаре, Пензе и Тюмени, солодовня в Липецкой области и винзавод на Таманском полуострове.

Своя сырьевая база позволяет контролировать качество продукции компании от поля до прилавка, а также развивать новые направления производства: выпуск полисолодового экстракта, производство масла из виноградной косточки, а также натуральной косметики на виноградном сырье.

Продукция компании «ОЧАКОВО» поставляются в 60 регионов России и более чем в 30 зарубежных стран.



### Союзпищпром

ООО «Объединение «Союзпищепром» – это крупная компания, занимающаяся производством продуктов питания является лидером пищевой промышленности на Урале.

Компания работает по принципу «от поля до прилавка», контролируя весь процесс производства – от выращивания сырья до упаковки готовой продукции. Ассортимент компании включает более 450 наименований продукции. Среди них макаронные изделия, крупы, мука, масло, растительные напитки и др. Продукция «Союзпищепрома» пользуется спросом в России и за рубежом.

## Good Day



### Karal Api

Karal Api Group один из крупнейших поставщиков продуктов питания и напитков Индонезии. Ассортимент продукции включает кофе, кондитерские изделия, печенье и немолочные сливки. Будучи лидером на рынке кофе, компания предлагает жаренный кофе в зернах, молотый кофе, растворимый кофе «3-в-1» и зеленые бобы под брендами «Excelso», «Karal Api», «ABC», «Good Day 3-в-1», Арабика «Kalosi Toraja», «UTZ» (зеленые бобы). На рынке России продукция представлена с 2016 года. Открытие российского подразделения компании запланировано на 2024 год.



**Нескучные  
финансы**

## Нескучные финансы

«Нескучные финансы» – российская компания, которая предлагает широкий спектр услуг, включая аутсорсинг финансового и управленческого учёта, образовательные мероприятия и консультационные услуги. «Нескучные финансы» помогли наладить финансовый учёт более 4000 организаций. На постоянной основе с ними работают больше 700 клиентов. В команде трудятся более 350 финдиректоров.



## VIVILEN

В 2021 году СИБУР запустил бренд продуктовых решений Vivilen с вовлечением вторичного сырья в технологическую схему производства.

Vivilen – инновационный бренд полимеров с вовлечением переработанного пластика для производства экоупаковки. Бренд объединяет упаковочные решения как для пищевого (Vivilen rPET с содержанием вторичного пластика до 30%), так и неп пищевого применения (Vivilen rPO – с долей переработанного пластика до 70%).



## ЛЭТУАЛЬ

ЛЭТУАЛЬ – это яркое бьюти-пространство, где есть всё для красоты и не только:

- декоративная косметика;
- средства для ухода за кожей и волосами;
- парфюмерия;
- товары для дома;
- аксессуары;
- и много других продуктов для души и тела.

Мы стараемся, чтобы наши клиенты были довольны каждой покупкой. И поэтому:

- бонусами можно оплачивать до 50% покупок;
- многие бренды представлены эксклюзивно в ЛЭТУАЛЬ;
- проводим розыгрыши в социальных сетях;
- персональные и общие акции проходят в рознице и онлайн.

Быть с ЛЭТУАЛЬ – красиво!



## КВИНТ

КВИНТ – ведущая IT-компания в области разработки речевых технологий. Голосовые ассистенты КВИНТ помогают бизнесу автоматизировать исходящие и входящие звонки, сократить расходы на колл-центр в 2–4 раза, снизить стоимость контактов до 80% и повысить лояльность пользователей. Наша команда создала 350+ роботов «под ключ» и разработала более 3500 скриптов для различных сфер бизнеса, в том числе для таких компаний, как Lamoda, SOKOLOV, Альфа-Банк, Мегафон и других.

Mariee

## Mariee

Mariee – это линия средств по уходу за кожей и волосами, которая подчеркнет естественную красоту каждой женщины.

Продукты Mariee созданы с использованием природных компонентов, которые действительно работают и доступны каждой.

Косметика Mariee создана российской компанией Global Chemical. Все продукты разработаны и произведены на базе собственных лабораторий и производства в г. Волжском.

### В Mariee вы найдете:

- Линейка средств по уходу за волосами
- Средства по уходу за кожей лица
- Линейка средств по уходу за телом
- Парфюмерная линия
- Линейка БАДов

MIXAR

## MIXAR

MIXAR – это самая опытная AR студия в России, специализирующаяся на создании проектов в дополненной реальности. В 2017 году мы начинали с разработки собственных очков дополненной реальности, но переключились с железа на софт, за время работы мы разработали больше 50 AR проектов. Мы создаем проекты для развития маркетинга, сферы культуры, недвижимости, промышленности и образования.

В нашем коллективе собраны фанаты своего дела, специалисты различных областей и направлений от разработчиков до менеджеров проектов. Мы предоставляем услуги «под ключ», начиная с создания креативной концепции и составления технического задания, и заканчивая выпуском и продвижением готового опыта в дополненной реальности. Каждый проект, в котором мы участвуем – дорог нам.



## IAM

Компания IAM – дистрибьютор, разработчик, производитель и интегратор цифровых решений для ритейла и других отраслей.

Среди решений компании программно-аппаратные комплексы, медиаплееры, корпусные решения и цифровое торговое оборудование под собственным брендом NEO.

REDIN

## REDIN

REDIN – НЕЗАВИСИМОЕ ДИЗАЙН-АГЕНТСТВО ПО СОЗДАНИЮ И РАЗВИТИЮ БРЕНДОВ

Работаем над запуском и поддержкой корпоративных, товарных и ритейл-брендов, предоставляя полный спектр услуг в области брендинга.

В ритейл-сегменте фокусируемся на визуальной поддержке брендов в коммуникационном пространстве. Создаем концептуальные дизайн-решения и моушен-контент для ритейл-сегмента.





## Iru

iRU – более 20 лет производит компьютеры для воплощения ваших идей и сегодня является брендом № 1 среди производителей ПК в России.\*

Инженеры компании постоянно совершенствуют модели выпускаемого оборудования, учитывая передовые разработки и мировые тенденции компьютерных технологий. В ассортименте компании более 300 моделей персональных компьютеров, ноутбуков, неттопов, моноблоков, серверов. Более миллиона конечных и корпоративных пользователей уже оценили качество и надежность оборудования под брендом iRU.

Тщательный контроль качества каждого устройства осуществляется на собственном производстве iRU в Подмосковье. Бренд предоставляет гарантию на выпускаемые ПК до 36 месяцев, осуществляет техническую поддержку в 180 фирменных сервисных центрах, расположенных в 100 городах России, Белоруссии и Казахстана. Для всех клиентов работает сервисная горячая линия в режиме 24/7.

\*На основании данных независимого аналитического агентства ООО «ГФК – Русь»: продажи ПК в розничных точках на территории России, в единицах готовой продукции, за 2023 г.м



## AxeTech

AxeTech – Ведущий производитель интерактивного оборудования в России.

### Основные направления

1. Производство интерактивного оборудования, устройств самообслуживания, голографических и проекционных решений.
2. Техническое обслуживание и поддержка 24/7.
3. Комплексная застройка выставочных стендов, музеев и инсталляций.
4. Разработка программного обеспечения различной сложности.
5. Доставка по всему миру.
6. Проведение монтажных и пусконаладочных работ.



## Сервизория

Сервизория – российская исследовательская продуктовая компания, сформировавшая экосистему услуг и IT-решений для эффективного управления клиентским опытом, персоналом, продажами, масштабирование розничного и e-commerce бизнеса. Более 20 лет опыта в сфере маркетинговых исследований и CX-продуктов в составе международного холдинга и с 2022 года – как независимая команда.



## SberUnity

SberUnity – первая в России онлайн-платформа для поиска стартапов и импортозамещающих решений. На платформе 4300+ стартапов в поисках пилотов. Можно выбрать из представленных технологий или опубликовать собственный запрос.



### МП-Технологии

- 16 лет в сфере пищевой индустрии
- ТОП-5 федеральных поставщиков в сфере мясоперерабатывающего оборудования
- 13 стран поставляем оборудование по России и странам СНГ
- 4 филиала в трех разных странах Алматы (Казахстан), Бишкек (Кыргызстан), Москва, Калининград (Россия)
- WorldExpo Стали участниками международных выставок в Китае, Азербайджане, Узбекистане и Дубай
- Партнёры Национального союза мясопереработчиков и других организаций



### RADARPLUS

Российский бренд RADARPLUS вносит значительный вклад в обеспечение безопасности. Компания производит на территории России досмотровое оборудование – арочные и ручные металлодетекторы, турникеты – используя исключительно отечественные комплектующие. Качество продукции RADARPLUS подтверждено заключением Минпромторга РФ. Благодаря постоянному складскому запасу, компания гарантирует оперативные поставки оборудования и комплектующих.



### Конфеста

КФ «Конфеста» – молодое российское предприятие кондитерской отрасли без участия иностранного капитала, лидер продаж в каналах присутствия с уникальным ассортиментом.

В свои 6 лет присутствия на рынке компания задает новые продуктовые решения высокого качества, которые уверенно держат лидерские позиции. Постоянно расширяет ассортимент и работает над инновационными продуктами с новыми потребительскими свойствами

«Конфеста» – компания, приняла для себя цель стать компанией №1 на рынке шоколадной кондитерки в России. Единственный крупный производитель уникальных конфет с изысканными кремowymi начинками в вафельной оболочке с различными глазурью и орехами.

Среди брендов компании:

- уникальные конфеты «Konfesta», конфеты пралине «Насладжи»,
- глазированные конфеты с кремовой начинкой на основе хрустящего воздушного рисового шарика с сахарной корочкой «Тая», плиточный шоколад «King of Nuts», шоколадная паста.

Производственные мощности, построены с нуля, которые с каждым годом растут.

Своя база производства шоколада, прямые ВЭД поставки сырья позволяют контролировать качество продукции компании от производственной площадки в до прилавка, а также развивать новые направления производства.

Продукция компании «Конфеста» поставляются во все регионы России и более чем в 20 зарубежных стран.

## mr·net mr-net

mr-net современная IT компания, на рынке РФ с 2021 года.

Облачный интернет в торговых точках по всей России.

В основе решения mr-net – технология «Bonding», объединяющая все доступные каналы связи в единый виртуальный канал, суммируя скорость передачи данных.

- Суммируем скорость по операторам связи
- Подключаем по любому адресу
- Даем платформу для управления сетью
- Предоставляем SIM от всех 4-х операторов
- Выделенный чат в Telegram поддержки 24/7

### Преимущества работы с mr-net:

- Простая и быстрая установка и настройка
- Стабильное соединение 24/7 для касс, терминалов и видеонаблюдения
- Не нужны собственные IT специалисты для поддержки
- Доступно во всех городах России и труднодоступных местах
- Единый контракт на все точки продаж
- Круглосуточный мониторинг

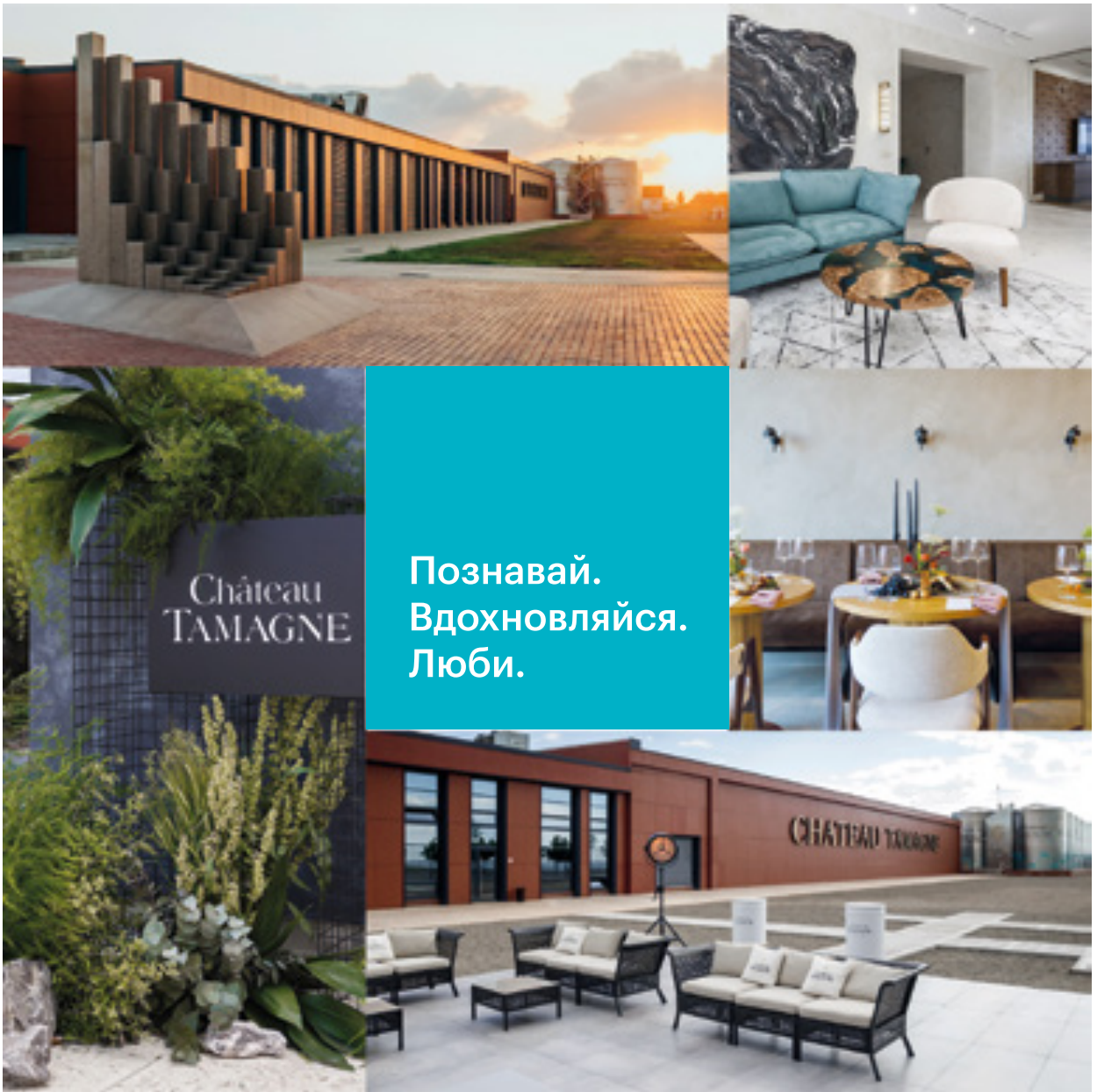
<https://mrnet.ru>

## ВИТО-1 ВИТО-1

Основными направлениями деятельности ООО «ВИТО-1» является организация общественного питания, а также производство и продажа кулинарных и кондитерских изделий. За свою историю с 1997 года компания ООО «ВИТО-1» заслужила высокую репутацию надежного партнера города. Своим взыскательным клиентам компания предлагает оладьи и блины охлажденные и замороженные, изделия кулинарные из творога охлажденные и замороженные. Предприятие имеет крупный производственно – логистический комплекс с автоматизированными линиями и современным технологическим оборудованием для производства вкусной, качественной и здоровой еды. Для нас важно качество предоставляемых услуг, поэтому мы ответственно подходим к выбору поставщиков, выбору продуктов и пожеланиям наших заказчиков!

# CHATEAU TAMAGNE

• ЦЕНТР ЭНОЛОГИИ •



Познавай.  
Вдохновляйся.  
Люби.

Центр энологии Chateau Tamagne – мощный винодельческий центр и уникальный туристический объект. Это единство стиля, современных технологий и лучших традиций Таманского полуострова. Вы прогуляетесь по масштабному производству и узнаете, как создаются одни из самых популярных российских вин.

Центр энологии Chateau Tamagne попадает в самое сердце и остается в нём навсегда.

Краснодарский край, ст. Тамань, ул. Карла Маркса, 1  
8 (989) 839-57-00, [chateautamagne.ru](http://chateautamagne.ru)



## ЭКСПОНЕНТЫ WINE RETAIL WEEK



### LADOGA

Компания LADOGA – стратегическое партнерство нескольких независимых предприятий, объединенных для эффективного решения задач по производству и импорту алкогольной продукции и доведения ее до потребителя. Компания LADOGA – это уникальная гамма качественных напитков, культура осознанного потребления и забота о развитии отрасли. LADOGA – ваш личный проводник в мир культуры потребления качественного алкоголя.



### Дербент вино

ООО «Дербентская винодельческая компания» – молодое современное предприятие, выпускает продукцию под статусом ЗГУ «Дагестан», который указывает на то, что виноград выращен в Дагестанской винодельческой зоне. Виноградники компании занимают площадь более 1000 га, что позволяет использовать в производстве продукции только собственный виноград и гарантировать полный контроль и стабильность качества на всех этапах. Предприятие оснащено самым современным европейским оборудованием от ведущих производителей. В команде – главный винодел Шамиль Алиев и консультанты компании Enofly.



### Агора

Винный дом Фотисаль предприятие, основанное в 2010 году на исторической земле – юге центральной части Бахчисарайского района в селе Танковом, является предприятием полного цикла, что позволяет контролировать качество готовой продукции от приёмки и переработки винограда до розлива в бутылку.

Несмотря на столь юный возраст, Винный Дом Фотисаль постоянно увеличивает темпы роста и входит в список лидеров винодельческих предприятий по объёму производства в России, ежегодно инвестируя в развитие, дополняя и обновляя оборудование, наращивая свою сырьевую базу.

Виноградники Винного Дома Фотисаль занимают более 1700 гектар и расположены на высоте более 100 метров над уровнем моря в двух терруарных зонах: Кочкар-Эли в селе Брянское на левом склоне долины реки Альма и плато Аглаган Кая в селе Дубровка между реками Альма и Западный Булганак.

Широкий ассортиментный портфель тихих и игристых вин, коньяка и виноградной водки представлен во всех уголках России от Калининграда до Камчатки. Продукция предприятия ежегодно завоевывает престижные награды на Российских и международных конкурсах.

## ВинГород **Вингород**

ООО «Вингород» – один из успешных российских алкогольных проектов, специализирующийся на производстве и дистрибуции уникальных вин и коньяков. Компания представляет продукцию пяти заводов:

«Таманской винной компании – Кубань» – одного из крупнейших производителей высококачественных вин полного цикла в Краснодарском крае;

винодельни «Шато Аскери» – современного винодельческого комплекса с заводом полного цикла на юго-западе Крыма;

комбината шампанских вин и коньяков «Росинка» – первого предприятия в Тольятти по производству шампанских вин и коньяков с проектной мощностью 12 млн. бутылок крепких спиртных напитков в год;

винодельни «Иронсан» в Южной Осетии – одним из немногих в регионе производителей вина с защищенным географическим наименованием;

винодельни «Barcelona Mediterranean Wine» в Испании в регионе Альт Пenedес неподалеку от Барселоны, чьи вина поставляются в 16 стран мира.

Общая площадь виноградников наших заводов составляет более 2500 га.

Мы полностью контролируем не только весь процесс производства от вздвливания лозы до розлива в бутылки, но и дистрибуцию от Калининграда до Владивостока.

Все это позволяет нам добиваться наилучшего сочетания «цена-качество», а нашим брендам занимать достойное место на полках ведущих федеральных и локальных сетей.

## **LUDING GROUP** EST. 1993

### **Luding group**

Luding Group – крупнейшая алкогольная компания. Стоит у истоков алкогольной индустрии нашей страны и более 30 лет формирует высокие стандарты качества, на которые продолжает равняться вся отрасль, и продолжает создавать тренды рынка.

Портфель компании включает более 5 тысяч наименований напитков. В нем представлена лучшая продукция российских и зарубежных производителей.

LUDING Group успешно работает как с частными клиентами, так и оптовыми партнерами (ритейлом, HoReCa). Масштабная логистическая сеть охватывает ключевые регионы страны – от Калининграда до Владивостока. Компания гарантирует бесперебойность поставок во все уголки России даже в самые пиковые периоды.

В последние годы стратегия компании направлена на создание и развитие собственных брендов. Совместно со своими партнерами – Коломенским винно-коньячным заводом и производством в Краснодарском крае Olymp Winery – Luding Group выпускает напитки как в категории крепкого алкоголя, так и в категории вина. Мы также занимаемся популяризацией российских брендов, в том числе на различных мастер-классах, дегустациях и бизнес-форумах, и осознанного потребления алкогольных напитков вместе с Академией вина WineState.

## ВАЛЕРИЙ ЗАХАРЬИН

ОСН. 1994

### Захарьин

Валерий Захарьин – основатель проекта – с 1994 года занимается виноделием, которое стало делом его жизни. Постоянно повышает квалификацию, в том числе на международных программах, например, Wine & Spirit Education Trust (WSET), Великобритания. Лично курирует основные направления: виноградарство, виноделие, питомник автохтонов, маркетинг, развитие новых коллекций и трендов.

Консультантами проекта «Дом Захарьиных» выступали известные специалисты: французские энологи Филипп Боннэ и Оливье Трего, а также эксперт по виноградарству из Германии доктор Вольфганг Патцваль.

911 га общая площадь виноградников. Регион: КРЫМ, долина реки Альма

602 га площадь плодоносящих лоз и 309 га молодых виноградников

75 редких крымских автохтонов собрано в уникальной коллекции на винограднике в селе Кочергино.

В 2021 году после кропотливой семилетней работы Валерием Захарьиным внесены в Государственный реестр селекционных достижений 7 древних сортов винограда Крыма – Херсонесский, Фирский ранний, Альбурла, Демир кара, Кокурдес черный, Капитан Яни кара, Манжил ал.

5,5 млн. бутылок вина в год, объем производства.



### Fort

Виноторговая компания FORT- один из ключевых импортеров высококачественных и премиальных вин и спиртных напитков в России. Вина из нашего портфеля присутствуют во всех федеральных сетях, что гарантирует доступность лучших брендов для каждого ценителя винной культуры.

Компания FORT постоянно укрепляет свои позиции в сфере ритейла, подтверждая тем самым высокое качество и разнообразие своего ассортимента.

За плечами у FORT развитая региональная сеть и множественные успешные контракты в сфере OFF-Trade и B2B. Мы выступаем надежными партнерами и удовлетворяем потребности клиентов, работая с дистрибьюторами в 68-ми регионах России!

Бутики под брендом FORTWINE успешно работают на территории Москвы и Санкт-Петербурга.

Ежедневно мы вносим вклад в развитие винной культуры, вдохновляя людей на новые вкусовые открытия.

Нам есть чем гордиться!

FORT – это опыт, надежность и уникальный ассортимент.



FANAGORIA

## Фанагория

ОАО «Агропромышленная фирма «Фанагория» – одно из крупнейших винодельческих предприятий России и единственное предприятие полного цикла производства: здесь производят саженцы, выращивают и перерабатывают виноград, выпускают несколько видов алкогольных напитков: тихие, игристые, ледяные, ликерные (десертные) вина, коньяки (бренди) и виноградную водку (чачу) под брендом «Фанагория» с защищенным географическим указанием – «Кубань. Таманский полуостров» и защищенным наименованием места происхождения – «Сенной».

Стала винодельней года 2023 по версии ТОП 100 Wines от Форбс!

Фанагория сегодня – это более 4000 гектаров виноградников, которые раскинулись на просторах Тамани, возраст лоз достигает 37 лет. Также винодельня располагает шикарным подвалом для выдержки в бочках, площадью 3000 кв. м. Там же находится просторный и современный дегустационный зал.

Продукция «Фанагории» представлена практически во всех федеральных и региональных розничных сетях, а также в фирменных магазинах.

Главный приоритет в работе компании – высокое качество. Наши терруарные вина заслуженно занимают первые места в профессиональных конкурсах и дегустациях, получают высокую оценку ведущих мировых экспертов.

«ФАНАГОРИЯ. ПОЛОЖЕНИЕ ОБЯЗЫВАЕТ (NOBLESSE OBLIGE)»



Усадьба  
Перовских

## Усадьба Перовских

Винодельческое хозяйство «Усадьба Перовских», которому более 200 лет, расположено на землях Малого Херсонеса, практически на побережье Черного моря. В хозяйстве выращивают автохтонные и европейские классические сорта винограда, из которых производят игристые и тихие вина.

Сегодня «Усадьба Перовских» – винодельня полного цикла с 200 га плодоносящих виноградников, современным оборудованием и прекрасной командой специалистов. Уважая и ценя историю и опыт, учитывая особенности терруара, мы развиваем культуру виноделия и создаем высококачественные крымские вина.



## Spiegelau

Spiegelau – один из мировых лидеров по производству товаров из хрустального стекла. История компании началась в 1521 году с маленькой стеклодувной мастерской, производящей зеркала и декоративные бутылки для королевского двора. С начала XX века бренд сосредоточился на винных бокалах, и сейчас насчитывает более 15 коллекций для любителей и профессионалов. Уникальные формы Spiegelau позволяют каждому напитку раскрыть самые тонкие оттенки вкуса и аромата, поэтому их выбирают многие винные эксперты.

### О преимуществах:

Бокалы Spiegelau изготовлены из хрустального стекла – это современная и более экологичная замена хрусталу. Он не содержит оксид свинца, в то время как в традиционном хрустале его 24%. Посуда из хрустального стекла легкая, прочная, безукоризненно прозрачная, имеет яркий блеск и мелодичное звучание.



## Château TAMAGNE

### Шато Тамань

Бренд «Шато Тамань» представляет натуральные вина, созданные по строгим стандартам качества с безупречным вниманием к деталям. В технологии их производства соединились традиции европейского виноделия и современные методы российских виноделов.

В Центр энологии Chateau Tamagne проходят основные технологические циклы производства вина. Центр обладает развитой инфраструктурой и ультрасовременными технологиями. Вина, создаваемые брендом, демонстрируют богатую палитру вкуса, чистоту аромата и благородный характер.

Подробнее – <https://chateautamagne.ru/>



### Alma Valley

Alma Valley – это гравитационная винодельня у предгорья Крымских гор.

Сочетание терруара, высоких технологий и таланта виноделов позволяет создавать запоминающиеся вина с альминским характером.

На виноградниках Alma Valley помимо известных международных сортов винограда можно встретить такие редкие как Рисланер, Траминер, Коломбар и множество других.

Alma Valley придерживается принципов sustainable: бережет природу и дает возможность природному потенциалу терруара раскрыться.



### Novabev

Novabev Group – российская алкогольная компания. Группе принадлежат пять ликеро-водочных заводов, спиртзавод, винное хозяйство «Помесье Голубицкое», собственная система дистрибуции и сеть магазинов «ВинЛаб».

Группа эксклюзивно представляет в России вина мировых производителей и брендов, среди которых Familia Torres, Masi, Tenuta Luce, Faustino, Cono Sur, JP. Chenet, Champagne Pommery, Barton & Guestier и другие, а также является дистрибьютором производителя премиальных бокалов и стекла RIEDEL.

Подробнее – <https://novabev.com/>



## Cantine Sgarzi Luigi

Cantine Sgarzi Luigi – СЕМЕЙНАЯ ВИНОДЕЛЬНЯ, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА БУДУЩЕЕ С БОЛЬШИМ ОПЫТОМ.

Производство на винодельне Cantine Sgarzi Luigi начинается с исключительного по качеству сырья. Наше производство – это результат инноваций, при полном соблюдении правил великих традиций виноделия.

Винодельня может похвастаться передовым оборудованием, которое передает лучшие технологии в руки энолога компании, чтобы мы могли извлечь самое лучшее, что может дать каждая ягода винограда.

Зона контролируемого по температуре хранения и лучшие технологии верификации гарантируют непрерывное и гибкое производство, которое всегда ориентировано на качество.

Наш ассортимент, как бутилированное вино так и балк, включает категории: DOCG, DOC, IGT и вина Органик.

Мы производим вина из крупнейших и наиболее важных винодельческих регионов Италии: Абруццо, Венето, Эмилия-Романья, Пьемонт, Трентино Альто-Адидже, Апулия, Тоскана, Марке и Сицилия.

Благодаря опыту нашего энолога и знанию в выборе лучшего производителя винограда и вина из всех регионов Италии, мы контролируем каждый шаг от выращивания винограда до вина в бутылке.



СОЛНЕЧНАЯ ДОЛИНА  
— 1 8 8 8 —

## Солнечная Долина

Винодельческое предприятие «Солнечная Долина» полного производственного цикла и имеет давнюю историю – виноградники были заложены здесь еще в 1888 году князем Львом Голицыным.

Сочетание уникальных природно-климатических факторов делают маленький регион Солнечной Долины центром локализации автохтонных сортов крымского винограда. Крымские сорта винограда: Эким Кара, Джеват Кара, Кефесия, Сары Пандас, Кок Пандас прошли тысячелетнюю селекцию и сегодня в промышленных масштабах возделываются только на землях Солнечной Долины.

Качество вин «Солнечной Долины» отмечено более чем 140 медалями, дипломами и кубками Гран При престижных как российских, так и международных конкурсов.



## Ядринский

Спиртовой завод «Ядринский» – это яркий пример успешного развития российского производителя алкогольной продукции с глубокими историческими корнями. За 160 лет своего существования завод не только укрепил свои позиции на рынке, но и смог превратиться в настоящего эксперта в области производства спиртных напитков.

Основанный в 1863 году, Спиртовой завод «Ядринский» сохраняет традиции качества и мастерства, одновременно инвестируя в инновационные технологии и разработку новых продуктов.

Важным этапом в развитии стал переход от простого производства спирта к созданию конечного продукта под собственными брендами.

Завод «Ядринский» располагает всем необходимым для полного цикла производства, что позволяет строго контролировать качество на каждом этапе и гарантировать потребителям безупречность каждой бутылки.

Использование локальных ресурсов, придание значительного внимания деталям при создании рецептур, а также постоянное следование трендам потребительского спроса делает продукцию завода актуальной и конкурентоспособной.

Ключевую роль играет также разветвленная дистрибьюторская сеть, которая обеспечивает доступность продукции «Ядринского» как на внутрироссийском, так и на зарубежном рынках. Такая широкая география распределения даёт возможность любому желающему оценить высочайшее качество напитков из Чувашии. Приверженность традициям, непрекращающееся стремление к инновациям и желание предложить потребителю только лучшее – ключевые составляющие Спиртового завода «Ядринский», который оправданно заслужил уважение как эксперта высокого класса в алкогольной индустрии.



## Золотая Балка

История винодельни «Золотая Балка» насчитывает уже 135 лет: в 1889 году генерал-майор Александр Витмер заложил в Балаклавской долине первые виноградники и построил винный подвал. Сегодня «Золотая Балка» производит вино на самом современном европейском оборудовании исключительно из собственного винограда, выращенного в условиях уникального севастопольского терруара. «Золотая Балка» ежегодно принимает участие в профессиональных конкурсах, где неоднократно завоевывала престижные награды.



## JOIA fine wines & spirits

JOIA fine wines & spirits (читается, как: «Джоя фajn вайнс энд спиритс») – ваш поставщик качественных вин и крепких алкогольных напитков. Миссия JOIA – формировать современные вкусы российских потребителей, предлагая рынку качественные и уникальные напитки, приносящие удовольствие людям, а также распространять знания о культуре их осознанного и ответственного потребления.



## Мысхако

Мысхако – предприятие полного цикла с собственной сырьевой базой уникальных сортов винограда ЗГУ Кубань Новороссийск.

В основе производства тихие и игристые вина, произведенные с профессиональным подходом и нераспространенными технологическими приемами.

Винодельня Мысхако на пике развития и модернизации. С 2023 по 2027 годы утверждена программа реконструкции по увеличению мощности производства до 12 млн. бутылок в год и закладки виноградников до 1 тыс га на земельном массиве в ст Натухаевская.

Инновационный отдел агрономии и виноделы расширяют свои компетенции в производстве, автоматизируют и совершенствуют технологические процессы.

Команда Мысхако создает вино, дарит эмоции и пишет историю винодельни Мысхако.

Сегодня винодельня «Мысхако» в процессе развития и модернизации.

С 2023 по 2027 год утверждена программа реконструкции по увеличению мощности до 12 млн. бутылок в год и закладке виноградников по 150 Га ежегодно. Модернизация включает в себя обновление и ёмкостного парка хозяйства, технологического оборудования для обработки, охлаждения и ферментации. Модернизация биохимического цеха проведен



**ГАЗПРОМБАНК | БИЗНЕС**

# Транзакционные решения для вашего бизнеса

РКО

Личный кабинет участника ВЭД

Онлайн-инкассация

БСК

Эквайринг

Экосистема ГПБ Бизнес-Онлайн

Корпоративные карты

СБП

Казначейские операции



## «РАЗВИТИЕ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ В РЕГИОНАХ – ОДИН ИЗ НАШИХ КЛЮЧЕВЫХ ПРИОРИТЕТОВ.»

### Сергей Беляков

Управляющий директор Ozon

**– 10 лет в условиях санкций – как ваша компания преодолевает сложности? В каких сегментах были наиболее сложные для решения проблемы: поиск персонала, проблемы с логистикой, финансовые колебания или что-то другое? Как удалось их решить?**

– В последние годы каждой российской компании пришлось адаптироваться к нестандартным условиям, с которыми раньше никто не сталкивался. Мы – одновременно ИТ и логистическая компания, поэтому ключевые вызовы стояли в этих направлениях.

Одной из приоритетных задач для нас стала необходимость нарастить собственные ресурсы и экспертизу в ИТ. Перед рынком стоит множество вызовов: возросшие киберугрозы, отсутствие аналогов по ушедшим сервисам, продолжающийся дефицит оборудования. Но это и потенциальные точки роста для ИТ-бизнеса: на рынке стали появляться решения, которые потенциально могут ничуть не уступать зарубежным аналогам и подходят для решения бизнес-задач. За последние несколько лет мы значительно увеличили штат ИТ-специалистов – сегодня он составляет более 5 тысяч человек, а также сделали фокус на развитие программного обеспечения собственной разработки.

Вторым вызовом, бесспорно, стала логистика. Мы – сложная логистическая структура с 2,5 млн. кв м складских площадей и 31 крупными складскими комплексами. Мы вкладываемся в развитие логистики, собственных фулфилмент-центров, пунктов выдачи заказов, и в работу платформы вовлечено огромное количество людей. Даже небольшой сбой может повлечь за собой серьезные последствия, поэтому наша задача – обеспечить стабильность работы системы в любых условиях. Чтобы поддерживать инфраструктуру, мы создаем дополнительные элементы платформы: с нами работает более 1 000 компаний-партнеров, которые обеспечивают финансовые операции, выдачу товаров, доставку товаров между логистическими объектами, поддержку ИТ инфраструктуры и многие другие процессы.



**– Что, по вашему мнению, будет иметь наивысший приоритет в вашей повестке дня в 2024–2025 годах?**

– Развитие представленности в регионах – один из наших ключевых приоритетов. Как один из крупнейших участников рынка мы выполняем важную социальную функцию, обеспечивая россиян необходимыми товарами и развивая малый бизнес. Наша задача – чтобы жители любого населенного пункта в России могли заказать миллионы товаров по оптимальным ценам с быстрой и бесплатной доставкой. Более 80% наших продавцов – из регионов России. Причем в 2023 году 50% от продавцов, которые к нам присоединились – жители городов с населением меньше 1 млн. человек.

На нашей платформе уже покупает 46 млн. человек, это почти треть всех россиян. При этом рынок интернет-пользователей – это около 100 млн. человек, они все являются нашей потенциальной аудиторией.

Еще одна важнейшая задача, которую мы ставим перед собой – снизить порог входа в предпринимательство. И за 5 лет мы создали новый класс предпринимателей, которые начали и развивают бизнес на нашей платформе. Они живут по всей России и зарабатывают с помощью Ozon.

Тысячи людей начинают с нами путь в предпринимательство – мы обеспечиваем продавцов складскими продуктами, маркетинговыми инструментами, миллионами покупателей. Им больше не нужен большой капитал, чтобы начать собственное дело.

**– Ваша бизнес-модель требует фундаментальных изменений или является устойчивой, имеет большой потенциал для развития в будущем?**

– За последние 5 лет еком-отрасль объединила уже несколько сотен тысяч продавцов и миллионы покупателей и стала заметным сектором экономики. В онлайн представлены не только маркетплейсы, но и интернет-магазины, классифайды, а также большинство представителей классического ритейла. Поэтому, бесспорно, становятся все более актуальны общие механизмы, которые защищают интересы всех участников – крупный бизнес, продавцов, владельцев пунктов выдачи и покупателей.

С одной стороны, еком-рынок уже неплохо развит, с другой – еще находится в стадии активного роста. К примеру, в 2022 году оборот Ozon вырос на 86%, а в 2023 – примерно на 110%. Изменения – необходимая составляющая развивающегося рынка, поэтому для того, чтобы рынок электронной коммерции продолжил расти, ему необходимо сохранять гибкость: это позволит обеспечить быстрый вход на платформы для продавцов и агентов ПВЗ, масштабировать логистику и обеспечить растущий покупательский спрос.

**– Все говорят про искусственный интеллект – как вы используете его в вашей компании? Как много внимания уделяется в вашей компании новым технологиям?**

– Мы активно используем в работе новые технологии, в частности, машинное обучение – одно из быстроразвивающихся направлений ИИ для автоматизации разных задач.

Большая часть пользователей Ozon ежедневно просматривает разделы с персональными рекомендациями. Они сопровождают покупателей на всём пользовательском пути, помогая лучше ориентироваться в ассортименте маркетплейса, находить желаемые товары и открывать для себя что-то новое. Мы используем технологии data science и исторические данные о поведении покупателей на маркетплейсе, чтобы сделать рекомендации полезными и персонализированными. Наши алгоритмы анализируют, какие товары просматривают, какие покупают, и делают из это-

го вывод, какой товар лучше подойдет под пользовательский запрос.

Кроме того, мы используем машинное обучение на различных этапах работы с товаром, начиная с момента загрузки карточки. Автоматическая модерация самостоятельно проверяет карточку на соответствие правилам и принимает решение, допустить товар на площадку или отправить карточку на доработку. Это один из важных этапов проверки контента на площадке.

**– Насколько текущая деятельность вашей компании «ориентирована на клиента»? Как видоизменилась «клиентоориентированность» за последние годы?**

– Сейчас мы инвестируем в три ключевых составляющих: это расширение ассортимента, быстрая и удобная доставка до покупателя и оптимальные цены. Это главные факторы, благодаря которым все больше покупателей приходят к нам за покупками.

Ключевой для нас показатель – это частотность заказов, который говорит о лояльности покупателей к платформе. По итогам 2023 года частотность в среднем выросла до 21 заказа в год на человека. Иными словами россияне переносят в онлайн покупки самых базовых товаров. В 2023 году топ самых популярных товаров на Ozon на 80% состоит из товаров повседневного спроса.

**– Какое будущее ждет e-commerce в России?**

– Дальнейшее развитие отрасли будем существенно зависеть как от участников рынка, так и от регуляторов. Активный рост рынка электронной коммерции закономерно привлекает все большее внимание государства. Сейчас идет разработка ряда законопроектов, призванных регламентировать работу молодого еком-рынка. Это важный шаг, который определит дальнейшие перспективы всей отрасли.

Рынок маркетплейсов достиг огромных масштабов, и уже не стоит вопрос – регулировать его или нет. Сейчас вопрос заключается в том, как это делать, чтобы не уничтожить существующую устойчивую модель, работающую на развитие регионов, партнеров, смежных отраслей.

Именно поэтому мы видим потенциал в развитии регулирования в диалоге со всеми участниками рынка. В свою очередь мы готовы стать центром экспертизы для того, чтобы помочь регуляторам с решением проблемных вопросов и сохранением баланса для роста бизнеса и экономики.

# ПЛАНИРОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ОПЕРАЦИЙ В РИТЕЙЛЕ

Team for Retail - одна из немногих компаний, кто действительно понимает, что такое цифровая трансформация и какое влияние она оказывает.

Сочетая опыт в ритейле, передовых технологиях и цифровизации, мы помогаем нашим клиентам добиваться наилучших результатов за счет повышения эффективности ежедневных операций и процессов.



**8 лет**  
на междуна-  
родном рынке



**Фокус на клиенте**  
и специфике  
бизнеса



Решения  
мирового уровня



**50 успешных**  
проектов



УПРАВЛЕНИЕ  
ИНФРАСТРУКТУРОЙ



АУДИТ ПРОЦЕССОВ  
И КОНСАЛТИНГ



ОБУЧЕНИЕ  
И ПЕРЕДАЧА ЗНАНИЙ



УПРАВЛЕНИЕ ДАННЫМИ  
И ИНТЕГРАЦИЯ



ВЫБОР РЕШЕНИЙ  
И ПИЛОТИРОВАНИЕ



ВНЕДРЕНИЕ  
ТЕХНОЛОГИЙ И ПО



ТЕХНИЧЕСКАЯ  
И ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ  
ПОДДЕРЖКА



# ozon банк для бизнеса

ДОСТУПНЫЙ ЧЕСТНЫЙ  
ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ  
ОТКРЫТЫЙ **НАСТОЯЩИЙ**



откройте  
свой продукт  
для бизнеса

Финансовые услуги предоставляет  
ООО МКК «Озон Кредит»  
в партнёрстве с ООО «ОЗОН Банк».

Подробные условия на [ozon-credit.ru](https://ozon-credit.ru)

**Олег Сипетый:**

## **«ЧТО КАСАЕТСЯ СТРАТЕГИИ, ТО Я БЫ НАЗВАЛ ЕЁ ЗД – СТРАТЕГИЕЙ: ДЛИННЫЙ ВЗГЛЯД, ДОГОВОРОСПОСОБНОСТЬ И ДОВЕРИЕ.»**



**- 10 лет в условиях санкций. Как Ваша компания преодолевает сложности? Как Вы оцениваете запас прочности торговой сети и за счет каких ресурсов?**

– Санкционное давление испытывает весь рынок в равной степени. Коллеги по отрасли в той же ситуации. Были сложности с цепочками поставок, поиском новых поставщиков, с финансовой логистикой. Всё это потребовало пересмотра. Но глобально в мире нет дефицита предложений ни в товаре, ни в поставщиках. Если кто-то отказывается от сотрудничества, всегда можно найти альтернативу. Ещё лучше самим производить товары под спрос, чем мы и занимаемся.

10 лет – длинный период и мы за это время научились большинство необходимых товаров производить внутри страны. У глобальных компаний было больше компетенций, системности, маркетинга. Нас санкции научили выстраивать взаимодействие не только с владельцами брендов, а и с производителями напрямую, и развивать производство как можно ближе к местам продажи. Очевидно, что логистика будет дорожать. Чем ближе к нам производство и разнообразнее ассортимент у каждого нашего поставщика, тем надёжнее мы себя чувствуем. Мы выращиваем поставщиков, развивая свою территорию, уже 15 лет. Начали заниматься этим еще до санкций.

**– В каких сегментах были наиболее сложные для решения проблемы: поиск персонала, проблемы с логистикой, финансовые колебания или что-то другое? Как удалось их решить?**

– То, что на рынок будет выходить меньше людей, было понятно и раньше. Частично решаем кадровый вопрос за счёт автоматизации. Так, внедрение касс самообслуживания позволяет сократить персонал в этой функции на 60 процентов. Фокус держим на производительности труда и переобучении. Профессии сейчас долго не живут. Важно вовремя предоставить людям воз-

возможность получить другую профессию внутри компании.

Насчет финансовых колебаний у нас крепкий иммунитет. Мы начинали бизнес в 90-х. Сейчас, по сравнению с тем временем, всё очень стабильно. (Улыбается). Мы избавились от долговой нагрузки. Сейчас очень аккуратно надо к заимствованиям относиться. Раньше наращивание кредитов было нормой, все искали деньги: производитель на оборудование, а мы на открытие магазинов. Мы тогда торговались с поставщиками за лучшую цену в моменте. Сейчас у нас фокус на долгосрочное совместное планирование, заказ товара под спрос и взаимные гарантии.

Про логистику уже сказал выше. Сокращаем «плечо» доставок. Если до санкций одному поставщику было выгодно производить минимум изделий, но в большом количестве, сейчас, когда в логистике образовались барьеры, наоборот: нужно больше разнообразной номенклатуры в меньших количествах, но ближе к покупателю.

**– Что, по вашему мнению, будет иметь наивысший приоритет в вашей повестке дня 2024–2025 годах?**

– У нас всегда в приоритете покупатель. Что касается стратегии, то я бы назвал её 3Д – стратегией: длинный взгляд (в идеале, за горизонт своей жизни), договороспособность и доверие.

**– Ваша бизнес-модель требует фундаментальных изменений или является устойчивой, имеет большой потенциал для развития в будущем?**

– Мы все живем в колесе ритейла. Стартуем с демпинга, открывая магазины с низкой ценой, развиваемся вслед за ростом потребителя до супермаркетов, расширяем ассортимент до гипермаркетов на растущем тренде и после снова возвращаемся к дискаунтерам. И так по кругу. Зная эту схему и имея длинное видение, можно тестировать тренды задолго до их проявления. Мы, например, взяли курс на открытие дискаунтеров аж 11 лет назад, сами ещё толком не понимая, что это за формат. Я видел примеры за границей, но как это будет работать в России, было не совсем понятно. У нас мультимедийная модель. Есть магазины на любой тренд, включая небольшие у дома. Мультимедийность в тесной связке с производствами при долгосрочном планировании позволяет нам чувствовать себя уверенно. Плюс еже-

годное обновление фокуса. Сейчас год дискаунтеров, логистики и производства.

**– Какая доля ваших продаж пришлась на цифровые каналы в 2023 году? И какие ожидания в ближайшие 2–3 года?**

– Доля доставки в нашей сети сейчас всего 1,3 процента. У нас много магазинов в населенных пунктах, где живет порядка 10 000 человек. И им не так уж нужны цифровые каналы. По крайней мере, мы это видим. Чем крупнее город, тем выше доля. Доставка – дорогое удовольствие и есть тенденция к росту её себестоимости за счет вводимых государством регуляторных факторов. Мы ее не форсируем специально, но так как потребность растёт, планируем нарастить с помощью партнерского сервиса от Сбера, с мая запускаем сотрудничество с Yandex.Market и собственную интернет-витрину. В ближайший месяц ассортимент продукции трёх форматов сети можно будет заказать через наш сайт, а ближе к концу лета через мобильное приложение «Копилка».

**– Все говорят про искусственный интеллект. Как Вы используете его в вашей компании? Как много внимания уделяется в вашей компании новым технологиям?**

– Сейчас важны технологии, увеличивающие производительность и продажи. Маркетологи экспериментируют с различными моделями машинного обучения для формирования персональных предложений через систему лояльности «Копилка». Различная видеоаналитика позволяет реагировать на очереди на кассах, определять количество людей в магазинах, выявлять тех, кто, не закончив расчет, пытается покинуть торговый зал. Есть система, которая в зависимости от состояния различных метрик, автоматически формирует задачи для персонала магазина. Если есть какая-то стандартная практика или повторяющиеся задачи, мы их описываем и запускаем бота. Здесь потенциал. Мы сделали бота в системе финансового учёта и в коммуникациях с покупателями. Это очень экономит время сотрудников!

**– Насколько текущая деятельность вашей компании ориентирована на клиента? Как изменилась клиентоориентированность за последние годы?**

– 24 апреля 1999 года мы взяли ориентир на клиента, открыв свой первый супермаркет, и с тех пор так и работаем. В миссии акцент на клиентах

## ИНТЕРВЬЮ

и лучший сервис для них. Вскоре после открытия мы ввели корпоративные курсы, где учили сотрудников сервису улыбки и доброжелательности. Мы до сих пор упаковываем товар в пакеты, сейчас уже очень редко где такое встретишь. Конечно, мы плотно работаем с покупателями через систему лояльности и коммуникационный центр: постоянно проводим опросы, чтобы следить за изменением предпочтений, анализируем в динамике показатели по всем акциям. Компания внимательно относится и к позитивным, и к негативным отзывам, сразу подключая для отработки все необходимые службы контроля. Каждый раз внимательно анализируется клиентский путь, все точки контакта. Наша сильная сторона еще и в том, что мы наблюдаем за своими покупателями не только цифровым зрением, но и лично, спускаясь в торговые залы. Мы – региональная сеть. Мы физически находимся в своем регионе, смотрим, что, как и где происходит. Как результат, динамика like-for-like продаж в нашем регионе выше, чем по стране.

– Как Вы оцениваете роль физических магазинов в современном ритейле? Какие форматы будут приоритетно развивать ваша компания?

– Пока люди живут в физическом мире, важны будут физические магазины. Сейчас часто встречается подмена понятий: мол, будущее за цифровой торговлей. А что это такое? Выбрать-то товар покупатель может и в интернете, но доставляется-то он из физического пункта хранения товаров, как его не назови: магазин, склад или точка подскока. Так что никуда магазины не денутся, как никуда не делся театр с развитием кино и интернета.

Контур | Экосистема для бизнеса

# Решения для торговых сетей и поставщиков

Электронный документооборот

Отчетность

Проверка контрагентов

Автоматизация бизнеса

Закупки





ОН ВСЕГДА  
ГОВОРИТ  
ПРАВДУ

РОССИЙСКИЙ ЗНАК  
КАЧЕСТВА



rskrf.ru



## «ЗА ПОЧТИ 27 ЛЕТ НА РЫНКЕ МЫ СТАЛИ LOVE-БРЕНДОМ И ВЫСТРОИЛИ ОСОБУЮ ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СВЯЗЬ С НАШИМИ КЛИЕНТАМИ»



### Денис Сологуб

Президент «Азбуки вкуса»

**– 10 лет в условиях санкций – как ваша компания преодолевает сложности? Как вы оцениваете запас прочности торговой сети и за счет каких ресурсов**

– Мы, как и весь рынок, адаптировались, нашли альтернативы и выстроили доверительные партнерские отношения с зарубежными поставщиками, многие из которых остаются с нами и преодолевают сложности вместе. Во многом мы опираемся и на нашу лояльную аудиторию, за почти 27 лет на рынке мы стали love-брендом и выстроили особую эмоциональную связь с нашими клиентами. Хорошо научились приспосабливаться к изменениям без потери качества и в развитии нашего стратегического направления – производства готовой кулинарной продукции. Мы всегда довольно быстро реагируем на изменения: адаптировали ряд рецептур, заменив недоступные на рынке ингредиенты там, где это возможно; непрерывно подбираем альтернативных поставщиков для снижения риска недопоставок; сохранили большую часть импортного сырья. В любые сложные периоды «Азбука вкуса» остается верной себе и сохраняет УТП: высокая доля импорта, «азбучное качество» продуктов и сервисов, уникальный ассортимент собственного производства. В прошлом году значительно пересмотрели подход к ценовой политике, где-то «пожертвовали» маржой и не перенесли повышение закупочных цен на полку, в отдельных категориях сделали фокус на продажи в штуках. Как результат – зафиксировали существенный рост трафика и продаж в 2023 году.

**– Что, по вашему мнению, будет иметь наивысший приоритет в вашей повестке дня в 2024–2025 годах?**

– Мы видим, что потенциал 2 регионов нашего присутствия (Москва и Санкт-Петербург) ещё не исчерпан, и делаем ставку на точечные открытия. Так, например, в апреле открыли 2 новых магазина разных форматов. В ближайшие 2 года

в большей степени сфокусируемся на развитии действующей инфраструктуры и развитии собственной и партнерской доставки, а также собственного производства и фудсервисов. Ещё одно важное направление для компании – b2b-продажи. Мы видим растущую потребность клиентов в нашей продукции и «дотягиваемся» до них альтернативными способами: поставляем готовую еду на АЗС Газпром и Роснефть, в прошлом сентябре открыли первый магазин по франшизе на АЗС ЛУКОЙЛ на Ленинградском шоссе 61, производим бортовое питание для авиакомпаний Россия и Смартавиа, развиваем сеть вендингов и кофейных автоматов в бизнес-центрах и университетах, поставляем кофейные зёрна и сложные ингредиенты в сегмент HoReCa.

**– Ваша бизнес-модель требует фундаментальных изменений или является устойчивой, имеет большой потенциал для развития в будущем?**

– Можем сказать, что наша модель устойчива и может быть успешно адаптирована в нынешних реалиях – компания прошла не один кризис. Мы обладаем дифференцированной инфраструктурой – это и наши фабрики в двух городах, склады, логистика, магазины разных форматов, служба доставки и многое другое – всё это имеет большой потенциал для развития в ближайшие годы. Не ставим перед собой цели развиваться экстенсивно, делаем фокус на совершенствование текущих ресурсов, в новые сегменты бизнеса выходим точно, где это отвечает задачам стратегии, яркий тому пример – открытие первого магазина по франшизе на АЗС.

**– Какая доля ваших продаж пришлась на цифровые каналы в 2023 году? И какие ожидания в ближайшие 2–3 года?**

– В 2023 году доля онлайн-продаж увеличилась до 12,6% в товарообороте и показала хорошую динамику +34,2% год к году. В ближайшие годы мы планируем усиливать это направление и развивать гибридную модель. А уже этим летом в партнерстве с Яндекс Лавкой мы открываем наш первый даркстор, это позволит повысить качество и скорость сборки покупок, а также уменьшить нагрузку на офлайн-магазины, в которых сейчас собирают заказы.

**– Насколько текущая деятельность вашей компании «ориентирована на клиента»? Как изменилась «клиентоориентированность» за последние годы?**

– «Азбука вкуса» всегда была и остается ориентированной на клиента. Для нас важно не просто продавать качественные продукты и товары, а давать клиентам немного больше – впечатления и эмоции. В свое время мы открыли центр обучения, где погружали сотрудников в продуктовые категории: сотрудники попробовали все продукты, узнавали историю, знакомились с аутентичной рецептурой и сырьем. В дальнейшем поняли, что продавцу недостаточно быть экспертом в ассортименте, важны также навыки грамотного взаимодействия с покупателями. Тогда мы расширили обучающую программу и добавили в нее обучение персонализированному подходу и эмоциональному сервису. В последний год мы расширяли активности для клиентов в магазинах – например, запустили дни рождения магазинов в новом формате, ранее такой праздник был только для персонала, сегодня мы проводим мероприятия и для покупателей, выстраиваем полноценное комьюнити магазина. В такие дни фиксируем рост трафика и товарооборота в таких локациях более 5%.

**– Как вы оцениваете роль физических магазинов в современном ритейле? Какие форматы будет приоритетно развивать ваша компания?**

– Могу говорить про опыт «Азбуки вкуса» – нашим клиентам очень важен офлайн, потому что в магазинах бренда люди получают полноценный гастрономический опыт. Мы давно больше, чем просто супермаркеты, и выстраиваем полноценную экосистему питания продуктов и фудсервисов. Для нас одинаково важны все каналы продаж и разные сегменты клиентов. Стараемся «дотянуться» до покупателя везде: развиваем магазины разных форматов, собственную доставку и через партнерские сервисы, канал b2b. В приоритетах – усиливать и развивать текущую офлайн-инфраструктуру и собственное производство. Мы продолжаем увеличивать нагрузку на наши фабрики и отдаем часть мощностей под партнерские проекты. Одно из важных направлений – развитие качества доставки, чтобы клиенты получали тот же уровень клиентского опыта, что и в наших магазинах. При этом мы не отказываемся от развития офлайн-формата: в апреле открыли первый флагманский супермаркет в ТЦ «Мегацентр» с большой зоной кафе и шоколадным бутиком и новый минимаркет в штаб-квартире Сбера, где была разработана ассортиментная матрица специально под потребности офисных работников, это новый для нас опыт.

## Ольга Паршина

Операционный директор METRO

**«НАША УНИКАЛЬНОСТЬ И СИЛА – В ТОМ, ЧТО МЫ УЖЕ СЕГОДНЯ ЯВЛЯЕМСЯ ЭКОСИСТЕМОЙ ДЛЯ B2B.»**



**– 10 лет в условиях санкций – как ваша компания преодолевает сложности? Как вы оцениваете запас прочности торговой сети и за счет каких ресурсов?**

– METRO присутствует на рынке России уже более 20 лет и, действительно, за это время многое поменялось. Мы сильно изменили ассортимент, более 80% товаров на наших полках – это товары российского производства. Два года назад из-за ухода многих иностранных брендов мы заводили новые товары под собственными торговыми марками, и они становились любимыми у наших клиентов, те быстро переходили на аналоги. При этом у нас есть возможность заказывать товары прямого импорта из других стран METRO, именно поэтому мы имеем широкий ассортимент вин из Европы, морепродуктов, деликатесов, текстиля и посуды.

METRO всегда близко общается со своими клиентами, особенно клиентами B2B – ресторанами, кафе, независимой розницей – мы всегда должны отвечать на их потребность и не можем их подвести. Именно это дает нам возможность быстро меняться в зависимости от ситуации.

**– В каких сегментах были наиболее сложные для решения проблемы: поиск персонала, проблемы с логистикой, финансовые колебания или что-то другое? Как удалось их решить?**

– Мне кажется, со всеми перечисленными сложностями столкнулись буквально все компании на российском рынке. И да, мы заводили новый ассортимент, перестраивали логистические маршруты, создали новые условия для персонала – все эти шаги были успешно пройдены. Сложнее ситуация обстояла у наших партнеров – малого и среднего бизнеса. Мы понимали, что просто обязаны им помочь, им нужна поддержка. Именно поэтому адаптировали ассортимент, открывали новые кредитные лимиты, специальные предложения. Два года назад METRO открыла гастроакадемию для поваров на ВДНХ – STANFOOD – в ответ на потребности HoReCa индустрии в профессиональных кадрах. За это время мы обучили около 2500 поваров из 90 городов России. Также в академии проходят обучение студенты профессиональных колледжей.

**– Что, по вашему мнению, будет иметь наивысший приоритет в вашей повестке дня в 2024–2025 годах?**

– Наша уникальность и сила – в том, что мы уже сегодня являемся экосистемой для b2b: предоставляем не только продукты, но и сервисы,



экспертизу, финансовые услуги, консалтинг, обучение – готовые решения. При этом, b2c клиенты идут к нам именно, потому что у нас есть продукты профессионального качества. Мы продолжим развивать это преимущество во всех каналах и средах. Безусловно, мы сосредоточимся на развитии esom, как для B2C клиентов, так и для B2B. Еще одним приоритетом стратегии METRO является развитие собственных торговых марок, мы хотим наращивать их долю в продажах. Ну и, конечно, расширение поддержки профессиональных аудиторий – отели, фастфуд и т.д.

**– Ваша бизнес-модель требует фундаментальных изменений или является устойчивой, имеет большой потенциал для развития в будущем?**

Бизнес-модель METRO заключается в мультиканальности и именно это делает ее устойчивой. Мы работаем с физическими лицами в наших торговых центрах и онлайн, выходим на маркетплейсы, работаем с B2B клиентами – ресторанами, гостиницами, независимой розницей, развиваем франчайзинговую сеть магазинов у дома Фасоль. И для каждого клиента предлагаем свой ассортимент, цены, сервисы. Это диверсификация позволяет быть устойчивыми и успешно развивать самые разные сферы.

**– Какая доля ваших продаж пришлась на цифровые каналы в 2023 году? И какие ожидания в ближайшие 2–3 года?**

– За прошлый финансовый год (2022/23) доля онлайн в METRO достигла 34%, то есть каждый 3-й чек – это доставка. Такой уровень диджитализации требует постоянных инноваций. Для удобства физических клиентов мы модернизировали мобильное приложение, благодаря виртуальным кассам пикеры собирают заказы в торговых центрах быстрее, а новая технология ScanPay в торговых центрах дает возможность клиентам самим сканировать товар и избегать очередей. Для бизнес клиентов в 2023 году было запущено мобильное приложение M|Shop, его уже установило более 26000 клиентов, а также доступна экспресс доставка товара. Все эти сервисы дают возможность всем типам клиентов бесшовно совершать покупки в METRO. Именно развитие этой системы и является приоритетом на ближайшие годы.

**– Все говорят про искусственный интеллект – как вы используете его в вашей компании? Как много внимания уделяется в вашей компании новым технологиям?**

– METRO не гонится за абсолютно всеми новейшими решениями и трендами, но при этом стараемся использовать технологии там, где это реально помогает бизнесу. Например, инвентаризацию на складе в Ногинске уже несколько лет подряд делают дроны. Сейчас тестируется проект по использованию данных геоаналитики, чтобы помогать магазинам у дома Фасоль корректировать ассортимент и ценообразование исходя из трафика и расположения. METRO одной из первых компаний удалось реализовать проект с Россаккредитицией по электронным сертификатам и декларациям. Мы диджитализовали базу электронных сертификатов соответствия или деклараций и всем клиентам по ЭДО автоматически отправляем с УПД ссылки на сертификаты и декларации. Это не только позволяет сократить расходы, но и следить за обновлениями сертификатов и их актуальностью автоматически.

**– Насколько текущая деятельность вашей компании «ориентирована на клиента»? Как изменилась «клиентоориентированность» за последние годы?**

– Одним из важнейших шагов METRO в сторону клиентоориентированности в прошлом году стала отмена карт на входе. Многие думали, что METRO – закрытые торговые центры, куда сложно попасть, нужно специально оформлять карту. Мы решили с этим стереотипом бороться и сделали вход свободным для всех, а карту необходимой для получения дополнительных предложений и скидок. Эта кампания привлекла более 460 000 новых клиентов по всей России, которые оценили ассортимент и выгодное оптовое предложение METRO.

**– Как вы оцениваете роль физических магазинов в современном ритейле? Какие форматы будет приоритетно развивать ваша компания?**

– Самый быстрый рост будут показывать магазины у дома. Но и в формат больших магазинов мы также верим. Оптовая модель METRO позволит торговым центрам стать мультифункциональным комплексом для всех групп клиентов. Торговые центры получают дополнительные функции, в них открываются дарксторы, работают зоны самовывоза и т.д. Уникальный ассортимент, интересное предложение, категории товаров, которые нельзя купить в онлайн – все это будет создавать и поддерживать трафик в крупные форматы.



MADE  
WITH LOCAL  
**ALTAI**  
HERBS



**АЛТАЙ**

ВОДКА

*Grain Spirit*

С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ  
ФИЛЬТРАЦИИ ВОДЫ ГОРНЫМ ХРУСТАЛЕМ

MADE WITH LOCAL ALTAI HERBS



# АЛТАЙ



100% ЗЕРНОВОЙ СПИРТ



АЛТАЙСКИЕ ДИКОРΟΣЫ



ФИЛЬТРАЦИЯ ВОДЫ  
ГОРНЫМ ХРУСТАЛЕМ

ПРЕЗЕРВИРУЮЩЕЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ



**Присоединяйтесь  
к партнерской программе!**

**Халва**  
национальная система рассрочек

ПАО «Совкомбанк». Ген.лицензия ЦБРФ №963.



## МИРОВЫЕ ТRENДЫ, МЕНЯЮЩИЕ РИТЕЙЛ

### Дискаунтеры нового времени.

Дискаунтеры совершенствуют бизнес-модели и бизнес-процессы, чтобы составить конкуренцию другим форматам. Стратегическими целями становятся стабильная прибыль и доля рынка, а не только сокращение расходов. Новая волна дискаунтеров меняет ландшафт розничной торговли, значительно расширяя свое присутствие в связи с тем, что сегмент потребителей с ограниченным бюджетом и со стремлением сэкономить становится все больше.

Среди основных трендов развития дискаунтеров в мире можно назвать адаптацию, локализа-

цию, технологичность и эффективность. Теперь для дискаунтеров в норме менять ассортимент исходя из демографии и локальных предпочтений населения, где расположены магазины. Такое перераспределение SKU в пользу локального ассортимента, и вследствие этого сокращение части расходов, позволяет выстраивать операционную эффективность и увеличивать долю рынка. Непродовольственные дискаунтеры переходят от крупных магазинов в центре города к небольшим форматам на периферии, что также сокращает расходы и меняет магазин, адаптируясь под стандарты потребительского поведения.



ФОТО: Aldi

Дискаунтер ALDI тщательно подбирает свой ассортимент, чтобы предложить покупателям то, что сеть считает идеальным сочетанием: 90% продукции под собственными торговыми марками и 10% брендовых товаров, которые соответствуют местным тенденциям и сезонам. Таким образом при постоянстве ассортимента учитываются предпочтения в разных странах, поэтому около 5–10% товаров в каждом магазине – региональные. Покупатели могут

найти в дискаунтерах свои любимые местные бренды, крафтовое пиво, различные виды хлеба, сыра, колбасных изделий, которые особенно популярны в этом регионе. Компания ALDI также объясняет свой успех тем, что за последние два года она стала предлагать больше товаров категории Fresh; фактически, сейчас эта категория составляет две трети того, что клиенты ALDI кладут в свои тележки.

Важно отметить, что лидеры среди дискаунтеров в e-commerce – это высоко технологичные компании, пионеры в области передовых технологий, позволяющих повысить эффективность разработки новых продуктов, производства, управления запасами и оборотным капиталом. Все процессы сократились с нескольких лет до нескольких недель. Низкие цены и разработанные по алгоритму бесконечные рекомендации товаров, которые учитывают предпочтения отдельных покупателей, в сочетании с постоянными рекламными акциями и ретаргетингом, делают клиентов все более зависимыми от этого опыта и заставляют больше времени проводить на сайтах. Получение бонусов или поиск нужного товара со скидкой дает покупателям ощущение победы или выхода на новый уровень в компьютерной игре.



Низкие цены Shein позволили интернет-магазину занять пятую часть мирового рынка fast-fashion (быстрой моды). Ритейлер располагает более чем 5000 складами, преимущественно в Китае, и производит одежду по модели real-time fashion (“мода в реальном времени”) – подходу, ориентированному непосредственно на покупателя, который определяет потребительский спрос. Благодаря собственной команде дизайнеров и молниеносным производственным циклам Shein выпускает 500–2000 новых изделий ежедневно. Это позволило увеличить прибыль за последний год до 2 миллиардов долларов. Ритейлер утверждает, что его модель производства сверхмалых партий по требованию помогает оптимизировать избыточные потери на складе, значительно снижая стоимость единицы одежды.

Аналогичным образом, создание китайского маркетплейса Temu, на котором представлены миллионы брендов и производителей из самых разных категорий, позволяет платформе электронной коммерции отказаться от посредников и продавать товары по оптовым ценам, которые могут достигать всего 30 центов.

Такие модели DTC (direct-to-consumer) приносят ритейлерам миллиарды долларов, поэтому неудивительно, что Shein недавно объявила о своих планах предложить свою инфраструктуру и технологии цепочки поставок внешним брендам и дизайнерам, которые смогут экспортировать там с новыми модными товарами в ограниченном количестве.

И конечно, большое внимание уделяется маркетингу, особенно в сегменте fashion, который направлен на повышение узнаваемости бренда с помощью рекламы, цифровых инструментов и партнерства с инфлюенсерами. И речь не только об узнаваемых персонах первой величины, но и о большом количестве микро-инфлюенсеров в YouTube, TikTok и Instagram. Такое влияние работает не только на поколение Z, которые по-прежнему совершают больше половины объема покупок, но и на миллениалов и поколение X, которые стали самым быстрорастущим сегментом покупателей за 2023 год (данные Circana). Даже при более высоких доходах эти сегменты покупателей в условиях экономического спада, инфляции и роста стоимости товаров предпочитают более гибко распоряжаться деньгами или, попросту говоря, экономить там, где это возможно. И если поколение Z реагирует на контент и модные тренды, то более старшие поколения ценят удобство и универсальность по низким ценам.

В настоящее время на долю Fast fashion приходится половина от общего объема международных перевозок электронной коммерции в Китае и около трети мировых грузовых самолетов дальнего следования.

Shein и Temu отправляют 600 000 посылок в США ежедневно. Что равноценно 9000 тонн грузоперевозок ежедневно, Alibaba и TikTok Shop увеличивают проблему на 1000 тонн и 800 тонн соответственно. Это составляет около 108 грузовых самолетов Boeing 777 в день.

## Как и за счет чего конкурировать?

Многие ритейлеры смогут оставаться конкурентоспособными за счет привлекательности, эксклюзивности и создания лояльного, заинтересованного сообщества. Эффективные стратегии цифрового маркетинга и брендинга играют решающую роль в дифференциации магазинов от агрессивного маркетинга дискаунтеров. Чем больше бренд или ритейлер сможет использовать свою уникальную ДНК и продвигать ее на рынок как таковую, тем меньше будет шума от социальных сетей.

Ессд дискаунтеры также не славятся своим качеством, а сегодняшние экономические условия не способствуют стремлению к быстрому из-

носу вещей; потребители хотят, чтобы их изделия служили долго. Забота о клиентах, безупречный пользовательский опыт и соблюдение этических норм, связанных с устойчивым развитием, – это еще несколько аспектов онлайн-шопинга, в которых ультрабыстрые модные бренды также не считаются соответствующими стандартам.

Наконец, инновации и технологии, связанные с управлением запасами и планированием товаров, являются ключом к обеспечению брендов и ритейлеров товарами, пользующимися спросом, в нужных размерах и в нужных магазинах. Ритейлеры могут повысить удовлетворенность клиентов за счет доступности и лояльности благодаря эффективному оформлению заказов и доставке.

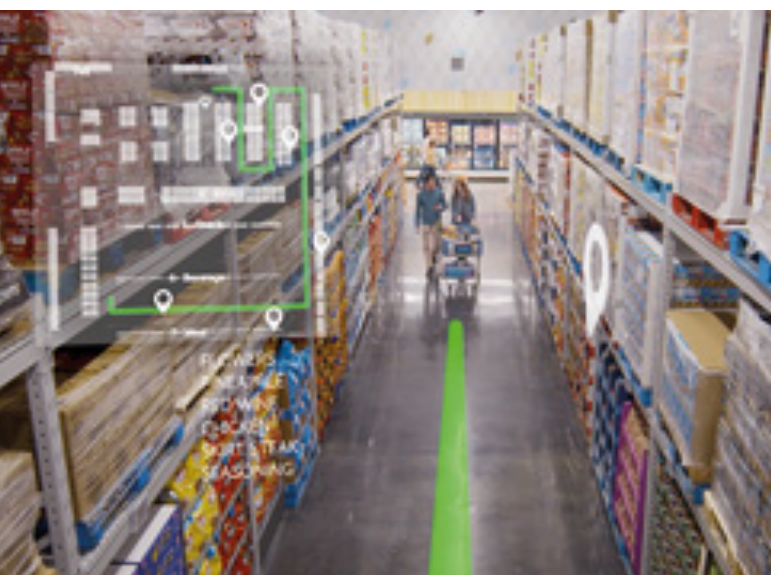
## Real-time retail (ритейл в режиме реального времени)

Ритейл в режиме реального времени меняет бизнес-модели. Уже сейчас ритейл молниеносно интегрирует данные благодаря таким технологиям как искусственный интеллект, предиктивная аналитика, Интернет вещей. Это открывает широкие возможности, преобразуя весь процесс взаимодействия с клиентами. Применение алгоритмов динамического ценообразования, которые реагируют на спрос, цены конкурентов и остатки на складе, – уже норма. Ритейлеры адаптируют свои алгоритмы для управления запасами товаров, достигая точности более 95%, что обеспечивает постоянную доступность товаров в магазинах.

Но есть и проблемы в этом светлом технологичном будущем: безопасность данных, завышенные ожидания потребителей «здесь и сей-

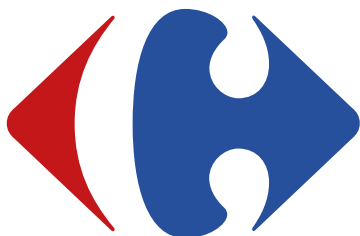
час», негативный покупательский опыт при выборе товаров, пользующихся большим спросом. А главное, технологическая инфраструктура требует значительных инвестиций и новые квалификации у сотрудников. Часто возможности команд не успевают за изменениями в технологиях, слишком быстро устаревают навыки. При этом совсем отказаться от использования технологий невозможно, иначе можно упустить возможности для развития и актуальности предложения для потребителей.

Для управления потоками сезонных товаров для праздников сеть Walmart протестировала и интегрировала модели AI/ML (искусственного интеллекта/ машинного обучения) в свои системы, дополнив историческими данными своей цепочки поставок. В системах учитываются продажи прошлых лет, онлайн поиск и просмотры страниц. Кроме этого, добавляются «будущие данные», такие как макроэкономические условия, макроэкономические тенденции и местные демографические данные, чтобы предвидеть спрос и возможные сбои в реализации. С помощью этих объединенных данных механизмы выявляют и исправляют несоответствия, неэффективность или неточности в моделях цепочки поставок. Программное обеспечение нацелено на то, чтобы максимально точно отображать спрос в соответствии с историческими тенденциями и изменениями потребителей: можно адаптироваться к региональным различиям в потребностях, культуре и покупательских привычках. Это позволяет оптимизировать, увеличить спрос или переместить запасы в регионы с более высоким уровнем продаж.



## Консолидация

Консолидация брендов ускоряется, что сильно меняет структуру розничной торговли. При нестабильности рынка и экономической ситуации многие ритейлеры сталкиваются с финансовыми и операционными проблемами, плохим управлением и сильной конкуренцией. Продавая непрофильные активы, компании могут оптимизировать свою деятельность, снизить издержки и высвободить ресурсы, которые могут быть использованы для инвестиций в их основной бизнес. Приобретения же по-прежнему будут обусловлены потребностью в технологиях и возможностях устойчивого развития, а также в сделках, которые повышают безопасность цепочки поставок или помогают повысить устойчивость, таких как экспансия на смежные рынки.



### Сделки M&A в 2023–2024 годах

- Компания L’Oreal приобрела бренд Aēsop.
- Конгломерат Kering приобрел бренд Creed и 30% в Valentino.
- Нефтяная компания BP купила 280 TravelCenters of America Inc. площадок в 40 штатах США.
- Дискаунтер Aldi приобрел 400 супермаркетов Winn-Dixie & Harvey’s.
- Компания Carrefour выкупила 60 гипермаркетов и 115 супермаркетов под брендами Cora и Match у Louis Delhaize group.
- Casino продал 288 из 313 своих магазинов: 98 – Auchan, 164 – Intermarche, 26 – Carrefour

## Экономика замкнутого цикла

Потребители все больше беспокоятся о воздействии покупаемых ими товаров на окружающую среду и требуют от брендов большей прозрачности в отношении своих цепочек поставок и методов поиска поставщиков. Ритейлеры, которые демонстрируют свою приверженность принципам устойчивого развития, смогут привлекать и удерживать клиентов.

По данным ThredUp, ожидается, что к 2027 году мировой рынок подержанной одежды достигнет 350 миллиардов долларов по сравнению со 177 миллиардами в 2022 году.

Экономика замкнутого цикла в ритейле развивается в нескольких направлениях. Продажа подержанных товаров и аренда: такие известные бренды, как Neiman Marcus, Patagonia, REI, Gap, Levi Strauss & Co. и Coach, продают «подержанные» или «полюбившиеся» товары с помощью различных бизнес-моделей перепродажи, IKEA покупает и продает б/у мебель, а Lowe’s и Home Depot сдают в аренду инструменты, электрооборудование, бензопилы, лестницы и многое другое в сегменте DIY. Индустрия обратной логистики занимается сбором, сортировкой, ремонтом и переоборудованием продуктов, компонентов и материалов для перепродажи или вторичной переработки; это включает в себя управление товарами, возвращенными потребителями, поврежденными при транспортировке, а также избыточными и несезонными запасами. Редизайн, ремонт и переоборудование: с помощью таких программ, как Amazon Renewed, eBay Refurbished и Best Buy Outlets, ритейлеры ремонтируют, обновляют комплектацию, переупаковывают и перепродают товары с теми же гарантиями, что и на нераспечатанные товары, что обеспечивает как экологические, так и финансовые выгоды. Рефилл и повторное использование: многие ритейлеры используют рефилл станции для средств личной гигиены, бытовой химии, кормов для животных, продуктов питания и т.п. с целью сокращения отходов упаковки. Содействие вторичной переработке: при наличии свободных площадей, логистики и экономических показателей ритейлеры предлагают переработку определенных видов товаров в магазинах – упаковку косметических средств, электроники, чернильных картриджей и многое другое.

## RETAIL MEDIA

Ритейл медиа может стать крупнейшим рекламным трендом десятилетия. Управляя своей рекламой и создавая свои платформы коммуникаций, ритейлеры расширяют свое присутствие в цифровых каналах, усиливают in-store предложение, экспериментируют со стримингами и медиа партнерствами, разрабатывают стратегии и продают рекламу везде, где это только возможно.

Согласно прогнозу EMARKETER, опубликованному в октябре 2023 года, расходы на рекламу в ритейл медиа в США составят 59,98 миллиарда долларов в 2024 году, увеличившись на 28,6% год к году.

Тренды в ритейл медиа. Цифровизация магазина: возможности ритейл медиа в магазинах расширяются, поскольку цифровая реклама размещается везде – от торцевых дисплеев и дверей холодильников до тележек для покупок. Стремление к стандартизации: многие ритейл медиа-сети и медийные компании призывают к стандартизации во всех сетях. Возможно, до этого еще далеко, но по прогнозам все больше компаний обратят внимание на эту проблему и будут искать пути решения. Мелкие игроки расширяют сети: в игру уже вступает ритейл среднего звена. Больше партнерских проектов: чтобы оставаться конкурентоспособными, ритейл медиа, стриминговые компании и социальные сети объединяются для продвижения рекламы за пределами собственных площадок. Искусственный интеллект повсюду: AI становится все более важной функцией для ритейл медиа, как с точки зрения таргетинга рекламы, так и для разработки креативов.

### SOCIAL SHOPPING

Социальные сети продолжают создавать новые способы для брендов и ритейла продвигать и продавать товары, а для потребителей – открывать для себя бренды и взаимодействовать с ними. Приоритетное внимание уделяется удобству, интерактивности и аутентичности, что позволяет привлекать потребителей, выстраивать лояльность и стимулировать конверсию.

По прогнозам мировой рынок social shopping достигнет 2 трлн. долларов к 2025 году.

Типы и тренды social shopping. Покупки в режиме реального времени: покупатели смотрят интерактивные видеотрансляции, в которых инфлюенсеры и бренды демонстрируют товары, и совершают покупки в режиме реального времени. Платформы включают Amazon Live, Instagram Live и Facebook Live. Виртуальные витрины: Facebook, Instagram и TikTok предоставляют потребителям платформы для общения во время совершения покупок и взаимодействия с коллегами, брендами и создателями через виртуальные витрины. Продающие посты и теги: эти встроенные функции позволяют совершать покупки в лентах соци-

альных сетей. Instagram, Pinterest и Facebook расширили свои возможности для совершения покупок, а TikTok тестирует функцию автоматической привязки товаров в видеороликах. Коммерция инфлюенсеров: аутентичный контент и социальные доказательства по-прежнему играют решающую роль в социальных покупках. Бренды продолжают сотрудничать с влиятельными лицами микро-, среднего уровня, макро-, мега- и все чаще виртуального уровня, работая с этими создателями контента, чтобы завоевать доверие своих подписчиков. Предметы коллекционирования, созданные сообществом: такие бренды, как Mattel, организовали социальные платформы для своих поклонников. Mattel Creations позволяет фанатам создавать и приобретать уникальные предметы коллекционирования Mattel на заказ.

Zara отказалась от традиционной шумной онлайн-торговли и в приложении Douyin (аналог TikTok) применила для своих трансляций стиль «тихой роскоши». Ритейлер ведет прямые трансляции в манере эксклюзивного частного показа мод. Прямая трансляция может длиться пять часов и включать в себя показы на подиумах и показы за кулисами – развлекательный инструмент, который позиционирует одежду как более высококлассную. Первый показ собрал 1,2 миллиона просмотров и 267 тысяч взаимодействий, что в 10 раз больше, чем раньше. На январь 2024 года у Zara была 181 официальная прямая трансляция, количество подписчиков составило 460 тысяч, а предполагаемый годовой доход от официальных прямых трансляций превысил 40 миллионов юаней. Опыт Zara доказывает, что в некоторых сегментах для привлечения внимания покупателей необходим индивидуальный подход, основанный на привлечении внимания к контенту, а не на прямых продажах.

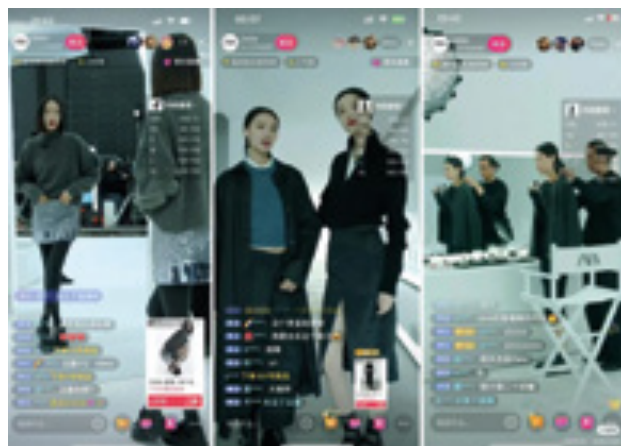


Фото: Weibo, Xiaohongshu





# Для бизнеса Индия ближе, чем кажется

Филиал Сбера в Индии, расчёты в национальных  
валютах, помощь в поиске бизнес-партнёров



Реклама. Рекламодатель: ПАО Сбербанк.  
Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015.

## ГРУППА КОМПАНИЙ «АРИАНТ» ОТКРЫВАЕТ КРУПНЕЙШИЙ В РОССИИ ЦЕНТР ВИНОГРАДАРСТВА

Один из лидеров российского рынка по производству игристых и тихих вин ГК «Ариант» открывает на базе агрофирмы «Южная» многофункциональный центр виноградарства федерального масштаба. Создание подобного центра стало логичным продолжением развития виноградного кластера группы компании.

Агрофирма «Южная» – крупнейшее виноградарское предприятие России, обладающее более 9 тыс гектаров виноградников на Таманском полуострове и под Анапой. «Южная» входит в топ сельхозпредприятий страны по площадям угодий и объемам производства винограда. Доля компании в общей площади виноградников в Краснодарском крае – 32%. Доля в производстве саженцев в регионе – 67%. Агрофирма оснащена инновационным оборудованием, ее производ-

ственные и бизнес-процессы стандартизированы, а сами стандарты автоматизированы на базе собственных IT-разработок. В экосистему агрофирмы входят крупнейший в Европе питомник виноградных саженцев, Центр защиты растений и собственный высокотехнологичный Технопарк.

Центр виноградарства станет еще одной уникальной площадкой агрофирмы, объединившей единомышленников в области выращивания винограда. Здесь будет осуществляться совместная научная работа с институтами, проводиться работа со студентами профильных вузов страны. В частности, в рамках сотрудничества с научными институтами планируется проведение научно-практических работ: испытание клонов сортов привоя и подвоя, промышленное внедрение технологии «инвитро», проведение клоновой селек-

Площадка центра оснащена всем необходимым для организации и проведения профильных конференций и сессий различных масштабов как для сотрудников агрофирмы, так и для сторонних экспертов, научных деятелей страны и СМИ.

В дальнейшем центр будет дополнен новыми подразделениями деятельности, масштабным тепличным блоком, блоком микровиноделия, современной лабораторией.

Центр виноградарства будет способствовать развитию виноградарства и виноделия России и в перспективе сможет решать национальные задачи в агропромышленном комплексе страны.



ции, изучение почвенных потенциалов местности и т. д. Агрофирма «Южная» стоит у истоков создания первого в России генофонда высококачественных сортов и клонов, создания элитных маточников. На базе вновь создаваемой уникальной и интерактивной коллекции сортов винограда центр виноградарства займется изучением и сохранением разнообразия сортов винограда, расширением их генетического банка. При этом коллекция станет достоянием не только компании, но и всего виноградарско-винодельческого сообщества страны, к которой будут иметь открытый доступ абсолютно все желающие: студенты, научные сотрудники, участники отрасли и т. д.

Кроме того, в рамках запуска Центра виноградарства агрофирма «Южная» начнёт оказывать комплекс агроконсалтинговых услуг для сторонних компаний, предоставлять услуги по инжинирингу и изготовлению материалов для виноградарства.

ГК «Ариант» – одна из крупнейших агропромышленных компаний России. В ее состав входят агрофирма «Южная», винодельня «Кубань-Вино», «ЦПИ-Ариант», агрофирма «Ариант», «Центр цифровых решений – Ариант». Производственные площадки располагаются в Челябинской области и Краснодарском крае. В 2023 году было выпущено около 135 млн. бутылок вина и других алкогольных напитков, а также более 80 тыс. тонн мясной продукции. Винодельня «Кубань-Вино» – лидер винодельческой отрасли страны. Она включает в себя Центр классического виноделия, Центр энологии, Центр индустриального виноделия. Все вина производятся на современном европейском оборудовании. В ведении агрофирмы «Южная» находится 12 800 га земли на Таманском полуострове и под Анапой. Площадь виноградников составляет 9 157 га. Доля компании в общей площади виноградников в Краснодарском крае – 32%. Собственный питомник виноградных саженцев, открытый на базе агрофирмы, является крупнейшим в масштабах не только России, но и Европы. Доля в производстве саженцев в регионе – 67%. Уникальность агрофирмы «Ариант» заключается в принципе замкнутого производственного цикла: от формирования собственной сырьевой базы до продажи готовой мясной продукции в сети фирменных магазинов. Ассортимент насчитывает более 200 видов высококачественной мясной, колбасной и деликатесной продукции.



# ГЛАВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА E-GROCERY: ИССЛЕДОВАНИЕ GO MOBILE

**С 2022 по 2024 год рынок e-grocery вырос на 68%. Учитывая перспективность сегмента, Go Mobile проанализировали состояние рынка, пользовательские тренды, а также оценили 13 приложений по продаже и доставке продуктов FMCG сектора, которые набрали более 1 млн. установок. В этой колонке мы собрали ключевые тезисы и выводы**

**В 2024 году количество заказов в сегменте e-grocery вырастет на 41%**

В 2023 году рынок e-grocery в России вырос на 24% по сравнению с 2022. В 2024 году рынок вырастет еще на 41% – до 1,14 трлн. рублей\*.

В 2023 году количество онлайн-покупок увеличилось на 53% по сравнению с 2022 годом. С учетом динамики 2023 года можно прогнозировать увеличение количества заказов в сегменте e-grocery еще на 41% – до 850 млн. в этом году

\*По прогнозам Data Insight

**12% пользователей предпочитают заказывать продукты только онлайн**

54% покупателей совмещают оба способа покупки, а 34% приобретают продукты только офлайн.

По данным InfoLine, ключевой драйвер перехода пользователей к покупкам онлайн – сокращение сроков доставки заказа. Наиболее распространенное время доставки – до 1 часа (40%), второе по распространенности – до 30 минут (28%), третье – до 2 часов (20%).

Экспресс-доставку до 30 минут предлагают 4 из 13 сервисов, а круглосуточно доставляют заказы всего 3, хотя быстрая доставка является главным УТП большинства игроков.

Для оформления доставки в 11 сервисах необходимо составить корзину товаров на определенную сумму. При этом многие из них стимулируют клиентов приобретать товары, чтобы оформить бесплатную доставку от определенной суммы заказа.

**Самая частая причина покупки продуктов онлайн – нежелание идти в магазин**

64% аудитории выбирают онлайн-доставку, чтобы сэкономить силы и время\*. Эти возможности необходимо транслировать в рекламной коммуникации с целью переключения аудитории с конкурентов или вовлечения пользователей в online.

\*Источник Отчет InfoLine E-Grocery Russia TOP #3 2023

Большее половины аудитории использует сервисы доставки продуктов либо 1 раз в неделю, либо 2–3 раза в месяц для закупки впрок. Ключевыми факторами выбора сервиса являются акции, скидки, распродажи, известность бренда, удобная и быстрая доставка.

По данным за май 2024 года, самый популярный способ покупки в сегменте e-grocery – заказ в мобильном приложении (76%), второй по популярности – покупка на сайте бренда с помощью ноутбука или ПК (34%), третий – заказ через сайт в мобильном браузере (17%).

**54,4 млн. скачиваний получили приложения по доставке продуктов в 2023 году**

3 из 12 приложений показывают положительную динамику числа установок в Google Play и 6 из 12 – в AppStore.

По данным за 2023 год, 4 млн. человек – средний показатель DAU сервисов по доставке продуктов. При этом 70% активной аудитории приходится на Android, и только 30% – на iOS

Для наполнения корзины продуктами и оформления заказа пользователи открывают приложение в среднем 7 раз, а на одну сессию обычно уходит чуть больше минуты.

**Ни один из сервисов не предоставляет все возможности для оплаты заказа**

У всех онлайн-сервисов есть возможность привязать банковскую карту и оплачивать ей заказы. Оплатить заказ с помощью СБП пока можно только в 5 из 13 сервисов, с помощью SberPay или других мобильных платежных систем – в 7 из 13. Оставить чаевые курьеру можно в половине приложений.

**Petal Ads и Яндекс – самые популярные основные каналы продвижения приложений по доставке продуктов**

Этими источниками пользуются все 13 сервисов. Наличие собственной группы в VK – самый популярный дополнительный канал продвижения. Также все сервисы, кроме Яндекс Еды, ведут Telegram-каналы.

Наименее популярными площадками для взаимодействия с аудиторией являются Yappy и Likee, а также продукты компании Meta\*.



Также все 13 игроков сотрудничают с инфлюенсерами или блогерами: каждый из брендов использует минимум две площадки в целях продвижения.

Интеграции на площадке Telegram используют 13 сервисов. С блогерами на YouTube и во Вконтакте работают 12 игроков. 10 игроков продвигаются в Дзене. Наименее распространенная соцсеть – Instagram\*, там инфлюенс-маркетинг используют всего 7 брендов.

## Анализ креативной коммуникации

Чаще всего игроки сегмента e-grocery подсвечивают наличие промокодов в приложении доставки, скидки на первый заказ и возможность бесплатной и/или быстрой доставки.

Приложения всех сервисов представлены хотя бы в одном из альтернативных сторов

С лета 2023 года на всех устройствах, которые продаются в России, предустановлен RuStore, это повлияло на присутствие всех 13 приложений в этом сторе. Также приложения всех сервисов можно установить в AppGallery от Huawei.

Второй по популярности альтернативный магазин приложений – Get Apps от Xiaomi, в нем можно скачать приложение 7 из 13 брендов.

## Тренды рынка

**Нехватка кадров в сегменте e-grocery.** За 2023 год количество вакансий курьеров на hh.ru выросло на треть

### Нестандартные локации для доставки.

В некоторых сервисах пользователи могут заказать доставку прямо в парк или концертный зал. Люди хотят больше комфорта – получать любимую еду и напитки в любом месте.

**Трансформация СТМ.** Если раньше СТМ воспринимались покупателями скорее как способ сэкономить, то теперь бренды используют собственные продукты, чтобы повышать прибыль и поддерживать связь с клиентами.

**Увеличение присутствия в регионах.** Фокус сервисов доставки продуктов сместится в регионы, где уровень конкуренции пока достаточно низкий. За 2022 год количество заказов в регионах выросло до 2,5 раз.

Подробнее о лучших сервисах по доставке продуктов и главных трендах рынка e-grocery вы сможете прочитать в начале июня, когда мы опубликуем полную версию исследования на сайте РАЭРР.

# НА ВОЛНЕ КАКИХ ТРЕНДОВ РАЗВИВАЕТСЯ РЫНОК FMCG В 2024 ГОДУ?

**Константин Локтев,**  
Исполнительный директор Нильсен

Сегодня ритейл находится в очередном переломном моменте, который можно охарактеризовать как «точка нового старта». С одной стороны, операционные сложности, с которыми столкнулся ритейл в предыдущие годы, уже позади, а с другой – происходит активное перераспределение покупательского спроса между различными географиями и форматами магазинов. Все эти тренды сопровождаются продолжающейся фрагментаци-

ей каналов продаж, укреплением интернет-торговли и технологическим развитием отрасли, которое дает новые возможности как для развития ритейлеров, так и производителей.

## Восстановление покупательского спроса

К началу 2024 года основную характеристику рынка товаров повседневного спроса можно обозначить понятием «стабилизация»: номинальный рост омниканального рынка (включающего как офлайн-розницу, так и интернет-торговлю) за год до февраля 2024 составил 11%, который складывается из двух составляющих: инфляции (3,7%) и роста реального потребления или объемов продаж (7,3%). Даже несмотря на некоторое ускорение ин-

фляции к концу 2023 года, именно рост спроса обеспечил большую часть совокупного результата, что сильно отличает ситуацию от итогов 2022.

Если спуститься на уровень отдельных категорий, то на фоне восстановления покупательской активности видно, что практически все группы товаров в начале 2024 года показали рост продаж. Среди них ключевыми драйверами рынка стали энергетические и спортивные напитки, корма для кошек и колбасные изделия.



### Опережающий рост продаж в регионах

Один из главных факторов восстановления рынка FMCG – опережающая динамика спроса в регионах страны. Если проанализировать темпы натуральных продаж по федеральным округам, становится заметно, что к февралю 2024 года их динамика в регионах в два раза превысила значения в Центральном ФО.

Так, если в Южном, Приволжском, Уральском ФО, в Сибири и на Дальнем Востоке прирост объемов офлайн-продаж в упаковках составил 11%

и более, то в Центральном регионе – только 6,5%. А по сравнению с Москвой или Санкт-Петербургом разница оказалась еще выше – в них значения закрепились на уровне 2,6% и 3,1% соответственно. Похожий тренд наблюдается и на онлайн-рынке, где натуральные продажи в регионах значительно опередили динамику ЦФО, доля которого в структуре продаж традиционно достигает 35–40% и сильно влияет на рынок как таковой.



### Рост покупательского оптимизма

Активный рост продаж как на рынке в целом, так и в отдельных регионах произошел благодаря укрепившейся покупательской уверенности и готовности тратить деньги. К декабрю 2023 года индекс потребительского оптимизма, измеряемый Нильсен, вернулся к высокому уровню в 107 пунктов после небольшого снижения в III квартале. С ростом покупательских настроений ожидаемо произошел и рост спроса, который привел к ускорению темпов продаж практически всех категорий FMCG.

На протяжении 2023 года индекс потребительского оптимизма не опускался ниже 100 пунктов – его значения могут варьироваться от 0 до 200, а показатель, превышающий 100, указывает на то, что среди покупателей преобладают оптимистичные настроения и ожидания. И к концу года две трети покупателей определяли перспективы трудоустройства и личное материальное благосостояние как «отличное или хорошее», а 45% находили текущее время подходящим для совершения покупок, что напрямую влияет на объем совершаемых трат и подходы к управлению финансами.



## Специализация каналов продаж

Процесс диверсификации каналов продаж, активно начавшийся несколько лет назад, с точки зрения потребителя все больше проявляется в одновременной диверсификации покупательских миссий. В омниканальном мире покупатели свободно переключаются и комбинируют различные

магазины, приобретая, например, часть корзины в супермаркетах, другую – в специализированных сетях, третью – с экспресс-доставкой из маркетплейсов. И поэтому даже в снижающихся каналах, например, гипермаркетах, существуют свои успешные ниши, демонстрирующие стабильный рост.







# ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГ ДЛЯ БИЗНЕСА ОТ ВТБ С КОМИССИЕЙ ОТ 0.4%

- ПРИЁМ ОПЛАТЫ НА САЙТАХ, МАРКЕТПЛЕЙСАХ, В ПРИЛОЖЕНИЯХ
- БЫСТРОЕ ПОДКЛЮЧЕНИЕ ГОТОВЫХ ПЛАГИНОВ
- РАЗНЫЕ СЦЕНАРИИ ОПЛАТЫ: КАРТЫ, QR, ПЛАТЕЖНЫЕ ССЫЛКИ



ПОДРОБНЕЕ НА САЙТЕ [VTB.RU](https://vtb.ru)

☎ **1000** ЗВОНОК ПО РОССИИ  
БЕСПЛАТНЫЙ

8 800 200 77 99 / [VTB.RU](https://vtb.ru)

БАНК ВТБ (ПАО). ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ №1000. РЕКЛАМА 0+

### Нормализация ассортимента

Еще один стимул, подталкивающий рост покупательского спроса – расширение ассортимента и появление большего разнообразия выбора на полках магазинов. По итогам 2023 года ассортимент FMCG стабилизировался даже в тех группах, где в 2022 году наблюдалось самое значительное снижение – например, в непродовольственном сегменте и товарах для детей, где в прошлом году полка сократилась на 16,2% и 8% соответственно. Во многом это произошло благодаря выходу игроков в новые сегменты и усилению локальных производителей, получивших дополнительный им-

пульс к развитию после ухода зарубежных брендов. Как следствие, в большом количестве FMCG-категорий полка не просто стабилизировалась, но и активно расширилась.

Значимую роль в этом процессе сыграл запуск новинок – по итогам 2023 года на рынке товаров повседневного спроса появилось 10406 новых марок с учетом ребрендингов и выхода существующих игроков в новые для себя ниши. При этом, в отличие от прошлого года, когда 80% новинок приходилось только на четыре группы товаров, в 2023 году новые запуски более равномерно распределились среди множества категорий.



### Новая роль СТМ

Один из аспектов нормализации ассортимента – развитие частных торговых марок, где за последний год произошли серьезные изменения. Рынок СТМ становится все более конкурентным: по итогам 2023 года доля частных марок в ассортименте всех категорий увеличилась до 15,2% (+0,4 п. п.). Одновременно динамика продаж таких товаров замедлились и в продовольственной, и в непродовольственной группе после резкого роста на протяжении последних 12 месяцев.

Поэтому ритейлерам и производителям СТМ важно учитывать тренды в каждой отдельной категории для построения наиболее подходящей стратегии продаж: в то время как в некоторых товарных группах (непродовольствие, алкоголь, товары для животных) эффективность ассортимента собственных торговых марок остается ниже среднего уровня, в отдельных случаях (например, товарах для детей) этот показатель в два раза опережает средние показатели.



### Новые подходы к промо

Помимо смены позиционирования СТМ, все большее влияние на индустрию к началу 2024 года оказывает изменение подхода к продажам со скидками: в 2023 году число покупателей, которые целенаправленно ищут скидки, снизилось до 38% (-6 п. п. к прошлому году). На это повлиял в том числе тренд на развитие EDLP или «низких цен каждый день», который особенно усилился

в 2023 году. Сейчас все больше игроков пользуются этим инструментом, чтобы привлечь внимание покупателей и дать доступное ценовое предложение в различных категориях FMCG. На такой тренд, в свою очередь, может влиять рост канала хард-дискаунтеров, о котором шла речь выше – и за счет этого потребители могут видеть более низкие цены на полках.

## КАКИЕ СТРАТЕГИИ МОГУТ ПОЗВОЛИТЬ ДОБИТЬСЯ УСПЕХА В 2024 ГОДУ?

Помимо того, что существуют макроизменения на уровне всего рынка товаров FMCG, важно помнить, что во многих отдельных категориях активно формируются и собственные микротренды. Например, один из них – изменение длительности сезонов потребления, что особенно актуально для «летних» категорий (мороженое, газированные напитки, питьевая вода, пиво и другие). В 2023 году некоторым игрокам в этих сегментах удалось добиться успеха благодаря своевременной подготовке к теплому сезону: те бренды, которые успели воспользоваться его фактическим расширением почти на три месяца, добились дополнительно

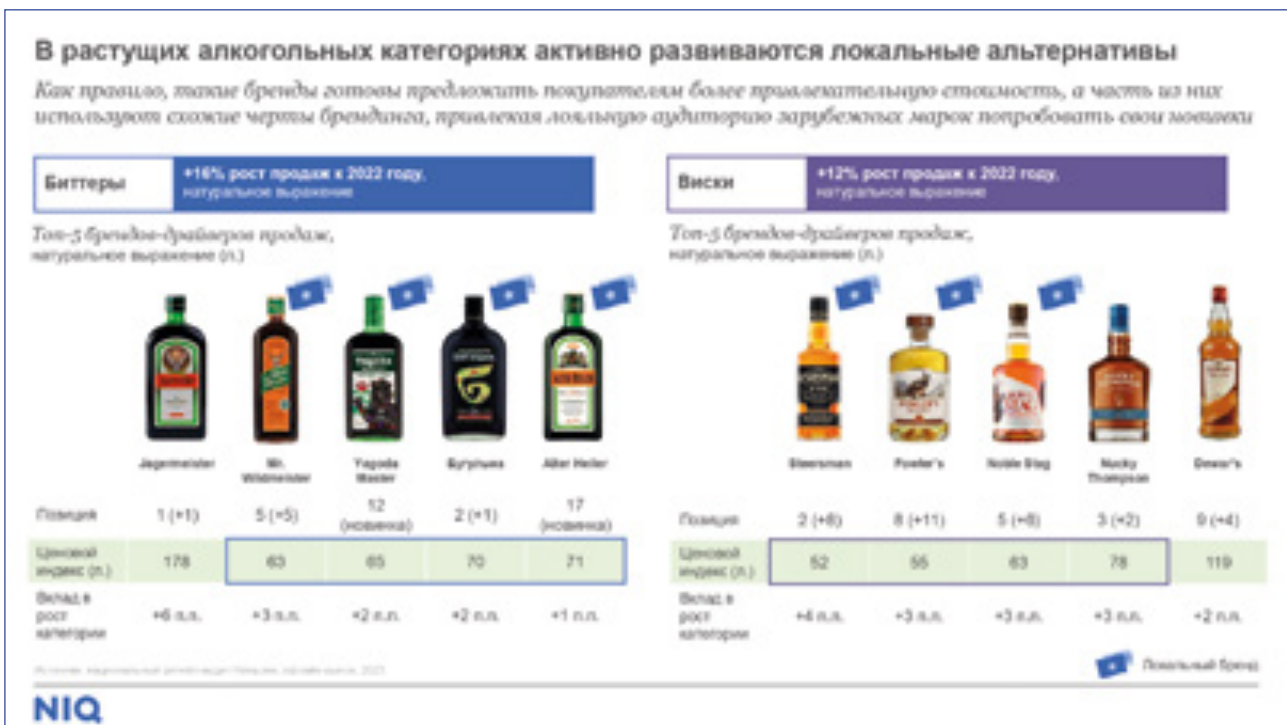
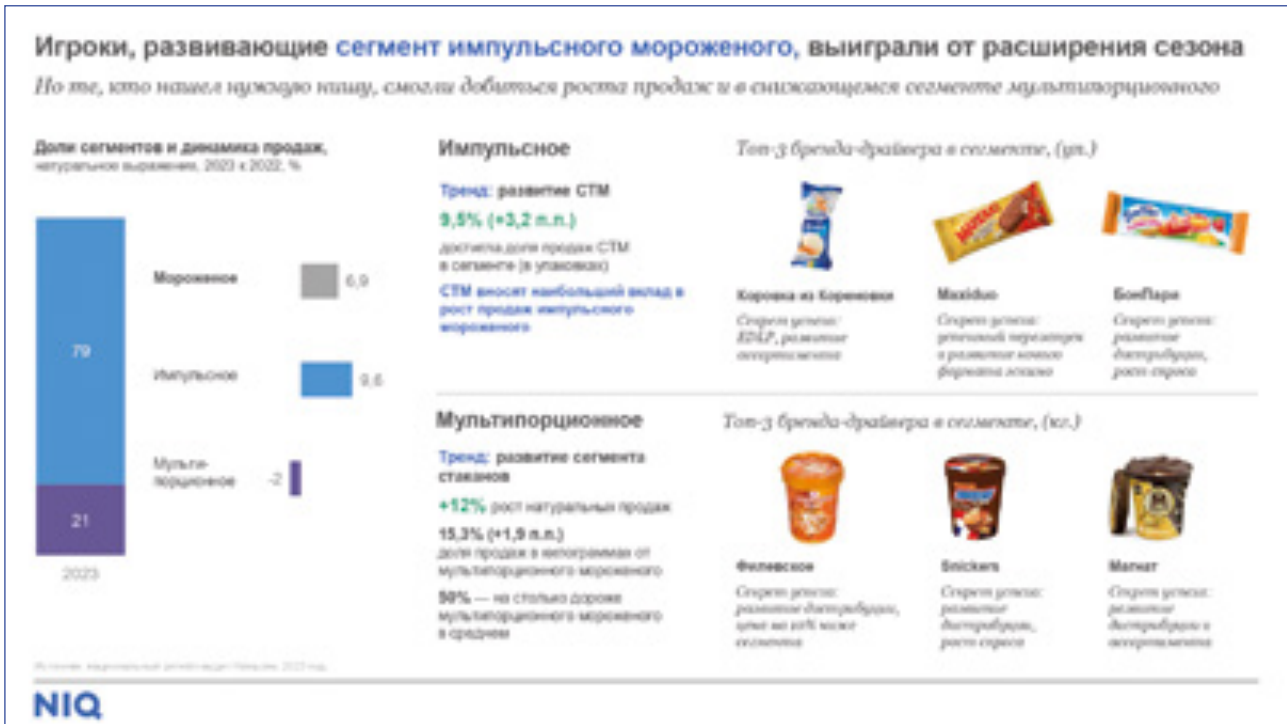
го роста продаж. И текущие прогнозы синоптиков указывают на то, что лето 2024 года может оказаться еще более жарким и побить прошлогодние рекорды потребления.

Еще одна возможность для роста продаж – тщательный поиск перспективных ниш даже в падающих категориях. Это может быть особенно актуально для непродовольственной группы, где объемы потребления в основном стагнируют или снижаются. К примеру, стимулом для развития таких товаров может стать развитие интернет-торговли: доля онлайн-канала в структуре продаж не-

продуктовых категорий уже приближается к 25%, то есть каждый четвертый товар продается в интернет-магазинах. И этот показатель, вероятнее всего, продолжит расти.

При этом наибольших успехов достигают те ритейлеры и производители, которые выбирают стратегии на пересечении сразу нескольких трендов: например, совмещают развитие интернет-продаж с фокусом на растущие форматы продукта (большие упаковки, определенные вкусы и т.д.). Другая

комбинация, которая может привести к успеху в категории – быстрая адаптация игроков к новым условиям на рынке и грамотная работа с ассортиментом. Яркий пример – категории биттеров и виски, где локальные игроки заполняют освобождающуюся нишу полюбившихся покупателю вкусов. В результате такие товары не только нарастили долю продаж и усилили позиции в рейтинге, но стали драйверами роста в своих категориях.





**М** МАГНИТ  
РЯДОМ С ВАМИ



ПРОДАВЕЦ ТОВАРОВ: АО «ТАНДЕР», Г. КРАСНОДАР, УЛ. ИМ. ЛЕВАНЕВСКОГО, Д. 185, ОГРН 1022301598549

## ДУМАЛИ МЫ НА ДНЕ, НО СНИЗУ ПОСТУЧАЛИСЬ.

### Екатерина Ивашкевич,

Операционный директор Salary Index

**Недавно правительство РФ опубликовало результаты международного исследования, согласно которому в Россия входит в ТОП-3 стран с самым низким уровнем безработицы. С точки зрения государства – прекрасный результат: люди обеспечены работой, доход растет. Плохая новость для бизнеса – людей не хватает. Тех, кто есть – разбирают сразу, вне зависимости от квалификации.**

Вот и портал Хэдхантер недавно отчитался о количестве вакансий и резюме в разных отраслях: в розничной торговле количество вакансий в два раза выше количества резюме.

#### Какие перспективы?

Средний возраст работающих россиян 42 года. Надежды на старшее поколение нет – число работающих пенсионеров снижается в течение последних семи лет. При этом в 2023 году уровень рождаемости в России оказался минимальным за последние 15 лет – 1,36 детей на одну женщину. Ежегодный демографический прогноз на период до конца 2035 года ухудшился по всем трём сценариям.

#### С чем в итоге работаем?

Итак, для аналитики мы выбрали самые востребованные массовые профили: продавец, кассир, мерчандайзер, грузчик, курьер и водитель-экспе-

дитор. Рынок предложения с очень большим разбегом – разница заработных плат внутри одной вакансии может быть десятикратной. Например, обычному водителю-экспедитору предлагают от 50 000 до 500 000 рублей в месяц. Стоит отметить, что большинство вакансий указывают средний доход.

Самые дорогие профили пользуются спросом не только в розничном, но и в логистическом секторе. Более высокая конкуренция порождает более высокую заработную плату.

Больше всех зарабатывают водители-экспедиторы. В среднем по России в 2023 году они получают 67 031 Руб. в месяц. Их доход вырос на 18% по сравнению с 2022 годом. Больше всего такие специалисты получали в столице – в среднем 68 332 рубля в месяц. Самые «дешевые» – в Сибирском федеральном округе. В среднем в месяц сибиряки получила 52 615 Руб.. Напомним, что цифры указаны без учета бонусов, при среднем количестве смен и без компенсации ГСМ.

С развитием онлайн форматов, востребованными стали и курьеры. Популярность сказывается и на средней стоимости в РФ – 58 105 рублей в месяц. По сравнению с 2022 годом они стали получать на 14% больше. Заработная плата в Москве традиционно выше – 62 464 рубля в месяц. Меньше всего получали в ушедшем году в Центральном федеральном округе – 52 103 руб/месяц.

Грузчики – последняя из мультисекторных специальностей нашего списка. В ушедшем году они зарабатывали 45 857 р/месяц в среднем по России. Столичные специалисты получали



**ГРУЗЧИК**

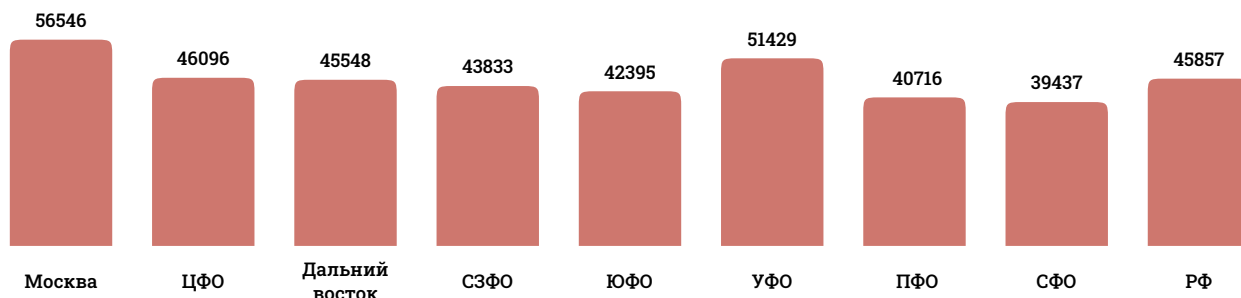
**45 857 Руб./мес**

**MAX** 56 546 Руб.

Москва

**MIN** 39 437 Руб.

СФО



**МЕРЧАНДАЙЗЕР**

**38 105 Руб./мес**

**MAX** 46 696 Руб.

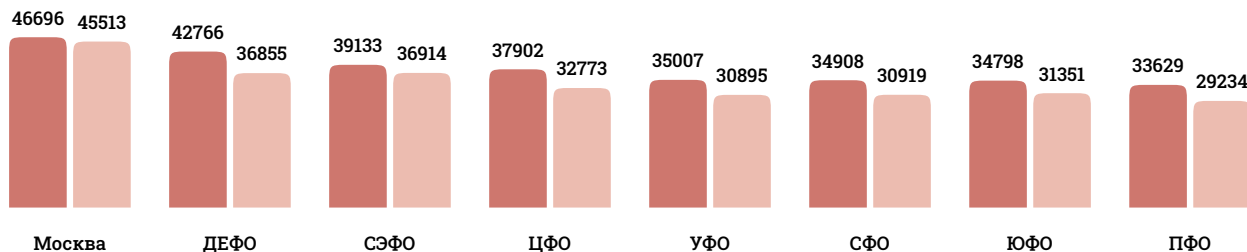
Москва

**MIN** 33 629 Руб.

ПФО

На +10% выросла средняя заработная плата по РФ вакансии «мерчандайзера» в России в 2023 году по сравнению с 2022

■ 2023  
■ 2022



**КАССИР**

**37 355 Руб./мес**

**MAX** 49 498 Руб.

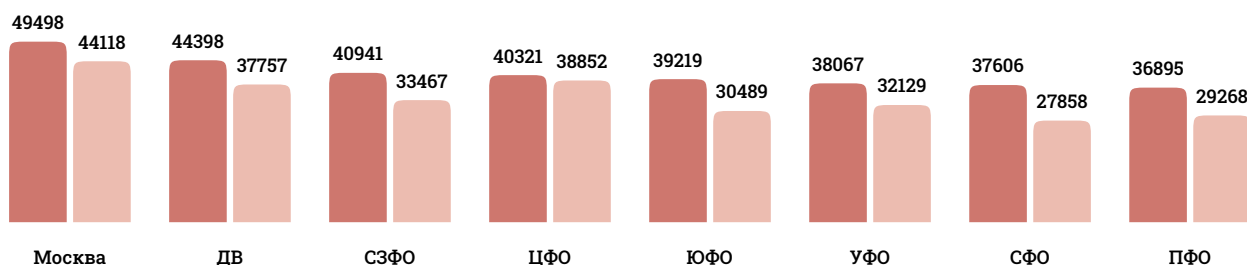
Москва

**MIN** 36 895 Руб.

ПФО

На +6% выросла средняя заработная плата по РФ вакансии «кассир» в России в 2023 году по сравнению с 2022

■ 2023  
■ 2022



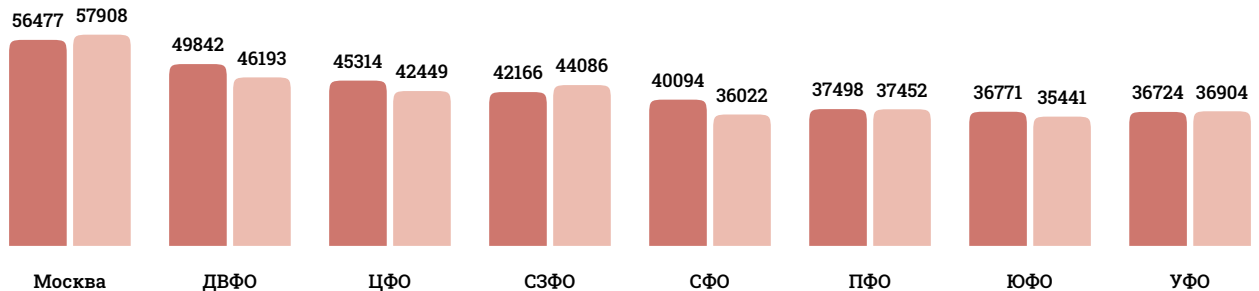
**ПРОДАВЕЦ**

**38 545 Руб./мес**

**MAX** 56 477 Руб.  
Москва

**MIN** 36 724 Руб.  
УФО

На +2% выросла средняя заработная плата по РФ вакансии «продавец» в России в 2023 году по сравнению с 2022



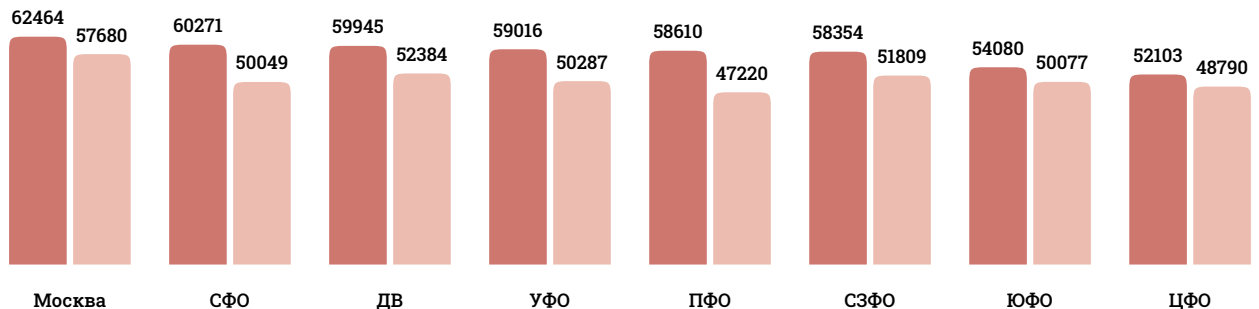
**КУРЬЕР**

**58 105 Руб./мес**

**MAX** 62 464 Руб.  
Москва

**MIN** 52 103 Руб.  
ЦФО

На +14% выросла средняя заработная плата по РФ вакансии «курьер» в России в 2023 году по сравнению с 2022



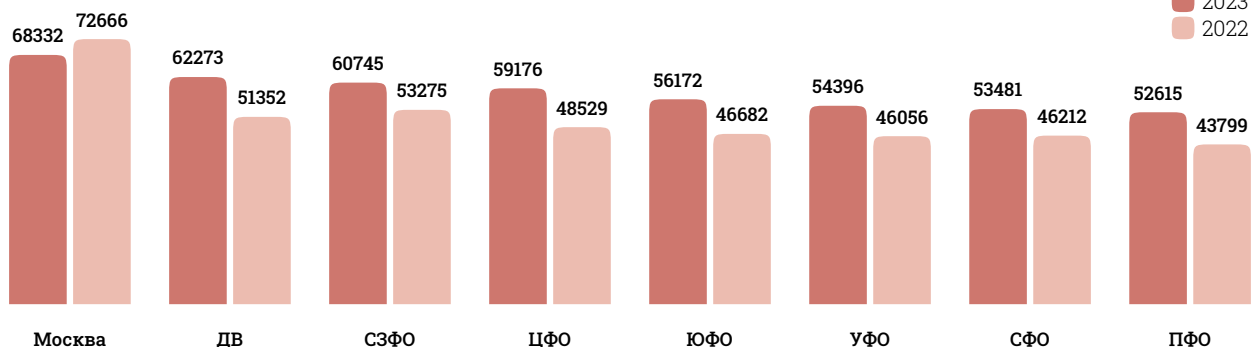
**ВОДИТЕЛЬ-ЭКСПЕДИТОР**

**67 031 Руб./мес**

**MAX** 68 332 Руб.  
Москва

**MIN** 52 615 Руб.  
СФО

На +18% выросла средняя заработная плата по РФ вакансии «водителя-экспедитора» в России в 2023 году по сравнению с 2022





почти на 10 тыс рублей больше – 56 546 Руб., меньше всего зарабатывали сибиряки – в СФО в 2023 году платили 39 437 Руб./месяц.

Несмотря на активное развитие онлайн формата, традиционная розница остается популярной у населения. А значит и сотрудники магазинов остаются востребованными специалистами. Мы, конечно, говорим о продавце, кассире и мерчандайзере.

Возглавляет рейтинг – продавец с ежемесячным доходом в 38 545 рублей в месяц в среднем по России в 2023 году. В московском регионе эта цифра значительно выше – 56 477 Руб. в месяц. Дешевле всего в ушедшем году было нанимать продавцов в Уральском федеральном округе – 36 724 Руб./месяц. Стоит отметить, что по сравнению с 2022 годом их заработная плата почти не выросла – прибавка составила всего 2%.

Те, кто отвечают «за красоту», также стоят в месяц около 40 000 рублей. В среднем по России мерчандайзеры получали в прошлом году 38 105 рублей в месяц. Рост их дохода – 10% по сравнению с 2022 годом. Да и разброс заработных плат по регионам не так велик. Московские профессионалы стоили в прошлом году 46 696 рублей в месяц, а сотрудники на аналогичной позиции в Приволжском федеральном округе – 33 629 руб/мес.

Стоимость кассиров также близка к стоимости предыдущих профилей – в среднем по России в 2023 году они получали 37 355 рублей в месяц. Их доход растет медленнее продавцов – прибавка составила 6% по сравнению с 2022 годом. Опять же, самые дорогие кассиры в Москве – 49 498 рублей в месяц в среднем в 2023 году, меньше всех зарабатывали в Приволжском федеральном округе – 36 895 Руб..

## Что же делать?

Выбор небольшой.

Необходимо мониторить рынок, предлагая конкурентные заработные платы и условия. По данным «Работа.ру» более половины (57%) россиян уволились с работы из-за низкой оплаты. Еще треть (29%) уволилась из-за нарушения ТК со стороны работодателя. Поэтому так важно быть не хуже остального рынка и предлагать конкурентные условия.

Отказаться от любых стереотипов при наборе персонала: курьерами могут быть не только мужчины, но и женщины. Возрастные ограничения тоже могут быть сняты – собирать заказы в магазине или на складе могут и подростки, и пенси-

онеры, и студенты. Один из самых ярких примеров – женщины-водители для карьерных БЕЛазов в добывающих предприятиях.

Частичная занятость и гибкий график – тоже способ нанять большее количество сотрудников при экономии ФОТ. Например, выводить большее количество персонала в пиковые часы, и не оплачивать «простой», когда покупателей меньше.

Разделить работу на «мелкие» задачи и нанимать менее квалифицированный персонал. Например, кассиров необходимо обучить работе с аппаратом, у них материальная ответственность. А вот ценники могут распечатывать, вырезать и менять разнорабочие или те, кто подрабатывают. Как и собирать онлайн заказ могут люди разной квалификации.

Автоматизировать все, что можно – электронные ценники, сканеры для считывания штрих-кодов, электронный документооборот, который сигнализирует об ошибке, ПО, которое контролирует качество товара и сроки годности. Все эти задачи должны снизить нагрузку на персонал и уменьшить потребность в людях. Правда на этапе внедрения эти решения дорогостоящие и требуют большего количества персонала на переходный период. Но в долгосрочной перспективе – вы получите меньшую зависимость бизнеса от людей и меньший ФОТ. Главное, чтобы у бизнеса хватило денег и ресурсов на внедрение этих изменений.

Полюбите свой линейный персонал. Зачастую – они сотрудники последней мили и напрямую общаются с клиентами. И информация от них может существенно улучшить внутренний и клиентский сервис. Плюс, внедрение изменений, которые предлагают полевые сотрудники, существенно повышают самооценку этих людей. Поэтому хвалите этих сотрудников не только лично, но и публично. Рассылки по всей сети от HR службы про их достижения, печатайте в корпоративной газете с фотографией (чтобы хвалиться перед родственниками), доска почета, и, конечно, конкурсы и материальное поощрение лучших (призы, подарки) – все это рабочие инструменты. Такая «нематериальная» мотивация существенно повышает лояльность к компании работодателя, а значит снижает необходимость набора новых сотрудников.



## СИТУАЦИЯ В РИТЕЙЛЕ. ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

Исследование РАЭРР на основе опроса, проведенного в марте-апреле 2024 года.

### Андрей Карпов

Председатель Правления Российской Ассоциации экспертов рынка ритейла.

Каждый год розничная торговля сталкивается с новыми задачами и открывает новые возможности. Те изменения, которые происходят, имеют неоценимое значение для понимания тенденций и выстраивания стратегий на будущее.

В рамках подготовки к международному форуму бизнеса и власти «Неделя российского ритейла» 2024 мы решили провести опрос топ-менеджмента российского ритейла. Отчет по итогам этого опроса показывает, как руководители видят текущую ситуацию в розничной торговле, куда направлены инвестиции, какие проблемы имеют приоритетное значение, и пути их решения.

В этом году на юбилейном форуме «Неделя российского ритейла» соберется вся индустрия розничной торговли, в рамках многочисленных дискуссий и выступлений можно будет услышать много примеров, иллюстрирующих данные этого отчета, из первых уст. И мы надеемся, что этот отчет будет полезным и информативным для вас при обсуждении стратегий развития вашего бизнеса.

### Основные выводы

2024 год будет сложным для розничной торговли, но в перспективе к 2030 году настрой более позитивный. Компании уверены в устойчивости бизнеса, понимают, какие изменения необходимо сделать, какие решения предпринять.

Ключевыми стратегиями на ближайший год являются долгосрочные инвестиции в устойчивость бизнеса и готовность ответить на изменение в поведении и запросах потребителей.

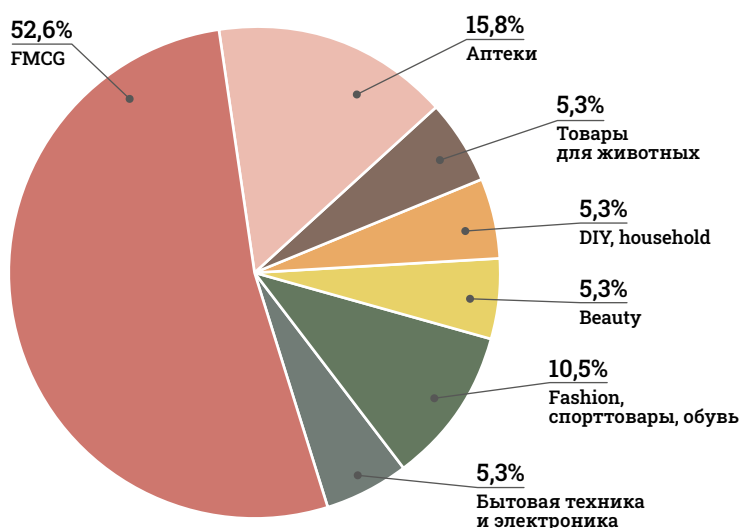
Ориентированность на клиента, его лояльность и удовлетворенность являются важным фактором оценки устойчивости бизнеса и организации бизнес-процессов.

Проблема с персоналом является одной из ключевых для розничной торговли. Самые большие сложности с торговым персоналом и с IT специалистами. Среди популярных решений – повышение зарплаты, аутсорсинг функций и инвестиции в обучение сотрудников.

Внедрение инструментов искусственного интеллекта будет приоритетно в тех направлениях, где ритейл видит существенную пользу для бизнеса: аналитика, выявление мошенничества, оптимизация ценообразования и клиентский опыт.

По прогнозам к 2030 году кардинальных изменений в распределении доходов по каналам продаж не произойдет: физические магазины, онлайн магазины и маркетплейсы будут также составлять основную часть доходности бизнеса.

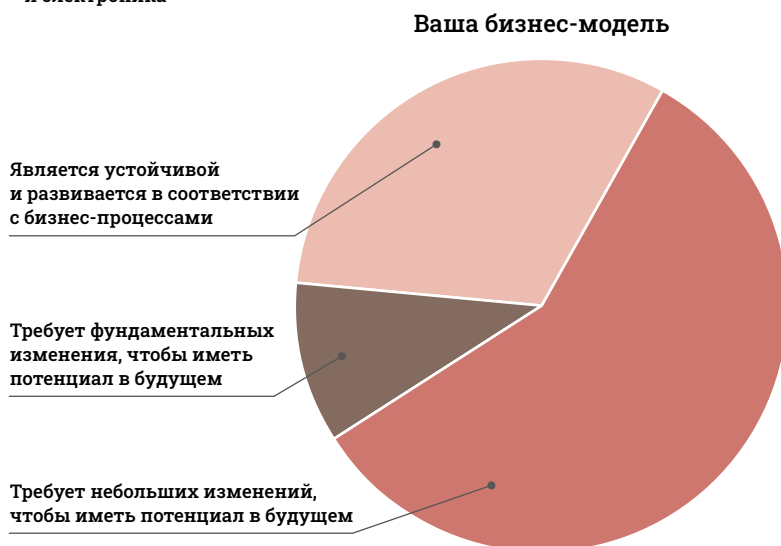
### Профиль респондентов



В ходе опроса, проведенного с 1 по 30 апреля, было получено 119 ответов от представителей компаний розничной торговли из разных сегментов.

### Устойчивость бизнеса

Более половины опрошенных компаний считают, что их бизнес-модель требует изменений, чтобы иметь потенциал для развития в будущем. Только треть респондентов полагают, что их бизнес уже является устойчивым и развивается в соответствии с требованиями времени.



Кроме того, на вопрос о позитивном будущем компании к 2030 году положительно ответили 89% респондентов. Но на ближайший 2024 год ответы не так однозначны – только 57% считают, что год будет позитивным для розничной торговли.

# Расширяем поставки от малых производителей

Агроагрегатор – это «центр сбора» региональной фермерской продукции, в котором формируются партии из продукции небольших предприятий для их централизованных поставок в магазины X5. Благодаря этому фермеры с недостаточными объемами для поставок в магазины крупного ритейлера могут объединиться на базе оператора и наладить постоянный сбыт своей продукции в сетевые магазины.

Агрегатор организывает сбор продукции, проводит её переборку, фасовку, калибровку, мойку, стикеровку, обеспечивает временное хранение и транспортировку на распределительные центры

и в магазины торговой сети. Кроме того, эта структура берет на себя всё юридическое и бухгалтерское сопровождение сбыта, а также проводит контроль качества совместно с X5. Компания, в свою очередь, гарантирует фермерам объемы выкупаемой продукции в соответствии с потребностями магазинов, а также согласовывает ценовую политику.

Такая модель взаимодействия позволяет привлечь к сотрудничеству фермеров, у которых пока нет возможности самостоятельно начать работу с торговыми сетями X5, а также увеличить долю местной продукции на полках магазинов.



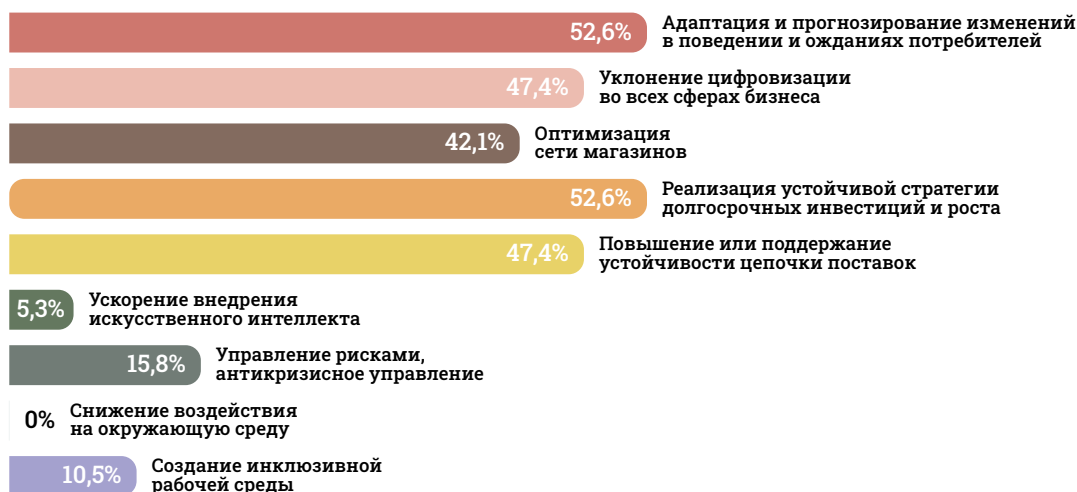
## Стратегии на устойчивость

Долгосрочные инвестиции и готовность ответить на ожидания потребителей – так можно охарактеризовать ключевые стратегии, которые выбирают компании на 2024 год. Более половины опрошенных отметили важность реализации устойчивой стратегии долгосрочных инвестиций и значимость прогнозирования изменений в поведении потребителей, адаптации к ним.

Кроме того среди приоритетов уже не первый год продолжают оставаться цифровизация бизнеса, оптимизация сети магазинов и повышение устойчивости цепочки поставок.

Если говорить о целях ESG, то инклюзивная рабочая среда важна для 10% опрошенных компаний, в то время как снижение воздействия на окружающую среду не было отмечено ни одним из респондентов.

Что, по вашему мнению, будет иметь наивысший приоритет в повестке вашей компании в 2024 году?



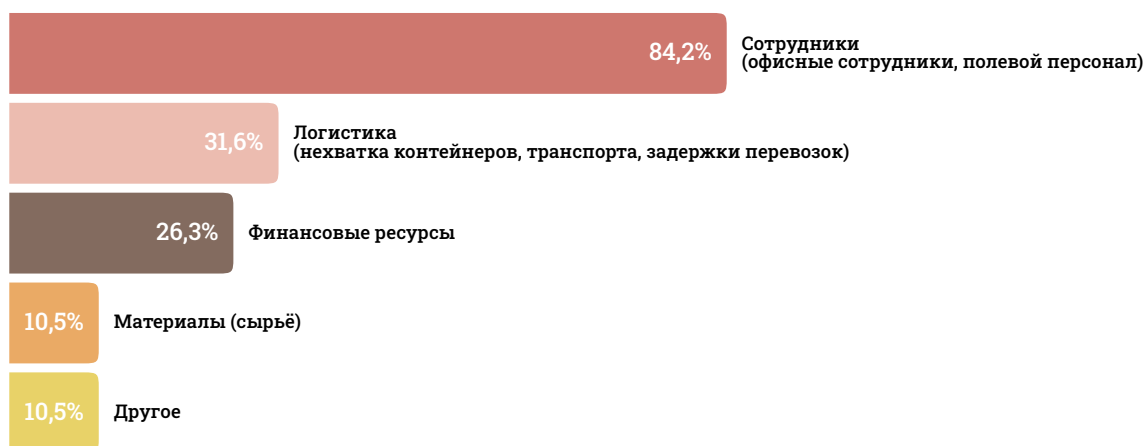
## Нехватка ресурсов

Проблему с нехваткой сотрудников отметили 84% опрошенных. Сложности с поиском сотрудников актуальны для всех сегментов розничной торговли.

Для трети опрошенных все еще ощутимы проблемы с логистикой (нехватка транспорта, задержки перевозок) и с финансовыми ресурсами.

Проблемы с сырьем отметили только 10% опрошенных ритейлеров.

В каких сферах деятельности ритейла вы ощущаете недостаток ресурсов?



## Сотрудники – где найти и как удержать?

Если говорить о трудностях в поиске персонала для магазинов, то сложности с поиском торгового персонала отметили 100% опрошенных, в то время как с управлением магазинов дело обстоит лучше – такая проблем стоит только у трети представителей розничной торговли.

А вот в персоналом для офисов и РЦ все не так однозначно. Более половины респондентов испытывают проблемы с поиском сотрудников в сферах IT и новых технологий, продаж. Около трети ритейлеров отмечают сложность с поиском кадров топ-менеджмента, управления, в отелы маркетинга, а также для всей цепочки поставок.

В каких областях вы испытываете трудности с наймом персонала для офиса и РЦ?



Для решения всех этих проблем с персоналом более 50% опрошенных назвали приоритетными следующие стратегии (в порядке убывания):

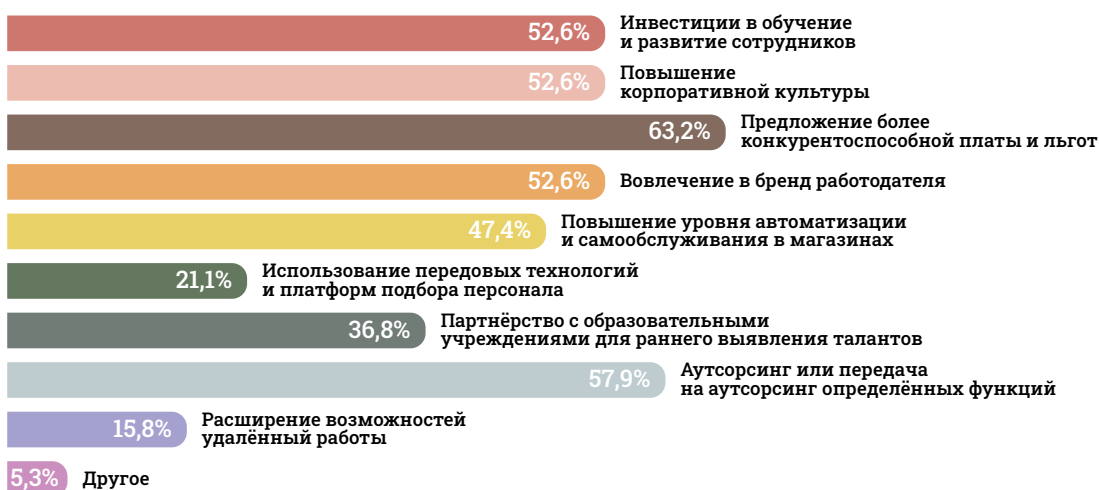
- Предложение более конкурентоспособной заработной платы и льгот
- Аутсорсинг или передача на аутсорсинг определенных функций
- Инвестиции в обучение и развитие сотрудников
- Повышение корпоративной культуры

- Вовлечение в бренд работодателя
- Повышение уровня автоматизации и самообслуживания в магазинах

А вот применение новых технологий для подбора персонала и возможность удаленной работы актуальны только для небольшого количества компаний.

Треть опрошенных уже развивают или планируют инвестировать в партнерство с образовательными учреждениями.

Какие стратегии ваша компания реализовала или планирует реализовать в 2024 году для решения этих проблем?



## Клиентоориентированность

Как уже было отмечено ранее, адаптация под ожидания потребителей и изменения в их поведении – один из высших приоритетов для ритейла в 2024 году. Все опрошенные компании оценили деятельность своей компании как сильно и очень сильно ориентированную на клиента.

- В топе решений, как быть клиентоориентированным бизнесом, респонденты отметили:
- CRM и программа лояльности
- Управление удовлетворенностью клиентов
- Клиентоориентированные метрики и KPI
- Персонализированный маркетинг
- Платформа клиентских данных

Если говорить о «клиентоориентированности», то какие из следующих возможностей у вас уже есть или вы планируете внедрить в 2024 году?

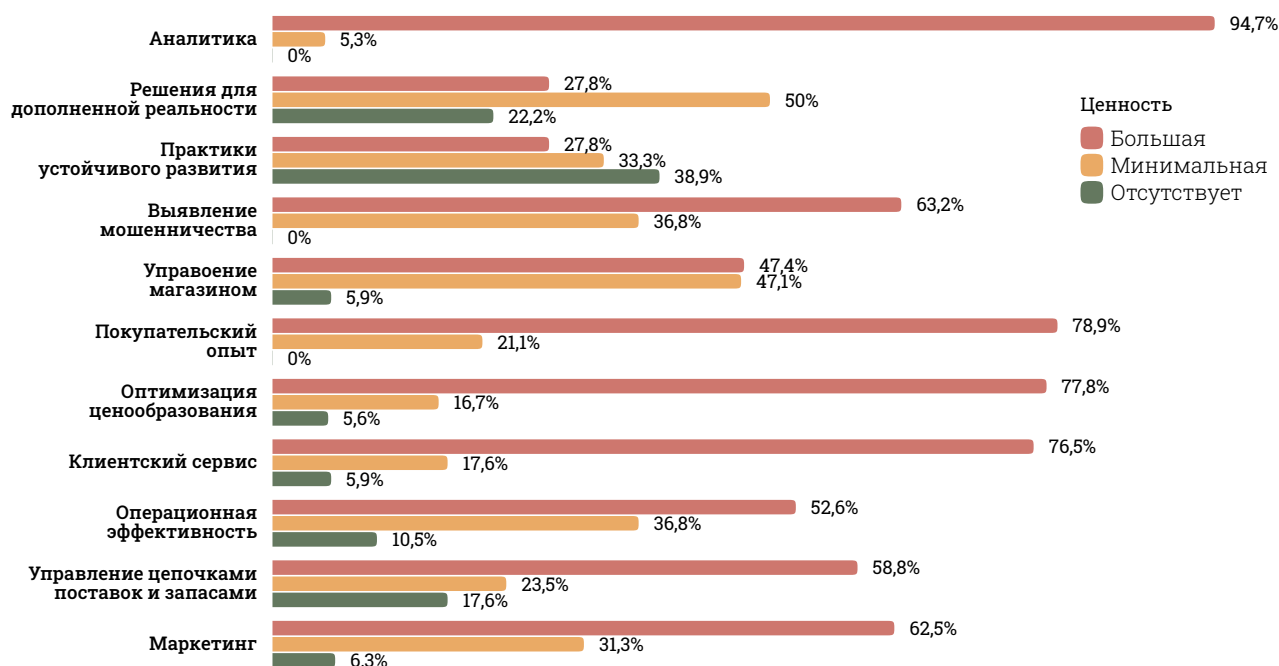


## Искусственный интеллект

Тема искусственного интеллекта остается одной из самых обсуждаемых и спорных в последнее время. По итогам проведенного опроса можно сделать вывод, что чуть больше половины ритейлеров (57%) считают важным развитие и внедрение этого инструмента, в то время как 30% наоборот, не согласны с этим и считают, что можно оставаться впереди конкурентов и без исполь-

зования ИИ. 10% не смогли однозначно ответить на этот вопрос.

Если говорить о сферах бизнеса, где применение ИИ действительно ценно, то, по мнению экспертов, это: аналитика, выявление мошенничества, покупательский опыт, оптимизация ценообразования и клиентский сервис



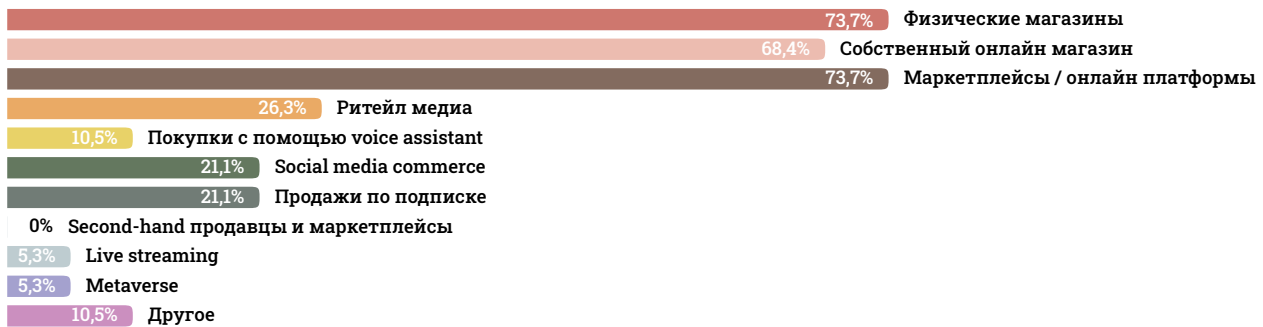
## Прогнозы на будущее

Какой будет ритейл к 2030 году?

По итогам опроса можно сделать вывод, что преобладающими источниками дохода будут все также: офлайн магазины и онлайн – как соб-

ственные онлайн магазины, так и маркетплейсы, онлайн-платформы. Также к онлайн можно отнести продажи через социальные сети, которые по прогнозам могут составить до 20% дохода.

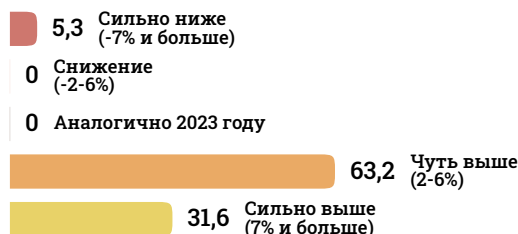
Какие каналы или источники доходов, по вашему мнению, будут иметь наибольшее коммерческое значение для вашего бизнеса к 2030 году?



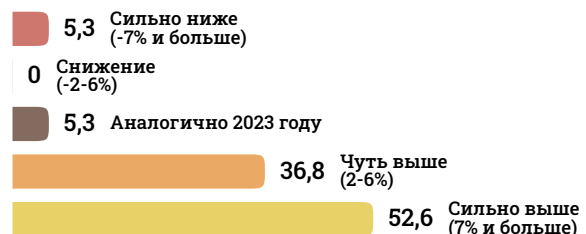
## Доходы и расходы

Более половины респондентов позитивно смотрят на развитие бизнеса в 2024 году. Почти 90% считают, что объем бизнеса вырастет по сравнению с 2023 годом, а более 70% рассчитывают и на рост прибыли. При этом половина компаний считает, что стоимость аренды останется на прежнем уровне, а увеличение расходов на зарплату будет незначительным, в районе 2–4%.

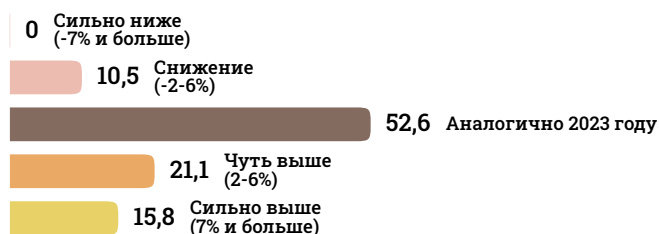
Каков ваш прогноз по расходам на заработную плату вашего бизнеса в 2024 году по сравнению с 2023 годом?



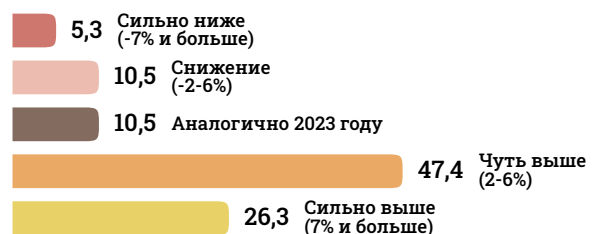
Каков ваш прогноз по объёму собственного бизнеса в 2024 году по сравнению с 2023 годом?



Каков ваш прогноз стоимости аренды для вашего бизнеса в 2024 году по сравнению с 2023 годом?



Каков ваш прогноз прибыли бизнеса в 2024 году по сравнению с 2023 годом?



## Советы бизнесу и топ-менеджменту

На вопрос «Какой совет вы могли бы дать топ-менеджерам ритейла» самыми популярными и очень схожими были пожелания не сдаваться, двигаться вперед, не останавливаться и не бояться рисковать.

Из более конкретных советов были рекомендации по работе с персоналом, как в плане мотивации, так и обучения, а также повышения эффективности и оптимизации бизнес-процессов.





# ЧЕРКИЗОВО

С 1974

## Группа «Черкизово» - лидер мясной индустрии России

### 2 место

среди производителей мяса бройлеров

### 2 место

среди производителей индейки

ВХОДИТ В

### ТОП-10

производителей свинины

### 14

птицеводческих комплексов

### 20

свиноводческих площадок

### 1

маслоэкстракционный завод

### 13

предприятий по мясопереработке и убою

### 1

предприятия по производству мяса индейки

### 1

научно-испытательный центр

### 12

элеваторов

### 13

комбикормовых заводов

### 355 000

га общий земельный банк

### 40

складских комплексов

### 45 000

сотрудников

[www.cherkizovo-group.com](http://www.cherkizovo-group.com)

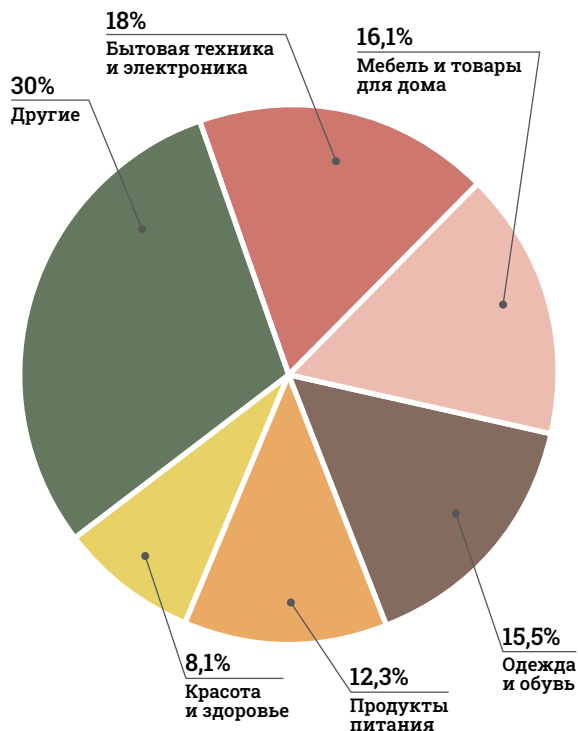
ЕСОММЕРСЕ-РЫНОК В РОССИИ:

# ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ О ПОВЕДЕНИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ И КАК РИТЕЙЛЕРЫ МОГУТ НА НЕГО ПОВЛИЯТЬ

Эксперты Яндекс Рекламы подготовили обзор российской e-commerce-индустрии и поделились инсайтами о покупательском поведении на примере fashion-сегмента.

С 2015 года количество специализированных и нишевых ритейлеров в Европе выросло в 3 раза, говорится в отчёте Ecom Consulting. И российский рынок следует этому тренду: по прогнозам Tinkoff eCommerce и Data Insight, к 2026 году рынок специализированных магазинов вырастет на 70%, по сравнению с 2023 годом, и достигнет 1 трлн. рублей.

По итогам 2023 года 70% продаж<sup>1</sup> в российском e-commerce приходится на 5 ключевых индустрий:



На примере fashion-индустрии разберём, какие факторы влияют на выбор ритейлера и решение о покупке и как с ними работать.

## Как потребители выбирают, где совершить покупку

С каждым годом покупатели всё сознательнее подходят к выбору товаров и брендов. Почти половина – 42%<sup>2</sup> – сразу знали бренд одежды, который купят.

**Работайте над узнаваемостью бренда, чтобы быть Top of Mind, когда пользователь задумается о покупке.**

Потребители готовятся к покупке – и на это требуется время. 66% планируют покупки заранее. Так, у 30% покупателей подготовка занимает 2–3 дня, а 24% для этого нужна неделя.

У 43% покупателей нет основного магазина для покупки одежды и обуви. Поэтому, по данным Яндекса, 45% начинают поиск с бренда магазина, а только потом переходят к конкретным моделям. В процессе поиска люди посещают в среднем 5–6 сайтов и вводят 5–7 запросов.

Хотя 69% точно знают, какие предметы одежды им нужны, а 58% – где именно их купить, они не всегда совершают покупку сразу.

Вот основные причины, почему так происходит<sup>3</sup>:



Покупатели предпочитают мультиканальный шопинг



Хотя совокупно в онлайн товары приобретают 82% потребителей, 18% не покупают онлайн. В офлайн-шопинге аудиторию привлекает возможность физического контакта с понравившейся моделью.

Чтобы добраться до офлайн-ритейлеров, покупатели используют в том числе Яндекс Карты и Навигатор. По данным Яндекса, в конце 2023 года количество построенных маршрутов в Геосервисах увеличилось на 17%, а число запросов о fashion – в 1,6 раза<sup>4</sup>.

И бизнес активно откликается на этот тренд: инвестиции в геомедийную рекламу выросли на 36%, а количество новых рекламодателей – на 48%.

Усилить свои позиции в офлайне, отстроиться от конкурентов и рассказать об открытии новых точек, ребрендинге и спецпредложениях поможет микс геоформатов:

- Приоритетное размещение сделает компанию заметной среди похожих
- Баннер при построении маршрута подскажет, что точка находится по пути, и донесёт уникальное торговое предложение
- Рекомендация маршрута позволит привлечь трафик в точку. Оплата будет взиматься только за перестроенный маршрут
- Пин подсветит точку при движении по маршруту неподалёку, выделит и сформирует знание о расположении

Опыт пользователей в интернет-магазинах вдохновляет на повторные покупки

63% потребителей совершают повторные покупки одних и тех же брендов в собственных есоm-точках брендов – в 1,5 раза больше, чем

на маркетплейсах (41%). Это связано в том числе с тем, что собственные торговые площадки обеспечивают уникальный пользовательский опыт и, что особенно важно, дают покупателям источник вдохновения.

76% покупателей, предпочитающих приобретать товары в интернет-магазинах, искали вдохновение перед покупкой – в 1,3 раза чаще, чем на маркетплейсах (61%).

Чтобы вдохновиться, пользователи:



Конкуренция на fashion-рынке растёт, а вместе с ней и инвестиции в рекламу

В 2023 году в индустрии fashion появилось 40 новых локальных брендов, по данным Nikoliers, и 16 иностранных, по данным РБК. И чем больше брендов, тем активнее борьба за покупателя.

Во время последнего шопинга 63% покупателей выбрали одежду новых для себя брендов.

Чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов, ритейлеры всё активнее вкладываются в рекламу. Так, количество новых рекламодателей в медийной рекламе выросло на 23%, а инвестиции в медийную рекламу, видео и баннеры – на 79%<sup>5</sup>.

Расширяйте ассортимент, улучшайте клиентский опыт и выстраивайте эмоциональную связь с потребителем с помощью медийной рекламы, чтобы в момент выбора покупатель с большей вероятностью обратился именно к вам.

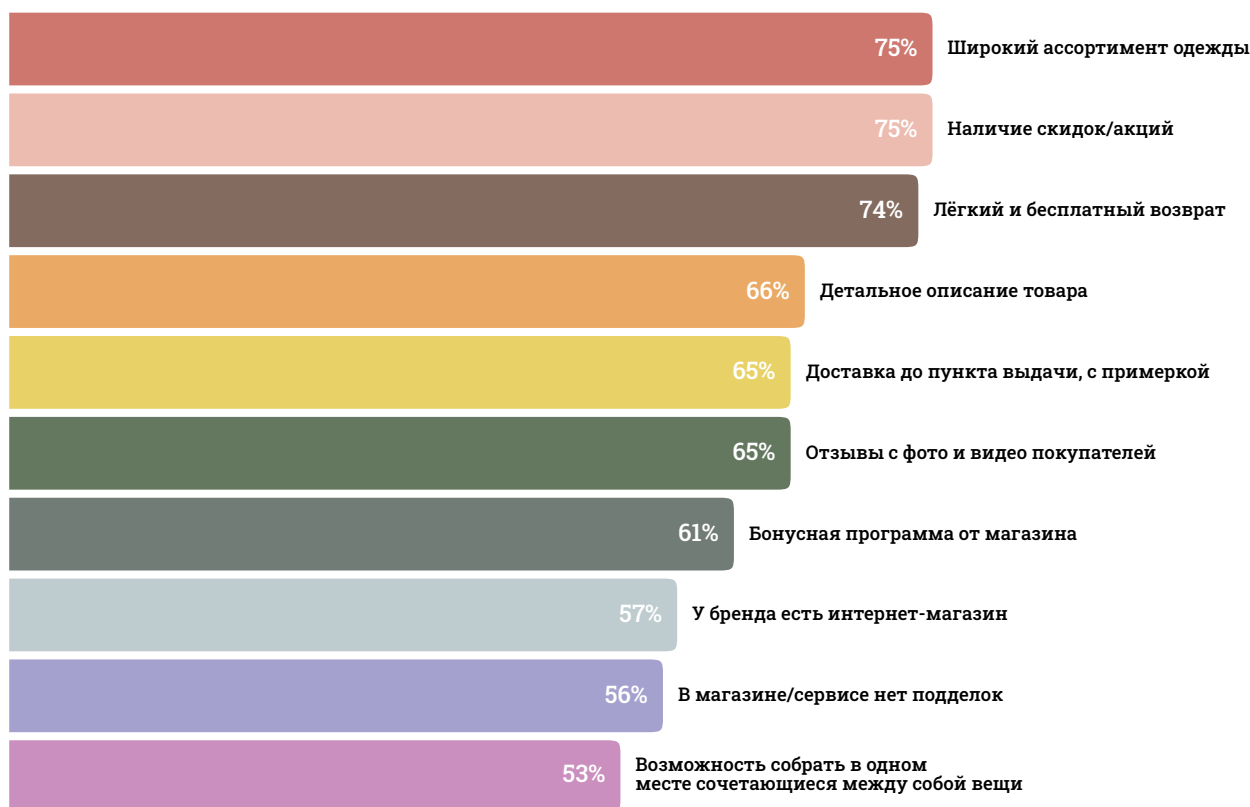
### Контакт с медийной рекламой повышает эффективность рекламы в целом

	Снижение CPA	Снижение DPP	Рост CR	Рост AOV
<b>Бренд</b> включение брендовых запросов в путь покупки одежды и обуви	<b>-78%</b>	<b>-82%</b>	<b>х6</b>	<b>+20%</b>
<b>Медийная реклама</b> показ рекламы до покупки одежды и обуви	<b>-50%</b>	<b>-51%</b>	<b>+80%</b>	<b>-</b>
<b>РСЯ</b> показ рекламы до покупки одежды и обуви	<b>-20%</b>	<b>-10%</b>	<b>+90%</b>	<b>-</b>

Источник: данные Яндекса, Q4'23. Снижение DPP и CPA по сравнению с показателями у тех людей, кто не видел медийную, РСЯ или брендовую рекламу

**Удовлетворять желания покупателей – главная задача ритейлеров**

Ключевыми факторами при выборе ритейлера являются широкий ассортимент, акции и скидки, лёгкий и бесплатный возврат.



Реализуйте эти возможности в рамках своей компании, чтобы обеспечить комфортный клиентский опыт, и используйте их как преимущество в коммуникации с потребителем, чтобы сформировать имидж бренда и увеличить продажи.

- 1 Данные Сбера и Ассоциации компаний интернет-торговли
- 2 Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели. Пользователи в возрасте 18–64 лет из городов РФ с населением 100 000+. Период проведения опроса – апрель 2024 года
- 3 Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, январь 2024 года
- 4 Данные Яндекса, четвёртый квартал 2023 года, YoY
- 5 Данные Яндекса в категории Fashion, 2023 год, YoY



**VTB**

## **VTB-SOFTPROST — ТЕРМИНАЛ ДЛЯ ПРИЁМА ПЛАТЕЖЕЙ В ВАШЕМ СМАРТФОНЕ**

- ПРИЕМ ОПЛАТЫ В ЛЮБОМ МЕСТЕ В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ
- ДЛЯ КУРЬЕРОВ, ТОРГОВЛИ, ТАКСИ И УСЛУГ
- ФИСКАЛИЗАЦИЯ ПЛАТЕЖЕЙ ПО ВСЕМ ТРЕБОВАНИЯМ 54 ФЗ

**ПОДРОБНЕЕ НА САЙТЕ VTB.RU**

**☎ 1000** ЗВОНОК ПО РОССИИ  
БЕСПЛАТНЫЙ

**8 800 200 77 99 / VTB.RU**

БАНК ВТБ (ПАО). ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ №1000. РЕКЛАМА 0+

# K2TECH

Вершины технологий

**14 лет**

работы с ритейлом, FMCG  
и пищевой промышленностью

**3 400+**

проектов

**600+**

заказчиков

Предоставляем полный спектр решений

**01**

Инженерная  
инфраструктура

**02**

ИТ-инфраструктура

**03**

K2 CLOUD

**04**

Информационная  
безопасность

**05**

Корпоративные  
коммуникации

**06**

Решения для ИТ

**07**

Big Data и аналитика

**08**

Бизнес-приложения



ГАЗПРОМБАНК | БИЗНЕС

# Транзакционные решения для вашего бизнеса

РКО

Личный кабинет участника ВЭД

Онлайн-инкассация

БСК

Эквайринг

Экосистема ГПБ Бизнес-Онлайн

Корпоративные карты

СБП

Казначейские операции



# 10-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

# 10 ЛЕТ

# НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2024

ОРГАНИЗАТОРЫ:



Retail Event



Минпромторг  
России



РОССИЙСКАЯ  
АССОЦИАЦИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
РЫНКА РИТЕЙЛА

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР

Альфа Банк

ПЛАТИНОВЫЙ ПАРТНЕР



ГАЗПРОМБАНК

ПЛАТИНОВЫЙ ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ СПОНСОР



ЗОЛОТОЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР  
КОНГРЕССА АНТИКОНТРАФАКТ



ФИНТЕХ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР  
FMCG & RETAIL SUMMIT



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР FMCG & RETAIL SUMMIT



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ БРЕНД WINE RETAIL

