

16 марта

**ДЕМОДЕНЬ DIALOG X5**

В рамках WorldFood Summit & Нильсен Академия запланирован визит в офис Dialog X5, где делегаты получат возможность изучить аналитические инструменты сервиса Dialog X5 / Аналитика. Участники познакомятся с функционалом, доступным каждому поставщику X5, разберут практические сценарии использования для оперативной аналитики и стратегического планирования, а также смогут задать вопросы представителям команды Dialog X5.

Нетворкинг, фуршет

17 марта\*

09:00 – 10:00

Регистрация. Приветственный кофе

**ТРЕНДЫ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2026.  
ОБЗОР РЫНКА - НОВЫЕ ТRENДЫ В КАНАЛАХ, РЕГИОНАХ, КАТЕГОРИЯХ**

10:00 – 11:00

**Константин Локтев, директор по стратегии Нильсен**  
Рынок потребительских товаров находится в переломной точке, когда старые факторы роста перестали действовать, а новые еще не обозначились достаточно явно, чтобы говорить о грядущем оживлении. Что происходит: кратковременное замедление, после которого будет рост, или отсутствие роста – это новая экономическая норма? Как происходит перераспределение потребительских бюджетов на рынке? Какие каналы торговли все еще притягивают покупателя? Как ассортимент пользуется спросом у покупателя? Как действовать менеджменту в текущих экономических условиях?

11:00 – 11:15

Перерыв на кофе

**ПЛЕНАРНАЯ ДИСКУССИЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ РИТЕЙЛ-СЕТЕЙ  
РЫНОК ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ 2026 – ПЕРЕСМОТР ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ОСНОВ РЫНКА**

11:15 – 13:00

**Модератор: Кирилл Терещенко, генеральный директор, KOTANYI**  
Итоги 2025 года ставят под сомнение устойчивость прежнего адаптационного подхода. Рынок разделился: часть игроков сохраняет рентабельность, часть - борется за выживание. На фоне сберегательного поведения покупателей и повышения НДС 2026 год станет тестом на жизнеспособность существующих бизнес-моделей. Вопрос к лидерам: где предел операционной экономии и какие радикальные решения уже подготовлены? Чего мы больше не боимся?

13:00 – 14:30

ОБЕД

13:30 – 14:30

**V2B-переговоры с ритейл-сетями (необходима предварительная регистрация)**  
Серия управляемых индивидуальных V2B-встреч с категорийными менеджерами ведущих розничных сетей. Участники получают возможность лично презентовать свою продукцию, обсудить условия сотрудничества с категорийными менеджерами и определить направления для потенциального партнерства. Встречи проходят по заранее сформированному расписанию с закупщиками, заинтересованными в конкретной категории. V2B-переговоры охватят ключевые направления ассортимента: готовая еда и кулинария, молочная и мясная продукция, кондитерские изделия, бакалея, снеки, специи и другие категории.

**ТОЧКИ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА И РЕЙТИНГ ТОП БРЕНДОВ 2025**

14:30 – 15:30

**Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен**  
Несмотря на замедление российской экономики практически в каждой категории можно обнаружить растущие сегменты, ниши, бренды. Продемонстрируем наиболее яркие примеры «точек роста» российского FMCG рынка, а также объявим какие бренды показали по итогам 2025 года самые высокие результаты

**АНАЛИТИЧЕСКОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ.  
КАК МЕНЯЕТСЯ ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ И КАК ЭТО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДЛЯ РОСТА ВАШЕГО БИЗНЕСА**

15:30 – 16:00

**Елена Самодурова, Директор департамента, Отдел продаж потребительской панели, ICMR (ООО "ГФК-Русь")**  
Как менялся покупательский оптимизм с течением времени? FMCG рынок – какие факторы драйвят изменения на рынке? Как ведут себя покупатели в разных категориях? Обзор розничной торговли – что растет? Как поменялись привычки питания за последние 5 лет?

16:00 – 16:15

Перерыв

**АНАЛИТИЧЕСКОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ.  
ВОЗМОЖНОСТИ АНАЛИТИКИ КРУПНЫХ РИТЕЙЛ-СЕТЕЙ ДЛЯ ЗАПУСКА НОВЫХ ПРОДУКТОВ**

16:15 – 17:00

Екатерина Панкратова, руководитель отдела продаж X5 Диалог

**КЛИЕНТОКРАТИЯ. НОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ НА ПРИМЕРЕ ВКУСВИЛЛ**

17:00 – 17:45

**Николай Попович, Член совета управляющих ВкусВилл**  
Почему классические управленческие модели перестают работать в быстро меняющемся мире? На примере ВкусВилл: как клиентократия – управление от потребностей клиента к решениям команд – помогает сохранять рост, доверие и предпринимательский дух в крупной компании. Участники узнают, как определить текущий уровень зрелости своей организации и какие управленческие шаги позволяют выстроить устойчивый фокус на клиента и ценность для него.

17:45 – 20:00

Фуршет и вечерняя программа

18 марта\*

09:00 – 09:45

Приветственный кофе

### ПЕРЕГОВОРЫ - ЭФФЕКТИВНАЯ ПОДГОТОВКА ЧЕРЕЗ АНАЛИЗ ДАННЫХ

09:45 – 10:45

**Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен**  
В основе успешных переговоров лежит умение обосновать свою позицию цифрами или рыночными данными. О том как готовиться к переговорам, какие аспекты учесть, какие источники данных выбрать, какие метрики использовать и как правильно интерпретировать данные расскажем в этом практическом блоке.

10:45 – 11:00

Перерыв на кофе

### РЫНОК E-GROCERY В 2026

11:00 – 12:15

**Модератор: Мстислав Воскресенский, управляющий партнер, Директфуд**  
**Спикеры: Марина Мамонова, руководитель управления коммерческого маркетинга, Самокат**  
**Сергей Колошко, Директор по электронной коммерции розничной сети «Дикси»**  
**Борис Базанов, Диджитал-директор, О'Кей**  
**Павел Шилин, вице-президент по электронной коммерции, «Азбука вкуса»**  
Объем рынка онлайн-продаж в категории FMCG продолжает стремительно расти по всему миру. Потребители всё активнее вовлекаются в процесс покупки, сокращается время доставки, увеличивается частота заказов, но также и снижается средний чек. Специалистам становится всё более очевидно, что из-за низкой рентабельности продаж мы стоим на пороге коренного изменения бизнес-моделей, и в передовых странах (и Россия входит в их число) этот процесс уже происходит. Новый ассортимент, мультиканальный покупатель, автоматизация и цифровая трансформация станут ответом на возникающие вызовы.

12:15 – 13:45

**ОБЕД**

12:45 – 13:45

**V2B-переговоры с ритейл-сетями (необходима предварительная регистрация)**  
Серия управляемых индивидуальных V2B-встреч с категорийными менеджерами ведущих розничных сетей. Участники получают возможность лично презентовать свою продукцию, обсудить условия сотрудничества с категорийными менеджерами и определить направления для потенциального партнерства. Встречи проходят по заранее сформированному расписанию с закупщиками, заинтересованными в конкретной категории. V2B-переговоры охватят ключевые направления ассортимента: готовая еда и кулинария, молочная и мясная продукция, кондитерские изделия, бакалея, снеки, специи и другие категории.

### ЛУЧШИЕ ЗАПУСКИ 2025 ГОДА - РЕЙТИНГ НОВИНОК

13:45 – 14:30

**Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен**  
Ежегодно в FMCG запускается около 40000 тысяч новинок. Интерес индустрии к новым запускам не удивителен: всем известно, что категория растет за счет пробующих, а новый продукт - лучший способ помочь совершить покупку. Вместе с тем лишь 11% запущенных SKU становятся достаточно успешными, чтобы остаться на прилавках спустя 12 месяцев. Каждый год новые характеристики и яркие черты дизайна вступают в борьбу за сердце покупателя.  
Каким стал 2025 год для новых запусков? Какие запуски оказались самыми успешными? В каких категориях и брендах? Какие характеристики продуктов привели к успеху? Как учесть опыт лидеров, чтобы ваши новинки вырвались в верхние строки рейтинга прорывных запусков года?

### ИНТЕРВЬЮ НА СЦЕНЕ: ЭТМ ПРОТИВ СТМ

14:30 – 15:30

**Со-модераторы: Роман Шалимов, CEO Точка Роста и Александра Кивич, менеджер сообщества WorldFood Connect**  
**Елизавета Ковалева, Лидер клиентского пути во ВкусВилле**  
Стратегия производителя: совмещать нельзя разделять. Стоит ли участвовать в ЭТМ или сосредоточиться на собственном бренде?  
Будущее ЭТМ: эволюция от аналогов к премиальным уникальным продуктам.  
Совет производителям: как вести переговоры с ритейлом по ЭТМ.  
Реальные примеры успеха

15:30 – 15:45

Перерыв

### АНАЛИЗ ДАННЫХ ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ЛИСТИНГА

15:45 – 16:30

**Максим Востряков, Руководитель направления продаж аналитических сервисов Нильсен**  
Эластичности наиболее эффективно использовать для настройки ценовой стратегии.  
Но это далеко не единственный способ применения. Эластичности также можно использовать для настройки листинга в зависимости от стратегии сети или канала. В рамках презентации мы рассмотрим оба направления использования этого показателя: для определения ценовой стратегии и ассортиментной

16:30 – 16:45

Перерыв

### МАРКЕТИНГ, УВЕЛИЧИВАЮЩИЙ ПРОДАЖИ

16:45 – 17:45

**Игорь Манн, самый известный маркетер России, спикер, автор, издатель**  
Как правильно увеличить продажи – быстро (меньше, чем за месяц) – с помощью всего 22 маркетинговых действия.

17:45 – 18:30

Нетворкинг за бокалом шампанского

\* Программа предварительна