

# Ретейл-2024: новые нормы

IV ежегодный форум  
«Ретейл-2024: новые нормы»

1 марта 2024 года  
Москва, St. Regis Никольская

1 марта 2024 года в отеле St. Regis Никольская состоялся 4й ежегодный форум «Ретейл-2024: новые нормы», организованный FCongress, при информационной поддержке Forbes Russia.

Благодарим компании, поддержавшие мероприятие: генеральный партнер – ПАО «Совкомбанк»; партнёр бизнес завтрака – Cloud.ru; партнеры сессии – BNPL-сервис «Поделки», CORE.XP; при участии - JVO.ru, Nikoliers

Модераторами форума выступили:

**Виктор Афанасенко**, член совета директоров, региональный директор департамента складской и индустриальной недвижимости, земли, Nikoliers

**Михаил Бурмистров**, генеральный директор, компания «INFOLine-Аналитика»

**Никита Горбачевский**, директор направления «Торговля», Cloud.ru

**Ольга Орешникова**, генеральный директор, FCongress

Начавшиеся в 2022 году структурные изменения рынка ретейла способствовали усилению отечественных компаний и росту доли товаров российского производства в объеме продаж. К кризисным явлениям на рынке ретейла привели внешние факторы, действие которых продолжится и в 2024 году.

Тем не менее розничная торговля довольно быстро адаптировалась к новой рыночной реальности. Это дает основания оптимистично ожидать некоторого роста в среднесрочной перспективе при отсутствии шоковых сценариев развития экономики.

Какие стратегические цели ставят перед собой российские ретейлеры? Какие направления развития и проекты считают приоритетными?

Форум открылся специальной стратегической встречей в формате бизнес-завтрака «IT в ретейле: российские реалии сегодняшнего дня»

В бизнес-завтраке приняли участие Дмитрий Гавриленко, директор по связям с государственными организациями «Авито»; Николай Ермаков, технический директор ГК DM Group; Татьяна Коваль, директор по архитектуре и инфраструктуре «Магнит»; Константин Пешехонов, CEO Hoff Tech; Павел Сапогов, директор по инновациям Wildberries.

Модератор встречи Никита Горбачевский (Cloud.ru) отметил, что «технологии в торговле определяют качество и непрерывность бизнес-процессов, являются драйвером развития инноваций и улучшения клиентского опыта. Ни пандемия, ни геополитические сдвиги не помешали стабильному и стремительному росту российского рынка торговли, и технологии сыграли здесь не последнюю роль».

Участники обсудили ключевые ИТ-тренды в отрасли, в частности:

- ✓ Импортзамещение сервисов и технологий в эпоху санкций;
- ✓ Какие сервисы возможно перевести в собственные ИТ-команды, а для каких по-прежнему нужен вендор;
- ✓ Какие собственные ИТ-решения могут предложить рынку компании;

# Ретейл-2024: новые нормы

- ✓ Как сделать e-commerce максимально технологичным;
- ✓ Зачем ретейлеру нужен собственный маркетплейс.

Форум продолжился пленарной сессией *«Российский ретейл: от адаптации к умеренному росту»*. Сессию открыл Михаил Бурмистров (INFOLine-Аналитика), подробно ознакомивший аудиторию с трендами и вызовами в ретейле в 2024 году.

Дискуссию продолжил Александр Дворский, управляющий директор ПАО «Совкомбанк». Он ответил на вопросы модератора об изменениях покупательского спроса и о роли финансовых сервисов для ретейла. «Совкомбанк – это банк, который ориентирован на ретейл. Ключевой продукт – карта рассрочки Халва, большая программа лояльности, которую мы превратили в экосистему. Наши партнеры получают поток новых клиентов, рост среднего чека и частоту покупок. Мы даем больше возможностей – например, корпоративное кредитование. Партнеры получают особые условия и преференции».

Руслан Исмаилов, заместитель генерального директора, директор по управлению розничной сетью «Магнит» рассказал о наиболее перспективных направлениях развития для продуктового ретейлера. «Мы стираем границы между онлайн и офлайн. Это все становится единым каналом продаж для покупателя. Наша задача - сделать выбор канала продаж практически незаметным для потребителя. Сделать его максимально удобным в момент, когда человек определяется с покупкой»

Александр Федосов, член совета директоров METRO поддержал выступление коллеги и объяснил, как сохранять позитивную динамику продаж продуктового ретейлеру с фокусом на B2B формат.

«ВсеИнструменты.ру» - это компания, которая активно работает в сегментах B2B и B2C, при этом сочетает широчайший ассортимент с высоким качеством сервиса с точки зрения скорости доставки и надежности. Валентин Фахрутдинов, генеральный директор «ВсеИнструменты.ру» рассказал, за счет чего компании каждый год удается расти на 50+%. «В планах – расширить сеть примерно на 300 точек. Но для нас важен не только рост выручки, но и окупаемость точек. Также планируем открывать склады и развивать курьерскую доставку для B2B и B2C».

В завершение сессии Александр Сарычев, генеральный директор сети ZENDEN обратил внимание аудитории на основные вызовы рынка фэшн и проблемы сохранения производственных мощностей, так как Zenden – это не только ретейлер, но и производитель собственной продукции.

В рамках третьей сессии *«E-commerce: новые горизонты»* спикеры обсудили, как e-commerce влияет на форматы торговли и каковы стратегические приоритеты отрасли.

Сессию открыл Александр Борзов, руководитель департамента маркетинга привлечения, «Самокат». «Самокат» стал крупнейшим игроком на рынке онлайн продаж продовольственных товаров. Уникальная бизнес-модель, ориентированная на минидарксторы с быстрой доставкой, и широкая географическая представленность. Спикер подробно рассказал о портрете потребителя и целевой аудитории сервиса.

Никита Герц, директор по управлению ростом бизнеса электронной коммерции сети «Магнит» продолжил дискуссию о развитии e-grocery и о том, что это дает основному

# Ретейл-2024: новые нормы

бренду. Также спикер ответил на вопросы об использовании маркетплейса для наращивания объемов онлайн-торговли.

Поддержала дискуссию Александра Иванченко, директор маркетплейса «М.Видео-Эльдорадо», сделав упор на комплексную омниканальную модель One retail, а также на ее уникальные преимущества для клиентов.

Анастасия Рогачева, директор департамента электронной коммерции Lazurit рассказала об особенностях развития онлайн торговли на рынке мебели и о трендах, связанных с увеличением популярности малогабаритных квартир.

Развитие ecomt невозможно без развития складского рынка и складской инфраструктуры. «Рынок складской недвижимости последние несколько лет активно развивается в регионах. Онлайн ретейл идет в так называемые города второго или третьего уровня с точки зрения численности населения, в них появляются мощные инфраструктурные объекты. Мы уверены, что через несколько лет соотношение складских площадей поменяется в сторону регионов», объяснил в своем докладе Антон Алябьев, старший директор, руководитель отдела складской и индустриальной недвижимости, CORE.XP

В заключение сессии Максим Логинов, CEO и основатель сервиса расширенной аналитики для управления товарным бизнесом на маркетплейсах JVO.ru представил продукт, который помогает компаниям продвигать товары и увеличивать продажи на маркетплейсах с помощью AI. «Главный тренд 2024 года - это работа с воронкой продаж», пояснил спикер.

Форум продолжился сессией «Склад, фулфилмент и последняя миля: в поиске оптимальной модели».

В 2023 году на рынке складской недвижимости сложилась непростая ситуация: доля свободных складов сократилась до исторического минимума и это неизбежно отразилось на арендных ставках. В чем причины сложившегося дефицита и как будет развиваться складской сегмент в 2024 году? Как обеспечить эффективную доставку товаров на рынок и удовлетворить потребности клиентов?

Эти и другие вопросы обсудили спикеры сессии: Павел Домнин, руководитель по развитию E-commerce METRO; Константин Крупицкий, директор по электронной коммерции ZENDEN; Игорь Мальтинский, директор по развитию Melon Fashion Group; Григорий Орлов, директор X5 Доставка; Ярослав Шувалов, директор по управлению недвижимостью, Raven Russia

«Нужно арендовать надолго, чтобы не оказаться опять через 7 лет в ситуации, когда изменилась ставка, а у вас нет склада. Спрос большой, строят мало, стоимость строительства выросла. Основное строительство объектов идет по схеме Build-to-suit, то есть, на рынок ничего не попадает», подвел итог обсуждения ситуации на рынке складской недвижимости модератор сессии Виктор Афанасенко (Nikoliers).

Заключительной темой форума стала сессия 4 «Новая реальность Fashion-индустрии». В 2022 году российский фэшн-рынок покинули многие крупные западные бренды одежды и обуви, а также поставщики текстиля и фурнитуры. Оставшиеся иностранные и существующие российские компании оказались в достаточно сложной ситуации из-за санкций. Какие пути развития фэшн-бизнеса в России теперь выбирают игроки? Этот и другие вопросы обсудили участники дискуссионной панели.

## Ретейл-2024: новые нормы

Сессию открыла Васса, сооснователь бренда, главный дизайнер, VASSA&Co. Она рассказала про то, как уникальность и узнаваемость концепции бренда и мощное позиционирование помогают пережить огромное количество кризисов. Также Васса затронула тему нехватки качественной фурнитуры и тканей для премиальных брендов одежды и возможность их импортозамещения.

Илоанга Ершова, директор по развитию бизнеса в департаменте Fashion, Ozon поделилась результатами работы компании за 2023 год. Илоанга рассказала про детали роста направления Fashion, продвижение и популяризацию российских дизайнеров.

Поддержала дискуссию Ирина Максимова, директор по развитию ключевых категорий, Lamoda, сделав упор на селективность брендов на платформе, а также на запуск специальных линеек одежды в коллаборации с локальными брендами.

Представитель mail-форвард площадки Роман Хвалюц, коммерческий директор, CDEK.Shopping предоставил статистику продаж платформы по различным категориям, показал статистику популярности зарубежных брендов и возрастной сегмент покупателей.

«Фэшн-ритейлеры прежде не инвестировали в приобретение собственных складских мощностей, а доля прямой аренды фэшн- операторов по итогам 2023 составила 1.5%.» - объяснила в своем выступлении Марина Малахатко, старший директор, CORE.XP

Евгения Зенкевич, основательница, коммуникационное агентство Zenkevich PR рассказала про разные варианты стратегий развития fashion-компаний, насколько важен ребрендинг в наше время, а также про личный опыт работы с брендами одежды.

Завершил панель своим выступлением Александр Мичурин, коммерческий директор, BNPL-сервис «Подели» от партнёра Альфа-Банка. Александр рассказал, как BNPL - сервис помогает ритейлерам развивать собственные каналы продаж (онлайн и оффлайн) на примерах эффекта крупнейших федеральных игроков. «Подели» растит средний чек, лояльность и другие ключевые показатели бизнеса ритейлеров, и предоставляет им дополнительные возможности для продвижения в рамках экосистемы «Подели» и Альфа-Банка.

Все инициативы сервиса направлены на заботу как о покупателях, так и о ритейлерах, предоставление лучшего сервиса и создание дополнительной ценности для конечного покупателя и его удержания. Это помогает ритейлерам не только увеличить объем продаж, но и укрепить отношения клиентами, делая их более преданными бренду и верными покупателями на долгосрочной основе

По окончании форума был организован коктейль, во время которого спикеры и гости мероприятия могли пообщаться в неформальной обстановке.