

Пост-релиз

Форум «Ритейл-2023: точки опоры»

28 февраля 2023 года в отеле Мариотт Гранд состоялся III ежегодный форум «Ритейл-2023: точки опоры», организованный Forbes Congress.

Генеральный партнер мероприятия — ПАО «Совкомбанк», партнер — [компания MLP](#), специальный партнер — ПАО Сбербанк, при участии юридической фирмы «Алкогольное право», экспертный партнер — аналитическое агентство INFOline, информационный партнер — Retail.ru

Модераторами форума выступили:

Михаил Бурмистров, генеральный директор, компания «INFOline-Аналитика»

Татьяна Дольченко, руководитель практики Стратегия и операционная эффективность, «Альтхаус»

Кирилл Власов, генеральный директор, STS Logistics

Анна Лебедева, исполнительный директор, ассоциация «Маркетинг в ритейле» POPAI Россия

Андрей Григорьев, руководитель проекта Top100wines.ru

Сегодня российский бизнес живёт в состоянии напряжённой неопределённости. Оценить происходящие события, которые меняются ежедневно, и подстроить под них свою работу — непростая задача.

В 2022 году российскому ритейлу удалось справиться с вызовами беспрецедентного экономического кризиса, обеспечив бесперебойные поставки на полки магазинов и не допустив «вымывания» товаров. Какие риски для ритейлеров несет наступающий 2023 год? Как развиваться, а не выживать в условиях санкций, ухода западных брендов и падения покупательского спроса? В рамках форума спикеры обсудили «точки опоры» для отрасли вместе с лидерами рынка ритейл-индустрии.

Форум открылся пленарной сессией «Время гибких: как российскому ритейлу формировать бизнес-стратегии в условиях неопределённости?»

Модератор сессии Михаил Бурмистров, генеральный директор компании «INFOline-Аналитика», провел опрос среди спикеров панели, попросив обозначить ключевые вызовы для отрасли в 2023 году. Михаил также представил аудитории итоги ежегодного рейтинга INFOline Retail Russia TOP.

Сессию открыли Евгений Римский, управляющий по качеству и закупкам «Вкусвилл», и Денис Сологуб, президент компании «Азбука Вкуса», которые обсудили текущие стратегии и вызовы самого масштабного сектора ритейла — продовольственных товаров.

Следующим выступил Максим Валецкий, председатель совета директоров Mr. Doors, рассказав о приоритетах и планах компании на 2023 год. «Мы надеемся вырасти от выхода в смежные отрасли: мы открыли производство мягкой мебели, активно наращиваем текстильное направление. Все делается для того, чтобы максимально увеличить удобство клиента».

Дискуссию продолжил Виктор Кузнецов, основатель «Всеинструменты.ру», подтвердив, что в 2022 году рост компании был аналогичен показателям 2021 года, то есть 51%. «У

компании есть три драйвера роста: клиент, команда и эффективность», — именно так Виктор определил составляющие успеха и подробно остановился на каждой из них.

Какие финансовые инструменты помогают розничным продавцам привлекать, а главное, удерживать клиентов? На какие финтех-проекты в ритейле сейчас делается ставка? Об этом рассказали Александр Дворский, управляющий директор ПАО «Совкомбанк», и Рустам Закиров, управляющий директор ПАО Сбербанк.

«Сегодня банки поддерживают привычное потребление клиентов, обеспечивают их нужными заемными средствами. Но конкурентное преимущество приобретает тот банк, который может обеспечить самый экологичный способ пользования заемными деньгами. Наша карта «Халва» всегда ассоциируется с рассрочками, а не с кредитами, и наши партнеры верят в этот инструмент, поскольку хотят дать клиенту справедливую цену», — подчеркнул Александр Дворский.

Рустам Закиров сделал акцент на cardless-решениях Сбербанка. «Мы сфокусированы на совершенствовании клиентского пути в оплате без использования платежных карт — решения на базе QR, пилотные проекты по оплате биометрией, платежным стикерам и прочим сервисам. Будучи ведущим эквайером в стране, Сбер готов предоставить выбор способа оплаты через QR конечному покупателю: собственный SberPay (с кешбэком для потребителя) или QR от СПБ».

Завершили дискуссию в рамках пленарной панели представители крупнейших игроков fashion-сегмента — Елена Алексеева, старший вице-президент «Глория Джинс», и Александра Артюшкина, управляющий коммерческий директор Lamoda. Они рассказали аудитории, как компании используют возможности, связанные с уходом международных брендов, а также как меняется ассортимент и его позиционирование.

Форум продолжился сессией 2 «*E-commerce и логистика в новой реальности: все дороги ведут в онлайн?*» Участники обсудили пути развития рынка e-commerce в России.

Открыл дискуссию Глеб Белавин, заместитель генерального директора по работе с арендаторами управляющей компании MLP. Глеб сфокусировался на вопросах изменений на рынке аренды складов после ухода иностранных игроков, цен аренды и объемов предложения в условиях нестабильности и неопределенности, а также рассказал о возможностях оптимизации, предлагаемых управляющими складами своим партнерам. «Для складского девелопера обстановка не ухудшилась, динамика положительная. Спрос на склады демонстрирует планомерный рост, характерный для периода до 2019 года. Ставки сохраняются на уровне 2021-2022 года».

Дмитрий Иванов, директор по онлайн-сервисам компании «Лента», поделился с аудиторией результатами деятельности компании в 2022 году, а также подробно остановился на операционных и технологических процессах, позволяющих объединять в единый сервис дарксторы, вайтсторы и сервисы доставки.

Лариса Романовская, руководитель направления X5 Digital, X5 Group, продолжила обсуждение роли онлайн-доставки для крупнейшего продуктового ритейлера и поделилась планами ее развития на ближайшие два года. «Мы развиваем собственные дарксторы. Количество онлайн-заказов растет, и мы не хотим, чтобы магазины превращались в склады, несмотря на то что доставка из магазина самая выгодная».

Какая доставка на последней миле нужна сейчас игрокам e-ком и зачем «Почта России» развивает срочную курьерскую доставку? Леонид Зондберг, руководитель дирекции по развитию бизнеса «Гиперлокальная платформа» («Почта России») рассказал об итогах 2022 года и планах на будущее.

Завершающим спикером сессии выступил Евгений Щепелин, управляющий директор ПАО Сбербанк, председатель совета директоров компаний inSales и СберМегаМаркет, представив аудитории обзор происходящих изменений на рынке e-commerce и их влияния на рынок логистики.

В рамках третьей сессии «Путь к кошельку потребителя: стратегии ритейлеров в связи с падением покупательского спроса» обсуждались вопросы максимально быстрой адаптации ритейлеров к текущим трендам потребления для обеспечения своих покупателей сбалансированной ценой, оперативным замещением ассортимента и привычными цифровыми сервисами.

Сессию открыл Иван Федяков, основатель, генеральный директор группы компаний INFOline, выступивший с аналитическим докладом об изменении числа потребителей в стране и о том, как трансформируются финансовые возможности населения и потребительская модель поведения.

Обсуждение продолжилось выступлением Александра Федосова, члена правления, директора по маркетингу METRO. Он рассказал, как изменился клиент и почему METRO инвестировала в цены, снизив их на постоянной основе.

Эльдар Закиров, руководитель партнерского маркетинга Национальной системы рассрочек «Халва» ПАО «Совкомбанк», подробно остановился на вопросе изменения потребления покупателя с точки зрения перераспределения бюджета между товарными категориями, а также рассказал о новых запросах к банку со стороны ритейлеров.

Своим видением о том, как сделать ассортимент интереснее и доступнее для покупателей и какие программы лояльности им предлагать, поделилась Екатерина Беспятых, директор по связям с общественностью Faberlic.

Завершил сессию Александр Папков, директор по технологиям Media Direction Group. Александр подробно ответил на вопросы, где с учетом ухода международных рекламных платформ следует искать потребителя и какие качественные альтернативы есть у ритейла для эффективного контакта с потребителем.

Заключительной темой форума стала сессия 4 «Перезагрузка винной полки: ждать ли прорыва от отечественной винной отрасли?»

Начиная с весны 2022 года российский винный рынок испытывает ряд проблем с регулярностью поставок зарубежных вин. Соотношение российского и импортного вина в ритейле изменилось в пользу отечественных производителей (примерно 50\50), но смогут ли российские виноделы качественно наполнить полки магазинов, продолжив увеличение доли отечественных вин в рознице и в ресторанах? Именно этот вопрос был в центре дискуссии участников панели.

В своем вступительном слове модератор Андрей Григорьев, руководитель проекта Top100wines.ru, поделился данными об объемах производства вина в России и перспективах его увеличения.

Иван Федяков, основатель и генеральный директор группы компаний INFOLine, представил данные о динамике производства тихих и игристых вин, вызовах и возможностях производителей в текущей ситуации, а также рассказал об интересных кейсах винных компаний и рейтинге алкомаркетов.

Обсуждение продолжила Татьяна Ястребова, руководитель направления закупок вина и табачных изделий METRO, которая рассказала о соотношении импортных и российских вин на полках METRO и о том, какие изменения происходят в винном ассортименте.

В дискуссии принял участие Дмитрий Терентьев, партнер юридической фирмы «Алкогольное право», соавтор телеграмм-канала «Алкогольное право», сооснователь направления Алкогольного права в России, который подробно ответил на вопрос модератора о том, насколько эффективно существующее законодательство поддерживает российских производителей вина и что стоило бы перенять из практики других стран.

Сможет ли российское вино полноценно заместить свои зарубежные аналоги? Готов ли потребитель покупать российское вино дорого? Патрис Ле Ланн, глава и винодел КФХ «Вивандьер», изложил свою точку зрения по данным вопросам в завершение сессии.

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