

ПРОГРАММА ВЫСТАВКИ НОВАЯ ПОЛКА 2026

21–23 АПРЕЛЯ 2026 года,

Центр Международной торговли (Конгресс-центр),
Москва, Краснопресненская наб., д.12, подъезд 4

ДЕНЬ 1. 21 АПРЕЛЯ 2026 года		
21 АПРЕЛЯ, ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА (ЕВРОПЕЙСКИЙ)		
11:00–13:00	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#КАТЕГОРИИ #КОФЕ
КОФЕ В РИТЕЙЛЕ КАК СЕРВИС: ТОЧКА РОСТА		
	Ключевые вопросы: <ul style="list-style-type: none">– Как кофе становится драйвером трафика и лояльности, вписывается в ДНК бренда и влияет LTV (Lifetime Value, пожизненная ценность) клиента?– Какие потребительские миссии и тренды управляют спросом на горячие напитки?– Сравнение бизнес-моделей: собственный кофе-поинт, партнерство или аренда – что выгоднее по экономике и окупаемости?– Бариста против вендинга: как найти баланс между скоростью, атмосферой и затратами для поколения «быстрых»?– Как AI, приложения и предзаказ помогают сокращать очереди, сохраняя персонализацию и «душевность» сервиса?– Маркетинг и дифференциация: как выделиться, если кофе есть у всех, и какие механики работают лучше скидок?– Операционная эффективность: как обеспечить стабильное качество, бесперебойные поставки и мотивацию бариста? Тайминг сессии: <p>11:00–11:05 Открытие секции. Приветственное слово модератора, представление спикеров</p>	Модератор: <p>Наталья Марова, Retail.ru, Руководитель проекта</p> Спикеры: <p>Мария Гурова, METRO Россия, Категорийный менеджер отдел горячих напитков</p> <p>Александр Кузьмин, Группа компаний РусХОЛТС, Генеральный директор</p> <p>Анастасия Винокурова, ВкусВилл, Руководитель по развитию сервисов</p> <p>Алексей Поздняков, Торговая сеть «Дикси», Руководитель направления развития кофе и выпечки</p> <p>Анна Риммер,</p>

	<p>11:05–11:20 Доклад «Путь покупателя в контексте потребности в напитках и выпечке». Спикер: Наталья Марова</p> <p>11:20–11:35 Доклад «Маркетинг и дифференциация: как выделиться, если кофе есть у всех». Спикер: Мария Гурова</p> <p>11:35–11:50 Выступление «Кофейная экосистема «от плантации до чашки» и концепция единого оператора кофейного бизнеса для розничных сетей». Спикер: Александр Кузьмин</p> <p>11:50–12:10 Кейс «Автомат vs бариста: функция (кофеин) или ритуал (эмоции)? Что строить — машину или место заботы?» Спикер: Анастасия Винокурова</p> <p>12:10–12:55 Дискуссия «Мультиформатная стратегия сетей и сервис горячих напитков: какие модели будут привлекать больше трафика». Спикеры: Анастасия Винокурова, Мария Гурова, Алексей Поздняков, Анна Ример, Александр Кузьмин</p> <p>12:55–13:00 Завершение секции, подведение итогов</p>	<p>ТС «Перекрёсток», Руководитель по развитию сервисов</p>
<p>13:30–15:00</p>	<p>ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА</p>	<p>#КАТЕГОРИИ #КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР</p>
<p>КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР: СЕССИЯ РЕКОМЕНДАЦИЙ</p>		
	<p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Новые бренды на полке: как попасть в список? – Ассортиментный комитет: кто и на каком этапе влияет на судьбу новинки? – Статистика отказов: на каком этапе поставщики «отваливаются» чаще всего – и почему? – Как не пропустить тренд: открытые каналы сетей с запросами на новые категории – Штрафы и логистика: что изменилось с сентября 2025? – Заказ vs Подтверждение: почему заказ сети теперь не гарантирует приемку? – Как ритейлеры управляют механизмом подтверждения и что делать, если подтверждение не пришло? – Штраф за ордер: действительно ли штрафуют за то, что система не сформировала ордер, но машина приехала? Как сети трактуют эти ситуации? – Мирное урегулирование: сторнирование штрафов и диалог без судов – Ценовые переговоры сетей и поставщиков: какие доводы реально работают при обсуждении новой цены? 	<p>Модераторы:</p> <p>Наталья Марова, Retail.ru, Руководитель проекта</p> <p>Дмитрий Пачин, Эксперт</p> <p>Спикеры:</p> <p>Жанна Гайдушняк, АШАН Ритейл Россия, Коммерческий директор</p> <p>Татьяна Королева, Самокат, Коммерческий директор</p> <p>Дмитрий Ольшанский, М.Косметик, Коммерческий директор</p>

	<p>– Мониторинговые позиции: почему цены на эти товары «на смерть» стоят на месте и что должно произойти, чтобы сеть согласилась на повышение?</p> <p>– Кто платит последним: как поставщику синхронизировать цены с сетью, чтобы не потерять маржу?</p> <p>Тайминг сессии:</p> <p>13:30–13:40 Открытие дискуссии, приветственное слово модераторов</p> <p>13:40–14:55 Модерируемая дискуссия</p> <p>14:55–15:00 Завершение дискуссии</p>	
15:30–17:30	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#НЕЙРОМАРКЕТИНГ #УПАКОВКА #НОВАЯ ПОЛКА
УПАКОВКА И НЕЙРОМАРКЕТИНГ: 5 СЕНСОРОВ КАК ИНСТРУМЕНТ РОСТА ПРОДАЖ		
	<p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Может ли визуальный код упаковки управлять скоростью выбора на полке? – Повышает ли тактильность упаковки готовность платить больше и средний чек? – Усиливает ли аромат упаковки доверие к продукту и повторную покупку? – Формирует ли упаковка ожидание вкуса до открытия продукта? – Влияет ли звук открытия упаковки на ощущение качества и свежести? – Работают ли сенсоры по отдельности или только в комплексе? – Можно ли измерить влияние сенсорных решений на конверсию, средний чек и лояльность? – Где проходит граница между креативом и управляемой сенсорной стратегией? <p>Тайминг сессии:</p> <p>15:30–15:40 Открытие секции, приветственное слово модератора. Анонс подхода «Сенсорная система: 5 сенсоров в комплексе»</p> <p>15:40–15:55 Кейс «Упаковка как сенсорный аргумент: как визуальные, тактильные и ароматические ассоциации</p>	<p>Организатор:</p> <p>Наталья Марова, Retail.ru, Руководитель проекта</p> <p>Модератор:</p> <p>Ирина Борисова, Школа ритейла, Основатель</p> <p>Спикеры:</p> <p>Мария Погораева, GSS Cosmetics, PR директор</p> <p>Татьяна Ащепкова, Яндекс.Лавка, Руководитель проектов в СТМ команде</p> <p>Юлия Цыплакова, Глобал Дент (бренд Global white),</p>

	<p>вливают на конверсию и средний чек в косметике и beauty-ритейле». Спикер: Мария Погораева 15:55–16:10 Кейс «Нейромаркетинг в онлайн. Взгляд на 360° от Яндекс Лавки». Спикер: Татьяна Ащепкова 16:10–16:25 Кейс «Создание сенсорной лимитированной коллекции, как драйвер роста». Спикер: Юлия Цыплакова 16:25–16:40 Кейс «Упаковка как способ донести ценность продукта в категории "готовая еда"». Спикер: Елена Крупина 16:40–16:55 Кейс «Ребрендинг без иллюзий: когда смена упаковки работает, а когда – нет». Спикер: Светлана Овчинцева 16:55–17:10 Кейс «Размер имеет значение! Больше упаковка – больше продажи?» Спикер: Алексей Байнов 17:10–17:25 Обсуждение «Как растить продажи, используя нейромаркетинг». 17:25–17:30 Завершение сессии</p>	<p>Директор по маркетинговым коммуникациям</p> <p>Елена Крупина, Группа ЛЕНТА, Руководитель группы по развитию брендов СТМ</p> <p>Светлана Овчинцева, Арчеда (бренды «Крупно» и «Делика»), Генеральный директор</p> <p>Алексей Байнов, Cube, Управляющий партнер</p>
--	---	--

22 АПРЕЛЯ, ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА (ЕВРОПЕЙСКИЙ)

11:00–12:30	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#КАТЕГОРИИ #ЗОЖ
ЗДОРОВЬЕ КАК СЕРВИС		
	<p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Трансформация категорий под управление здоровьем – Может ли ритейлер вырастить собственную аудиторию за счёт заботы о здоровье покупателей – Не товар, а результат: не спорт, а здоровый образ жизни, не подушка, а гарантированный сон. Кто из ритейлеров научился разговаривать с покупателем на языке ЗОЖ? – Дифференцированные меню для разного образа жизни – Функциональные продукты и БАДы – Рынок здоровья требует доказательств: как решать проблему доверия к функциональным продуктам? – Рост специализированного ритейла с акцентом на улучшение здоровья людей – Изменение культуры питания: как работают школы здоровья – Как большие данные и экосистемный подход делают сервисы здоровья более персонализированными – Здоровые инновации в ежедневном режиме: от зубной пасты до одеяла 	<p>Модератор:</p> <p>Людмила Крутцова, Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail Tech Net), Программный директор</p> <p>Спикеры:</p> <p>Ирина Грасс, НПХ «АмарантАгро», Директор по операционному маркетингу</p> <p>Алина Юхневич, ТС «Пятёрочка», Руководитель устойчивого развития</p>

	<p>Тайминг сессии:</p> <p>11:00–11:05 Открытие секции. Приветственное слово модератора, представление спикеров 11:05–11:25 Кейс «Как суперфуды от Amariion заменяют аптечные чеки на продуктовые и увеличивают LTV покупателя». Спикер: Ирина Грасс 11:25–11:40 Кейс «Можно ли вырастить собственную аудиторию за счёт заботы о здоровье покупателей?» Спикер: Алина Юхневич 11:40–11:55 Кейс «От ортопедии к качеству жизни: как ритейлер продаёт не товар, а сон, движение и комфорт». Спикер: Мария Бренес 11:55–12:10 Кейс «Здоровье для всей семьи: как детская линейка формирует пожизненного клиента (LTV). Кейс от Mindly». Спикер: Карина Аврамова 12:10–12:25 Кейс «Питание, сон, движение: как Аскона встретила в науку о замедлении старения». Спикер: Мария Гуржова 12:25–12:30 Завершение сессии</p>	<p>Мария Бренес, НИКАМЕД (Розничная сеть ОРТЕКА), Директор по маркетингу</p> <p>Карина Аврамова, Mindly, Сооснователь бренда, врач-эндокринолог, медицинский директор бренда</p> <p>Мария Гуржова, ГК Аскона, Директор управления по разработке новых продуктов и сервисов</p>
<p>13:00–14:45</p>	<p>ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА</p>	<p>#КАТЕГОРИЯ #РЫБА #МОРЕПРОДУКТЫ</p>
<p>РЫБА - НОВАЯ КАТЕГОРИЯ СОВРЕМЕННОГО БЕЛКА</p>		
	<p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Рыба сегодня: не замена другим продуктам, а супер-категория животного белка, которая сочетает высокую биологическую ценность с функциональными преимуществами (омега-3, витамин D) – Барьеры рыбной категории и морепродуктов на полке ритейлера – Дополнительные сервисы в подготовке рыбной категории к продаже и их влияние на продажи – Новые продукты рыбной категории на полке – Роль образования потребителя в росте объемов рыбной категории – Рост категории за счет новых форм-факторов (суши) и параллельных категорий (питомцы) – Рыба как премиальная категория – Связь категорий рыбы и здоровья 	<p>Модератор:</p> <p>Людмила Крутцова, Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail Tech Net), Программный директор</p> <p>Спикеры:</p> <p>Ольга Глебова, Группа ЛЕНТА, Директор по маркетингу торговой сети Супер Лента</p> <p>Никита Поляков, Купер,</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Биодоступность рыбного белка и его использование в детском, спортивном и геронтологическом питании – Консервированный рыбный белок: плюсы для потребителя <p>Тайминг сессии:</p> <p>13:00–13:05 Открытие сессии, приветственное слово модератора, представление спикеров 13:05–13:20 Кейс «Рыбный ассортимент - польза для здоровья и лояльности клиентов». Спикер: Ольга Глебова 13:20–13:35 Кейс «От старых привычек к новым трендам: рыба, доставка и потребительский спрос». Спикер: Никита Поляков</p> <p>13:40–14:45 Дискуссия «Рыба — новая категория современного белка». Спикеры: Александр Панин, Зарина Зямзина, Екатерина Куленко, Ольга Деева, Олег Рябов</p> <ul style="list-style-type: none"> – 13:40–13:45 Что должно измениться в полке, упаковке и коммуникации, чтобы рыба стала естественным выбором современного белка – 13:45–13:55 Как посмотреть на категорию глазами покупателя и назвать реальные барьеры потребления – 13:55–14:10 Полка как карта решений – 14:10–14:25 Обучение потребителя: доверие, упаковка и новые форматы – 14:25–14:45 Сессия вопросов, завершение секции 	<p>Руководитель направления развития специализированных ритейлеров</p> <p>Александр Панин, Рыбный союз, Председатель</p> <p>Зарина Зямзина, Вичи-Русь, Директор по маркетингу</p> <p>Екатерина Куленко, Меридиан, Директор по маркетингу</p> <p>Ольга Деева, Агама-истра, Директор по маркетингу</p> <p>Олег Рябов, ТС «Перекрысток», Категорийный директор управления «Ультрафреш»</p>
15:00–16:30	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#КАТЕГОРИЯ #АЛКОГОЛЬ
АЛКОГОЛЬНАЯ КАТЕГОРИЯ НА ПОЛКЕ		
	<p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Потребительские тренды в категории алкоголя – Ритейлер, дистрибутор и производитель в цепочке создания ценности алкогольного рынка – Распределение категорий алкогольной полки в текущем потреблении – Новинки алкогольной полки: формулы успеха – Как ритейлу влиять на тренды потребления? – Запуски алкогольных СТМ ритейлом – Перспективы и возможности производителей в создании сильных брендов 	<p>Модератор:</p> <p>Анна Шалаева, Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail Tech Net), Программный директор</p> <p>Спикеры:</p> <p>Елизавета Григорьевская, Новабев Групп,</p>

	<p>– Продуктовая стратегия ритейла: ограничение для производителя? Как производителям развивать собственные бренды, которые создают добавленную ценность для потребителей</p> <p>– Коллаборации ритейла и производителей, поиск новых идей для запуска и продвижения алкогольной полки</p> <p>Тайминг сессии:</p> <p>15:00–15:05 Открытие секции, приветственное слово модератора, представление спикеров 15:05–15:15 Интервью с Елизаветой Григорьевской «Потребительские тренды в категории алкоголя. Эксклюзивные предложения для ритейла». Ответы на вопросы 15:15–15:25 Интервью с Еленой Слободянюк «Новинки алкогольной полки: формулы успеха. Перспективы и возможности производителей в создании сильных брендов с добавленной ценностью». Ответы на вопросы 15:25–16:10 Экспертная дискуссия «Ритейлер, дистрибутор и производитель в цепочке создания ценности алкогольного рынка». Спикеры: Даниил Бриман, Елизавета Григорьевская, Василий Дмитриев, Елена Слободянюк, Марина Королева 16:10–16:25 Кейс коллаборации ритейла и производителя, поиск новых идей для запуска и продвижения алкогольной полки. Спикер: Василий Дмитриев 16:25–16:30 Завершение сессии</p>	<p>Бренд директор</p> <p>Елена Слободянюк, Татспиртпром, Директор по маркетингу, PR и рекламе</p> <p>Даниил Бриман, Суздальский пивовар, Генеральный директор</p> <p>Василий Дмитриев, Абрау Дюрсо, Директор по маркетингу</p> <p>Марина Королева, METRO Россия, Руководитель отдела закупки напитков и разработки предложений для трейдеров</p>
--	---	--

23 АПРЕЛЯ, ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА (ЕВРОПЕЙСКИЙ)

10:00-12:00	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#КАТЕГОРИИ #НОВЫЕ ВКУСЫ #НОВАЯ ПОЛКА
	НОВЫЕ ВКУСЫ НА ПОЛКЕ: ИННОВАЦИИ И ИССЛЕДОВАНИЯ (R&D) В ПРОИЗВОДСТВЕ ЕДЫ	
	<p>Ключевые вопросы:</p> <p>– Какие тренды во флейвористике (вкус, аромат, текстура) актуальны в мире</p> <p>– Перспективные вкусы «для хайпа» и вкусы, которые останутся в топах к 2030?</p> <p>– Технологические инновации, которые будут влиять на запуски новинок и пищевые привычки потребителей</p>	<p>Организатор:</p> <p>Наталья Марова, Retail.ru, Руководитель проекта</p> <p>Модератор:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Тренд разделения еды на «функциональную» и «вкусовую» и его перспективы – Клетчатка как тренд: составит ли конкуренцию высокому белку – Какие локальные тренды актуальны для России? – Сможет ли российская продуктовая разработка заместить импорт? – Сахар и сахарозаменители: будущее категории – ИИ в разработке: как его сделать помощником технологов и дегустаторов – Рекомендации: какие новинки запускать в 2026 году? <p>Тайминг сессии:</p> <p>10:00–10:05 Открытие секции. Приветственное слово модератора</p> <p>10:05–10:20 Вводная аналитика сессии «Какие тренды в разработке трендовые, а какие – нет». Спикер: Роман Шалимов</p> <p>10:20–10:40 Кейс «От ТЗ к РТО: как мы создаем новые ЗОЖ продукты для СТМ «Вкус и польза». Спикеры: Сергей Филиппов, Екатерина Танаева</p> <p>10:40–11:00 Кейс «Реанимация плавленых сыров: инновации как точки роста в падающей категории». Спикер: Евгения Фролова</p> <p>11:20–11:35 Кейс «Новый вкус на полке. RnD на производстве». Спикер: Александр Чернышов</p> <p>11:35–12:00 Дискуссия «Что станет драйвером разработки новых продуктов к 2030?». Спикеры: Сергей Филиппов, Евгения Фролова, Дмитрий Афанасов, Александр Чернышов, Александр Рожниковский</p>	<p>Роман Шалимов, Точка роста, Генеральный директор</p> <p>Спикеры:</p> <p>Сергей Филиппов, Торговая сеть «Пятёрочка», Директор по разработке СТМ категории ЗОЖ</p> <p>Екатерина Танаева Торговая сеть «Пятёрочка», Групп-бренд-менеджер, «Вкус и польза»</p> <p>Евгения Фролова, ГК «СыробогаТов», Директор по стратегическому маркетингу</p> <p>Дмитрий Афанасов, НПХ «АмарантАгро», Директор департамента по разработкам и исследованиям</p> <p>Александр Чернышов, НПХ «АмарантАгро», руководитель направления по разработкам продуктовых решений HoReCa и B2B</p> <p>Александр Рожниковский, Гастрономическая академия Рожниковского, Коммерческий директор, Габли Food bar и Габли box, Основатель брендов</p>
12:30-14:30	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#ГОТОВАЯ ЕДА #КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ 3.0 (САТМАН 3.0) В ГОТОВОЙ ЕДЕ		

Ключевые вопросы:

- **Роль категории готовая еда** как драйвера формата, трафика, маржи и удержания
- Формат как интерфейс категории: где формируется рост и как меняется маршрут покупателя
- Единица управления **SKU**: как это меняет матрицу, выпуск и планирование
- **Две витрины еды: реальная и онлайн**: как связаны наличие, описание, оценка и качество?
- Где прогнозируем ключевой рост – в магазине, на доставке или в гибриде?
- **Архитектура спроса по времени**: завтрак, обед, ужин, выходные. Как меняется набор блюд, выкладка и ритм производства под это?
- **Экономика свежести**: как балансировать наличие хитов, списание и качество, и где здесь компромисс?
- **Локальность и масштаб**: как сочетать локальные вкусы и стандарты качества, чтобы держался устойчивый рост категории
- **KPI на деле**: как превратить метрики в задачи для магазина и кухни на сегодня, и какие инструменты реально работают?

Тайминг сессии:

12:30–12:35 Открытие секции, приветственное слово модераторов
12:35–12:50 Выступление «Тепловая карта зрелости готовой еды в компаниях. Тренды и каркас CATMAN 3.0». Спикер: Наталья Чичук
12:50–13:05 Кейс федеральной сети. Спикер: Виталий Параскун
13:05–13:30 Выступление «Готовая еда 2026: управление свежестью, доступностью и ассортиментом в режиме реального времени». Спикеры: Антон Дулов, Олег Костерин
13:30–13:45 Кейс ВкусВилл. Спикер: Елизавета Ковалева
13:45–14:00 Выступление «Как не стать 1001 поставщиком салата Оливье». Спикеры: Кристина Баранова
14:00–14:25 Дискуссия-воркшоп: «Операционная эффективность полки готовой еды». Участники: Виталий Параскун, Елизавета Ковалева, Антон Дулов, Олег Костерин, Кристина Баранова.

Модераторы:

Наталья Марова,
Retail.ru,
Руководитель проекта

Наталья Чичук,
formater.pro,
Ритейл-эксперт

Спикеры:

Виталий Параскун,
Группа компаний «Магнит»,
Руководитель категории
«Свежие продовольственные
товары»

Антон Дулов,
Торговая сеть «Uppetit»,
Основатель

Олег Костерин,
InfoVizion,
Директор

Елизавета Ковалева,
ВкусВилл,
Лидер Клиентского пути

Кристина Баранова,
ITLE Kitchen,
Коммерческий директор

	14:25–14:30 Завершение секции. Манифест формата готовой еды и фокус на 90 дней	
15:00-17:30	ЗАЛ #НОВАЯ ПОЛКА	#СТМ #НОВАЯ ПОЛКА
	СТМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ	
	<p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Доля СТМ в выручке сетей и маркетплейсов: от 2026 к 2030 году – Категории замещения: что планируется полностью заместить собственными марками в ближайшие годы? – Как рост собственных марок меняет структуру переговоров с крупными производителями – Анализ эффективности СТМ-полки: для физической и онлайн-полки – Как большие данные и кассовые чеки помогают находить новые ниши для СТМ? – Самый неожиданный инсайт: какие открытия розница получила из анализа данных о СТМ за последний год? – Кардинальные изменения в цепочке «производитель – сеть»: как сделать эксклюзивные марки выгодными для обеих сторон – СТМ-новинки: сколько времени занимает запуск от идеи до полки и как его сократить – Команда СТМ: какие специалисты нужны сегодня <p>Тайминг сессии:</p> <p>15:00–15:05 Открытие секции, приветственное слово модератора</p> <p>15:05–15:20 Кейс «СТМ: разрабатываем продукты вместе с амбассадорами METRO Chef — от идеи до выпуска» Спикер: Владислав Тихомиров</p> <p>15:20–15:35 Кейс. Спикер: Роман Аврамов</p> <p>15:35–15:50 Выступление «Вызов: как построить кроссформатный портфель СТМ». Спикер: Александр Котляров</p> <p>15:50–16:15 Экспертная дискуссия директоров по СТМ. Участники: Роман Аврамов, Ирина Игнатова, Александр Котляров, Владислав Тихомиров, Анастасия Черноусова, Юлия Захарова</p>	<p>Модератор:</p> <p>Наталья Марова, Retail.ru, Руководитель проекта</p> <p>Спикеры:</p> <p>Владислав Тихомиров, METRO Россия, Руководителя дивизиона ценообразования и развития СТМ</p> <p>Роман Аврамов, Торговая сеть «Пятёрочка», Директор департамента собственных торговых марок</p> <p>Александр Котляров, Группа ЛЕНТА, Коммерческий директор по управлению СТМ и импорту</p> <p>Ирина Игнатова, Торговая сеть «Перекрёсток», Директор по развитию индустриальных СТМ</p> <p>Юлия Захарова, М.Видео, Руководитель по развитию СТМ</p> <p>Любовь Лесных, Торговая сеть «Перекрёсток», Директор по развитию Концептуальных СТМ</p>

	<p>16:15–16:30 Выступление «Собственные бренды ритейлера и их роль в повышении эффективности». Спикер: Ирина Игнатова</p> <p>16:30–16:45 Выступление «Эволюция СТМ от торговой к собственному бренду сети, новые роли и ценность». Спикер: Любовь Лесных</p> <p>16:45–17:00 Выступление «Философия емкости продаж СТМ против доли СТМ любой ценой». Спикер: Анастасия Черноусова</p> <p>17:00–17:25 Продолжение экспертной дискуссии</p> <p>17:25–17:30 Завершение сессии</p>	<p>Анастасия Черноусова, Аптечная сеть 36,6, Директор по развитию собственных торговых марок</p>
--	---	---