



Adam Smith Conferences' 7th Annual
**RUSSIAN
RETAIL FORUM**

Ensuring Sustainable Market
Leadership and Profitable Growth

31st March – 3rd April 2008, Marriott Grand Hotel, Moscow

TRANSPORT
AND LOGISTICS SUMMIT

Improving Cost-Efficiency
and Supply Chain Effectiveness

31st March 2008

REGIONAL
RETAIL SUMMIT

Tapping the Potential of Large,
Medium, and Small Towns

31st March 2008

NEW IN 2008:

- **SPECIAL GUEST KEYNOTE PRESENTATION** by David Reid, Non-Executive Chairman of Tesco PLC
- **KEYNOTE PLENARY SESSION** - Maintaining Future Growth and Profitability
- **WORKSHOP** on Loss Prevention & Store Security
- **PRACTICAL MASTER-CLASS** on Category Management
- **INTERACTIVE SESSION** on Customer-Centricity a key success factor in retail operations

НОВОЕ В 2008 году:

- **ПРЕЗЕНТАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО ГОСТЯ:** Дэвид Рид, Независимый председатель совета директоров, Tesco PLC
- **КЛЮЧЕВАЯ ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ:** "Перспективные бизнес модели для успешного будущего в Российской рознице"
- **СЕМИНАР** по предотвращению убытков и безопасности в розничной сети
- **ПРАКТИЧЕСКИЙ МАСТЕР-КЛАСС** по управлению категориями
- **ИНТЕРАКТИВНАЯ СЕССИЯ:** "Понимание клиента - ключ к эффективности в розничной компании"

**REGISTER BY
18TH JANUARY 2008
& SAVE £200**

RUSSIAN
RETAIL FORUM

7-ой ежегодный форум Института Адама Смита

**РОССИЙСКАЯ
РОЗНИЧНАЯ
ТОРГОВЛЯ**

Достижение прибыльного роста
и устойчивого лидерства на рынке

31 марта – 3 апреля 2008, Марриотт Гранд Отель, Москва

ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА
В РОЗНИЦЕ

Как снизить издержки и повысить
эффективность цепи поставок
31 марта 2008г

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ
В РЕГИОНАХ РОССИИ

Использование потенциала
крупных, средних и малых городов
31 марта 2008г

80+ SPEAKERS INCLUDING:



Lev Khasis
Chief Executive Officer,
Chairman of the
Management Board
X5 Retail Group N.V.



Aleksei Chuikin
President
Euroset



Dimitar Peshev
COO
Billa Russia
part of REWE Group



David Reid
Non-Executive Chairman
of Tesco PLC
Non-Executive Director
of Reed Elsevier



Eric Blondeau
General Director
Mosmart



Igor Lazarev
General Director
Starik Hottabych



Vladimir Senkin
Head of the Board of Directors
and General Director
Lenta



Alexandr Fedorov
President
Dikaya Orhideya



Vladimir Melnikov
General Director
Gloria Jeans Corporation



Oleg Bolychev
Chairman of the Board
Vester



Georgy Lyamin
General Director
Top Kniga



Maksim Nogotkov
President
Svyaznoy,
Group of Companies



Stanislav Skachkov
General Director
and Co-Owner
Krasny Kub



Ilya Timchenko
General Director
White Wind



Olga Sheludchenko
General Director
Rigla



Igor Maryash
General Director
Home Centre



Regional Focus
Day Sponsor:



Official Drinks
Sponsor:



RUSSIAN RETAIL FORUM – 2008

The 2008 "RUSSIAN RETAIL FORUM" will, once again, **take an in-depth look at the main market trends affecting the industry.** The Russian retail sector has become increasingly dynamic in recent years, which is a reflection of the **consumer spending boom.** All retail market sectors have been growing fast: leading retailers are actively **developing new shopping formats**; both Russian and foreign-owned retail chains are **expanding into the regions**; smaller chains are merging or forming alliances to withstand the growing competition; big **international players are showing interest in the Russian market** and planning their entry strategies, and private equity dealers are finally investing in the sector. All in all, Russian Retail is one of the most fast-developing and interesting sectors of the Russian economy.

Year after year, we continually strive to improve the forum's programme. The **Forum-2008 agenda** has evolved in response to professional industry concerns raised by you, and issues proposed by you for discussion at the event. Focusing on the in-depth introduction to new topics and areas, and on delivering content in innovative and unique formats, **this year we are presenting a new structure for this traditional 4-day Retail Forum**

РОССИЙСКАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ – 2008

Форум «РОССИЙСКАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ - 2008» как всегда **продолжит анализировать основные тенденции российского розничного сектора.** Рынок розничной торговли в последние годы становится все более динамичным. **Увеличивающиеся потребительские расходы** стимулируют рост во всех основных сегментах розничного рынка; ведущие игроки развивают новые форматы; как российские, так и иностранные **сети проводят экспансию в регионы**; малые сети объединяются или образуют альянсы, чтобы противостоять растущей конкуренции; крупные **иностраные ритейлеры разрабатывают стратегии входа на российский рынок**; фонды прямых инвестиций начали активно инвестировать в индустрию – в целом, российская розница – один из наиболее интересных и быстроразвивающихся секторов российской экономики.

Год за годом, мы продолжаем работу над совершенствованием программы форума. **Программа форума -2008** была создана, чтобы найти решения проблем, стоящих перед индустрией сегодня и ответы на те вопросы, которые Вы отметили как наиболее важные для Вас. Уделяя большое внимание глубокому разбору и представлению новых тем и поиску новых форматов предоставления информации слушателям, **в этом году, мы предлагаем Вашему вниманию новую структуру этого традиционного 4-х дневного форума**

How will this event structure be different from last year's?

31st March 2008 – TRANSPORT AND LOGISTICS SUMMIT: Improving Cost-Efficiency and Supply Chain Effectiveness

This day will be entirely devoted to **identifying and addressing transport, logistics, supply chain and warehouse management issues.** You will have a chance to analyse how to reduce transport costs by optimising multimode transport selection and managing transport routing; how to select the right 3PL for your business; the role played by warehouses in logistics efficiency, and how to analyse KPI's for warehouse performance

31st March 2008 – REGIONAL RETAIL SUMMIT: Tapping the Potential of Large, Medium, and Small Towns

What are the key challenges facing international and national retailers, and how are regional retailers reacting to the increasing competition from national retail chains? **This Regional Retail Summit will review leading retailers' regional development strategies, analyse the best business model for entering new regional markets,** and strategically evaluate the existing manufacturing, distribution, and transportation facilities in the region.

This time, we are offering two optional PRE-CONFERENCE SPECIAL FOCUS DAYS, which should provide some interesting insights into the topics you have requested more detailed information on:

31st March 2008 – TRANSPORT AND LOGISTICS SUMMIT: Improving cost-efficiency and supply chain effectiveness

31st March 2008 – REGIONAL RETAIL SUMMIT: Tapping the Potential of Large, Medium, and Small Towns

The MAIN CONFERENCE will be held on: 1st, 2nd and 3rd April 2008.

ON DAY 1, Tuesday, 1st April, the Forum will start with the **opening keynote plenary speeches.** This session will focus on presenting the best practices of both Russian and multinational players, evaluating the attractiveness of the sector for investors, considering the most effective regional development models and illustrating retailers' expansion strategies via developing new formats.

The **afternoon streams** are designed to offer you the chance to tackle your most pressing challenges in smaller, specific groups of professionals from different retail segments including Grocery Retail & Supermarkets; Clothes, Shoes, Sportswear and Children's Clothing; DIY; Cosmetics, Perfumes and Pharmaceutical Products.

ON DAY 2, Wednesday, 2nd April the agenda **includes two parallel morning sessions** on the topics of most interest to you. **Stream A "Achieving store operations excellence"** will focus on best practices for managing Out-of-Stock, and reducing profit losses by addressing the problem of shrinkage. **Stream B "Building a customer-centric strategy"** will consider the impact of pricing, in-store marketing and retail promotions, as well as discuss how to inspire customer loyalty with effective marketing campaigns and strong retail brands.

DAY 3, Thursday, 3rd April will be a day of rest after rushing from one stream and another. The last day's programme will commence with a plenary session on facilities and real estate management, which will be followed by a broad session on the sector's financing and, then, rounding off this year's Forum, we will discuss one of the most burning questions in the sector – how to effectively manage human resources in Russian retail.

Whether you are revising your current business models, expanding your market presence or gearing up for competition, this is the place to benchmark your strategies and learn from the leading experts of the retail sector.

Как структура мероприятия этого года будет отличаться от традиционной?

В этом году, мы предложим Вам на выбор два СПЕЦИАЛЬНЫХ ФОКУС ДНЯ, которые предоставят возможность более глубокого рассмотрения следующих тем:

31 марта 2008 – САММИТ «ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ» Как снизить издержки и повысить эффективность цепи поставок

31 марта 2008 – САММИТ «РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕГИОНАХ» Использование потенциала крупных, средних и малых городов

ОСНОВНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ пройдет 1-го, 2-го и 3-го апреля 2008.

ПЕРВЫЙ ДЕНЬ, вторник, 1 апреля, форума откроет пленарная сессия **ключевых выступлений.** Эта сессия будет посвящена выступлениям ведущих российских и иностранных игроков, оценке привлекательности сектора для инвесторов, анализу наиболее эффективных моделей регионального развития, примерам региональной экспансии и стратегиям развития новых форматов.

После обеда **начнут работу параллельные сессии по отдельным розничным сегментам.** Эти сессии предоставят Вам возможность обсудить наиболее актуальные вопросы в небольших группах коллег, работающих в Вашем узком сегменте. Среди сегментов будут представлены такие как: Продуктовая розница и супермаркеты; Одежда, обувь, аксессуары и товары для детей; Товары для дома и сада; Косметика, парфюмерия и фармацевтические товары.

Программа **ВТОРОГО ДНЯ,** среда, 2 апреля начнется с двух параллельных потоков, в которых будут рассматриваться более узкопрофессиональные вопросы. Поток **«Совершенствование уровня работы в магазинах сети»** обсудит примеры оптимизации заказов и доступности товаров на полке, а также представит опыт розничных сетей по предотвращению потерь. **Второй параллельный поток «Создание клиенто-ориентированной стратегии»** проанализирует такие темы как, лояльность и удержание клиентов, маркетинг в магазинах и проведение мероприятий по стимулированию продаж, стратегии ценообразования и построение сильного розничного бренда.

ТРЕТИЙ ДЕНЬ, четверг, 3 апреля, конференции даст Вам возможность отдохнуть от работы в параллельных сессиях. Программа дня начнется с пленарной сессии по эффективному управлению недвижимостью. Обсуждение продолжится сессией по финансированию сектора и, завершая работу форума, мы обсудим один из наиболее остро-стоящих вопросов перед розничными компаниями сегодня – управление человеческими ресурсами.

Работаете ли вы над новой бизнес стратегией, расширяете ли свою долю на рынке или пытаетесь догнать Ваших основных конкурентов, этот Форум – замечательное место для того, чтобы обдумать и обсудить новые пути развития бизнеса и послушать выступления ведущих экспертов сектора.

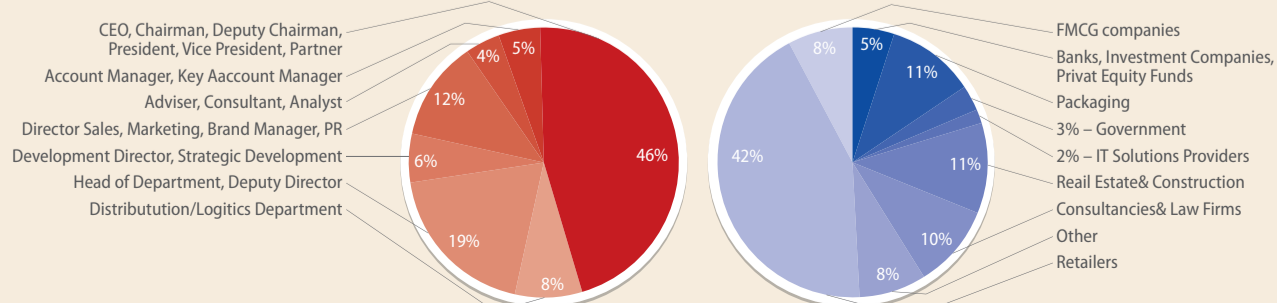
31 марта 2008 – САММИТ «ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ»: Как снизить издержки и повысить эффективность в цепи поставок?

Этот день будет полностью **посвящён обсуждению вопросов, связанных с транспортом, логистикой, управлением цепочками поставок и оптимизацией работы склада.** Вам будет предоставлена возможность обсудить ряд вопросов, таких как: снижение транспортных издержек, оптимизация выбора мультимодального транспорта и маршрутов перевозок; задача выбора подходящего 3PL оператора; роль, которую играет управление складом в оптимизации логистических процессов, а также – как анализировать производственный показатель (KPI)

31 марта 2008 – САММИТ «РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕГИОНАХ»: Использование потенциала крупных, средних и малых городов

Какие основные задачи стоят перед международными и национальными ритейлерами, и как региональные розничные сети реагируют на растущую конкуренцию со стороны национальных сетей? **Саммит «Развитие розничной торговли в регионах» проанализирует основные бизнес модели и стратегий развития сетей,** а также оценит существующие возможности для производства, дистрибуции и транспортировки товаров в основных российских регионах

Russian Retail Forum's 400+ Audience:



This event consistently attracts the most senior professionals from the sector and is well-known for its innovative and cutting-edge programmes. The true value of this Forum is demonstrated by the loyalty of our audience - **more than 400 delegates attend this event annually** from all over the world.

Этот форум традиционно собирает элиту Российского розничного сектора и известен своими инновационными и информативными программами выступлений. Реальную ценность того, что мы делаем, отражает лояльность участников этого мероприятия – ежегодно, Форум собирает более 400 делегатов со всего мира.

HIGHLIGHTS OF THE RETAIL FORUM - 2008:

SPECIAL GUEST KEYNOTE PRESENTATION by David Reid, Non-Executive Chairman of Tesco PLC, Non-Executive Director of Reed Elsevier Group plc and Chairman of Kwik-Fit Group

4 SECTOR-SPECIFIC FOCUS GROUPS - "Meet the Experts", offering opportunities for in-depth analysis and interactive discussion on problematic issues in such major retail segments, as: Grocery Retail; Clothes, Shoes, Sportswear and Children's Clothing; DIY; Cosmetics, Perfumes and Pharmaceutical Products

WORKSHOP on Loss Prevention & Store Security. This session will analyse the challenges faced by retailers when implementing loss prevention programmes, and propose some ideas on how to reduce profit losses by addressing inventory shrinkage, shoplifting, package pilferage and employee theft.

PRACTICAL MASTER-CLASS on Category Management will give you some tools and techniques which will enable you to drive forward innovation and category growth

IN-DEPTH PARALLEL SESSIONS - two streams will be run in parallel to allow smaller focus groups to carry out in-depth analysis of various strategic issues, such as: achieving store operations excellence and building a customer-centric strategy

2 PANEL DISCUSSIONS, offering a superb opportunity to share your opinions in a more informal and relaxed environment, on the following topics:
"Which regions are forecast to grow next?"
"Building retail distribution centres - what are the driving forces behind this new tendency?"

ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОГО ФОРУМА - 2008:

ПРЕЗЕНТАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО ГОСТЯ – Дэвид Рид, Независимый председатель совета директоров, Tesco PLC, Член Правления, Reed Elsevier Group plc и Председатель правления Kwik-Fit Group.

4 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПО СЕКТОРАМ СЕССИЙ С ЭКСПЕРТАМИ РЫНКА предоставят всем слушателям возможность поучаствовать в обсуждении наиболее важных вопросов и тенденций развития каждого из ключевых сегментов розничной торговли

СЕМИНАР по предотвращению убытков и безопасности в розничной сети. Данная сессия проанализирует задачи, стоящие перед ритейлерами при построении программ по предотвращению убытков, и покажет, как снизить потери, сосредоточив внимание на сокращении товарно-материальных запасов, магазинного и упаковочного воровства, и краж, совершенными служащими.

ПРАКТИЧЕСКИЙ МАСТЕР-КЛАСС по управлению категориями ознакомит Вас с инструментами и методикой, способствующими созданию инноваций и росту категорий

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ ПО СЕКТОРАМ, посвященные узким специфическим темам, которые позволят более подробно проанализировать и обсудить стратегические вопросы с коллегами. Темы этого года: создание клиенто-ориентированной стратегии и совершенствование уровня работы в магазинах сети

2 ПАНЕЛЬНЫЕ ДИСКУССИИ, предлагающие прекрасную возможность поделиться мнением в более непринужденной и неформальной обстановке, по следующим вопросам:
«Какие регионы перспективны для развития?»
«Строительство дистрибуционных центров – каковы причины развития этой новой тенденции?»

Ernst & Young is a leading global provider of assurance, business advisory, tax & legal, and transaction advisory services. Our firm is dedicated to helping its clients identify and capitalize on business opportunities in the CIS and throughout the world. www.ey.com/cis

Premier Sponsor

ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

«Эрнст энд Янг» – ведущая международная компания по оказанию услуг в области бухгалтерского учета и аудита, бизнес-консультирования, налогообложения планирования и права, а также консультационных услуг по сделкам. «Эрнст энд Янг» оказывает компаниям содействие в поиске и использовании деловых возможностей в СНГ и во всем мире. www.ey.com/cis

Lead Sponsor

Renaissance Capital

"Renaissance Capital" is a leading emerging markets investment banking firm in Russia, Ukraine, Central Asia and Sub-Saharan Africa.
"Renaissance Capital" has market-leading positions in each of its core businesses - M&A, equity and debt capital markets, securities sales and trading, research and derivatives. Renaissance Capital is part of the Renaissance Group. www.rencap.com

"Ренессанс Капитал" - ведущая инвестиционно-банковская группа, работающая в России, Украине, Средней Азии и расширяющая свою деятельность в странах Африки, расположенных к югу от Сахары. Группа занимает лидирующие позиции на рынке по каждому из основных направлений финансовой деятельности - работе с акционерным и долговым капиталом, слияниям и поглощениям, - а также предлагает производные финансовые инструменты и другие структурные продукты. "Ренессанс Капитал" является частью "Ренессанс Групп". www.rencap.com

Regional Focus Day Sponsor

PRICEWATERHOUSECOOPERS

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) refers to a global network of firms. More than 146,000 people in 150 countries connect their thinking, experience and solutions to build public trust and enhance value for clients and their stakeholders.
Over 8,000 partners and professional staff are dedicated to serving clients in our Retail & Consumer practice. The global leader in providing of business advice to the retail and consumer sector, PricewaterhouseCoopers helps 83% of Fortune 500 companies in the industry manage their multinational and local operations to develop a competitive advantage across the value chain.
In Russia PricewaterhouseCoopers provides audit, tax and advisory services to over 45% of the retail and consumer companies included in the Expert magazine top 400 list.

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) – это глобальная организация, представляющая собой международную сеть независимых фирм. Более 146 000 специалистов в 150 странах мира используют при работе с клиентами свои знания, богатый опыт и творческий подход, что способствует формированию общественного доверия и позволяет увеличить стоимость компаний для клиентов и других заинтересованных сторон. Более 8 000 сотрудников по всему миру специализируется на предоставлении услуг компаниям сектора розничной торговли и производства потребительских товаров. Являясь мировым лидером в этой области, PricewaterhouseCoopers помогает 83% компаний этого сектора, включенных в рейтинг Fortune 500, управлять как международной деятельностью, так и операциями на местных рынках, с целью развития конкурентных преимуществ по всей производственно-сбытовой цепи. В России PricewaterhouseCoopers оказывает услуги в области аудита, консалтинга, а также налогообложения и права более чем 45% компаний розничного и потребительского сектора, которые входят в список Top-400 журнала «Эксперт».

Official Drinks Sponsor



In 2006 Coca-Cola celebrated its 120 year anniversary. Coca-Cola is the most famous and expensive brand in the world. Over the last 15 years «The Coca-Cola Company» has been one of the largest investors of all the soft drinks manufacturers in Russia. 13 factories and more than 60 distribution centers are operating in Russia today. We thank everyone who loves and chooses our drinks. www.cocacola.ru

В 2006 году напитку Coca-Cola исполнилось 120 лет. Coca-Cola - самый узнаваемый и дорогой бренд в Мире. В течение 15 лет компания «Кока-Кола» является одним из крупнейших инвесторов среди производителей безалкогольных напитков в России. В настоящее время на территории России действуют 13 заводов и более 60 дистрибуционных центров Компании. Мы благодарим всех, кто любит и выбирает наши напитки. www.cocacola.ru

Sponsors:

Roland Berger Strategy Consultants

Roland Berger Strategy Consultants was founded in 1967 and is one of the world's leading strategy consultancies. With 33 offices in 23 countries, the company is successful in the global market. Its 1,700-strong staff generated fee revenue of around EUR 555 million in 2006. Roland Berger Strategy Consultants is an independent partnership, wholly owned by over 140 Partners. www.rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, основанная в 1967 г. в Мюнхене, является одним из лидеров мирового рынка стратегического консалтинга. У компании действуют 33 офиса в 23 странах. В 2006 году оборот фирмы, в которой работают 1700 человек, превысил 555 млн. евро. Компания Roland Berger организована в форме партнерства, находящемся в собственности более 140 партнеров. www.rolandberger.com



Deka is a famous Russian producer of naturally fermented kvass, mineral water and beer. The plant is situated in Velikiy Novgorod. The company has been operating for around 130 years. A full reconstruction of the plant was carried out between 2002 and 2006 and as a result the plant is now fully modernised and equipped with the latest technology.
The plant has great capacities and significant experience in manufacture of private label marks for retail networks. Kvass Nicola® is Deka's most widely known national brand. The main concept of the brand is anti-globalism, promotion of a healthy lifestyle and the superiority of natural soft drinks to those of a chiefly chemical composition." www.deka.com.ru

"ОАО «Дека» – известный российский производитель кваса живого брожения "Никола", минеральной воды и пива. Завод расположен в г. Великий Новгород, его история насчитывает почти 130 лет. В 2002-2006 годах произошла полная реконструкция завода, результатом чего стала организация современного высокотехнологичного производства.
Предприятие располагает большими производственными мощностями и значительным опытом в производстве частных марок для розничных сетей.
"Никола" - широко известная в России торговая марка кваса живого брожения. Основная идея бренда – антиглобализм, пропаганда здорового образа жизни и противопоставление натуральных прохладительных напитков химическим. www.deka.com.ru

Deloitte.

Deloitte & Touche CIS is a member firm of Deloitte Touche Tohmatsu, the world's biggest professional services organization. Deloitte has about 2000 local and expatriate professionals working in its offices in CIS countries: in Moscow, St. Petersburg, Yuzhno-Sakhalinsk, Kyiv, Minsk, Baku, Tbilisi, Almaty, Astana, Atyrau, Bishkek, Tashkent, Dushanbe. With access to the deep intellectual capital of 135,000 people worldwide, Deloitte serves more than one-half of the world's largest companies, as well as large national enterprises, public institutions, locally important clients, and successful, fast-growing global growth companies. www.deloitte.com

Делойт в СНГ представляет объединение «Делойт Туш Томацу» и является одной из ведущих национальных аудиторско-консультационных фирм, предоставляющих услуги в области аудита, налогообложения, управленческого и финансового консультирования с использованием потенциала около 2000 специалистов в Москве, Санкт-Петербурге, Южно-Сахалинске, Киеве, Минске, Баку, Тбилиси, Алматы, Астане, Атырау, Бишкеке, Ташкенте и Душанбе. Имея в своем распоряжении значительный интеллектуальный капитал в 135,000 человек в разных странах мира, наши фирмы обслуживают более половины крупнейших компаний мира, а также крупные национальные предприятия, государственные органы, занимающее видное положение на местном рынке, и быстро растущие частные фирмы. www.deloitte.com

MEDIA PARTNERS



With the official support:

“TRANSPORT AND LOGISTICS SUMMIT” Improving Cost-Efficiency and Supply Chain Effectiveness

31st March 2008

SPEAKERS:

J. Carlos Samper
Senior Vice President,
Supply Chain Operations
Gloria Jeans Corporation



Sergey Bortnichek
Director, Corporate Logistics
Pharmacy Chain 36,6



Erwan Gouny
Supply Chain
Development Director
Mosmart



Sergey Malyshev
Logistics Director
Euroset



Maximilian Musselius
Executive Director
ECR-Russia



Victor Sergeev
President
National Logistics
Association
of Russia



*“Not only a very informative event
but also an excellent platform for
establishing new business
contacts”*

Mariya Ivich
Marketing Director
Kinetika

*“The conference was very
interesting and useful and I'm
looking forward to participating in
your conferences in the future”*

Olga Sagirova
Principal and
Member of the Board
**Roland Berger Strategy
Consultants**

*“Everything was well organized
and I am looking forward to
participating in the next forum”*

Nikita Riauzov
Managing Director and Head of
Investment Banking
MDM Bank

08:45 Registration and refreshments

10:00 Chairman's opening address

10:10 **Session 1: Transportation and Logistics Management**

- **Domestic transportation – challenges and opportunities.** Weighing up the pros and cons of different modes of transportation in Russia, and identifying alternatives to rail, road and sea transportation. CASE STUDY: Managing multiple transportation providers
- Practicalities of transportation management: reducing transport costs by means of optimization of multimodal transport networks, transport routing management, loading and scheduling
- **Assessing logistics costs in Russia** – what can be done to control the costs in your supply chain?
- **Outsourcing** - what are the alternatives and factors to consider? Overview of transportation providers and the 3PL services market.
- The latest IT developments in the transport and logistics market. How should they be applied within your business strategy?

11:00 Followed by an **INTERACTIVE PANEL DISCUSSION** on “Building Retail Distribution Centres - What are the reasons behind this tendency?”

- Analysing changes in the logistics sector as a result of the regional retail market explosion
- Building your own distribution centre vs. using third-party logistics providers (3PL's) to process and sort goods: assessing the benefits of each solution
- How to determine when it is better to bypass the distribution centre and deliver directly to the store?
- Analysing the levels and costs of goods handling in ordinary and purpose-built distribution centres – which facilities will prove to be more popular in the next 2-3 years?

11:40 Coffee break

12:10 **Session 2: Achieving Excellence in Distribution and Warehouse Management**

- Aiming for cost-efficiency and effectiveness of the supply chain by **focusing on inventory control**. Inventory planning – is it possible to reduce your inventory levels by using internal and external data to forecast demand? Identifying software needed to improve the process. Effective inventory management strategies in specific market segments.
- **VMI (Vendor Managed Inventory)** – implementing an effective vendor management strategy to control supply chain costs. Best practices analysis.
- The role of warehouse management in the development of the supply chain. What role do warehouses play in the optimisation, synchronisation, and co-ordination of logistics?
- **How to choose a suitable WMS (Warehouse Management System)** for your warehouse operations?
- **KPIs of warehouse performance:** How to identify basic cost elements of a warehouse and specify measurable “performance categories”. Tracking, reporting and analysing data warehouse metrics: how to find the right tools to monitor and develop business processes? Do your KPIs provide you with sufficient knowledge to make the right improvement decisions?

13:20 Question and Answers

13:30 Lunch

14:30 **Session 3: Selecting the Right 3PL Service for Your Business**

- **What does a 3PL user look for in a logistics provider**, and what services do logistics providers offer?
- How to **identify the most suitable logistics** providers for company's requirements?
- What are the practical techniques that you can use to measure your 3PL performance?
- Recommendations on how to ensure successful relationship between the logistics provider and the client.

15:30 Question and Answers

15:50 Coffee break

16:20 **In-depth Workshop: “Customer-Centricity as Key Success Factor in Retail Operations”**

Workshop outline:

- Research into consumer preferences and the use of such data in formulating effective strategies, plans and processes.
- Store clustering to achieve more efficient merchandise and store management
- Client (shopping complex) case - implementing a new performance enhancing model
- Examples of the formation of supply chain processes based on the understanding of consumer preferences

led by **Deloitte.**

Alexander Gorsky is the head of Retail consulting services and has over 9 years experience in advising retail companies. He also has vast experience in undertaking business reorganisation and implementation of IT solutions projects. His clients include : Top Kniga , GUM Department Store, Makmart, Svyaznoy, Whitehall, Russkoe More, TNK-BP, Norilsk Nickel, OAO Russian Railways, and many others.



Konstantin Nechaev is a senior manager specializing in supply chain management and information technology solutions for manufacturing (including FMCG) and resource companies.



Anthony Rubok is a specialist in retail commercial strategy and effective operations management. He has over 15 years experience in business transformation in the fields of category management and merchandise planning. He was the head of Deloitte's consulting subsidiary which specialises in category management. During his career he has worked with such clients as Unilever, Tesco, Carrefour and Coca Cola. At present he is in the process of introducing an operational category management structure to one of the biggest Russian retailers.

FOCUS DAY SPEAKERS INCLUDE:

- **Erwan Gouny**, Supply Chain Development Director, **Mosmart**
- **J. Carlos Samper**, Senior Vice President, Supply Chain Operations, **Gloria Jeans Corporation**
- **Maximilian Musselius**, Executive Director, **ECR-Russia**
- **Sergey Bortnichek**, Director, Corporate Logistics, **Pharmacy Chain 36,6**
- **Sergey Malyshev**, Logistics Director, **Euroset**
- **Victor Sergeev**, President, **National Logistics Association of Russia** and President, **International Logistics Training Center (ILTC)**, **Higher School of Economics (SU-HSE)**

“REGIONAL RETAIL SUMMIT”
Tapping the Potential of Large, Medium, and Small Towns

31st March 2008

08:45 Registration and refreshments

10:00 Chairman's opening address

10:10 **Session 1: Regional Expansion Strategies – Overview of Opportunities and Challenges**

- **Are primary cities already reaching saturation levels?** Where will the retailers move next? Who has the first-mover advantage at the moment, and how is the competition responding? Growing business in the Russian regions: what are the key challenges facing international and national retailers?
- **Business development costs in the Russian regions:** how significant is the correlation of margins with property prices in the regions?
- What is the impact of under-developed infrastructure on shipping and operational costs of retailers working in the regions?
- **How strong is the middle class in Russia?** How to overcome disparities in income upon entering regional markets. Evaluating retail sales per capita, consumer income and spending power in cities with an approximate population of one million.
- **Focus on supplier-retailer relations:** How to capitalise on major suppliers' willingness to expand their distribution network. Choosing a local partner: what are the risks of choosing to work with local regional producers?

11:00 Followed by an **INTERACTIVE PANEL DISCUSSION** on “Which Regions Are Set to Grow Next?”

- Does population size always correlate with retail growth? Why are not all cities with an approximate population of one million experiencing the same intensity of retail growth?
- Analysis of the regions set to grow next
- Can retail growth in secondary cities surpass the growth in federal cities as a result of lesser competition and better opportunities for business buyouts in the regions?
- Where are the best opportunities for retail investment in the CIS? Which of the CIS countries have seen the biggest across the board retail growth, and why?

11:40 Coffee break

12:10 **Session 2: New Business Models and Regional Growth Strategies**

- How are regional retailers reacting to the increasing competition from national and international retail chains?
- What is the **best business model for entering new regional markets?**
- Applying different strategies in order to distinguish a company from its competition: **excluding Moscow and St. Petersburg, how can one stimulate retail chain growth by expanding into smaller second - and third-tier cities?**
- **Investing outside Russia - spotlight on retail expansion in the CIS:** What are the opportunities for cross-border M&As in Ukraine and Kazakhstan? CASE STUDY: Expanding operations into the regional markets of the CIS
- How to avoid temptation to pursue extensive growth by focusing on geographic penetration rather than sustainability – **customising your assortment and varying pricing for different markets and consumers**
- **Building unique brand awareness** upon entering new markets. CASE STUDY: Supporting store openings with aggressive marketing activity including sponsorship, print, direct mail, outdoor media etc

13:20 Question and Answers

14:30 **Session 3: Franchising as an Effective Growth Strategy**

- The current situation of franchising in Russia
- What are the **main success factors for developing retail chains by means of franchising?**
- How to **effectively incorporate franchise buyouts** and acquisitions into an overall growth strategy of a company

15:30 Question and Answers

15:50 Coffee break

16:20 **Master Class – Eat or be Eaten: Strategies for Consolidation in the Retail Market**

The retail market in Russia remains very fragmented – the top 20 retailers only account for about 10% of the market. By comparison, in the UK the share of the top four is estimated at 85% of the market, and in France the top five companies have an estimated 90% market share. This means one thing for the Russian market – consolidation. Mergers and acquisitions will be a driving force for further growth over the next few years and will impact almost every retailer. M&A activity will increase in the short term as larger chains expand through acquisition and smaller retailers seek investors and buyers.

Defining the most successful and efficient strategy dealing with the market consolidation is a key priority for many Russian retailers. At the master class the most attractive strategies will be discussed from different viewpoints, i. e. financial investors, sellers and buyers, with extensive analysis and practical examples.

Master-class outline:

- Critical Success Factors for Attracting Investors
- Steps to Maximize the Value of the Business
- Experiences and Best Practices for Integration

17:40 Chairman's Summation

18:00 **Cocktail reception**

FOCUS DAY SPEAKERS INCLUDE:

- **Aleksandr Kravtsov**, President, **Ruyan Group**, (Retail Chain “Expedition”)
- **Andrey Holopov**, President, **Alex-Rostov** (Supermarket chain “V Dvuh Shagah”)
- **Andrey Kondratukin**, Executive Director, Franchising, M&A and Innovations, **Kopeyka**
- **Dmitriy Maslov**, General Director, **Spar Russia**
- **Igor Ivanov**, Chairman of the Board of Directors, **Kora**
- **Malhaz Alasania**, Director Franchising Department, **Brothers & Company Ltd.**
- **Martijn Peeters**, Director, Transaction Services Strategy, **PricewaterhouseCoopers**

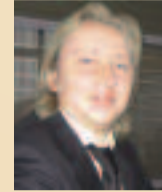
- **Maxim Entyakov**, General Director, **Detski Mir-Centre**
- **Michael Knoll**, Head of M&A Lead Advisory, **PricewaterhouseCoopers**
- **Nadezhda Senyk**, Director, Strategic Communications, **Technosila**
- **Sergey Kolesnik**, Director, **System of Shops “Chibis”**
- **Vladimir Senkin**, Head of the Board of Directors and General Director, **Lenta**
- **Tigran Gukasyan**, General Director, **Laventa (Retail Chain Santahouse)**
- **Vladimir Kataev**, General Director, **SCM Holding**
- **Yuri Sudarev**, General Director, **Radezh**
- **Pavel Sidorenko**, Marketing Director, **Adamas**
- **Martin Ender**, Country Manager, **Real,- Hypermarket**
- **Vladimir Panin**, General Director, **Eurogarden**

Sponsored by: **PRICEWATERHOUSECOOPERS**

SPEAKERS:



Vladimir Senkin
 Head of the Board of Directors and General Director **Lenta**



Andrey Kondratukin
 Executive Director, Franchising, M&A and Innovations **Kopeyka**



Michael Knoll
 Head of M&A Lead Advisory **PricewaterhouseCoopers**



Tigran Gukasyan
 General Director **Laventa (Retail Chain Santahouse)**



Sergey Kolesnik
 Director **System of Shops “Chibis”**



Aleksandr Kravtsov
 General Director **Ruyan, (Retail chain Ekspedicia)**



Dmitriy Maslov
 General Director **Spar Russia**



Yuri Sudarev
 General Director **Radezh**



Vladimir Kataev
 General Director **SCM Holding**



Pavel Sidorenko
 Marketing Director **Adamas**



Nadezhda Senyk
 Director, Strategic Communications **Technosila**



Maxim Entyakov
 General Director **Detski Mir-Centre**



Alexey Pshenichny
 General Director **Top Liga**

RUSSIAN RETAIL FORUM

Ensuring Sustainable Market Leadership and Profitable Growth

31st March – 3rd April 2008, Marriott Grand Hotel, Moscow

MAIN RETAIL FORUM, DAY ONE

Tuesday, 1st April 2008

SPEAKERS:

Lev Khasis
Chief Executive Officer,
Chairman of the Management
Board
X5 Retail Group N.V.



Aleksei Chuikin
President
Euroset



Dimitar Peshev
COO
Billa Russia,
part of REWE Group



Georgy Trefilov
President
Marta Holding



Eric Blondeau
General Director
Mosmart



Vladimir Melnikov
General Director
Gloria Jeans Corporation



Oleg Bolychev
Chairman of the Board
Vester



Igor Lazarev
General Director
Starik Hottabych



Olga Sheludchenko
General Director
Rigla



Ilya Timchenko
General Director
White Wind



Alexandr Fedorov
President
Dikaya Orhideya



Georgy Lyamin
General Director
Top Kniga



Igor Maryash
General Director
Home Centre



08:45 Registration and refreshments

10:00 Chairman's opening address

10:10 Session 1: KEYNOTE PLENARY SESSION - Maintaining Future Growth and Profitability

- **Keynote address 1: Russian Retail 2008 - what comes next?**
- **Keynote address 2: Analysing the current investment climate and attractiveness of the sector from an investment point of view.** How can the absence of leading multinational retailers, despite Russia's impressive growth figures, be explained?
- **Keynote address 3: Adding value or expanding by using new formats.** Retail market forecasts – will the market be divided into supermarkets, hypermarkets, discount, convenience and speciality stores in 2-3 years time? Understanding the needs behind consumer choices and capitalising on consumer shopping and spending across all retail formats
- **Key note address 4: Increasing market share and achieving strong regional growth:** Looking for more effective regional development model: M&A vs. organic growth vs developing new formats

11:30 Coffee brake

11:50 **SPECIAL GUEST KEYNOTE PRESENTATION** by David Reid, Non-Executive Chairman of Tesco PLC, Non-Executive Director of Reed Elsevier Group plc and Chairman of Kwik-Fit Group

“Globalization of the Retail Industry: What will be the future face of European Retail?”

12:50 Coffee brake

13:30 Session 2: Pursuing Growth through Mergers and Acquisitions

- Retail trade and government regulation
- **Analysis of motivations behind M&A deals** in the Russian retail sector - what are the principal value creation mechanisms of each model?
- Consolidation through mergers and acquisitions: how can you strengthen your competitive position and withstand the growing presence of leading multinational retailers. CASE STUDY by a Russian retailer: Laying the foundation for long term success: how to meet substantial size and profitability objectives by carrying out successful growth-orientated M&As.
- **Development of new business formats by means of alliances and M&A**, in order to enhance existing offering. Analysis of best practices for developing new formats aimed at addressing customers' needs more effectively
- **Expanding into new markets and establishing a broader geographic presence through M&A deals** –leveraging growth? What makes big market players and western newcomers choose to merge with existing local chains, rather than to start green-field construction?
- **Evaluating financial/ private equity investments in the retail industry;** can domestic and foreign venture capitalists become the main consolidators in the retail sector in the next 2-3 years? Which sectors are attracting the most interest from financial investors? CASE STUDY
- **Tackling the issues and challenges of post acquisition** integration: how to develop and implement business integration strategies to maximise value of a newly created retail company

14:15 Question and Answers

14:30 Lunch

15:30 Session 3: Sector-Specific FOCUS GROUPS - “Meet the Experts”

The afternoon of DAY ONE will be split into four parallel streams, offering opportunities for in-depth analysis and interactive discussions on plans and prospects for specific retail segments. (Each FOCUS GROUP will consist of an experts panel and a moderator. A few short presentations will be followed by extended, informal panel discussions and an interactive Q&A session with the audience on the burning issues of the day.) Delegates may move freely between all session



18:00 **Gala Cocktail Reception**

DAY ONE SPEAKERS INCLUDE:

- **Aleksei Chuikin**, President, Euroset
- **Alexandr Fedorov**, President, Dikaya Orhideya
- **Alexei Zakharov**, General Director, Holiday Classic
- **Alexey Pshenichny**, General Director, Top Liga
- **Alina Skiba**, General Merchandising Manager, Gloria Jeans Corporation
- **David Reid**, Non- Executive Chairman, Tesco PLC, Non-Executive Director of Reed Elsevier Group plc and Chairman of Kwik-Fit Group
- **Dimitar Peshev**, COO, Billa Russia, part of REWE Group
- **Dmitry Tamurka**, General Director, Podruzhka Retail Chain
- **Elena Egorova**, General Director, Pur Pur
- **Elena Kukol**, Marketing Director, Pharmacy Chain 36.6
- **Eric Blondeau**, General Director, Mosmart
- **Georgy Lyamin**, General Director, Top Kniga
- **Georgy Trefilov**, President, Marta Holding
- **Vladislav Golovkin**, VP Sales & Marketing, Gloria Jeans Corporation
- **Igor Lazarev**, General Director, Starik Hottabych
- **Igor Maryash**, General Director, Home Centre
- **Ksenia Rysova**, President, FinnFlare
- **Lev Khasis**, Chief Executive Officer, Chairman of the Management Board, X5 Retail Group N.V.
- **Marina Kamenskaya**, General Director, All!Good
- **Vladimir Melnikov**, General Director, Gloria Jeans Corporation
- **Natalya Zagvozdina**, Deputy Head of Equity Research, Renaissance Capital
- **Oleg Bolychev**, Chairman of the Board, Vester
- **Oleg Sazanov**, Executive Director, Retail Companies Association
- **Olga Sheludchenko**, General Director, Rigla
- **Stanislav Skachkov**, General Director and Co-Owner, Krasny Kub
- **Tatyana Shostik**, General Director, Doctor Stoletov
- **Vitaly Pyltsov**, Partner, Leader of Retail and Consumer Products Group in Russia and the CIS, Ernst & Young

RUSSIAN RETAIL FORUM

Ensuring Sustainable Market Leadership and Profitable Growth

31st March – 3rd April 2008, Marriott Grand Hotel, Moscow

DIY

- What is the **expected pace of DIY sector development** and how long will the market boom last? Analysis of key parameters and trade concepts of the segment's leaders. Development prospects for international chains on the Russian DIY market.
- Finding a balance which will ensure dynamic growth and business continuity. Looking for new and more effective development models: **franchising, M&A, organic growth**
- Existing store format development trends in the DIY sector. **Analysis of prospects for specialisation** and potential profit in various DIY market sectors.
- **Prospects for the unification of DIY-operators in order to realise joint projects.** Is the market ready? How to increase business capitalisation prior to the inevitable phase of aggressive M&A activity.
- How to make business processes more efficient and improve management. Analysis of **effective positioning technologies on the household goods and building materials market**
- **Consumer demand and the motivation behind buying.** Is it too early to mention demand segmentation? Principles behind successful store construction. New consumer trends and their effects on the location of DIY stores. Specifics of DIY-operators' units in shopping centres

COSMETICS, PERFUMES AND PHARMACEUTICAL PRODUCTS

- What are the characteristics and development trends of the pharmaceutical products, cosmetics and perfumes market? What are the expectations for the sector's growth? Which factors hinder the development of a developed retail market for cosmetic products and perfume?
- **Specifics of regional expansion of perfume and cosmetic products** operators in the capital as well as locally. What expansion plans do the regional operators have? How can they achieve the federal status as a distributor?
- **Consolidation in the sector.** Which mergers and acquisitions are being planned for the next 2 years? National leaders' strategies concerning regional retail chains; opportunities and threats facing local market operators. Examples of successful alliances between international retail chains and Russian companies.
- Dynamics of market segmentation. **What niches are available to new players?** Development of **new sales channels and trade formats for cosmetic products:** "Drugstores" and "concept stores" / "niche stores". Which formats will contribute to the ultra fast-paced growth today, and ensure market leadership in the future?
- An overview of the **current situation of pharmaceutical and cosmetic products' distribution.** How to establish efficient communication between a retailer and a manufacturer?

CLOTHES, SHOES, SPORTSWEAR AND CHILDREN

- Evaluation of the Clothes, Shoes, Sports Goods and Accessories sector – **the volume and pace of market growth**, current and future trends, competition levels, analysis of consumer demand. What are the market specifics? What are the main problems of clothing-store chain development?
- **When will the consolidation of the sector** begin, and will we be seeing new national clothing-store chains on the same scale as we saw supermarkets? Which store format is the most successful today? Prospects for hypermarket development in the clothes sector. Is franchising an effective strategy for entering regional markets?
- What strategies are employed by leading industry players when **managing stock renewal, off-take of surplus goods, seasonal goods and sales?**
- Which market segments have the most potential – middle, highstreet, upmarket clothing, men's, women's, children's or sports clothing? **Which product niche is expected to develop further?** Why is designer clothing, aimed at the average consumer, still not fully developed in Russia? What are the **prospects for private label clothing production** by retail players, and for the creation of new celebrity and sports personality brands?
- **Innovations in packaging, planning and servicing.** Which marketing strategies are the most effective for this segment? Why are "sales" no longer the most effective way to attract customers?
- What are the **prospects for entering international and CIS markets** for Russian companies?

GROCERY RETAIL & SUPERMARKETS

- Further consolidation plans. Will we witness a second wave of M&A activities in food retail? **Are mergers and acquisitions seen as the main business development model**, which allows the leading chains on the national market to sustain fast-paced growth? Analysis of mergers of middle tier networks: strategic perspectives and financial development models.
- What **opportunities are there for regional players** to achieve progress on a national scale? Prospective strategies for successful cooperation between national and local market leaders
- **Private Label goods.** What are the main development problems of Private Label goods? How does one make Private Label goods more attractive and recognisable to the consumer? How promising is the launch of medium and premium-priced Private Label goods in Russia today?
- **Development of retail chain formats. Niche strategies.** Specialising in product category vs. consumer segmentation: opportunities and prospects for different concepts.
- **Relationship between food retail chains and regional manufacturers:** are manufacturers ready to work in the required format, put forward by retail chains? How does the emergence of major retail chains in the regions affect manufacturers' and suppliers' preferences when choosing a partnership network?
- **Franchising development problems.** Which new franchising formats are put forward by food retailers? How important is franchising to the network's development? What are the **pros and cons of acquiring a national or regional franchise?**

SPEAKERS:



Maksim Nogotkov
President
Svyaznoy,
Group of Companies



Stanislav Skachkov
General Director and Co-Owner
Krasny Kub



Alexei Zakharov
General Director
Holiday Classic



Natalya Zagvozdina
Deputy Head
of Equity Research
Renaissance Capital



Elena Egorova
General Director
Pur Pur



Tatyana Shostik
General Director
Doctor Stoletov



Elena Kukol
Marketing Director
Pharmacy Chain 36.6



Andrey Kholopov
President
"Alex Rostov"
Group of companies



Ksenia Rysova
President
FinnFlare



Marina Kamenskaya
General Director
All!Good



Vitaly Pyltsov
Partner, Leader of Retail and
Consumer Products Group in
Russia and the CIS
Ernst & Young



Oleg Sazanov
Executive Director
Retail Companies Association

RUSSIAN RETAIL FORUM

Ensuring Sustainable Market Leadership and Profitable Growth

31st March – 3rd April 2008, Marriott Grand Hotel, Moscow

MAIN RETAIL FORUM, DAY TWO: Wednesday, 2nd April 2008

SPEAKERS:

Roger Stanley
CEE Forensic Services Leader
PricewaterhouseCoopers



Svetlana Fridenberg
General Manager
Bookberry, Book Stores



Alexander Seregin
Head of Business
Development
United Europe-Holding



Ilya Ostrovsky
Commerce Director
Polaris



Maria Khlebodarova
Marketing Director
Starik Khottabych



Adrian Beck
Reader in Criminology,
Department of Criminology
University of Leicester, UK



Lubov Kelbakh
Western Chains,
Category Management
Nestle



Nikita Volkov
Sales and Marketing Director
Deka



Elena Buyanova
National Category Manager
Danone



09:15 Registration and refreshments

10:00 Chairman's opening address

During the morning of DAY TWO, two streams will be run in parallel to allow smaller focus groups opportunities for in-depth analysis and practical advice on specific strategies for success in the retail sector. These sessions will run in different formats, such as workshops and master-classes, allowing for access to more detailed information as well as more interactivity between the panellists and the audience. Delegates may move freely between all sessions.

STREAM A:

Building a Customer-Centric Strategy

10:10 Session 4A: Customer Management and Customer Loyalty

- How to **strategically plan your marketing campaign** using the various media mechanisms available - do you know how much to spend, and where to spend it? **Measuring and justifying marketing costs:** how to make sure that your marketing PR campaign was done cost efficiently?
- **Retail brand development** – How to create a good quality, strong and unique brand?
- **Loyalty and Customer Retention.** How to inspire customer loyalty by creating effective customer loyalty programmes. Integrating customer loyalty with CRM systems: How important is the implementation of customer feedback system in strengthening your market position? **Strategic segmentation** – engaging with the customers using targeting and segmentation.
- Are you satisfied with your **customer service levels?** Improving your sales performance and increasing customer satisfaction by conducting **mystery shopping programmes**

11:20 Questions and answers

11:30 Coffee break

12:20 Session 5A: Effective Promotions Management

In-store marketing and non-price promotional activities

- Can you identify which **POS elements, technologies and displays** stimulate sales decisions in-store?
- Creating a **store environment** aimed at improving the customer experience. How can in-store digital technologies stimulate interest and influence sales profits?
- How to make your brand stand out: what is the **role of packaging in promoting a product** or a brand on the shelves?
- **Visual merchandising** – how to optimise presentation of products via eye-catching and exciting displays?

Pricing and promotional strategies

- **What role does pricing play** in retail strategy? Analysing specific pricing objectives for developing a successful retail pricing strategy. Examining what impact factors such as consumer behaviour, level of competition, manufacturers and other suppliers have on retailers' pricing decisions.
- **Is customer loyalty a myth**, and is price the only factor a consumer really considers? Analysis of the **main reasons for markdowns** and their effects on retailers' revenue, inventory levels and brand promotions; do price reductions lead to bigger profits?

13:30 Questions and answers

13:40 Lunch

STREAM B:

Achieving Store Operations Excellence

10:10 Session 4B: Reducing Costs and Increasing Customer Value by Efficient Replenishment & Out of Stocks

- **Distribution and retail shelf management** - How can retailers manage demand fulfilment in a store more effectively? Improving shelf availability and reducing stocks using CRM for demand planning
- **Out-of-Stock and On-Shelf Availability** issues. How do you predict and manage on-shelf availability and out-of-stocks?. Evaluating existing service levels: how can you inform customers more effectively about the alternative products available in store?
- Making replenishment work. What are the main factors to consider when **developing a shelf replenishment strategy?** What stops retailers from replenishing as soon as a product is taken from the shelf?
- Understanding the correlation between shelf space and product performance. **Optimising shelf space allocation:** deciding what should be put on the shelf and allocating the optimal amount of shelf space to a category

11:20 Questions and answers

11:30 Coffee break

12:20 Session 5B: WORK SHOP on Loss Prevention & Store Security

led by

PRICEWATERHOUSECOOPERS

- Analysis of the main challenges facing retailers when **implementing loss prevention programmes.** CASE STUDY: Reducing profit losses by addressing the **problem of shrinkage**
- Dealing with **employee theft:** how to manage effective cash and product handling in your store.
- **Tackling security, shoplifting and package pilferage** in a store. Analysis of best practices for theft prevention by means of developing highly visible security and a strict store security policy
- An **overview of various protective technologies** and measures that can help to reduce inventory shrinkage. Integrating technological innovations with the aim of reducing process failure and supplier fraud

13:30 Questions and answers

13:40 Lunch

15:00 Master Class "Category Management – an Integrated Approach to Assortment Management"

Master Class Outline:

1. Category Management – general targets and principles
2. Phases of Category Management
 - Category definition
 - Category roles
 - Category evaluation
 - Category targets
 - Category strategies
 - Category tactics
 - Action plan implementation
 - Category analysis
3. External and internal prerequisites for Category Management implementation
4. Main results of Category Management implementation
5. Practical examples of managing categories according to principles of Category Management
6. Questions & answers

led by **Roland Berger**
Strategy Consultants

In the last five years the organized retail market in Russia has been growing: its share amounts approximately to a third of the total food retail market in 2007. Retail chains have to work in a tough competitive environment, which demands maintenance of high growth rates. Active regional expansion is underway: metropolitan networks are entering regions and regional players are striving for national leadership. High quality assortment contributes to gaining the upper hand in the contest for loyalty of existing customers and attraction of new ones.

Participants of the Master Class organized by Roland Berger Strategy Consultants will learn general principles and methods of Category Management – the leading method of assortment management. The majority of stores manage single items, they do not take into account categories as a whole or possess any similar management mechanics. And it is integrated Category Management that helps stores to be most attractive to customers. However, how can an optimal assortment matrix be elaborated? What categories should an assortment include? How can it be determined which categories are vitally important and which ones should play only a support role? What is the role of private label products in assortment creation? What pricing policy should be implemented? How often should promo actions by categories and groups of goods be performed? How should goods be arranged in the shelves to attract target consumers? This Master Class will help market participants in their search for optimal answers to these and many other questions.



Regina Schmidt belongs to our global Competence Center "Retail & Consumer Goods" based in Munich. Regina Schmidt has about 10 years of consulting experience with expertise in corporate strategies, brand management, sales strategies and business planning.



Olga Sagirova leads the Moscow office Consumer Goods and Retail Practice in Russia and CIS. Olga Sagirova has about 10 years of experience in international marketing and management consulting.



Svetlana Graiche provides advice on strategy, organizational issues, and business processes optimization for the largest Russian and international consumer-goods makers and retailers.

Simultaneous translation in English and Russian is provided throughout the Forum

RUSSIAN RETAIL FORUM

Ensuring Sustainable Market Leadership and Profitable Growth

31st March – 3rd April 2008, Marriott Grand Hotel, Moscow

MAIN RETAIL FORUM, DAY THREE: Thursday, 3rd April 2008

09:15 Registration and refreshments

10:00 Chairman's opening address

10:10 **Session 6: Facilities and Real Estate Management in the Retail Sector**

- **Keynote presentation**- a developer's perspective on future primary and secondary shopping centre locations & retail spaces
- **Exploiting the potential of real estate assets owned by a retail group.** Current property portfolios of retailers - how do retailers manage their real estate assets?
- **Building your own stores vs. renting commercial property:** finding the right balance and assessing the economic rationale of each solution.
- What are the current real estate strategies used by retailers in the regions? Analysing the **cost and availability of suitable commercial space** in the regions
- **Choosing the best mall or shopping centre for your retail business-** what are the main factors to consider?
- **Focusing on customers and shop design.** How to create a unique atmosphere which stimulates impulse buying. Case Studies

11:20 Questions and answers

11:30 Coffee break

12:00 **Session 7: Sources of Finance for the Russian Retail Sector**

- Raising the capital necessary to finance the growth of your business: **which financing tools are available to retail companies?** CASE STUDY: Analysing the alternative ways of mobilising financial resources: how to determine which instruments are best suited to your company?
- **Will IPOs remain a popular trend** in Russian retail in the next 2-3 years, and which factors affect their success?
- **Bank loans as a source of capital:** what role do Russian and Western banks play in funding the sector's growth?
- **Using strategic investors** to finance retail chain development and expansion- do the positive dynamics of the retail sector stimulate financial investors' demand for Russian stocks?
- **Issuing debt instruments versus equity** - what are the main factors to consider?
- What funding and support can be obtained from **international financial institutions?** Overview of successful recent projects

13:20 Questions and answers

13:30 Lunch

15:00 **Session 8: Human Resources**

- Do retail companies continue to **struggle to recruit well-qualified staff?** Is this problem largely due to the lack of candidates with required skills, or is it caused by losing potential employees to other sectors?
- Understanding the **risks associated with inadequate hiring** and an undeveloped human resources policy. How bad is the employee dishonesty/fraud/theft situation in Russia today? What can be done to develop an effective selection process?
- How to effectively familiarise the staff with the corporate strategy and teach them to deal efficiently with product enquiries, customer service and returns?
- **Exploring monetary and non-monetary motivational methods** to stimulate employees. Tackling staff turnover and staff retention issues
- Pay, commission rates, bonuses and incentives – finding the right balance Case Study: Building effective rewards and incentives strategies

16:30 Questions and answers

16.40 Chairman's Summation

17:00 **End of the Forum**

DAY TWO SPEAKERS INCLUDE:

- **Alexander Seregin**, Head of Business Development, **United Europe-Holding**
- **Roger Stanley**, CEE Forensic Services Leader, **PricewaterhouseCoopers**
- **Dmitriy Ermolenko**, Customer Insights Director, **Eldorado**
- **Elena Buyanova**, National Category Manager, **Danone**
- **Ilya Ostrovsky**, Commerce Director, **Polaris**
- **Ilya Timchenko**, General Director, **White Wind - DVM**
- **Lubov Kelbakh**, Western Chains, Category Management, **Nestle**
- **Maksim Nogotkov**, President, **Svyaznoy, Group of Companies**
- **Maria Khlebodarova**, Marketing Director, **Starik Khottabych**
- **Nikita Volkov**, Sales and Marketing Director, **Deka**
- **Natalia Ardonaskaia**, Marketing Director, **Lenta**
- **Svetlana Fridenberg**, General Manager, **Bookberry, Book Stores**

- **Marzhena Rybicka**, Marketing Director, **Mosmart**
- **Adrian Beck**, Reader in Criminology, Department of Criminology, **University of Leicester, UK**

DAY THREE SPEAKERS INCLUDE:

- **Alexei Kurach**, Deputy General Director, Finance & Investments, **Detski Mir-Centre**
- **Andrey Orekhov**, Chief Executive Officer, **InvestKinoProject**
- **Anton Titov**, CEO, **Group of companies "Obuv' Rossii" (Shoes of Russia)**
- **Denis Novikov**, Investment Director, **JSC Agrofirma "Belaya Dacha"**
- **Galina Sedova**, Human Resources Director, **MIR Company**
- **Irina Berlizova**, Human Resources Director, Member of the Board, **Lenta**
- **Lev Tsukerman**, Commercial Director, **Home Center**
- **Michael Bjorklund**, Property Director, **Castorama RUS**
- **Tatiana Kozhevnikova**, Human Resources Director, **METRO Cash&Carry Russia**

SPEAKERS:



Anton Titov
CEO
Group of Companies "Obuv' Rossii" (Shoes of Russia)



Alexei Kurach
Deputy General Director,
Finance & Investments
Detski Mir-Centre



Denis Novikov
Investment Director
Agrofirma "Belaya Dacha"



Michael Bjorklund
Property Director
Castorama RUS



Tatiana Kozhevnikova
Human Resources Director
METRO Cash&Carry Russia



Irina Berlizova
HR Director,
Member of the Board
Lenta



Lev Tsukerman
Commercial Director
Home Center



Andrey Orekhov
Chief Executive Officer
InvestKinoProject



Galina Sedova
HR Director
MIR Company

Indemnity: it may be necessary for reasons beyond the control of organisers to change the content or timing of the programme, speakers and venue. **Please note:** the entire contents of this brochure are subject to the laws of copyright and intellectual property rights.

Освобождение от ответственности: по независящим от организаторов причинам указанные в данной брошюре программа, время, список докладчиков или место проведения конференции могут измениться. **Внимание:** Содержание брошюры является неотъемлемой частью авторских прав и интеллектуальной собственностью.

To learn about sponsorship and exhibition opportunities, and how you can promote your services to the most influential industry executives in the retail sector, please contact Frank Dewitz on +44 20 7017 7433 or e-mail to frank@adamsmithconferences.com

Further speakers will be announced on www.russianretailforum.com

Саммит «ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА В РОЗНИЦЕ»
Как снизить издержки и повысить эффективность цепи поставок

31 марта 2008г

ДОКЛАДЧИКИ:

Карлос Сампер
 Старший вице-президент по управлению цепью поставок
 Корпорация Глория Джинс



Сергей Бортничек
 Директор по корпоративной логистике
 Аптечная сеть 36,6



Эрван Гуни
 Директор по развитию цепочки поставок
 Мосмарт



Сергей Малышев
 Директор департамента логистики
 Евросеть



Максимилиан Мусселиус
 Исполнительный директор
 ECR



Виктор Сергеев
 Профессор, Президент Национальной логистической ассоциации России, Президент Международного центра логистики, Высшая школа экономики (МЦЛ ГУ-ВШЭ)



«Это не только крайне информативное мероприятие, но и замечательная возможность завязать деловые контакты»

Мария Ивич
 Директор по маркетингу
 Кинетика

«Конференция была очень интересна и полезна, и я с нетерпением жду участия в будущих мероприятиях»

Ольга Сагирова
 Член правления
 Roland Berger Strategy Consultants

«Все было организовано на очень высоком уровне, с удовольствием приму участие в Вашем следующем Форуме»

Никита Рязов
 Управляющий Директор, Глава инвестиционного дивизиона
 МДМ Банк

08:45 Регистрация и кофе

10:00 Вступительное слово председателя

10:10 Сессия 1: Управление транспортной логистикой

- Задачи управления транспортными потоками в логистической цепочке розничной сети. «За» и «против» альтернативных вариантов транспортировки товара; оценка преимуществ и факторов влияющих на выбор железнодорожного, автомобильного, морского транспорта и других альтернатив. ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР: Организация эффективной работы с транспортными провайдерами
- Особенности управления транспортом в России: как понизить транспортные издержки через оптимизацию выбора транспорта для мультимодальных перевозок, эффективное составление маршрутов, оптимальную загрузку транспорта и планирование отгрузок
- Анализ основных затратных элементов логистики – что необходимо для эффективного контроля и минимизации издержек в цепочке поставок компании?
- Аутсорсинг логистической функции, как альтернатива – какие факторы необходимо учесть и проанализировать при принятии решения? Обзор рынка услуг транспортных компаний и 3PL провайдеров
- Обзор развития ИТ систем для транспорта и логистики – каковы последние технологические решения, предлагаемые на рынке и насколько возможно их эффективное применение для реализации бизнес задач Вашей компании

11:00 **ИНТЕРАКТИВНАЯ ДИСКУССИЯ** - Строительство распределительных центров – каковы причины и факторы, способствующие усилению новой тенденции?

- Анализ новых задач, которые ставит перед логистикой расширение деятельности компании в регионах России
- Строительство собственных распределительных центров или использование услуг логистического провайдера для обработки и сортировки товара – в чем преимущества каждой из альтернатив?
- При каких условиях компании более выгодно исключить из логистической цепочки дистрибуционный центр и поставлять товар напрямую в магазины?
- Анализ уровня предоставляемых услуг и их стоимости в обычных, новых или специализированных дистрибуционных центрах – какие из центров будут наиболее востребованы в ближайшие 2-3 года ?

11:40 Перерыв для общения и кофе

12:10 Сессия 2: Дистрибуция и оптимизация управления складской логистикой

- Минимизация затрат и повышение эффективности цепочки поставок через оптимизацию складского учёта. Управление товарными запасами – понижение уровня товарных запасов благодаря использованию внутренней и внешней статистической информации для прогнозирования спроса. Программное обеспечение, необходимое для совершенствования складских операций – обзор успешных ИТ систем. Практические примеры эффективных стратегий управления запасами в различных сегментах розницы.
- VMI (управление запасами поставщиком) – интеграция эффективной стратегии VMI с целью контроля издержек в цепочке поставок. Анализ лучших примеров работы.
- Роль эффективного управления складом в цепочке поставок – насколько влияют складские операции на оптимизацию, синхронизацию и координацию логистических процессов в компании?
- Как правильно выбрать систему WMS (система складского учета) для оптимизации работы и повышения управляемости складской деятельности?
- KPI (ключевой показатель производительности) склада: Как определить основные затратные элементы работы склада и выбрать верные и измеримые «категории производительности». Анализ KPI-показателей - дает ли он достаточно информации, необходимой для улучшения работы склада? Наблюдение, отчет и работа с системой показателей: как найти подходящие инструменты для эффективного контроля и развития бизнес процесса?

13:20 Вопросы и ответы

13:30 Обед

14:30 Сессия 3: Как выбрать 3PL провайдера для Вашего бизнеса?

- Что ждет пользователь 3PL от провайдера и какие услуги может предложить логистический оператор сегодня?
- Как выбрать наиболее подходящего 3PL оператора для стоящих перед розничной сетью бизнес задач?
- Какие оценить уровень работы Вашего логистического провайдера? Существует ли универсальная модель для оценки эффективности работы логистического оператора?
- Рекомендации по оптимизации отношений между логистическим провайдером и клиентом

15:30 Вопросы и ответы

15:50 Перерыв для общения и кофе

16:20 Углубленная практическая сессия:

Понимание клиента - ключ к эффективности в розничной компании

Содержание интерактивного семинара:

- Исследование покупательских предпочтений и использование этой информации для построения эффективных стратегий, планов и процессов.
- Проведение кластеризации магазинов для управления ассортиментом и магазинами
- Кейс клиента (ТК) - использование новой парадигмы для повышения эффективности
- Примеры опыта выстраивания процессов цепочки поставок на основе понимания предпочтений покупателя



Александр Горский возглавляет направление оказания консультационных услуг для розничных компаний. Александр имеет более чем 9-ти летний опыт работы в сфере предоставления консультационных услуг предприятиям розничной торговли. Он обладает обширным опытом проведения проектов по реорганизации бизнеса и внедрению информационных решений. Среди его клиентов: Top-Книга, ОАО Торговый Дом ГУМ, МакМарт, Связной, Whitehall, Русское море, ТНК-ВР, Норильский никель, ОАО РЖД и др.



Константин Нечаев является Старшим менеджером компании Делойт и специализируется на управлении цепочками поставок и решениях в области информационных технологий для производственных (включая производство товаров народного потребления) и добывающих компаний.



Энтони Рубок. В настоящий момент является специалистом в области коммерческой стратегии и эффективности операционной деятельности в отрасли розничной торговли. Он имеет более 15 лет опыта по трансформации бизнеса в области категорийного управления и ассортиментного планирования. Он возглавлял международное консультационное подразделение Делойт по оказанию услуг в области категорийного менеджмента. Его опыт включает в себя работу с такими клиентами, как Unilever, Tesco, Carrefour and Coca Cola. В настоящий момент он занимается внедрением операционной структуры категорийного менеджмента для одного из крупнейших российских ретейлеров.

при поддержке **Deloitte.**

Присоединяйтесь к ведущей встрече профессионалов розничной торговли России!

САММИТ «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ»
Использование потенциала крупных, средних и малых городов

31 марта 2008г

08:45 Регистрация и кофе

10:00 Вступительное слово председателя

10:10 Сессия 1: Стратегии региональной экспансии – обзор проблем и возможностей

- Развитие бизнеса в российских регионах: **насколько освоены крупные города розничными сетями?** Близки ли города-миллионники к насыщению, и куда будут передвигаться розничные сети в ближайшие несколько лет? Кто в данный момент имеет преимущество «первопроходца», и как на это реагируют конкуренты? Какие основные задачи стоят перед международными и федеральными ритейлерами сегодня?
- **Корреляция между успешностью бизнеса в российских регионах и существующим предложением недвижимости** - насколько значительно отличается уровень прибыли от региона к региону в зависимости от стоимости недвижимости в каждом из них?
- Насколько значительно влияет **недостаточно развитая инфраструктура** стоимость перевозок и операционные издержки ритейлеров, развивающих бизнес в регионах?
- **Насколько силен средний класс в России?** Как учесть разницу в доходах населения при прогнозировании прибылей в каждом отдельно взятом регионе? Анализ расходов на душу населения и покупательской способности в городах с населением более и менее миллиона.
- **Фокус на работе с поставщиками:** Как воспользоваться готовностью крупных производителей и поставщиков расширить свои дистрибуционные сети? Выбор местного партнера: каковы риски при работе с местными региональными производителями?

11:00 ИНТЕРАКТИВНАЯ ДИСКУССИЯ: Какие регионы наиболее перспективны для развития розничного бизнеса – анализ возможностей

- Всегда ли рост розничной торговли взаимосвязан с плотностью населения? Почему не все города -миллионники испытывают одинаковый рост розничной торговли?
- Анализ наиболее перспективных для роста средних и малых городов
- Могут ли темпы развития розницы в небольших городах, где существуют лучшие возможности выкупа бизнеса и меньшая конкуренция, значительно превзойти рост, наблюдающийся в крупных городах?
- Какие существуют возможности инвестиций в розничную торговлю СНГ? Какие страны СНГ испытали самый высокий рост розничной торговли?

11:40 Перерыв для общения и кофе

12:10 Сессия 2: Новые бизнес-модели и стратегий развития розничных сетей в регионах России

- Как реагируют региональные ритейлеры на повышение конкуренции со стороны федеральных и международных розничных сетей?
- **Какая бизнес модель является наилучшей для выхода на новые региональные рынки?**
- Создание уникальной бизнес стратегии, гарантирующей конкурентное преимущество для развития компании: **расширение розничной сети без охвата Москвы и Санкт-Петербурга** через экспансию в города с населением менее пятисот и ста пятидесяти тысяч?
- **Инвестиции за пределами России – акцент на экспансию розничной торговли в СНГ:** Какие существуют возможности для покупки активов в Украине и Казахстане? ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР: Расширение торговых операций на региональные рынки СНГ
- Как справиться с экстенсивным ростом без ущерба качеству работы и предоставляемых услуг покупателям – как эффективно управлять ассортиментной и ценовой политикой в развивающейся сети
- Продвижение Вашего уникального бренда при выходе на новые рынки: как можно поддержать открытие новых магазинов агрессивной маркетинговой компанией, эффективно используя печатные издания, почтовые рассылки, PR компании, наружную рекламу и т.д. – анализ лучших кейсов

13:20 Вопросы и ответы

13:30 Перерыв для общения и кофе

14:30 Сессия 3: Франчайзинг как эффективная стратегия роста и выхода на новые рынки

- Развитие розничных сетей по технологии франчайзинга - какова популярность этой бизнес модели в Российском розничном секторе сегодня
- Каковы **основные факторы успеха** для развития розничных сетей путем франчайзинга?
- **Как эффективно инкорпорировать выкупы и поглощения** предприятий, работающих по франчайзингу в общую стратегию роста компании?

15:30 Вопросы и ответы

15:50 Перерыв для общения и кофе

16:20 Мастер-класс – Съешь или съедят тебя: стратегии консолидации на рынке розничной торговли

Российский рынок розничной торговли остается чрезвычайно фрагментированным: доля 20 крупнейших предприятий розничной торговли составляет около 10 % рынка. Для сравнения: в Великобритании четырем крупнейшим предприятиям сектора принадлежит 85% рынка, а во Франции доля пяти крупнейших компаний составляет 90% рынка. Для российского рынка это означает одно: необходимость консолидации. В ближайшие несколько лет слияния и поглощения станут главным катализатором роста и окажут влияние практически на каждое предприятие. Активность в области слияний и поглощений возрастет в краткосрочной перспективе, поскольку сети розничных магазинов расширяются за счет приобретений, а менее крупные предприятия розничной торговли будут искать инвесторов и покупателей. Наиболее привлекательные стратегии будут обсуждаться на мастер-классе с различных точек зрения: с позиций инвесторов, продавцов и покупателей. Слушателям будет представлен развернутый анализ, сопровождаемый практическими примерами.

Краткое содержание мастер-класса:

- Важнейшие факторы успеха в деле привлечения инвесторов
- Меры по максимальному увеличению стоимости бизнеса
- Передовой опыт в области интеграции

17:20 Вопросы и ответы

17:40 Заключительное слово председателя

18:00 Коктейльный прием

Спонсор дня: **PRICEWATERHOUSECOOPERS** PwC

ДОКЛАДЧИКИ:



Владимир Сенькин
Председатель Правления и
Генеральный Директор
Лента



Андрей Кондратукин
Исполнительный директор,
Дирекция Франчайзинга,
M&A и инноваций
Копейка



Майкл Кнолл
Руководитель группы по
сопровождению сделок слияния
и поглощения
PricewaterhouseCoopers



Тигран Гукасян
Генеральный директор
Лавента (Сеть магазинов
«Сантахаус»)



Сергей Колесник
Директор
Система Чибис



Александр Кравцов
Президент
Группа компаний «Руян»,
Сеть Экспедиция



Дмитрий Маслов
Генеральный директор
Spar Russia



Юрий Сударев
Генеральный директор
Радеж



Владимир Катаев
Генеральный директор
Трест СКМ



Юрий Сидоренко
Директор по маркетингу
АДАМАС



Надежда Сенюк
Директор по стратегическим
коммуникациям
"Группа Компаний "СВ"",
розничная сеть "Техносила"



Максим Ентяков
Генеральный директор
Детский мир – Центр



Мартин Питерс
Директор, Стратегический
консалтинг, Отдел
сопровождения сделок с
капиталом
PricewaterhouseCoopers

Евгений Отельниченко
Директор практики
стратегического консалтинга
PricewaterhouseCoopers

Виталий Подольский
Советник Главного
Исполнительного Директора
X5 Retail Group N.V.

Натasha Загвоздина
Начальник отдела анализа акций по
России, Ведущий аналитик
компаний потребительского сектора
«Ренессанс Капитал»

Мартин Питерс
Директор, Стратегический
консалтинг, Отдел сопровождения
сделок с капиталом
PricewaterhouseCoopers

ДОКЛАДЧИКИ ФОКУС ДНЯ:

- Александр Кравцов, Президент, Группа компаний «Руян», Сеть Экспедиция
- Андрей Кондратукин, Исполнительный директор, Дирекция Франчайзинга, M&A и инноваций, Копейка
- Андрей Холопов, Президент, Алекс-Ростов (Сеть супермаркетов «В двух шагах»)
- Владимир Катаев, Генеральный директор, Трест СКМ
- Владимир Сенькин, Председатель Правления и Генеральный Директор, Лента
- Владимир Панин, Генеральный Директор, Еврогарден
- Дмитрий Маслов, Генеральный директор, Spar Russia
- Игорь Иванов, Председатель Совета директоров, Кора
- Майкл Кнолл, Руководитель группы по сопровождению сделок слияния и поглощения, PricewaterhouseCoopers
- Максим Ентяков, Генеральный директор, Детский мир – Центр
- Малхаз Аласания, Директор, Управление по франчайзингу, Бразерс и Ко
- Мартин Питерс, Директор, Стратегический консалтинг, Отдел сопровождения сделок с капиталом, PricewaterhouseCoopers
- Надежда Сенюк, Директор по стратегическим коммуникациям, "Группа Компаний "СВ"", розничная сеть "Техносила"
- Сергей Колесник, Директор, Система Чибис
- Сергей Ющенко, Председатель Правления и Генеральный директор, Член Совета директоров, Лента
- Тигран Гукасян, Генеральный директор, Лавента (Сеть магазинов «Сантахаус»)
- Юрий Сидоренко, Директор по маркетингу, АДАМАС
- Юрий Сударев, Генеральный директор, Радеж

РОССИЙСКАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Достижение прибыльного роста и устойчивого лидерства на рынке

31 марта – 3 апреля 2008, Марриотт Гранд Отель, Москва

ОСНОВНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ, ДЕНЬ ПЕРВЫЙ:
вторник 1 апреля 2008г.

08:45 Регистрация и кофе

10:00 Вступительное слово председателя

10:10 Сессия 1: КЛЮЧЕВЫЕ ДОКЛАДЫ - Поддержка роста и прибыльности в будущем

- **Ключевой доклад 1: Розничный рынок России 2008 г. Что дальше?**
- **Ключевой доклад 2: Анализ инвестиционного климата и привлекательности сектора для инвестиций.** Как объяснить отсутствие ведущих международных ритейлеров на российском рынке, несмотря на впечатляющий рост розничной торговли в России?
- **Ключевой доклад 3: Повышение стоимости компании и расширение бизнеса за счет мультиформатности.** Как будет поделен розничный сектор между магазинами различных форматов: супермаркетами, гипермаркетами, дискаунтерами, магазинами у дома и специализированными магазинами в ближайшие несколько лет. Какие факторы влияют на потребительский выбор магазина того или иного формата и как построить модель, позволяющую получать максимальную прибыль от всех покупок, совершаемых потребителем
- **Ключевой доклад 4: Как найти баланс, обеспечивающий быстрый рост и устойчивость бизнеса?** Поиск новых и наиболее эффективных моделей развития: франчайзинг, M&A, органичный рост, развитие новых форматов

11:30 Перерыв для общения и кофе

11:50 **ПРЕЗЕНТАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО ГОСТЯ** – Дэвид Рид, Независимый Председатель совета директоров, Tesco PLC, Член Правления, Reed Elsevier Group plc и Председатель правления Kwik-Fit Group.**«Глобализация в розничной торговле: Каково будущее Европейской розницы»**

12:50 Перерыв для общения и кофе

13:30 Сессия 2: Реализация стратегии роста компании посредством слияний и поглощений

- Розничная торговля и государственное регулирование
- Каковы **основные экономические факторы и бизнес мотивы, которые вызывают волну M&A** сделок в секторе российской розничной торговли сегодня? Анализ принципиального механизма создания стоимости в каждой из состоявшихся в этом году сделок M&A
- **Консолидация путем слияний и поглощений с целью укрепить конкурентные позиции компании** и отстоять существующие позиции при нарастающем присутствии международных ритейлеров. ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР российской розничной сети: достижение запланированного роста и устойчивого уровня прибыльности бизнеса за счет реализации эффективной сфокусированной стратегии роста через слияния и поглощения?
- **Развитие новых форматов через бизнес альянсы и M&A сделки.** Анализ успешных моделей развития новых форматов розничной сетию с целью более эффективного удовлетворения покупательского спроса
- **Экспансия на новые рынки и укрепление географического присутствия через слияния и поглощения.** Слияния и поглощения с существующими региональными сетями или постройка новых магазинов в регионе - что влияет на решение крупных федеральных сетей и западных сетей, выходящих на рынок, выбирать слияния и поглощения как наиболее выгодную модель роста?
- **Оценка финансовых инвестиций и потока частного капитала** в секторе розничной торговли. Могут ли российские и международные фонды стать основной силой консолидирующей сектор в ближайшие 2-3 года? Какие сегменты розничного рынка привлекают наибольший интерес со стороны финансовых инвесторов?:
- **Решение интеграционных задач после сделок поглощения:** как эффективно разработать стратегию интеграции бизнеса, которая позволяет максимально реализовать потенциал и увеличить стоимость только что созданной компаний

14:15 Вопросы и ответы

14:30 Обед

15:30 Сессия 3: АНАЛИТИЧЕСКИЕ ФОКУС-ГРУППЫ по отдельным сегментам розничного сектора

Вторая половина ПЕРВОГО ДНЯ будет разбита на четыре параллельных потока, каждый из которых предложит глубокий анализ и интерактивные дискуссии о планах и перспективах конкретного сегмента розничной торговли. Каждая **ФОКУС-ГРУППА** представит серию коротких выступлений, за которой последуют неформальные дискуссии и интерактивная сессия вопросов и ответов, где аудитория получит возможность вести дебаты на горячие темы дня. Делегаты могут свободно передвигаться от одной сессии к другой

ТОВАРЫ
ДЛЯ ДОМА,
РЕМОНТА
И МЕБЕЛЬКОСМЕТИКА,
ПАРФЮМЕРИЯ
И ФАРМАЦЕВТИКАОДЕЖДА, ОБУВЬ,
ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА
И ДЕТСКИЕ ТОВАРЫПРОДОВОЛЬ-
СТВЕННЫЕ СЕТИ
И СУПЕРМАРКЕТЫ**18:00 Гала Коктейльный Прием****ДОКЛАДЧИКИ ПЕРВОГО ДНЯ:**

- Александр Федоров, Президент, Дикая Орхидея
- Алексей Захаров, Генеральный директор, Холидей Классик
- Алексей Пшеничный, Генеральный директор, Высшая лига
- Алексей Чуйкин, Президент, Евросеть
- Алина Скиба, Старший Вице-президент, General Merchandising Manager, Корпорация «Глория Джинс»
- Виталий Пыльцов, Руководитель группы потребительских товаров и розничной торговли по СНГ, Ernst & Young
- Владимир Мельников, Генеральный Директор, Корпорация «Глория Джинс»
- Владислав Головкин, Вице президент по продажам и маркетингу, Корпорация «Глория Джинс»
- Георгий Лямин, Генеральный директор, Топ-Книга
- Георгий Трефилов, Президент, Марта Холдинг
- Димитар Пешев, Исполнительный директор, Член правления, Билла Россия, часть REWE Group
- Дмитрий Тамурка, Генеральный директор, Табер Трейд (Сеть магазинов "Подружка")
- Дэвид Рид, Независимый Председатель совета директоров, Tesco PLC, Член правления, Reed Elsevier Group plc и Председатель правления Kwik-Fit Group
- Елена Егорова, Генеральный директор, Pur Pur
- Елена Кукол, Директор по маркетингу, Аптечная сеть 36.6
- Игорь Лазарев, Генеральный директор, Старик Хоттабыч
- Игорь Марьяш, Генеральный директор, Хоум Центр
- Ксения Рясова, Президент, Finn Flare
- Лев Хасис, Главный исполнительный директор, Председатель правления, X5 Retail Group N.V.
- Марина Каменская, Генеральный директор, ОЛИГУД
- Наталья Загвоздина, Заместитель начальника отдела анализа акций, Renaissance Capital
- Олег Большев, Председатель совета директоров, Вестер
- Олег Сазанов, Исполнительный директор, АКОРТ
- Ольга Шелудченко, Генеральный директор, Ригла
- Станислав Скачков, Генеральный директор и совладелец, Красный Куб
- Татьяна Шостик, Генеральный директор, Доктор Столетов
- Эрик Блондо, Генеральный директор, Мосмарт

ДОКЛАДЧИКИ:Лев Хасис
Главный исполнительный директор,
Председатель правления
X5 Retail Group N.V.Алексей Чуйкин
Президент
ЕвросетьДимитар Пешев
Исполнительный директор,
Член Правления
Билла Россия,
часть REWE GroupГеоргий Трефилов
Президент
Марта ХолдингЭрик Блондо
Генеральный директор
МосмартВладимир Мельников
Генеральный Директор
Корпорация «Глория Джинс»Олег Большев
Председатель Совета директоров
ВестерИгорь Лазарев
Генеральный директор
Старик ХоттабычОльга Шелудченко
Генеральный директор
РиглаИлья Тимченко
Генеральный директор
Белый Ветер ЦИФРОВОЙАлександр Федоров
Президент
Дикая ОрхидеяГеоргий Лямин
Генеральный директор
Топ-КнигаИгорь Марьяш
Генеральный директор
Хоум Центр

РОССИЙСКАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Достижение прибыльного роста и устойчивого лидерства на рынке

31 марта – 3 апреля 2008, Марриотт Гранд Отель, Москва

ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА, РЕМОНТА И МЕБЕЛЬ

- **Каковы ожидаемые темпы роста в секторе DIY** и как долго продлится бурный рост рынка? Анализ ключевых параметров и торговых концепций лидеров сегмента. Прогнозы развития международных сетей на российском DIY рынке
- Как найти баланс, обеспечивающий быстрый рост и устойчивость бизнеса? Поиск новых и наиболее эффективных моделей развития: **франчайзинг, M&A, органичный рост.**
- Каковы тенденции в развитии форматов магазинов сектора DIY. **Анализ перспектив специализации** и потенциальная доходность различных секторов рынка DIY.
- **Перспективы объединений DIY-операторов для реализации совместных проектов.** Готов ли рынок? Как повысить капитализацию бизнеса перед неизбежной фазой активного развития сделок M&A?
- Как повысить **эффективность бизнес процессов и улучшить управляемость?** Анализ эффективных технологий позиционирования на рынке товаров для дома и ремонта
- Потребительские предпочтения и мотивы покупки. Можно ли говорить сегодня о сегментации спроса?
- **Принципы эффективного магазиностроения.** Новые тренды потребления и их влияние на выбор месторасположение магазинов DIY? Особенности работы DIY-операторов в составе торговых центров

КОСМЕТИКА, ПАРФЮМЕРИЯ И ФАРМАЦЕВТИКА

- Каковы особенности и тенденции развития рынка фармацевтических товаров, косметики и парфюмерии? Какой дальнейший рост ожидается в секторе? Какие факторы, препятствуют развитию цивилизованного розничного рынка парфюмерно-косметической продукции?
- **Особенности региональной экспансии** как столичных, так и местных парфюмерно-косметических операторов, приобретение сетями федерального статуса
- **Консолидация сектора.** Какие сделки M&A планируются в ближайшие 2 года? Стратегии федеральных лидеров в отношении региональных сетей; возможности и угрозы для операторов локальных рынков. Примеры успешных альянсов иностранных сетей с российскими компаниями.
- Динамика сегментации рынка. **Какие ниши появляются для выхода новых игроков? Развитие новых каналов продаж и форматов торговли** парфюмерно-косметической продукции: "дрогери" и "концепт-сторы" / "нишевые". Какие форматы обеспечат сверхбыстрые темпы роста сегодня и лидерство на рынке в будущем?
- **Обзор текущей ситуации с дистрибуцией фармацевтических и косметических товаров.** Как правильно построить диалог между производителями и ритейлерами?

ОДЕЖДА, ОБУВЬ, ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА И ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ

- Оценка сегмента одежды, обуви, спортивных товаров и аксессуаров - объем и темпы роста рынка, настоящие и будущие тенденции, уровень конкуренции, анализ предпочтений покупателей. **В чем специфика рынка? Основные проблемы развития сетей магазинов одежды**
- **Когда начнется консолидация сектора** и увидим ли мы через несколько лет на рынке отечественные одежные сети, аналогичные по масштабу продуктовым?
- Какой формат магазина наиболее успешен сегодня. **Перспективы развития формата гипермаркет в сегменте одежды.** Является ли применение систем франчайзинга эффективной стратегией для выхода на региональные рынки?
- Какие стратегии применяют ведущие игроки по **управлению и обновлению ассортимента, реализации излишков, сезонности и распродаже товаров?**
- Какие сегменты рынка имеют наибольший потенциал – средний, эконом-класс, элитная одежда, мужская, женская, детская, спортивная одежда? В каких нишах ожидается место для роста? Почему дизайн одежды, ориентированный на массового потребителя, в России все еще недостаточно развит? Каковы перспективы создания одежды с частной маркой сетевыми игроками и создание новых брэндов с использованием имен знаменитостей и известных спортсменов?
- **Иновации в оформлении, планировке и сервисе.** Какие маркетинговые стратегии являются наиболее эффективными для сегмента? Почему система скидок уже не является лучшим способом привлечения покупателей?
- Каковы перспективы российских компаний выхода на международные рынки и рынки СНГ?

ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ СЕТИ И СУПЕРМАРКЕТЫ

- Дальнейшая консолидация. Особенности второй волны сделок на рынке M&A в продуктовой рознице. Являются ли M&A **основной бизнес моделью развития**, позволяющей сохранить высокие темпы роста сетями - лидерами федерального рынка. Анализ слияний сетей среднего эшелона: стратегические перспективы и финансовые модели последующего развития.
- **Каковы возможности развития региональных игроков до федеральных масштабов?** Перспективные стратегии взаимодействия локальных и федеральных лидеров
- **Товары под собственной торговой маркой (Private Label).** Каковы проблемы развития товаров с частной маркой? Как сделать товары с частной маркой привлекательными и узнаваемыми для покупателя? Насколько перспективен выпуск товаров среднего и премиального ценового сегмента с частной маркой в России сегодня?
- **Развитие форматов торговых сетей.** Нишевые стратегии. Специализация на товарной категории v.s. сегментация на покупателе: возможности и перспективы различных концепций.
- **Взаимоотношения продовольственных сетей с российскими производителями:** готовы ли производители работать в формате требований, предъявляемых им сетями? Как влияет появление крупных сетей в регионах на предпочтения производителей и поставщиков в выборе сети-партнера?
- **Развитие и проблемы франчайзинга.** Какие новые форматы предлагают продуктовые ритейлеры для франчайзинга? Насколько велика роль франчайзинга в развитии сети. В чем преимущества и недостатки приобретения франчайзинга федеральной и региональной сети?

ДОКЛАДЧИКИ:Максим Ноготков
Президент
Группа компаний СвязнойСтанислав Скачков
Генеральный директор и
совладелец
Красный КубАлексей Захаров
Генеральный директор
Холидей КлассикНаталья Загвоздина
Заместитель начальника
отдела анализа акций
Renaissance CapitalЕлена Егорова
Генеральный директор
Pur PurТатьяна Шостик
Генеральный директор
Доктор СтолетовЕлена Кукол
Директор по Маркетингу
Аптечная сеть 36.6Андрей Холопов
Президент
ГК «Алекс – Ростов»Ксения Рясова
Президент
Finn FlareМарина Каменская
Генеральный директор
ОЛ!ГУДВиталий Пильцов
Руководитель группы
потребительских товаров и
розничной торговли по СНГ
Ernst & YoungОлег Сазанов
Исполнительный директор
АКОРТ

РОССИЙСКАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Достижение прибыльного роста и устойчивого лидерства на рынке

31 марта – 3 апреля 2008, Марриотт Гранд Отель, Москва

ОСНОВНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ, ДЕНЬ ВТОРОЙ: среда 2 апреля 2008г.

08:45 Регистрация и кофе

10:00 Вступительное слово председателя

Утром второго дня, будут проведены два параллельных потока, фокусом обсуждения которых станет анализ маркетинговых и операционных задач, стоящих перед розничными компаниями сегодня. Эти сессии представят новые интерактивные форматы, такие как мастер-класс и workshop. Делегаты могут свободно передвигаться из одного потока в другой.

ПОТОК А: СОЗДАНИЕ КЛИЕНТО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ**10:10 Сессия 4А: Управление лояльностью и отношениями с клиентами**

- Анализ существующих и будущие тенденции, влияющие на покупательское поведение и принятие решение о покупке – что хочет современный покупатель и где кроются возможности для развития Вашего бизнеса?
- Как стратегически спланировать маркетинговую кампанию, используя существующие медиа каналы и возможности - знаете ли Вы, какую часть маркетингового бюджета и на что наиболее целесообразно потратить? Вопросы **оценки эффективности и отдачи инвестиций в маркетинг?**
- **Создание розничного бренда** – Как создать высоко качественный, уникальный бренд в российской рознице?
- **Лояльность и удержание клиентов.** Как стимулировать лояльность покупателя через создание эффективных программ лояльности? Интеграция лояльности клиентов с системами CRM: как важна эффективная обратная связь с покупателями для укрепления позиции компании на рынке? Как повысить прибыльность работы сети через эффективную сегментацию клиентов и более сфокусированное на конкретных группах предложения товаров?
- Соответствуют ли уровень предоставления услуг персоналом Вашим ожиданиям? Как повысить уровень показателей продаж и удовлетворенность клиентов, используя программу «тайнственный покупатель»

11:20 Вопросы и ответы

11:30 Перерыв для общения и кофе

12:20 Сессия 5А: Эффективное управление мероприятиями по стимулированию продаж**Маркетинг в магазинах и проведение неценовых мероприятий по стимулированию продаж**

- Анализ того, какие элементы оформления и технологии наиболее значительно влияют на решения, совершаемые покупателями в **точке продаж (POS)** оформления и технологии
- Создание стимулирующей к покупке атмосферы в магазинах. Как могут цифровые технологии, радио и видео оборудование в магазинах стимулировать покупательский интерес и повлиять на прибыль от продаж?
- Как выделить Ваш бренд в много продуктовой рознице - анализ **роли упаковки** в представлении товара или бренда на розничной полке.
- **Визуальное оформление магазина и мерчендайзинг** - как наилучшим образом показать товар покупателю и эффективно представить его на дисплее?

Стратегии ценообразования и распродажи

- Какова роль эффективного ценообразования в достижении конкретных целей и розничной стратегии компании. Как влияют на ценообразование такие факторы как потребительские предпочтения, уровень конкуренции, условия, предлагаемые производителями и пр. на ценовые решения?
- Существует ли такое явление как покупательская лояльность или цена является единственным фактором, который влияет на решения покупателей? Анализ основных причин и задач, которые должны решать распродажи - как распродажи влияют на доходы ритейлеров, уровень запасов и продвижение бренда

ПОТОК В: СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УРОВНЯ РАБОТЫ В МАГАЗИНАХ СЕТИ**11:20 Сессия 4Б: Снижение издержек и повышение эффективности работы с покупателями, через своевременное пополнение полок и управление Out of Stocks**

- **Дистрибуция и управление товаром на полках** – Как эффективно управлять процессом прогнозирования спроса в магазинах? Как гарантировать наличие товара на полках и снизить товарные остатки, интегрируя CRM в систему планирования
- **Вопросы наличия товаров на полках (Out-of-Stock and On-Shelf Availability).** Как предсказать и управлять Out-of-Stock? Определение причин, по которым возникает отсутствие товара на полках и построение эффективной стратегии позволяющей решить выявленные проблемы. Оценка существующего уровня обслуживания: как эффективно информировать покупателей об альтернативных продуктах имеющихся в наличии и предлагаемых в магазине?
- **Пополнение товаров на полке.** Что препятствует своевременному пополнению товаров на полках? Какие факторы должны быть учтены при разработке стратегии пополнения товарной полки?
- Анализ того насколько влияет на показатели продаж продукта величина места, выделенного для его выкладки, на продуктовой полке. **Планирование и оптимизация торгового пространства:** как решить, что выставить на полку и сколько выделить места для каждой из категорий

11:20 Вопросы и ответы

11:30 Перерыв для общения и кофе

12:20 Сессия 5Б: ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР по предотвращению потерь и безопасности в розничной сети при поддержке PRICEWATERHOUSECOOPERS

- Анализ задач, стоящих перед ритейлерами при применении программ по предотвращению потерь. ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР: **предотвращение убытков путём эффективного контроля товарно-материальных запасов**, магазинного и упаковочного воровства, и краж, совершенными служащими
- **Работа по предотвращению краж работниками:** как эффективно управлять наличным и товарным потоком в Вашей сети?
- **Решение вопросов безопасности, воровства в магазинах и краж товара из упаковки.** Анализ лучших практических примеров создания компанией качественной и очевидной для покупателей и сотрудников системы безопасности и предотвращения краж
- **Обзор существующих технологий** и методов предотвращения потерь запасов. Интеграция технических инноваций для снижения убытков и возможности для воровства в процессе поставок и транспортировки товара от поставщиков

13:30 Вопросы и ответы

13:40 Обед

15:00 Мастер-класс: "Категорийный менеджмент – интегрированный подход к управлению ассортиментом"**Содержание мастер-класса:**

1. Категорийный менеджмент – общие цели и принципы
2. Основные этапы категорийного менеджмента
 - Определение категории
 - Роли категории
 - Оценка категории
 - Цели категории
 - Стратегии категории
 - Тактика категории
 - Внедрение плана действий
 - Анализ категории
3. Внешние и внутренние предпосылки для внедрения категорийного менеджмента
4. Основные результаты внедрения категорийного менеджмента
5. Практические примеры управления категориями в соответствии с принципами категорийного менеджмента
6. Вопросы и ответы

при поддержке **Roland Berger** Strategy Consultants

Последние пять лет в России растет рынок организованного ритейла: в 2007 г. его доля составляет около трети общего розничного рынка продуктов питания. Сетевым компаниям приходится работать в жесткой конкурентной среде, требующей поддержания высоких темпов роста. Осуществляется активная территориальная экспансия: столичные сети идут в регионы, а региональные игроки стремятся к национальному лидерству. Одержат верх над конкурентами в борьбе за лояльность существующих покупателей и привлечение новых поможет качественный ассортимент. Участники мастер-класса Roland Berger Strategy Consultants ознакомятся с основными принципами и методами категорийного менеджмента – передового метода управления ассортиментом. Большинство магазинов управляют отдельными товарами, не рассматривая категории в целом или не располагая механизмами подобного управления, в то время как именно целостное управление категориями позволяет магазину быть максимально привлекательным для покупателя. Но как создать оптимальную ассортиментную матрицу? Какие категории должны включать в себя ассортимент? Как определить, какие категории принципиально важны, а какие должны играть лишь сопутствующую роль? Какова роль собственных торговых марок при формировании ассортимента? Какую ценовую политику необходимо реализовывать? Как часто необходимо проводить промоакции по категориям и товарным группам? Как разместить товары на полке, чтобы привлечь целевого покупателя? Мастер класс призван помочь участникам рынка в поиске оптимальных ответов на эти и другие вопросы.



Регина Шмидт работает в мюнхенском офисе Roland Berger Strategy Consultants, в экспертном центре «Потребительские товары и розничная торговля». Регина Шмидт обладает 10-летним опытом работы в стратегическом консалтинге и является экспертом в области корпоративных стратегий, управления брендом, стратегий продаж и бизнес-планирования.



Ольга Сагирова возглавляет направление "Потребительские товары и розничная торговля" в московском офисе Roland Berger Strategy Consultants. Ольга Сагирова обладает 10-летним опытом работы в стратегическом консалтинге, специализируясь в области маркетинга и важнейших вопросах управления компанией.



Светлана Грайе участвует в проектах для крупных российских и международных компаний сектора потребительских товаров и розничной торговли в области стратегии, организационного развития и оптимизации бизнес-процессов.

Синхронный перевод будет предоставлен на английском и русском языках на протяжении всего форума

РОССИЙСКАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Достижение прибыльного роста и устойчивого лидерства на рынке

31 марта – 3 апреля 2008, Марриотт Гранд Отель, Москва

ОСНОВНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ, ДЕНЬ ТРЕТИЙ
четверг 3 апреля 2008г.

08:45 Регистрация и кофе

10:00 Вступительное слово председателя

10:10 Сессия 6: Управление недвижимостью

- **Ключевая презентация – взгляд девелопера на будущие популярные и менее популярные места расположения магазинов и торговых площадей**
- Использование потенциала активов недвижимости группы. Оценка существующего портфеля недвижимости ритейлеров; **как управляют ритейлеры своими активами недвижимости?**
- **Строительство собственных магазинов в регионах или аренда торговых площадей:** как найти правильный баланс и определить критерии оценки каждой из альтернатив? Какие существуют стратегии приобретения недвижимости, применяемые ритейлерами в регионах - анализ стоимости и наличия подходящей торговой недвижимости в регионах
- Как выбрать **оптимальный для Вашего бизнеса торговый центр** - какие факторы необходимо учесть?
- **Акцент на покупателе и дизайне магазина.** Как создать уникальную атмосферу, стимулирующую импульсивные покупки со стороны покупателя? ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР

11:20 Вопросы и ответы

11:30 Перерыв для общения и кофе

12:00 Сессия 7: Источники финансирования российского сектора розничной торговли

- Привлечение средств для обеспечения роста бизнеса: какие существуют **модели финансирования розничных компаний?** ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР: выбор путей мобилизации финансовых источников: как определить, какой финансовый инструмент больше подходит для достижения целей Вашей компании?
- **Останется ли IPO тенденцией** российского сектора розничной торговли в ближайшие 2-3 года, и от чего это зависит?
- **Банковские кредиты** как источник капитала: какую роль играют российские и западные банки в финансировании роста сектора?
- **Долговые инструменты или работа на рынках капитала** – какие основные факторы надо учесть при оценке каждой из альтернатив?
- **Использование стратегических инвесторов для финансирования роста** и развития розничных сетей – стимулирует ли положительная динамика сектора спрос финансовых инвесторов на российские акции?
- **Роль международных финансовых институтов** в финансировании роста и развития розничных сетей; обзор недавно завершенных успешных проектов

13:20 Вопросы и ответы

13:30 Обед

15:00 Сессия 8: Управление персоналом

- Продолжают ли компании розничной торговли сталкиваться со **сложностью подбора квалифицированного персонала?** Связано ли это с ограниченным количеством квалифицированных кадров или с тем, что персонал и кандидаты переходят в другие сектора?
- **Рассмотрение рисков, связанных с подбором кадров** и неразвитой политикой управления персоналом. Насколько серьезна проблема недобросовестности служащих/обмана/краж персоналом в России сегодня? Что необходимо сделать, чтобы разработать эффективный процесс отбора?
- Как эффективно **обеспечить понимание персоналом корпоративной стратегии** и владение знаниями, необходимыми для успешного разрешения вопросов, связанных с предоставлением продукции и услуг клиентам?
- **Анализ денежных и не денежных методов поощрения и мотивации работников.** Разрешение проблемы текучести кадров и удержания персонала. Зарплата, комиссия, бонусы и другие средства поощрения – как найти правильный баланс. ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР: разработка эффективной стратегии вознаграждения и поощрений

16:30 Вопросы и ответы

16:40 Заключительное слово председателя

17:00 Закрытие форума**"ПРОБЛЕМЫ СЕКТОРА НЕДВИЖИМОСТИ":**

- Проблемы с поиском подходящих земельных участков – большинство не обработаны и слишком дорогие
- Неразвитая инфраструктура, высокие цены на собственность
- Сложности при получении разрешения на планировку городов – неясные правила
- Устаревшие процедуры
- Отсутствие квалифицированных планировщиков и строителей
- Отсутствие необходимых услуг в секторе недвижимости
- Налоговые и платёжные процессы отличаются от западных и являются нестабильными

Ю. Ярви, Kesko Corporation
"Форум российской розничной торговли"
27 марта, 2007г**ДОКЛАДЧИКИ:**Антон Титов
Исполнительный директор
Обувь РоссииАлексей Курач
Заместитель генерального
директора, руководитель
финансово-инвестиционного
комплекса
Детский мир - ЦентрДенис Новиков
Директор по инвестициям
Группа компаний
Белая ДачаМайкл Бьёрклунд
Директор по недвижимости
Касторама РУСТатьяна Кожевникова
HR-директор
METRO Cash&Carry RussiaИрина Берлизова
HR-директор
и Член правления
ЛентаЛев Цукерман
Коммерческий директор
Хоум СентерзАндрей Орехов
Генеральный директор
ИнвестКиноПроектГалина Седова
HR-директор
Компания "МИР"**ДОКЛАДЧИКИ ВТОРОГО ДНЯ:**

- Владимир Карнаухов, Председатель Совета Директоров, **Седьмой Континент**
- Александр Серегин, Руководитель группы развития бизнеса, **Единая Европа-Холдинг**
- Илья Тимченко, Генеральный директор, **Белый Ветер ЦИФРОВОЙ**
- Мария Хлебодарова, Директор по маркетингу, **Старик Хоттабыч**
- Светлана Фриденберг, Генеральный директор, **Сети книжных магазинов Букбери**
- Любовь Кельбах, Менеджер по управлению товарными группами в каналах продаж, **Nestle**
- Наталья Ардонская, Директор по Маркетингу, **Лента**
- Адриан Бекк, Департамент по криминологии, **University of Leicester, UK**
- Максим Ноготков, Президент, **Группа компаний Связной**
- Елена Буянова, Национальный категорийный менеджер, **Далпоне**
- Илья Островский, Коммерческий директор, **Polaris**
- Никита Волков, Директор по маркетингу и продажам, **Дека**
- Роджер Стэнли, Руководитель Группы Форензик — финансовые расследования в Центральной и Восточной Европе и странах СНГ, **PricewaterhouseCoopers**

ДОКЛАДЧИКИ ТРЕТЬЕГО ДНЯ:

- Алексей Курач, Заместитель генерального директора, руководитель финансово-инвестиционного комплекса, **Детский мир - Центр**
- Андрей Орехов, Генеральный директор, **ИнвестКиноПроект**
- Антон Титов, Исполнительный Директор, **Обувь России**
- Галина Седова, HR-директор, **Компания "МИР"**
- Денис Новиков, Директор по инвестициям, **Группа компаний Белая Дача**
- Ирина Берлизова, HR-директор и Член правления, **Лента**
- Лев Цукерман, Коммерческий директор, **Хоум Сентерз**
- Майкл Бьёрклунд, Директор по недвижимости, **Касторама РУС**
- Татьяна Кожевникова, HR-директор, **METRO Cash&Carry Russia**
- Марина Ефремова, Директор Департамента подбора и обучения компании, **Седьмой Континент**

Чтобы узнать о возможностях спонсорства и выставки, и о том, как Вы можете представить Ваши услуги самым влиятельным руководителям индустрии, пожалуйста, обращайтесь к Франку Девицу, по телефону +44 20 7017 7433, или по электронной почте frank@adamsmithconferences.com