



FoodMaster открыл двери сотрудничеству (итоги общенациональной закупочной кампании 2012 г.)

20 апреля 2012 г. в рамках ежегодной Общенациональной закупочной кампании, традиционно организованной B2B Медиа-группой TradeMaster® Group, состоялась III Всеукраинская практическая конференция «FoodMaster-2012 & PrivateLabel: Ритейлер, производитель, дистрибутор: как единой командой выиграть «кубок Потребителя» 2012 года?», которая собрала 260 топ-менеджеров ведущих компаний украинского торгового рынка.



TradeMaster®

Логистический партнер конференции — компания «УВК Украина»; национальный партнер — **Frozen Group**; партнер инновационных упаковочных решений — **TETRA PAK**; партнер контрактного производства — **Портал о собственных торговых марках www.privatelabel-tm.com**

Информационно-аналитический блок открыл **Глеб Вышлинский (GfK Ukraine)** с докладом «Посткризисные изменения продуктового ритейла глазами потребителя. Что помогло лидерам и подкосило аутсайдеров?».

Эксперт из Лондона **Анастасия Куровская (Millward Brown Optimor)** считает, что в производстве бренда нужно качественно заниматься маркетингом.

Логистический оператор при работе с сетью занимается управлением запасами и доставкой товаров, а также, исходя из потребностей клиента, предоставляет весь спектр складских услуг, консультирует ритейлера в вопросах оптимизации логистики, рассказала **Алина Ганноцкая («УВК Украина»)**. Операторы 3PL осуществляют рейсы на РЦ ключевых сетей, у производителя есть возможность сокращать затраты на логистику путем участия в «сборных грузах».

Андрей Длигач (Advanter Group) рассказал об актуальных подходах в стратегическом маркетинге на food-рынках: создание фан-клубов, уход от сегментной ориентации.

Екатерина Бузукова, консультант по управлению ассортиментом, провела мастер-класс по формированию ассортимента, раскрыла секрет успеха взаимодействия поставщика и ритейлера.

Игорь Гарбарук (Минэкономразвития Украины) рассказал о современных тенденциях торговли в Украине и актуальных вопросах бизнеса и добросовестной конкуренции.

Открытая дискуссия состоялась при участии ритейл-экспертов в президиуме: **Александр Янишевский («Фуршет»)**, **Сергей Шавлукевич («ПАККО Холдинг»)**, **Елена Чиркова («Дигма»)**, **Игорь Пастушак («Львовхолод»)**. Мнение производителей отстаивал **Максим Пейков («Лакталис-Украина»)**.

Карина Черникова («Магнит») рассказала о проектах краткосрочной лояльности, позволяющих не участвовать в ценовой конкуренции, но удерживать покупателя.

Юрий Кузьмин (Fozzy Group) дал рекомендации по требованиям, которые выдвигает поставщикам сеть относительно качества товаров.

Рабочая группа Private Label

Юлия Ермакова (Nielsen Ukraine) поведала, что рост доли товаров Private Label значительно опережает рост брендовой продукции.

О позиционировании брендов СТМ 1-st Price и Brand-Killer в современной рознице рассказала **Юлия Пузырева («ЕКО-маркет»)**.

По словам **Сергея Сафонова («Тетра Пак Украина»)**, первая в мире картонная упаковка для консервации Tetra Recart на 65 % состоит из картона, производится в 4 объемах: 200, 340, 390 и 500 мл, сохраняет свежесть товара более 2 лет. Данная упаковка позволяет сократить 30–40 % полочного пространства, время на выкладку, издержки на логистику. Как отметила

Екатерина Никитенок, продукция в упаковке Tetra Recart сегодня представлена в 50 странах под 110 брендами, из которых 53 — СТМ.

Александр Анфиногенов, консультант по стратегическому маркетингу, предоставил рекомендации для производителя СТМ.

Ольга Бледнова (Frozen Group) рассказала, что в компании бизнес разделен на 3 направления: производство собственных брендов, развитие контрактного производства и услуги транспортной и складской логистики.

Компания приняла решение развивать сегменты «средний», «средний+», «высокий», «премиум» и органические продукты.

Эксклюзивными данными о планах развития СТМ, принципах, которыми руководствуется сеть при вводе СТМ, поделилась **Тамара Радчук**, редактор портала www.privatelabel-tm.com

Экспертами открытой дискуссии Private Label выступили **Андрей Олишук («РК Евротэк»)**, **Елена Евглевская («ТД Амстор»)**, **Максим Маршицкий («Фуршет»)**, **Елена Бережная («Мариванна»)** и **Лилия Комарова («Брусничка»)**.

Национальные премии

В рамках конференции состоялось награждение ежегодной Национальной премией «Лучший партнер года» производителей и ритейлеров Украины: Made-in-Ukraine-2012 и Retail-in-Ukraine-2012.

Традиционным завершением конференции стали **СТОЛЫ ПЕРЕГОВОРОВ** между поставщиками и ритейлерами, которые вновь открыли двери сотрудничеству по брендам и СТМ.