



# 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](http://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](http://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.