

мендуем готовить соус для мясных и рыбных блюд, творожную запеканку».

Неожиданную поддержку в боях за продвижение продукции в торговых сетях сибирские пищевые получили от региональных властей. Например, в Алтайском крае в октябре прошел всероссийский отраслевой форум «Алтайпродмаркет», который позиционировался как торгово-продовольственная биржа деловых контактов. Эта площадка была организована под патронажем краевых властей. Начальник управления по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям Алтайского края Татьяна Зеленина считает, что проведение масштабного отраслевого форума «Алтайпродмаркет» — показатель того, что спрос на алтайское продовольствие, который всегда был высоким, в связи с геополитическими событиями вырастает еще больше. «Нашим производителям, в свою очередь, есть что предложить: муку, крупы, макаронные изделия, сыры, мясную продукцию, мед, огромный ассортимент продукции для здоровья и другое. Алтайские продукты интересны партнерам из других регионов прежде всего по причине оптимального соотношения цены и качества. Благодаря отраслевому событию и новому бизнес-формату его проведения местные товаропроизводители смогут в неформальной обстановке обсудить вопросы поставок продовольствия с представителями розничных и оптовых организаций и руководителями региональных ведомств», — пояснила госпожа Зеленина. По ее словам, бизнес-форум позволяет предприятиям освоить новые рынки сбыта своей продукции, а торговым сетям восполнить пробелы в ассортименте, возникшие из-за исключения импортной продукции, и расширить его за счет алтайских продуктов. «В регионе ведется серьезная информационная работа, направленная на продвижение ценнейшего продовольственного ресурса Алтайского края как на внутренние, так и на внешние рынки. Местные товаропроизводители также включились в работу по позиционированию своей брендовой продукции. Осенью прошлого года был разработан



ПРАКТИЧЕСКИ КАЖДЫЙ НОВЫЙ ПРОДУКТ В СФЕРЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ТЕПЕРЬ ПОЗИЦИОНИРУЕТСЯ КАК ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩИЙ

и внедрен зонтичный бренд «Алтайские продукты. +100 к здоровью». Потребитель, выбирая продукты, маркированные этим знаком, может не сомневаться, что перед ним настоящий высококачественный местный товар», — подчеркнула Татьяна Зеленина.

Отметим, что алтайским чиновникам удалось привлечь к своему форуму внимание основных тор-

говых сетей. «Подобные встречи необходимы как производителям, которые могут представить свою продукцию, рассказать о компании и найти новые рынки сбыта, так и розничным сетям — для расширения пула поставщиков и ассортимента в сетях», — говорит Яна Могилева. В «МЕТРО Кэш энд Керри», по словам госпожи Токаревой, на форуме рассчитывают найти в Алтайском крае новых поставщиков молочной продукции.

Оптимизм торговых сетей, переработчиков сельскохозяйственной и региональных властей не спешат

разделять отраслевые эксперты. Как отмечает аналитик компании «Финам менеджмент» Максим Клягин, скорого и масштабного импортозамещения ждать не приходится. Вымывание ряда товарных позиций из ассортимента и некоторый рост доли продукции внутреннего производства, безусловно, связан с ограничением импорта и ослаблением рубля. Внимание сетей к региональным поставщикам аналитик объясняет и издержками, вызванными резким изменением логистики: не всем игрокам рынка удастся оперативно заместить ряд выпадающих позиций, а некоторые товары ввиду повышения их стоимости и снижения спроса оказываются нерентабельными. Уже в ближайшее время, по оценкам господина Клягина, ритейлеры скорректируют свою ассортиментную политику, сформировав новые закупочные каналы. При этом собеседник не исключает возможного увеличения поставок из стран, не попавших под ответные санкции. «Что касается расширения доли продукции внутреннего производства, то пока эти процессы носят ограниченный характер. Учитывая длинные циклы АПК, рост ставок и дефицит ликвидности, формирующие сложности для привлечения инвестиций, необходимых для расширения производства, а также неопределенность сроков эмбарго (судя по всему, в любой момент „правила игры“, учитывая быстро меняющийся внешний фон, могут быть пересмотрены), все-таки не стоит рассчитывать на быстрое внутреннее замещение. Кроме того, по ряду категорий замещение, скорее, объективно невозможно даже в среднесрочной перспективе, так как подразумевает слишком большие капитальные затраты и длительные сроки реализации, либо вообще неэффективно, учитывая специализацию», — резюмирует Максим Клягин. В краткосрочной перспективе, по его мнению, внутренние производители могут заменить лишь относительно небольшую часть выпадающих объемов. Вместе с тем, если ориентироваться на среднесрочную перспективу, политика эффективного протекционизма может создать более благоприятные условия для расширения внутреннего производства сельскохозяйственной продукции. ■

25.11.2014

Новосибирск,
конференц-зал ГК «Обувь России»,
ул. Б. Хмельницкого, 58

Коммерсантъ®

Издательский дом «Коммерсантъ» совместно с Группой компаний «Обувь России» проводит I Сибирский форум



РИТЕЙЛ БУДУЩЕГО: I Сибирский форум как повысить эффективность работы розничной сети

Цель форума: создать в Новосибирске постоянно действующую площадку для профессионального общения участников регионального розничного рынка, обмена опытом и получения актуальной и достоверной информации о состоянии отрасли.

СРЕДИ СПИКЕРОВ: Даниил Сомов, директор ИД Retailer; Антон Титов, генеральный директор ГК «Обувь России»; Алексей Филатов, управляющий директор BVCSG (Москва); Игорь Пугачев, региональный управляющий «МЕТРО Кэш энд Керри» по Сибирскому региону; Дмитрий Полуянов, директор по маркетингу сети супермаркетов «Командор», управляющий партнер коалиционной программы лояльности «Копилка»; Елена Шакин, директор региона Сибирь «Эльдорадо»; Максим Алякринский, управляющий Западно-Сибирским филиалом компании «Евросеть»; Елена Зинченко, руководитель направления по работе с региональными поставщиками «Леруа Мерлен Восток»; Яков Хромов, директор по маркетингу сети «Посуда Центр»

Сибирское представительство ИД «Коммерсантъ» приглашает руководителей и топ-менеджеров розничных сетей к участию в мероприятии.

Коммерсантъ СИБИРЬ

РЕГИСТРАЦИЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
ТЕЛ. (383) 212-02-42, 375-24-74,
ОТДЕЛ КОНФЕРЕНЦИЙ.
ПОДРОБНОСТИ НА САЙТАХ
[HTTP://SIBIR.KOMMERSANT.RU/](http://sibir.kommersant.ru/) И [HTTP://ORCONF.RU/](http://orconf.ru/)



В ПРОГРАММЕ:

Блок 1 — Стратегии развития и перспективность ритейла

- Ритейл как перспективный сегмент российской экономики. Геополитические последствия для развития розничного рынка в России
- Влияние российских санкций и других внешних факторов на розничные продажи (фактологическое выступление на основе результатов исследования RETAILER RUSSIA TOP-200)
- Динамика изменения структуры потребления жителей России за 2014 год: средний чек, перераспределение предпочтений и покупательского поведения в сфере ритейла

Блок 2 — Новые технологии в маркетинге, финансах, бизнес-процессах

- Изменение кредитной политики и системы риск-менеджмента банков
- Принципы выстраивания эффективных отношений с поставщиками: логистика, ценовая политика, сокращение издержек
- Нестандартные программы лояльности: как технологии влияют на программы лояльности. Как создать успешную программу лояльности в ритейле: что работает, а что нет
- Ценность обратной связи от клиентов. Управление бизнес-процессами на ее основе
- Как искать новые возможности для роста в условиях, когда ваш основной рынок близок к насыщению
- Интернет-продажи: синергия офлайн и онлайн

Блок 3 — Управление человеческим капиталом

- Инновации как фундамент реализации стратегии устойчивого развития персонала. Уменьшение текучки. Формирование кадрового резерва
- Роль продавца: нельзя недооценивать. От продавца к консультанту, fashion-продавцу
- Системы мотивации менеджеров: показатели эффективности, индустриальные KPI's, повышение квалификации
- Дополнительные инструменты мотивации персонала. Как удержать самых ценных?