

ПОСТРЕЛИЗ

В Москве состоялась конференция «Российский ритейл. Глобальные вызовы и новые возможности в 2017 году»

Москва, 16 февраля 2017 года. В конференции «Российский ритейл. Глобальные вызовы и новые возможности в 2017 году», организованной ИД «Коммерсантъ», приняли участие представители органов государственной власти и представители бизнеса. Встреча состояла из двух сессий, в ходе которых участники обсудили актуальные вопросы развития ритейла, новации в области online и offline торговли, законодательные тенденции.

Модераторами мероприятия выступили **Андрей Карпов**, председатель правления, Российская ассоциация экспертов рынка ритейла (РАЭРР) и **Иван Кургuzов**, руководитель кластера «РАЭК / Электронная коммерция».

Начиная с 1 января 2017 года вступили в силу поправки к закону о торговле, касаемые торговых сетей и производителей. По мнению **Никиты Кузнецова**, заместителя директора департамента развития внутренней торговли, легкой промышленности и легализации оборота продукции, Минпромторг РФ, «должно пройти какое-то время, пока станет ясно, как предприниматели адаптировались к изменениям. Сегменты сетевого ритейла развиваются очень хорошо. Сейчас внимание государства должно быть переключено на малые форматы торговли. Снижение оборотов розницы происходит за счет малого бизнеса, мы можем потерять малых производителей продуктов питания,— объяснил спикер.— Нужно сделать так, чтобы небольшие предприятия перестали восприниматься как временщики».

О том, как чувствует себя онлайн-торговля, рассказал **Алексей Федоров**, президент, Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ): «В интернет-торговле не было всплеска, который был в 2014–2016 годах. Запланированного роста в 25% не случилось. Люди перестали покупать импульсивно, покупатель каждый раз проверяет цену».

Сергей Малышев, заместитель генерального директора по посылочному бизнесу, «Почта России», выступил с презентацией, посвященной эволюции посылочного бизнеса «Почты России». «В прошлом году чуть больше 65 млн человек получили свои отправления, было обработано и вручено 296 млн отравлений с товарным вложением. Мы решили проблему, связанную с медленными сроками, сейчас они минимально рыночные». Среди нововведений «Почты России» стали продукт «посылка онлайн», мобильное приложение для отслеживания отправления, личный кабинет «Почты России».

По мнению **Алекса Васильева**, регионального директора по России и странам СНГ, «Цайняо» (Alibaba Group), для того чтобы доля e-commerce в России стали больше, необходимо «создать комфортные условия для иностранных брендов, для локализации бизнеса в России. Чтобы как минимум крупные производители завозили партии в Россию и осуществляли онлайн-продажу уже с ее территории».

Сергей Шкляев, начальник управления торговых ограничений, валютного и экспортного контроля, ФТС Россия, рассказал о нововведениях и современных тенденциях в таможенной службе. Также в первой сессии приняли участие: **Олег Прусаков**, начальник управления защиты прав потребителей, Роспотребнадзор, **Петр Шелищ**, председатель, Союз потребителей России, **Сергей Кузнецов**, директор Союза независимых сетей России.

Вторую сессию открыл **Илья Адамский**, директор интернет-коммерции и корпоративных продаж, «Евросеть». По мнению спикера, сейчас покупатель все больше принимает решение о покупке онлайн, но при этом все еще предпочитает розничный магазин, чтобы забрать заказ. «У кого есть крупная розница, их онлайн-подразделения растут. Для потребителя важно, что это крупный ритейл, есть доверие и понимание для постпродажного обслуживания».

О том, что такое омниканальность для «М.Видео», рассказала **Ольга Турищева**, директор по маркетингу и электронной коммерции: «Омниканальность — это нечто, что должно пронизывать компанию технологически, организационно и с точки зрения клиентского опыта. Во-вторых, это гарантия лучшей цены».

Станислав Савельев, руководитель направления электронной коммерции, QIWI, в своем выступлении отметил тренды электронной коммерции: «Налицо отсутствие доверия к новым компаниям, к новым игрокам, которые приходят на российский рынок». QIWI предложило решение, как застраховать покупателя, не нарушая порядок вещей в кроссбордер коммерции. Решение называется Payment-on-Delivery, или оплата при получении: «Мы ориентировались при его создании на максимальные удобства, чтоб это было, как сейчас модно говорить, One Click».

Роман Нестер, основатель Segmento, уверен, что «онлайн ритейл давно в плане рекламы вырвался вперед. Сегодня банки, телеком и те, кто обладает огромным объемом данных, выходят на рынок как партнеры ритейла, и появляется возможность связать контакты в интернете с теми покупками, которые произошли в офлайн. Мы видим онлайн-поведение каждого из этих людей, и мы обладаем возможностью каждому из них доставить таргетировано сообщение».

Также в сессии участвовали: **Борис Кац**, директор по развитию сети хобби-гипермаркетов «Леонардо», **Анатолий Тенцер**, директор по развитию, «Катрен», курирует проект Arteka.ru, **Александр Иванов**, президент, Национальная ассоциация дистанционной торговли (НАДТ) и другие.

Партнером конференции «Российский ритейл. Глобальные вызовы и новые возможности в 2017 году», организованной издательским домом «Коммерсантъ» 16 февраля, выступила Segmento.