ГЛАВНАЯ ПЛATFORMА

FMCG

НЕТВОРКИНГА СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ И ПРИБАЛТИКИ

MAIN PLATFORM FOR

NETWORKING IN EASTERN EUROPE AND BALTICS

ДНЯ ПРАКТИКИ

DAYS OF PRACTICE

2

СТРАН-УЧАСТНИКОВ

COUNTRIES

14

ЛУЧШИХ СПИКЕРОВ

BEST SPEAKERS

40

ДЕЙСТВЕННЫХ ФОРМАТОВ

EFFECTIVE FORMATS

5

ЧАСОВ ПОЛЬЗЫ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

HOURS OF USE FOR YOUR BUSINESS

20

ДОСТОВЕРНАЯ АНАЛИТИКА

ACTUAL ANALYTICS

100%

ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТА | PROSPECTS FOR IMPORT | ВОЗМОЖНОСТИ ЭКСПОРТА | EXPORT OPPORTUNITIES | БИРЖА КОНТРАКТОВ | CONTRACTS EXCHANGE | ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ | CONSUMER PREFERENCES | МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ | MARKETING AND SALES | ЛУЧШИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ | BEST INTERNATIONAL EXPERIENCE | СОТРУДНИЧЕСТВО ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ И ПОСТАВЩИКОВ | SUPPLIERS AND RETAILERS COOPERATION | PRIVATE LABEL

ПАРТНЕР ПО АВТОМАТИЗАЦИИ

ОРГАНИЗАТОР

Meeting Point
О ФОРУМЕ
Компания Meeting Point – профессиональный организатор бизнес-событий с 10 летним опытом реализации успешных проектов в Европе и странах СНГ расширяет формат и географию участников ежегодного FMCG Industry Forum. Главное событие украинского FMCG рынка с 2016 года станет ключевой платформой FMCG-нетворкинга стран Восточной Европы и Прибалтики.

16-17 марта в Киеве соберутся ведущие аналитики, эксперты, розничные сети, компании-поставщики из Украины, Эстонии, Латвии, Литвы, Словакии, Румынии, Польши, Венгрии, Чехии, Болгарии, Молдавии, Казахстана, Белоруссии с целью обсуждения вопросов поставок FMCG товаров на рынки данных государств, специфики сотрудничества с ключевыми ритейлерами, обсуждения инструментов повышения продаж, популяризации брендов и поиска партнеров для производства и поставок Private Label.

В РАМКАХ ФОРУМА:
• Свежая аналитика FMCG рынков Украины, стран восточной Европы и Прибалтики
• Поиск возможностей для построения эффективного сотрудничества украинских поставщиков и ритейлеров со странами восточной Европы и Балтии
• Лучший международный опыт увеличения продаж

ОФОРУМЕ
Meeting Point Company is professional organizer of business events. 10 years experience of running successful projects in Europe and the CIS countries let to expand the size and participants geography of the annual FMCG Industry Forum. The main event of 2016 on Ukrainian FMCG market will be a key platform for FMCG-networking in Eastern Europe and the Baltics.

March 16-17 the leading analysts, experts, retailers, supplying companies from Ukraine, Estonia, Lithuania, Latvia, Slovakia, Romania, Poland, Hungary, Czech Republic, Bulgaria, Moldova, Kazakhstan, Belarus will bring together in Kyiv to discuss supply FMCG goods to the markets of these countries and specifics of cooperation with key retailers. They will also discuss tools that increase sales, ways of brands promotion and will have perfect opportunity to get partners for production and supply Private Label.

IN SCOPE OF THE FORUM:
• Hot Analytics FMCG markets of Eastern Europe and the Baltics
• New opportunities to build effective cooperation Ukrainian suppliers and retailers with the countries of eastern Europe and the Baltic States
• The best international experience of sales increase
ДИСТРИБУТОРЫ

IMПОРТЕРЫ
IMPORTERS

ПРЕДСТАВИТЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ
REPRESENTATIVES OF PROFESSIONAL ASSOCIATIONS

КОНСУЛЬТАНТЫ
CONSULTANTS

МЕДИА
MEDIA

FMCG INDUSTRY FORUM

ТОРГОВЫЕ СЕТИ
TRADING NETWORKS

ПРОИЗВОДИТЕЛИ FMCG-ТОВАРОВ
FMSG PRODUCERS

АНАЛИТИКИ
ANALYSTS
### ПРОГРАММА

<table>
<thead>
<tr>
<th>16 МАРТА СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ДЕНЬ</th>
<th>MARCH 16 STRATEGIC DAY</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>09.00 – 10.00</strong></td>
<td><strong>Coffee break, exhibition of products and technologies</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Утренний кофе, участие в выставке товаров и технологий</td>
<td><strong>SECTION 1</strong> ANALYTIC REPORT FMSG MARKET UKRAINE: CURRENT STATE AND PERSPECTIVE DEVELOPMENT</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>10.00 – 13.30</strong></td>
<td><strong>FOCUS REPORT: WHAT TO EXPECT UKRAINE FROM THE FREE TRADE ZONE WITH EU</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>БЛОК 1</strong></td>
<td><strong>ФОКУС ДОКЛАД: ЧЕГО ЖДАТЬ УКРАИНЕ ОТ ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ С ЕС</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>СПЕЦИАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ДОКЛАД: FMCG РЫНОК УКРАИНЫ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>- Как изменяются правила торговли?</td>
<td>- How will the trade rules change?</td>
</tr>
<tr>
<td>- Как может измениться ассортимент на полках украинских магазинов?</td>
<td>- How can change the assortment of Ukrainian stores?</td>
</tr>
<tr>
<td>- Какие перспективы выхода украинских поставщиков на рынок стран ближнего зарубежья.</td>
<td>- What are the prospects for Ukrainian suppliers in the neighboring countries market.</td>
</tr>
<tr>
<td>- Государственные программы, ключевые законодательные изменения в свете Закона о Зоне свободной торговли</td>
<td>- Government programs, crucial legislative amendments of the Law on Free Trade Zone.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>11.00 – 11.30</strong></td>
<td><strong>Coffee - break , products and technologies exhibition</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Кофе – пауза, участие в выставке товаров и технологий</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>13.30 – 14.30</strong></td>
<td><strong>Lunch, products and technologies exhibition</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Обед, участие в выставке товаров и технологий</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### ОБЗОР СТРУКТУРЫ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ FMCG РЫНКОВ СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ И ПРИБАЛТИКИ

Серия выступлений аналитиков, отраслевых экспертов, представителей торгово-экономических миссий стран восточной Европы и Прибалтики

- Особенности структуры FMCG рынков стран восточной Европы и Прибалтики
- Какие локальные и международные торговые сети (Drogerie, super, hiper маркеты) представлены на рынках стран восточной Европы и Прибалтики
- Тенденции в потребительских предпочтениях, благосостояние населения, особенности совершения покупок
- Доля импортных FMCG товаров в структуре
- Требования к качеству товаров
- Уровень конкуренции в ключевых категориях FMCG товаров.
- Наиболее прибыльные форматы FMCG сетей в восточной Европе и Прибалтике

### REVIEW THE STRUCTURE AND DEVELOPMENT TRENDS OF FMCG MARKET EASTERN EUROPE AND BALTICS

Speech set by analysts, industry experts, representatives of trade economic missions Eastern Europe and Baltics

- Structure specifics FMCG markets of Eastern Europe and the Baltics
- Local and international retail chains (Drugstores, Supermarkets, Hypermarkets) presented in the markets of eastern Europe and the Baltic States
- Trends of consumer preferences, the population welfare, shopping peculiarities
- The share of imported consumer goods in the structure
- Quality requirements of the goods
- The level of competition in the key categories of FMCG products.
- The most profitable formats FMCG networks in eastern Europe and the Baltic States
<table>
<thead>
<tr>
<th>ПРОГРАММА</th>
<th>AGENDA</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>14.30 – 16.30</strong> БЛОК 2</td>
<td><strong>SECTION 2</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>БЛЮШИЕ КЕЙСЫ ПО ИМПОРТУ И ЭКСПОРТУ В ПРАКТИЧЕСКИХ КЕЙСАХ И ДИСКУССИЯХ</td>
<td>BEST CASES IMPORT AND EXPORT PRACTICES AND DISCUSSIONS</td>
</tr>
<tr>
<td>• Перспективы импорта в Украине в условиях экономической нестабильности</td>
<td>• Prospects for imports in Ukraine in terms of economic instability</td>
</tr>
<tr>
<td>• Без импорта какой продукции не могут обойтись украинские торговые сети? Удовлетворяют ли украинские производители спрос со стороны ритейлеров?</td>
<td>• Which import products are vital for Ukrainian retail chains? Do the Ukrainian manufacturers supply demand retailers?</td>
</tr>
<tr>
<td>• Вывод нового продукта на украинский FMCG-рынок: опыт иностранного производителя по развитию каналов сбыта</td>
<td>• Launch of new product on the Ukrainian FMCG market: the experience of the foreign manufacturer to develop distribution channels</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ЭКСПОРТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ УКРАИНСКИХ ТОВАРОВ</strong></td>
<td><strong>EXPORT OPPORTUNITIES FOR UKRAINIAN GOODS</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>• Перспективы реализации экспортного потенциала украинских FMCG-товаров</td>
<td>• Prospects realization of export Ukrainian FMCG</td>
</tr>
<tr>
<td>• Выход украинского товаропроизводителя на рынки других стран: опыт развития каналов сбыта</td>
<td>• Entry Ukrainian manufacturer into foreign markets: experience of sales channels development</td>
</tr>
<tr>
<td>• Управление рисками при экспортных поставках</td>
<td>• Risk management in exports deliveries</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>16.30 – 18.00</strong> СПЕЦИАЛЬНАЯ БИРЖА КОНТРАКТОВ С УЧАСТИЕМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ FMCG ТОВАРОВ ИЗ ЗАПАДНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ И УКРАИНСКИХ РИТЕЙЛЕРОВ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ ТОВАРОВ И ТЕХНОЛОГИЙ</td>
<td><strong>EXCHANGE CONTRACTS EASTERN EUROPE FMCG PRODUCERS AND UKRAINE RETAILERS. PRODUCTS AND TECHNOLOGIES EXHIBITION</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Участники биржи контрактов смогут:</td>
<td>Benefits for participants of exchange contracts:</td>
</tr>
<tr>
<td>• Получить возможность провести переговоры с более чем 30-50 ведущими торговыми сетями Украины, стран Восточной Европы и Прибалтики</td>
<td>• To get the opportunity to negotiate with more than 30-50 major retail chains in Ukraine, Eastern Europe and the Baltic States</td>
</tr>
<tr>
<td>• Договориться о поставках своей продукции с закупщиками розничных сетей, которые специально приезжали на переговоры с Вами. В бирже контрактов принимают участие только лица, принимающие решения.</td>
<td>• To get an agreement to supply products to purchasers of retail networks, who are aimed on negotiation. Only decision makers participate Exchange contracts.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Провести переговоры по производству продукции под собственными торговыми марками розничных сетей Украины, Восточной Европы, Прибалтики, которые участвуют в Бирже контрактов, чтобы найти своих поставщиков</td>
<td>• To have parley on the goods production under retail chains brands of Ukraine, Eastern Europe, Baltic States, which are involved in the Contracts Stock Exchange to find their suppliers</td>
</tr>
<tr>
<td>ПРОГРАММА</td>
<td>AGENDA</td>
</tr>
<tr>
<td>------------</td>
<td>--------</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>17 МАРТА</strong></td>
<td><strong>MARCH 17</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ПРАКТИЧЕСКИЙ ДЕНЬ</strong></td>
<td><strong>PRACTICAL DAY</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>09.00 – 10.00</td>
<td>Participants registration. Coffee break, exhibition of products and technologies</td>
</tr>
<tr>
<td>10.00 – 12.00</td>
<td>SECTION 1</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>БЛОК 1</strong></td>
<td>COOPERATION OPPORTUNITIES FOR TRADING NETWORKS AND SUPPLIERS</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ВОЗМОЖНОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ И ПОСТАВЩИКОВ</strong></td>
<td>BEST EXPERIENCE FMCG MARKET OF UKRAINE EASTERN EUROPE AND BALTICS</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ЛУЧШИЙ ОПЫТ УКРАИНСКОГО FMCG РЫНКА И СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ И ПРИБАЛТИКИ</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>• Какие проблемы возникают в сотрудничестве между поставщиками и ритейлерами в Украине, а какие в странах Восточной Европы и Прибалтики</td>
<td>• Which cooperation issues exist between suppliers and retailers in Ukraine, in Eastern Europe and in Baltics?</td>
</tr>
<tr>
<td>• Лучший европейский опыт урегулирования спорных вопросов в отношениях между поставщиком и торговой сетью</td>
<td>• The best European experience of the disputes settlement between supplier and trading network</td>
</tr>
<tr>
<td>• Проблемы, с которыми сталкиваются ритейлеры при работе с иностранными поставщиками</td>
<td>• The challenges faced by retailers when dealing with foreign suppliers</td>
</tr>
<tr>
<td>• Поставщиков каких товаров ищут европейские торговые сети.</td>
<td>• Suppliers of which products European trade network are looking for?</td>
</tr>
<tr>
<td>• Тенденции развития собственного импорта торговых сетей</td>
<td>• Trends development of the own import trade networks</td>
</tr>
<tr>
<td>• Требования европейских торговых сетей к поставщикам и качеству товаров</td>
<td>• Goods Quality Requirement for European retailers and suppliers</td>
</tr>
<tr>
<td>• Европейский опыт преодоления конфликтов между брендами и PL</td>
<td>• The European experience in overcoming conflicts between brands and PL</td>
</tr>
<tr>
<td>• Векторы развития и проникновения PL в ключевые товарные категории в 2016 году. Какие категории PL лидируют по объемам продаж в Украине и странах Восточной Европы</td>
<td>• Direction of development and PL implementation into main categories goods of 2015. Which PL categories have the biggest sales in Ukraine and Eastern Europe.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Привлечение зарубежных поставщиков для производства продукции PL: опыт и перспективы, возможности и риски</td>
<td>• Attracting foreign suppliers for production PL: experience and prospects, opportunities and risks</td>
</tr>
<tr>
<td>• Инновации в Private Label в Украине и Прибалтике и странах Восточной Европы</td>
<td>• Innovation Private Label in Ukraine, Baltics and Eastern Europe.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Наиболее действенные инструменты популяризации PL, которые используют европейские торговые сети</td>
<td>• The most effective tools of PL promotion, used by European retail chains</td>
</tr>
<tr>
<td>12.00 – 12.30</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Кофе – пауза, участие в выставке товаров и технологий</td>
<td>Coffee break, exhibition of products and technologies</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### ПРОГРАММА

**17 МАРТА**

**ПРАКТИЧЕСКИЙ ДЕНЬ**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Время</th>
<th>Название кейс-секции</th>
<th>Описание</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>12.30 – 14.00</td>
<td>КЕЙС-СЕКЦИЯ SALES &amp; MARKETING: ЛУЧШИЙ УКРАИНСКИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ</td>
<td>Секция о практических и современных решениях, позволяющих улучшить свой товар и организовать его продвижение и продажи.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Лучшие стратегии построения продаж и управления ассортиментом.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Эффективное построение системы мотивации коммерческого департамента компании-поставщика.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Лучший опыт категорийного менеджмента.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Какие инструменты используют ведущие поставщики с целью анализа эффективности работы с торговыми сетями?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Какие инструменты используют лидеры товарных категорий, чтобы избежать сокращения продаж и нарастить долю рынка?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Маркетинговые и трейд-маркетинговые инициативы лидеров товарных категорий.</td>
</tr>
<tr>
<td>14.00 – 15.00</td>
<td>Обед, участие в выставке товаров и технологий</td>
<td>Lunch. exhibition of products and technologies</td>
</tr>
<tr>
<td>15.00 – 17.00</td>
<td>ДИСКУССИОННАЯ ПАНЕЛЬ: ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ, ПРИБАЛТИКЕ И УКРАИНЕ</td>
<td>Во время дискуссионной панели эксперты из Украины, стран Восточной Европы и Прибалтики проанализируют современные тренды в покупательских предпочтениях, определяют, на чем экономят потребители, на какие маркетинговые, трейд-маркетинговые инструменты ритейлеров и поставщиков реагируют лучше всего, какие факторы влияют на выбор места покупок.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Что и где сейчас готов покупать потребитель?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- На чем сейчас экономит потребитель? Какие психологические установки потребителя в отношении покупок и трат денег.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Влияние ценового фактора на выбор товара и места покупок.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Как влияет маркетинговые инструменты наиболее действенные при работе с временным потребителем.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Как влияет эмоциональная составляющая на выбор товара и места покупок.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Уровень лояльности украинских и европейских потребителей к брендам и к товарам под СТМ.</td>
</tr>
<tr>
<td>17.00</td>
<td>Официальное закрытие форума. Шампанское</td>
<td>Official closing of the Forum. Champagne</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### AGENDA

**MARCH 17**

**PRACTICAL DAY**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Время</th>
<th>Название кейс-секции</th>
<th>Описание</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>12.30 – 14.00</td>
<td>CASE-SECTION «SALES &amp; MARKETING: THE BEST UKRAINIAN AND INTERNATIONAL EXPERIENCE»</td>
<td>Section is dedicated to practice of the modern effective decisions for improving goods, promotion and sales.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- The best sales strategy to build and assortment management.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Effective motivation system for commercial department of the company-supplier.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- The best experience of Category Management.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- What tools are used by leading suppliers to analyze the efficiency of work with retail chains?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Which tools are used by leaders of product categories to avoid sales reduction and increase market share?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Marketing and trade - marketing initiatives leading product categories.</td>
</tr>
<tr>
<td>14.00 – 15.00</td>
<td>Lunch, exhibition of products and technologies</td>
<td>Discussion Panel: Consumers Behavior Features in Eastern Europe, Baltics and Ukraine.</td>
</tr>
<tr>
<td>15.00 – 17.00</td>
<td>DISCUSSION PANEL: CONSUMERS BEHAVIOR FEATURES IN EASTERN EUROPE, BALTICS AND UKRAINE</td>
<td>In scope of discussion experts from Ukraine, Baltics and Eastern Europe will analyze modern trends of consumers preferences, determine where consumers save, which retailer’s and supplier’s tools bring affect on consumer’s choice most of all, and define factors which influence on the place of purchase the most.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- Where and what the consumer are ready to buy?</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- On what consumer is saving the now? Consumer psychological patterns in respect of purchases and money spending.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- The impact of the price factor on choice of the goods and place of purchase.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- What marketing and trade methods are most effective when dealing with a temporary user.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- How emotional component affect the selection of goods and place of purchase.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>- The loyalty level of the Ukrainian and European consumers to brands and private label products.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Buyer-supplier bargaining tables (Contract Exchange) is a special format of 10 minutes meetings with the representatives of departments of purchase, private labels and import of the largest networks of Ukrainian retail. Contract Exchange is a unique opportunity for foreign FMCG-manufacturers to enter Ukrainian market.

Participants of the buyer-supplier bargaining tables (Contract Exchange):
- representatives of Purchase departments of retail chains
- representatives of Private label departments of retail chains
- representatives of Import department
- Ukrainian manufacturers of FMCG brands and FMCG products
- foreign manufacturers of FMCG brands and FMCG products

Month prior to the beginning of the forum an official listing of participants of the Contract Exchange will appear on the web site of the event. Every registered delegate of the forum can plan and conduct 10 minute negotiation sections about the supply of its products in retail chains.
### УЧАСТНИКИ ПРОШЛЫХ ФОРУМОВ

<table>
<thead>
<tr>
<th>Company</th>
<th>Company</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>API-VITA</td>
<td>Агро-Чернухинские курчата</td>
</tr>
<tr>
<td>ASB Commerce Group</td>
<td>Агро Р (Наш Край)</td>
</tr>
<tr>
<td>Beiersdorf Ukraine</td>
<td>АМСТОР</td>
</tr>
<tr>
<td>BILLA UKRAINE</td>
<td>АСС (ТМ Помидора)</td>
</tr>
<tr>
<td>Bonduelle</td>
<td>АТЛАНТИС</td>
</tr>
<tr>
<td>Carlsberg Ukraine</td>
<td>Бестком</td>
</tr>
<tr>
<td>Clever Force</td>
<td>Бимаркет</td>
</tr>
<tr>
<td>Colgate Palmolive</td>
<td>ВГП (ТМ Рута)</td>
</tr>
<tr>
<td>Cotton Club</td>
<td>ВЕЛИКА КИШЕНЯ (Ритейл-групп)</td>
</tr>
<tr>
<td>Dragon Capital</td>
<td>Вересень Плюс</td>
</tr>
<tr>
<td>East Capital</td>
<td>Вичунай-Украина</td>
</tr>
<tr>
<td>European Business Association</td>
<td>ГРИН ФУД</td>
</tr>
<tr>
<td>FOZZY GROUP</td>
<td>Диамант</td>
</tr>
<tr>
<td>Galicia</td>
<td>ЕВА (ООО «РУШ»)</td>
</tr>
<tr>
<td>Hochland Ukraine</td>
<td>Запорожский хлебокомбинат №1</td>
</tr>
<tr>
<td>IDS Group Ukraine</td>
<td>Интерснек Украина</td>
</tr>
<tr>
<td>IMPERIAL TOBACCO UKRAINE</td>
<td>Караван</td>
</tr>
<tr>
<td>IONIA</td>
<td>Клион</td>
</tr>
<tr>
<td>Johnson &amp; Johnson</td>
<td>Конви Пак</td>
</tr>
<tr>
<td>JT INTERNATIONAL COMPANY UKRAINE</td>
<td>Конкорд</td>
</tr>
<tr>
<td>Kimberly-Clark</td>
<td>Континиум-Трейд</td>
</tr>
<tr>
<td>Ljubljanske mlekarne</td>
<td>Концерн Фреш Ап</td>
</tr>
<tr>
<td>Mareven Food</td>
<td>Корпорация Биосфера</td>
</tr>
<tr>
<td>MTI</td>
<td>КОРСА</td>
</tr>
<tr>
<td>NEMIROFF</td>
<td>Криолит-Днепр</td>
</tr>
<tr>
<td>Nielsen Ukraine</td>
<td>ЛАКТАЛИС УКРАИНА</td>
</tr>
<tr>
<td>PHILIP MORRIS UKRAINE</td>
<td>ЛАСУНКА</td>
</tr>
<tr>
<td>RedHead Family Corporation</td>
<td>Литинский молокозавод</td>
</tr>
<tr>
<td>Roland Berger</td>
<td>ЛУГАНСКМЛЫН</td>
</tr>
<tr>
<td>SAP Ukraine</td>
<td>Луганскийхолод</td>
</tr>
<tr>
<td>SC Johnson Ukraine</td>
<td>Луцк Фуда (ТМ Руна)</td>
</tr>
<tr>
<td>Schenker Ukraine</td>
<td>ЛЮСТДОРФ</td>
</tr>
<tr>
<td>Tetra Pak</td>
<td>МЕТРО Кеш энд Керри Украина</td>
</tr>
<tr>
<td>UKRPRODUCT</td>
<td>Молочная слобода ТД</td>
</tr>
<tr>
<td>UPECO</td>
<td>Молочный альянс</td>
</tr>
<tr>
<td>Varus</td>
<td>НАТУРПРОДУКТ БЕГА</td>
</tr>
<tr>
<td>WATSONS</td>
<td>Новус Украина</td>
</tr>
<tr>
<td>Wrigley Ukraine</td>
<td>НОВЫЕ ПРОДУКТЫ</td>
</tr>
<tr>
<td>ABK</td>
<td>Пакко Холдинг</td>
</tr>
<tr>
<td>Агроспецпроект</td>
<td>Полипром</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### PARTICIPANTS OF PREVIOUS FORUMS

<table>
<thead>
<tr>
<th>Company</th>
<th>Company</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Посольство Великобритании</td>
<td>Посольство Великобритания</td>
</tr>
<tr>
<td>Посольство Израиля в Украине</td>
<td>Посольство Израиля в Украине</td>
</tr>
<tr>
<td>Посольство Канады в Украине</td>
<td>Посольство Канады в Украине</td>
</tr>
<tr>
<td>Посольство Республики Дании</td>
<td>Посольство Республики Дании</td>
</tr>
<tr>
<td>Премьер</td>
<td>Премьер</td>
</tr>
<tr>
<td>Премьер Дистрибьюшн Компании</td>
<td>ПЯТЬ КОНТИНЕНТОВ К</td>
</tr>
<tr>
<td>РАЙСИО УКРАИНА</td>
<td>Райко</td>
</tr>
<tr>
<td>Рис Руси</td>
<td>Сигма-Запорожье</td>
</tr>
<tr>
<td>СИМБАД</td>
<td>СМарт-Холодинг</td>
</tr>
<tr>
<td>СОЛНЧЕННАЯ ДОЛИНА</td>
<td>ТАВРИЯ-В</td>
</tr>
<tr>
<td>Терлич</td>
<td>Торговая Фирма Рудь</td>
</tr>
<tr>
<td>ТД БОГУСЛАВНА</td>
<td>ТМ Билозгар</td>
</tr>
<tr>
<td>Триада-Трейд</td>
<td>УВК</td>
</tr>
<tr>
<td>УкрКофе</td>
<td>Украинский продукт</td>
</tr>
<tr>
<td>УКРКОТТОН</td>
<td>Фуршет</td>
</tr>
<tr>
<td>УкрКофе</td>
<td>ХиПП Украина</td>
</tr>
<tr>
<td>Укрморепродукт</td>
<td>Чайная компания</td>
</tr>
<tr>
<td>Ферреро Украина</td>
<td>Эдельвейс</td>
</tr>
<tr>
<td>ФРЕШ АП</td>
<td>Эко Сад</td>
</tr>
<tr>
<td>Фуршет</td>
<td>ЭКО-МАРКЕТ</td>
</tr>
<tr>
<td>ХиПП Украина</td>
<td>Эргопак</td>
</tr>
<tr>
<td>Чайная компания</td>
<td>ЭСТЕЛЬ УКРАИНА</td>
</tr>
<tr>
<td>Эдельвейс</td>
<td>ЯРЫЧ</td>
</tr>
<tr>
<td>Эко Сад</td>
<td>Ясенсвят</td>
</tr>
<tr>
<td>ЭКО-МАРКЕТ</td>
<td>ЯТРАНЬ</td>
</tr>
</tbody>
</table>
СПИКЕРЫ ПРОШЛЫХ ФОРУМОВ

Виктория ДОБРОНОС
Ведущий специалист по работе с ключевыми клиентами L'Oreal

Дмитрий ВАРТОЛОМЕЕВ
Директор по продажам Glaxo Smith Kline

Юлия БЕРЕГОВАЯ
Руководитель отдела специальных аналитических проектов и консультирования Nielsen Ukraine

Елена ЛОМАКИНА
Директор по продажам Молочный альянс

Александр МАХОРИТ
Менеджер по работе с международными клиентами СК Джонсон

Татьяна КОВТУН
Руководитель отдела по работе с ключевыми клиентами Colgate Palmolive

Анастасия МУРАВЬЕВА
Руководитель сектора СТМ Сумatra

Ярема ИВАХИВ
Директор ТЦ МЕТРО Житомир МЕТРО Кеш энд Керри Украина

Татьяна МАЙСТРЕНКО
Начальник отдела продаж Опт-Маркет-Крым

Татьяна ЧЕРНОВА
Руководитель отдела кат менеджмента Сумatra (Космо)

Дмитрий КУЗЬМЕНКО
Руководитель проектов Roland Berger Strategy Consultants

Сергей ЛИЩУК
Директор по маркетингу мясного направления РУСАГРО

Богдан ПАЛАМАРЧУК
Коммерческий директор Лидер Снек

Егор АНЧИШКИН
Директор Zakaz.ua

Роман БАБЕЦ
Заместитель генерального директора по продажам АВК

Krzysztof BADOWSKI
Partner, Head of Consumer Goods & Retail CEE / CIS, Advisory PwC
### TERMS OF PARTICIPATION

**PACKAGE: «DELEGATE»**  
(for Ukrainian retailers, producers and distributors)

- Participation forum
- Presentation during express meeting
- Participation round tables
- Meal
- Participation exchange contracts with retailers and suppliers
- Getting the forum’s materials
- Getting photo-report

<table>
<thead>
<tr>
<th>JANUARY</th>
<th>FEBRUARY</th>
<th>MARCH</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2900 UAH</td>
<td>3900 UAH</td>
<td>3900 UAH</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### TERMS OF PARTICIPATION

**PACKAGE: «PARTICIPANT OF THE FORUM & EXCHANGE CONTRACTS WITH RETAILERS»**  
(for foreign retailers, producers and distributors)

- Participation forum
- Presentation during express meeting
- Participation round tables
- Meal
- Participation exchange contracts with retailers and suppliers
- Distribution of company’s promotional materials in participant’s personal packages
- Getting the forum’s materials
- Getting photo-report

<table>
<thead>
<tr>
<th>JANUARY</th>
<th>FEBRUARY</th>
<th>MARCH</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>200 €</td>
<td>300 €</td>
<td>300 €</td>
</tr>
</tbody>
</table>
УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

ПАКЕТ: «ПАРТНЕР»
(для представителей компаний предлагающих услуги и решения для рынка)

• УЧАСТИЕ В ФОРУМЕ
• ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ЭКСПРЕСС ЗНАКОМСТВА
• УЧАСТИЕ В КРУЖЫХ СТОЛАХ
• ПИТАНИЕ ВО ВРЕМЯ МЕРОПРИЯТИЯ
• ПОЛУЧЕНИЕ ПО ИТОГАМ ФОРУМА МАТЕРИАЛОВ МЕРОПРИЯТИЯ
• ПОЛУЧЕНИЕ ФОТО-ОТЧЕТА МЕРОПРИЯТИЯ

ПАКЕТ: «ПАРТНЕР ФОРУМА И ВЫСТАВКИ»
(для представителей компаний, желающих представить свои продукты ритейлерам для входа в сеть или производства стм)

• УЧАСТИЕ В ФОРУМЕ
• ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ЭКСПРЕСС ЗНАКОМСТВА
• РАЗМЕЩЕНИЕ ДЕМОСТЕНДА С ПРИМЕРАМИ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ
• ВОЗМОЖНОСТЬ УЧАСТИЯ В ФОРУМЕ 2-х ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КОМПАНИИ
• РАЗМЕЩЕНИЕ ЛОГОТИПА КОМПАНИИ НА ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛАХ ФОРУМА
• УЧАСТИЕ В КРУЖЫХ СТОЛАХ
• ПИТАНИЕ ВО ВРЕМЯ МЕРОПРИЯТИЯ
• ПОЛУЧЕНИЕ ПО ИТОГАМ ФОРУМА МАТЕРИАЛОВ МЕРОПРИЯТИЯ
• ПОЛУЧЕНИЕ ФОТО-ОТЧЕТА МЕРОПРИЯТИЯ

МЕСЯЦЫ | ДЕНЬГИ
---|---
ЯНВАРЬ | JANUARY  2016 | 4900 UAH
ФЕВРАЛЬ | FEBRUARY 2016 | 5900 UAH
МАРТ | MARCH 2016 | 5900 UAH

КАЖДЫЙ ВТОРОЙ УЧАСТНИК ОТ КОМПАНИИ ПОЛУЧАЕТ СКИДКУ 50% НА УЧАСТИЕ!

TERMS OF PARTICIPATION

PACKAGE: «PARTNER»
(for companies representatives providing services for market)

• PARTICIPATION FORUM
• PRESENTATION DURING EXPRESS MEETING
• PARTICIPATION ROUND TABLES
• MEAL
• GETTING THE FORUM’S MATERIALS
• GETTING PHOTO-REPORT

PACKAGE: «PARTNER FORUM AND EXHIBITION»
(for companies representatives intending to exhibit products to retailers, enter the chain or produce private label)

• PARTICIPATION FORUM
• PRESENTATION DURING EXPRESS MEETING
• PARTICIPATION ROUND TABLES
• MEAL
• ACCOMODATION EXHIBITION STAND WITH PRODUCT SAMPLES
• OPPORTUNITY TO ATTEND THE FORUM FOR 2 REPRESENTATIVES COMPANY
• PLACEMENT THE COMPANY LOGO ON THE FORUM PRINT MATERIALS
• GETTING THE FORUM’S MATERIALS
• GETTING PHOTO-REPORT

МЕСЯЦЫ | ДЕНЬГИ
---|---
ЯНВАРЬ | JANUARY 2016 | 400 €
| | 8900 UAH
ФЕВРАЛЬ | FEBRUARY 2016 | 500 €
| | 9900 UAH
МАРТ | MARCH 2016 | 500 €
| | 9900 UAH

EVERY SECOND PARTICIPANT FROM ONE COMPANY GET 50% DISCOUNT
По вопросам выступления с докладом и медиапартнерства:
Татьяна СЕМЕНОВА
e-mail: t.semenova@meetingpointgroup.com

По вопросам участия в качестве делегата:
Максим МУСИЕНКО
e-mail: m.musienko@meetingpointgroup.com

По вопросам участия в качестве делегата и условий партнерства:
Екатерина БАЛАХНИНА
e-mail: e.balakhnina@meetingpointgroup.com

По вопросам выступления с докладом и медиапартнерства:
Tatyana SEMENOVA
e-mail: t.semenova@meetingpointgroup.com

Regarding participation of speakers and the media partnership:
Regarding delegates participation
Maxim MUSIENKO
e-mail: m.musienko@meetingpointgroup.com

Regarding delegates and partners participation:
Katherina BALAHNINA
e-mail: e.balakhnina@meetingpointgroup.com