

ARRICANO NEWS DIGEST №12



Підсумки 2017 року

Звернення CEO	2
Кейс Sky Mall	4
Tenant-mix за 4-й квартал 2017	8
Tenant-mix 2017	9
PR & Marketing 2017	13
Партнерський проект Retail Consultant	14
February Awards Projects	15
Анонс	17
Contacts	18



Екосистема, в якій виграють усі

За ідеєю, з цим повинна справлятися реклама та програма лояльності. Реклама повинна нас зацікавити, і тому найбільші рекламні бюджети йдуть в масові канали (ТБ, зовнішня реклама, радіо), де реклама націлена «на всіх», а значить - часто потрапляє «ні в кого».

Як змагатися за увагу споживача?

Як виявилось, увага - це найдефіцитніший ресурс споживача в сучасному світі! І це не дивно, адже кожен з нас піддається атакам до 5000 рекламних повідомлень на день!

Як же в цьому світі надлишку реклами пробитися до споживача, який з приблизно одного мільйона різноманітних торговельних марок товарів та послуг повинен вибрати 150, якими він реально користується?

Ефективність її часто сумнівна, хоча маркетологи успішно нас переконують у протилежному. Ще б пак, такі бюджети витрачаються! Програми лояльності, у свою чергу, повинні давати нам зрозумілу вигоду від прихильності бренду. Однак, навряд чи хтось згадає, які схеми лояльності представлені товстої стопкою карт лояльності, які кожна панянка носить у сумочці. Ось, наприклад, замальовка програми лояльності мого улюбленого продуктового ритейлера:

«Покупчиня на касі дістає десяток вирі-

заних купонів на різні групи продуктів і різні суми і просить касира розібратися, яку ж знижку і на що вона може отримати. Касир робить загадкові паси, розкладаючи пасьянс з купонів, віддає їй частину, решту розкладає на 3 купки, проводить 3 транзакції і каже, що загальна знижка складає 120 грн. (Покупчиня нічого не зрозуміла, але щаслива. Зрештою, адже це ж найголовніше!».

І це ще не найцікавіше! Найцікавіше починається, коли ми віддаємо свої контакти улюбленому магазину, сподіваючись, що ритейлер НЕ буде ними зловживати. При цьому найсмішніше те, що «спамери», щиро вірять, що інформація, яку на нас вивалюють через усі доступні канали, адресату дійсно потрібна! Але наша «точка болю» від спаму призводить до того, що навіть заради знижки ми не погоджуємося брати участь у наступній програмі лояльності.

Чи є вихід?

Припустимо, що оскільки технології завели нас у цей глухий кут, саме вони можуть і вивести з нього!

Почнемо з того, що 75% споживачів стверджують: їм все-таки потрібна інформація. І не якась там, а така, що відповідає їхнім потребам. Домогтися того, щоб кожен отримував різну, але потрібну йому інформацію, а не одну картинку в телевізорі або на білборді, можна, і це у маркетологів називається «мікротаргетинг». Відомо, що той само продукт по-різному продається дівчині 17 років, парню 25 років, жінці 30, 45, 55 років і т.д. І вони по-різному реагують на різний контент в різних каналах (включаючи цифрові: Facebook, Instagram, YouTube і т.д.), і, крім цього, сприймати інформацію вони готові у різний час.



Кращі рішення для «мікротаргетингу» наразі побудовані на DMP (платформах управління даними), де зібрана інформація обробляється відповідно до заданих правил і видається кожному користувачеві платформи точно під його потреби.

На даний момент «мікротаргетинг» є найефективнішим інструментом для суттєвого збільшення продажів (доведено Amazon) і зниження рівня спаму. І це здорово працює в онлайні. В успішних ритейлерів, які використовують мікротаргетинг, клієнт отримує набагато менше повідомлень, але з набагато більшою конверсією. І ритейлер, в той

же час, додатково заощаджує на своїх CPC, CPA витратах.

Ось, здавалося б, і рішення, як завоювати свій шматочок уваги споживача!

Але...

Як цього споживача визначити в офлайні?

Як дізнатися, хто ті 85%, які зайшли в офлайн магазин, подивилися або навіть приміряли щось, не купили і вийшли?

Як дізнатися, чому вони не купили?

Як налагодити з ними ефективний канал двостороннього зв'язку?

Вирішення цих завдань буде проривом в офлайн ритейлі. Буде ліквідовано так званий digital divide (цифровий розрив) між можливостями онлайн і офлайн ритейлу в використанні «мікротаргетингу». І перша можливість зробити такий прорив при сучасному рівні технологій зараз з'являється в екосистемі TPЦ-Ритейлер-Споживач.

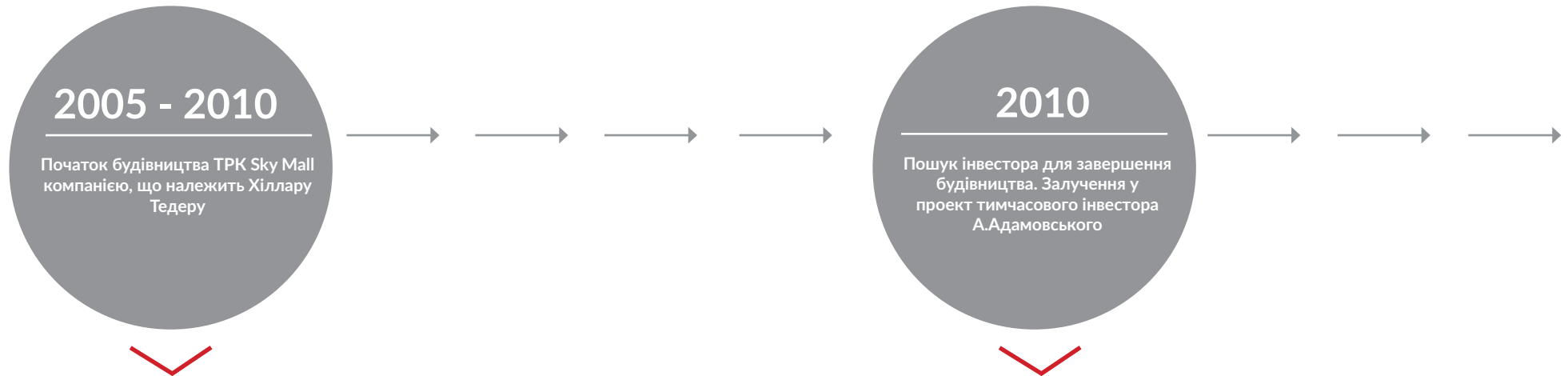
Наприкінці весни Arricano планує новий реліз додатку Prospektus, в якому зараз ми збираємо і тестуємо кращі і вже перевірені на західних та азійських ринках технології, які частково вирішують ці

завдання і дозволяють ритейлеру краще зрозуміти споживача, а споживачеві економити більше грошей та часу під час шопінгу і робити це з задоволенням. Така ситуація стане можливою завдяки принципу екосистеми: кожен учасник отримує вигоду тільки тоді, коли він допомагає іншим учасникам!

Retaily yours,
Михайло Меркулов

Кейс Sky Mall: новий погляд на факти

Історія рейдерського захоплення найбільшого в Києві торговельно-розважального комплексу Sky Mall



- Отримання прав на ділянку для будівництва TPK Sky Mall
- Будівництво будівлі гіпермаркету TPK Sky Mall
- Будівництво 80% будівлі торгової галереї TPK Sky Mall

- Arricano шукає партнера для завершення будівництва TPK Sky Mall
- Придбання А. Адамовським через Stockman 50,03% акцій в Assofit Holding Limited на умовах:
 - спільного управління проектом
 - права зворотного викупу компанією Arricano акцій А.Адамовського в Assofit (call-option)

«Європейські інвестори хочуть від держави рівних умов, справедливих судів та стабільних законів. Для західного капіталу цікаво виходити на ринок України, у стабільну економіку. Компанія Arricano 8 разів отримала позитивні рішення у європейських судах, але в Україні змін немає - і це найбільша проблема, бо влада повинна забезпечити справедливість, щоб лондонські рішення працювали в Україні і перемогло правосуддя»

Хіллар Тедер, мажоритарний акціонер компанії Arricano

Кейс Sky Mall: новий погляд на факти

2010-2011

Компанія Arricano змушена захищати свої інтереси

- Arricano ініціює викуп акцій у компанії А.Адамовського, який було заблоковано у результаті судових позовів
- Stockman, що належить А.Адамовському, ініціює ряд судових розглядів, що призводить до припинення акціонерної угоди і договору опціону

2012

А. Адамовський незаконним чином позбавляє Arricano можливості керувати та отримувати дохід від діяльності TPK Sky Mall

- Stockman виключає представників Arricano зі складу директорів Assofit Holdings Limited (компанія, що є холдинговою структурою, через яку залучалося фінансування)
- Представники Stockman повністю обмежують доступ Arricano до участі в управлінні та керівництві ТОВ «Призма Бета» (компанія, що є власником TPK Sky Mall, який складається з гіпермаркету та торгової галереї)
- Представники Stockman одноосібно контролюють діяльність всього холдингу та безпосередньо TPK Sky Mall

2012-2014

Stockman «виводить» активи та привласнює доходи TPK Sky Mall

- Stockman виводить дохід з TPK Sky Mall, який, за оцінками експертів, складає 2 млн доларів США щомісяця
- Гіпермаркет, який є частиною TPK Sky Mall, незаконно передано в іпотеку на користь АБ «Південний»
- Представники Arricano піддаються кримінальному переслідуванню, відкрито численні кримінальні справи

«Цього року кейсу Sky Mall виповнилося 6 років. Багато в чому деталі кейса показові, будучи лакмусом тих численних проблем, з якими змушені стикатися іноземні інвестори в Україні: тиск через правоохоронні органи, неефективний судовий захист, відсутність захисту права власності... На жаль, змушений зазначити, що за такий чималий термін ці проблеми залишаються актуальними»

Євген Малєєв, керівник юридичної групи Arricano

Кейс Sky Mall: новий погляд на факти

2014

Arricano виграв в Лондонському арбітражному суді, а Stockman «виводить» активи

- Лондонський арбітражний суд визнає, щоб компанія Arricano правомірно скористалася своїм правом опціону (зворотного викупу акцій) у 2010 р., а саме правом викупити частку акцій, що належить Stockman, за ціною \$51,3 млн
- Stockman ініціює звернення стягнення АБ «Південний» на 2-у частину ТРК Sky Mall. ТОВ «Призма Бета» змінює юридичну адресу на адресу у м. Луганську, епіцентр АТО. Корпоративні права ТОВ «Призма Бета» відчужуються третім особам

2015

Arricano виконує рішення Лондонського арбітражного суду і виконує свої зобов'язання для реалізації опціону, а Stockman продовжує «виводити» активи

- Лондонський арбітражний суд підтверджує повторне виконання Arricano умов договору опціону після винесення попереднього рішення Лондонським арбітражним судом у 2014 р.
- АБ «Південний» звертає стягнення на гіпермаркет, тим самим консолідує весь ТРК Sky Mall у власності, незалежно від існуючих і діючих судових заборон .
- Високий суд правосуддя відхиляє апеляцію Stockman підтверджує дійсність права Arricano на викуп акцій, що належали Stockman, в Assofit Holdings Limited

«Рішенням Лондонського суду справедливість на міжнародному рівні відновлено. Однак в Україні існує величезна проблема її імплементувати, якщо з іншого боку опоненти користуються не тільки законодавством України, але також підтримкою політичних сил і правоохоронних органів»

Томаш Фіала, генеральний директор Dragon-Ukrainian-Properties & Development PLC

Кейс Sky Mall: новий погляд на факти

«Зазвичай у такій ситуації британські джентльмени потискають один одному руки і розраховуються. На жаль, ми не в Британії»

Михайло Меркулов, генеральний директор Arricano



«Кейс TPK Sky Mall - це тест для держави України на здатність грати за міжнародними правилами, приймати їх та слідувати ним. Це важливо, щоб залучати нові інвестиції і працювати з усім світом. Якби не було корупційної складової в усіх її проявах, цьому кейсу не приділяли б стільки уваги. Тому дана ситуація може бути індикатором того, що відбувається в інвестиційному кліматі країни»

Тетяна Коротка, заступник бізнес-омбудсмена

Зміни tenant-mix за 4-й квартал 2017 року в торговельно-розважальних центрах Arricano

Передсвятковий четвертий квартал 2017 року був по-особливому динамічним в реалізації нових проектів, що генерують трафік і товарообіг, а також забезпечують емоційний шопінг та приємне дозвілля. Досвід партнерів-орендарів Arricano доводить, що відкривати магазини і ресторани одночасно в декількох ТРК - більш ефективно. Так, в грудні ресторан швидкого обслуговування McDonald's почав працювати в ТРЦ «РайОН» та ТРК City Mall, бренд IJEVAN представив свою продукцію у ТРК «Солнечная Галерея» і ТРК City Mall, «Будинок іграшок» - у ТРК «Проспект» і ТРК City Mall.



- Дитячий універмаг SMYK
- Магазин іграшок «Будинок іграшок»
- Магазин модних аксесуарів Maltina
- Магазин прикрас Perline
- Гіпермаркет творчості Art Mart — у новому форматі
- Cava-бар



- Магазин одягу українського бренду Goldi
- Ресторан швидкого обслуговування McDonald's
- Італійський ресторан Pasta bar
- Точка з продажу кондитерських виробів «Крендель»
- Острів «Львівські пряники»

CITY MALL

- Магазин іграшок «Будинок іграшок»
- Ресторан швидкого обслуговування McDonald's
- Магазин одягу українського бренду A.Tan
- Монобрендовий магазин вірменських продуктів IJEVAN
- Хімчистка Lavanda



- Магазин чоловічого одягу Pasa Lorente
- Магазин одягу Stella Polare
- Магазин панчішних виробів Gulia
- Магазин взуття Wladna
- Магазин взуття Art Shoes
- Суші-бар «Сушівей»
- Монобрендовий магазин вірменських продуктів IJEVAN
- Острів Brushme
- Острів солодоців «Львівська майстерня шоколаду»
- Острів солодоців Cat Ice Roll
- Мобільний банк Monobank

Tenant-mix 2017 в ТРК Arricano



ТОВАРИ ДЛЯ ДІТЕЙ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 4

ТЕХНІКА / ЕЛЕКТРОНІКА

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 2

КАФЕ / РЕСТОРАНИ / FOOD

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 2

ВСЬОГО - 170
НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 24

АКСЕСУАРИ / ПРИКРАСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 5

СЕРВІСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 6

HEALTH / BEAUTY

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

FASHION / ОДЯГ / ВЗУТТЯ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 4

Tenant-mix 2017 в ТРК Arricano



КАФЕ/РЕСТОРАНИ/FOOD

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 8

ТЕХНІКА/ЕЛЕКТРОНІКА

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 6

ВСЬОГО - 132
НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 22

СЕРВІСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 2

FASHION/ОДЯГ/ВЗУТТЯ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 6

Tenant-mix 2017 в ТРК Arricano

CITY MALL

ТОВАРИ ДЛЯ ДІТЕЙ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

КАФЕ/РЕСТОРАНИ/FOOD

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 3

«HEALTH & BEAUTY»

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

СЕРВІСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

АКСЕСУАРИ/ПРИКРАСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 3

FASHION/ОДЯГ/ВЗУТТЯ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 4

ВСЬОГО - 91
НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 13

Tenant-mix 2017 в ТРК Arricano

СОЛНЕЧНАЯ ГАЛЕРЕЯ

СЕРВИСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

КАФЕ/РЕСТОРАНИ/FOOD

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 6

HEALTH/BEAUTY

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

ВСЬОГО - 130
НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 25

ТЕХНІКА/ЕЛЕКТРОНІКА

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

ТОВАРИ ДЛЯ ДОМУ/
СУВЕНІРИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 2

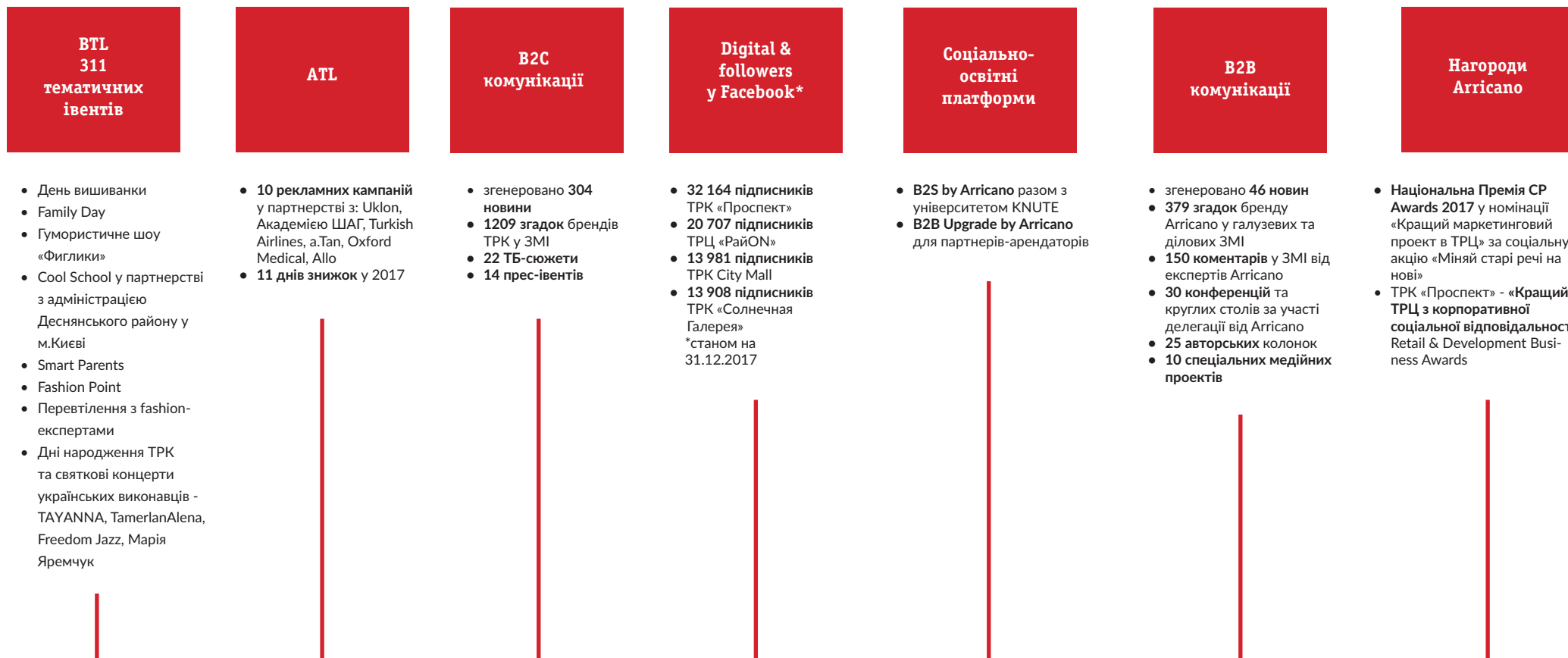
АКСЕСУАРИ/ПРИКРАСИ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 1

FASHION/ОДЯГ/ВЗУТТЯ

НОВИХ ОПЕРАТОРІВ - 13

PR & Marketing 2017. Емоції та лояльність у цифрах



Arricano i Retailers: новий спільний освітній проект Retail Consultant



У грудні Arricano i Retailers зробили новорічний подарунок ритейлерам України - запустили безкоштовну освітню програму Retail Consultant. Це серія освітніх відеороликів про кращі практики з роздрібного бізнесу від експертів ринку для тих, хто робить перші кроки у ритейлі.

Наталя Дмитренко, директор з маркетингу Arricano Real Estate Plc, зазначає, що творчий тандем Arricano i Retailers у новому спільному освітньому проекті об'єднав бажання компаній із суміжних сфер впливати на підвищення професіоналізму і зростання якості сервісу в торгівлі. «Ми хочемо підтримати тих ритейлерів, які розвиваються і хочуть більшого, - зазначає Наталя. - Сучасні знання і технології в легкому для сприйняття форматі, відеосюжеті можуть вирішити болючі точки орендарів, вплинути на приплив покупців, збільшити товарообіг і

поліпшити бізнес-показники».

Трихвилинні відеоуроки містять теоретичну частину від фахівців з актуальних для ритейлерів питань та експертні рекомендації про те, як реалізувати ідеї та втілити у життя зміни на практиці. У фокус уваги потрапляють сучасні ефективні інструменти, форми і прийоми.

«Тематика випусків визначається трендами і тенденціями розвитку роздрібного бізнесу», - зазначає Юлія Белінська, головний редактор Retailers - онлайн-порталу про бізнес роздрібною та інтернет-торгівлі.

Перший випуск, який вийшов 20 грудня 2017 року, присвячений **вітриністиці**. Другий випуск освітньої відеопрограми Retail Consultant присвячений питанням **SMM-активності** орендарів і ТЦ. Протягом 2018 року планується 10-12 сюжетів Retail Consultant.



Організатори проекту впевнені, що для зростання продажів необхідний комплексний підхід. «У сучасних умовах насичення споживчого ринку, коли кожен ритейлер веде боротьбу за свого споживача, за його увагу та гаманець, успіх приходить до тих, хто постійно вдосконалюється, враховує очікування та запити покупців, управляє споживчим досвідом, нарощуючи позитивний consumer experience. Проект Retail Consultant - це онлайн-помічник для ритейлерів у підвищенні продажів», - вважає Михайло Меркулов, CEO Arricano Real Estate Plc.

Проект Retail Consultant - це логічне продовження інформаційного співробітництва Arricano i Retailers, розпочатого у 2017 році. ТОП-менеджери Arricano у колонці Retail Hacks by Arricano ділилися на порталі успішним досвідом, актуальними інструментами розвитку, враженнями про участь у зарубіжних галузевих конференціях та

виставках. Рубрика викликала інтерес і досить широкий відгук.

«В результаті виникла ідея зробити продовження: серію матеріалів на актуальні для ритейлерів тематики, - зазначає Наталя Дмитренко. - З огляду на розвиток відео-контенту як тренду, а також освітню ідеологію Arricano і експериментаторський дух нашої команди, ми вирішили, що відеоролики краще виконують це завдання і будуть цікаві нашим існуючим та потенційним партнерам



Подивитися Retail Consultant можна в доступній і популярній соцмережі YouTube - на відеоканалах Arricano i Retailers.

Retail Design Awards

Проект Retail Design Awards відбувається другий рік в рамках Retailers.ua, онлайн ЗМІ про бізнес роздрібної та інтернет-торгівлі. Портал Retailers.ua у 2018 році проводить форум, виставку і церемонію нагородження кращих ритейл-дизайнів у своїх сегментах. Автори проекту вважають, що ритейл-дизайн - спеціалізована галузь дизайну, що включає в себе оптимальне проектування простору, який повинен бути зручним для

покупців і в той же час сприяти максимальним продажам.

Серед 7 номінацій Retail Design Awards - Food ритейл; Побутова техніка і електроніка; Одяг та взуття; Косметика та парфумерія; Дитячі товари; Вибір соцмереж. Переможців визначає експертне журі, яке складається з фахівців у сфері ритейл-маркетингу та дизайну. Ще одна додаткова

номінація заснована компанією Arricano. Нагорода буде вручена партнеру Arricano, проекти якого у сфері ритейл-дизайну показали свою ефективність. У компанії ще йдуть обговорення, хто з партнерів повинен отримати цю нагороду, але в Arricano відзначають, що кількість дійсно яскравих і незабутніх інтер'єрів та дизайн-рішень в проектах партнерів-орендарів з кожним роком більшає, тому вибір буде непростим. У

компанії вважають, що сьогодні в ритейлі немає дрібниць, важливі комплексні підходи, врахування всіх факторів, що впливають на залучення покупця і розвитку в ньому позитивного споживчого досвіду.

Юлія Белінська, головний редактор галузевого порталу Retailers, зазначає: «У 2018 році портал Retailers проводить форум, виставку і церемонію нагородження кращих ритейл-дизайнів у своїх сегментах з метою визначити кращі компанії ритейл-дизайну українського ринку. Ми хочемо сприяти розвитку українського ритейлу через поліпшення споживчого досвіду покупців».



Retail Awards by Malls Club Ukraine & Belarus i Arricano Awards



**Церемонія нагородження переможців
Национальної Премії
«Retail Awards Выбор потребителя 2017»**

28

Февреля
Київ, ЦУМ



Аудиторія:
Топ-менеджмент ведучих розничних компаній і торгових центрів України

В программе:

- Нагородження переможців Retail Awards 2017 Выбор потребителя
- Объявление победителей Arricano Awards 2017
- Фото и видео на красной дорожке
- Неформальное общение, угощение

+38 044 232 98 40
www.retailawards.com.ua

Цього року переможці будуть визначені у 12 номінаціях:

- **Найкращий сервіс**
- **Найкраща вітрина**
- **Найактивніший у соцмережах**
- **Лідер ритейл-інновацій**
- **Найактивніший маркетинг**
- **Найшвидший ремонт**
- **Найгучніше відкриття**
- **Готовність вдосконалитися**
- **Наймодніший**
- **NEW Найкреативніший орендар**
- **NEW Найактив-**

«Команда Arricano хоче відзначити кращих орендарів і сказати «спасибі» за плідний рік усім партнерам, разом з якими нам вдалося вирости, досягти намічених результатів. А тим, хто показав приголомшливі результати в 2017 році, вручити нагороду Arricano Awards - зазначає **Михайло Меркулов, CEO Arricano**, - Один із принципів розвитку компанії Arricano - ефективне партнерство. Вміти вчитися один в одного, дивитися на кращий досвід, підсилювати один одного і дякувати - це підходить, якими ми керуємося у партнерстві і реалізуємо у премії».

Артем Шлапак, директор Malls Club Ukraine & Belarus, організатор Retail Awards, відзначає: «Нам як організаторам приємно, що лідер ринку, компанія Arricano, ось уже другий рік вручає в рамках Retail Awards власні нагороди Arricano Awards найкращим орендарям і найнадійнішим партнерам і виступає партнером церемонії нагородження. Думка команди Arricano Real Estate і результати споживчого голосування у рамках Retail Awards перегукуються, що підтверджує важливість розуміння споживчих трендів бізнесом з метою утримання лідерських позицій і правильного розвитку. Подібна кооперація - це ще один привід нагадати, що всі ми перебуваємо і працюємо в одному великому човні, а розуміння один одного - це чергова можливість відкоригувати курс на шляху до успіху».



28 лютого 2018 року відбудеться нагородження переможців премії Retail Awards, яка успішно проводиться вже протягом шести років. Переможець цієї масштабної популярної події визначається завдяки незалежному опитуванню споживачів. Номінантами та переможцями стають торгові центри і окремо - ритейлери. Вручення Arricano Awards відбудеться в

рамках церемонії Retail Awards «Вибір споживача», де Україна щорічно визначає лідерів споживчих симпатій ринку роздрівної торгівлі.

Другий рік компанія Arricano підводить підсумки взаємовигідного партнерства, вручаючи нагороди своїм найкращим орендарям у різних номінаціях.

ніший в PR

• **NEW Лідер з відкриттів у проектах Arricano**

Традиційно переможці номінацій визначаються колегіально командою Arricano - департаментами оренди, маркетингу, фінансів, девелопменту та експлуатації.

Виставка «RETAIL&DEVELOPMENT BUSINESS EXPO – 2018»



29-30 березня Асоціація ритейлерів України, профільне об'єднання пов'язаних з ритейлом гравців ринку роздрібної торгівлі та підприємств, проведе в НСК «Олімпійський» Другу міжнародну спеціалізовану виставку індустрії **RETAIL&DEVELOPMENT BUSINESS EXPO - 2018**.

На виставці очікується понад 2500 гостей: власники, топ-менеджмент і лінійні керівники лідерів ринку роздрібної торгівлі та комерційної нерухомості України та інших країн, серед яких - Польща, Білорусь, Казахстан, Грузія, Туреччина та інші.

Представники B2B-компаній презентують рішення для ритейлу та девелопменту, спрямовані на підвищення ефективності роботи, залучення клієнтів, збільшення конверсії, зниження витрат і підвищення екологічності.

Захід буде проходити у двох форматах: паралельно з конференцією за участю провід-

них фахівців сфери роздрібної торгівлі та торговельної нерухомості буде також розгорнута масштабна експозиція.

Чому варто відвідати виставку?

- В експозиції задіяні 2 виставкових зали, де будуть представлені 75 компаній експонентів. У числі експонентів вже заявлені - **Arricano, Immochan Ukraine, Budhouse Group, ТРЦ Retroville, ТЦ Піраміда, Nal Ukraine, LOYALTEC, Pizza Celentano, Svitlotek, Shen, RDA, ВОЛЯ, City Gran, Mirs Top-recruiting, WRS, Svitlotek, QUANTULA.**

- 2 дні активностей включають в себе 10 конференцій у 2 потоки. У програмі виступів беруть участь ТОП-60 спікерів - перших осіб українського ритейлу та девелопменту, людей, що визначають сьогодні і майбутнє вітчизняних сфер роздрібної торгівлі та комерційної нерухомості. Вони поділяться своїм досвідом, презентують нові і вже працюючі проекти, розкажуть про успіхи та

вивчені уроки. На завершення кожної сесії заплановано панельні дискусії, в ході яких слухачі зможуть поставити свої запитання.

- **Актуальні теми**, які будуть розглянуті на конференціях в цьому році:

Аналітика ринку. Інновації і тренди в ритейлі

Презентації нових торговельних центрів

Трансформація торговельної нерухомості - від ТЦ до life-style-моллу

Нові концепти для активних продажів

Позиціонування ритейлу в digital-ery

Погляд на локальний ринок праці. Формування корпоративної культури

Презентація нових міжнародних брендів

Inspiration for business - мотивація від сильних лідерів

Перспективи розвитку бізнесу по франшизі

Нові технології і послуги для ритейлу 2018

- Крім представників вітчизняних компаній, вас також чекає спілкування з новими іноземними ритейлерами, які тільки заходять на український ринок. Як показав досвід минулорічної виставки PDB EXPO-2017, це

прекрасна можливість провести переговори і налагодити нові бізнес-контакти. Для зручності комунікації в рамках конференції учасники зможуть встановити спеціальний мобільний додаток.

Дата: 29-30 березня, Київ

Місце: НСК «Олімпійський», вул. Велика Васильківська, 55

Купити квиток можна за посиланням

Контакти:

Олеся Кобцева (client manager)e

- +38 050 313 74 53

- o.kobtseva@rau.ua

Більше інформації про захід:

<https://rau.ua/news/retail-development-business-expo-2018/>

Промо-код на покупку квитків для партнерів Arricano

(знижка - 15%):

Arricano15

arricano
commercial real estate

Департамент рекламы и маркетинга

marketing@arricano.com

Прес-служба

Olena.Obuhivska@arricano.com.ua

Департамент оренди

leasing@arricano.com.ua



[www.youtube.com/channel/
UCLZSxqNKylFHRmZnHaJlCtQ](https://www.youtube.com/channel/UCLZSxqNKylFHRmZnHaJlCtQ)



www.arricano.com/ru



www.facebook.com/ArricanoGroup/?fref=ts