



## Рекламные возможности торговой сети «Перекрёсток»

Медиаkit 1Q-2Q 2026

# КТО МЫ?

Только важные цифры и факты

**1000**

магазинов

**160+**

город  
и населенный  
пункт

**1 101** м<sup>2</sup>

средняя  
торговая площадь  
магазина

**> 10 млн**

Активных участников  
X5 Клуб



**Перекрёсток**

# Растем со скоростью жизни

Число наших покупателей растет из года в год



**990** ₺

средний чек



**2,9**

раза в месяц

частота визитов



**56 700**

человек в месяц

средний  
трафик  
супермаркетов



**482 000**

человек ежедневно

посещение моб.  
приложения  
и сайта



**>4,5** млн

активных  
пользователей  
приложения

# Аудитория Перекрёстка

## VIPСТЕРЫ

Статус, комфорт,  
готовность платить

Пенетрация 61,4% Доля кошелька 4,9%



## ЦЕНИТЕЛИ ЖИЗНИ

Осознанность, комфорт

Пенетрация 57,8% Доля кошелька 5,2%



## БЕСПЕЧНАЯ МОЛОДЕЖЬ

Удовольствие, современность,  
готовность платить

Пенетрация 57,5% Доля кошелька 6%



## ПРОГРЕССИВНЫЕ СЕМЬИ

Семья, контроль,  
уверенность

Пенетрация 57,9% Доля кошелька 5%



## ПРОМО-ЭКСПЕРТЫ

Экономия, контроль



## АКТИВНЫЕ ПЕНСИОНЕРЫ

Традиционность,  
забота, доверие



## ТРАДИЦИОНАЛИСТЫ

Традиционность,  
стабильность, контроль



### Задачи:

- ❖ Повышение лояльности
- ❖ Укрепление доверия
- ❖ Развитие омниканального опыта

# Аудитория Перекрёстка



## БЕСПЕЧНАЯ МОЛОДЁЖЬ

### Потребности:

- Расслабиться, поднять настроение
- Купить быстро на перекус, желательно, чтобы не вредное
- Купить что-то для встреч с друзьями

### Какие ценности в жизни:

- Личные интересы превыше всего
- Легко идут на риск
- Живу сегодняшним днем
- Не любят готовить, предпочитают готовую еду

### Драйверы покупки:

- Хороший ассортимент и качество готовой еды
- Наличие новинок, уникальных товаров
- Всё удобно, продумано – можно ни о чем не думать

### Демография:

- 18-30 лет
- Не семейные
- Доход средний

- **25%** покупателей на рынке РФ
- **57,5%** уже ходит в Перекрёсток
- **6%** трат оставляет в Перекрёстке



## ЦЕНИТЕЛИ ЖИЗНИ

### Потребности:

- Вдохновиться на кулинарные идеи
- Отключиться от работы
- Купить что-то новое, необычное, полезное

### Какие ценности в жизни:

- Комфорт превыше всего
- Волонтерская деятельность и забота об окружающей среде
- Здоровое питание, часто особое
- Не любят новое и не любят рисковать

### Драйверы покупки:

- Уверенность, всё привычно, контроль качества
- Наличие новинок
- Красивый, чистый, удобный магазин

### Демография:

- 25-40 лет
- Семейные
- Высокий доход

- **7%** покупателей на рынке РФ
- **57,8%** уже ходит в Перекрёсток
- **5,2%** трат оставляет в Перекрёстке



## VIPстеры

### Потребности:

- Почувствовать себя особенным
- Купить на пробу что-то необычное
- Купить что-то для встреч с друзьями, в гости или в подарок

### Какие ценности в жизни:

- Статус и комфорт превыше всего
- Живут на широкую ногу
- Не боятся рисковать
- Любят быть в тренде (в т.ч. в питании) и показать это
- Частый гость ресторанов

### Драйверы покупки:

- Магазин должен соответствовать моему статусу
- Всё продумано до мелочей
- Удобство и комфорт
- Уникальный ассортимент

### Демография:

- Большой % мужчин
- ≈ 18-35 лет
- Москва
- Высокий доход

- **6%** покупателей на рынке РФ
- **61,4%** уже ходит в Перекрёсток
- **4,9%** трат оставляет в Перекрёстке



## ПРОГРЕССИВНЫЕ СЕМЬИ

### Потребности:

- Сэкономить время для семьи
- Купить что-то для ребенка
- Купить впрок или срочная необходимость

### Какие ценности в жизни:

- Семья и дети главная ценность
- Важно всё успевать и держать под контролем
- Важна уверенность в будущем
- Планируют все до минуты

### Драйверы покупки:

- Уверенность в свежести и качестве продуктов
- Удобство посещения с детьми
- Быстрое обслуживание на кассе

### Демография:

- ≈ 25-40 лет
- Семья с детьми
- Средний+ доход

- **19%** покупателей на рынке РФ
- **57,9%** уже ходит в Перекрёсток
- **5%** трат оставляет в Перекрёстке

# Корзина покупателей Перекрёстка

**8,5%** доля в кошельке  
Перекрёстка у наших покупателей

**2,9** раз в месяц  
Наши покупатели ходят в Перекрёсток

**990** рублей  
Средний чек в Перекрёстке

Бакалея, чай, кофе	10%	ФРОВ	10%
Молочные продукты	8%	Мясо и птица	7%
Быт. химия и гигиена	6%	Безалкогольные напитки	5%
Алкоголь (кроме вина)	5%	Сыры	4%
Рыба, рыбные продукты	3%	Хлеб	3%
Заморозка	2%	Колбасы и мясные деликатесы	2%
Вино	2%	Товары для детей и детское питание	1%

# Строим синергию

Помогаем развивать бренды, развиваясь вместе



# Различные инструменты для увеличения продаж



[Размещение POSm на рекламных поверхностях сети](#)



[Проведение дегустаций и семплинга](#)



[Участие в федеральных кампаниях Перекрестка и акциях партнеров](#)



[Продвижение в рамках продукта CVM и инструментов лояльности](#)



[Размещение instore и e-com рекламы в каналах X5 Media](#)



[Продвижение на базе программы лояльности X5 Клуб](#)

# Ждем ваших заявок на маркетинговое продвижение

Команда стратегического маркетинга ТС «Перекрёсток»

## Отдел по работе с партнерами и поставщиками Перекрестка

- Размещение ПОСМ
- Проведение дегустаций и сэмплинга в супермаркетах
- Выдача листовок на кассах
- Кампании с розыгрышами
- Федеральные кампании сети и фестивали

Комарова Наталья  
[Natalya.Galova@x5.ru](mailto:Natalya.Galova@x5.ru)

Бажанова Татьяна  
[Tatyana.Bazhanova@x5.ru](mailto:Tatyana.Bazhanova@x5.ru)

Губайдуллина Алина  
[Al.Gubaydullina@x5.ru](mailto:Al.Gubaydullina@x5.ru)

Киселев Виталий  
[VitalKiselev@x5.ru](mailto:VitalKiselev@x5.ru)

## Отдел продвижения инструментов взаимодействия с клиентами

- CVM для поставщиков и партнеров
- Инструменты лояльности:
  - Любимые категории
  - Тематические клубы

Норина Мария  
[Mariya.Norina@x5.ru](mailto:Mariya.Norina@x5.ru)

Никифорова Юлия  
[Nikiforova.YN@x5.ru](mailto:Nikiforova.YN@x5.ru)

Алексеева Василиса  
[Vasil.Alekseeva@x5.ru](mailto:Vasil.Alekseeva@x5.ru)

Партнёры контура X5

## X5 Media

- Видео- и аудиореклама
- Приложение «Перекресток»
- FOOD.RU
- X5 Blogger
- Dialog X5

[ads@x5.ru](mailto:ads@x5.ru)

## X5 Клуб и сервис Пакет

- Промо с розыгрышами на базе «X5 Клуба»
- Акции в сервисе «Пакет»
- Полка с кешбэком

Хрусталева Настя  
[Anas.khrustaleva@x5.ru](mailto:Anas.khrustaleva@x5.ru)

Чугунов Михаил  
[Mikhail.Chugunov@x5.ru](mailto:Mikhail.Chugunov@x5.ru)

# Размещение POSm

на рекламных  
поверхностях сети



# Экосистема instore-продвижения



## Входная группа

- Антенны безопасности
- Брендинг корзин и тележек



## Полочные решения

- Шелфбаннер
- Шелфтокер
- Стоппер
- Некхенгер
- Бомбокарта



## Холодильное оборудование/ прилавки и стойки

- Топпер (домик)
- Плакат А4
- Топпер ДТО



## Кассовая зона

- Разделитель покупок
- Монетница
- Шелфбаннер КСО
- Топпер РКУ

# Входная группа

## Антенны безопасности

### Размер

550\*1350\*80 мм;  
800\*1350\*80 мм

### Материал

Гофрокартон, самоклеящаяся пленка, глянцевая ламинация. Материал и покрытие короба не должен содержать металла (алюминиевая фольга, крепления и т.п.).

## Брендинг корзин и тележек

### Размер

210\*297 мм

### Материал

Бумага, плотность не менее 160 гр, 4+0



# Торговый зал

## Фотозоны

### Размер

2000\*2000

Возможно обсуждение индивидуальных размеров

### Требования

- Размещение брендированной фотозоны поставщика «под ключ» в торговом зале супермаркета
- Обязательна интеграция Сезонного паттерна сети
- Внедрение интерактивных элементов для повышения заинтересованности клиента



# Полочные решения

## Шелфбаннер

### Размер

100\*800 мм

### Материал

Вспененный ПВХ 3 мм., прямая УФ-печать 4+4, фрезеровка.

### Крепление

Держатель носителя - магнитный с изогнутой трубкой и крючками.

## Шелфтокер

### Размер

625\*80 мм

### Материал

Мелованный картон 280-300 гр, глянцевая ламинация 1+1, 4+0

## Стоппер

### Размер

65\*80 мм

### Материал

Печать 4+0 на картоне 270 гр, одностороннего мелования, ламинация 1+1



# Полочные решения

## Некхенгер

### Размер

Индивидуально

### Материал

Плотность бумаги 150 – 200 г/м<sup>2</sup>

## Бомбокарта

### Размер

Для СМ с обычными ценниками: 135\*80 мм.

Для СМ с электронными ценниками (ЭЦ):

- формат ЭЦ старого образца – 145\*80 мм, врубное окно – 58\*32 мм;

- формат ЭЦ нового образца – 145\*80 мм, врубное окно – 72\*36 мм)

### Материал

Мелованный картон 280 гр,  
гляnceвая ламинация 32 мкм 1+1;  
вырубка в рамках формата.



# Холодильное оборудование / прилавки и стойки



## Топпер (домик)

### Размер

700\*250 мм  
(разворот 700\*500 мм)

### Материал

Белый пластик – 3 мм, 4+0,  
термогиб

## Плакат А4

### Размер

А4 (210\*297 мм)

### Материал

4+0 или 4+4, бумага 150 гр  
мелованная

## Топпер ДТО

### Размер

500\*250 мм

### Материал

Основа – магнитный  
винил на клеевой  
основе. Постер –  
ферропленка  
Печать 4+0 не ниже 720  
dpi, ламинация не ниже  
70 мкр.



# Кассовая зона

## Разделитель покупок

### Размер

300\*28\*28 мм или 300\*40 мм;  
с экстендером 290\*80 мм

### Материал

Бумага плотностью 150 гр.

## Монетница

### Размер

155\*155 мм

### Материал

Бумага мелованная 170 г/м<sup>2</sup>,  
печать 4+0



# Кассовая зона

## Шелфбаннер КСО

### Размер

45\*200 мм

### Материал

картон 280 гр 4+4, ламинация 1+1

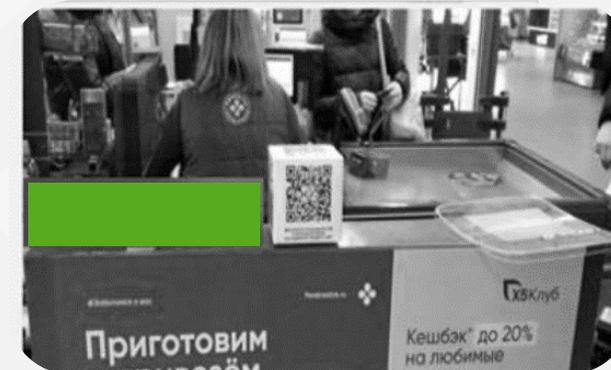
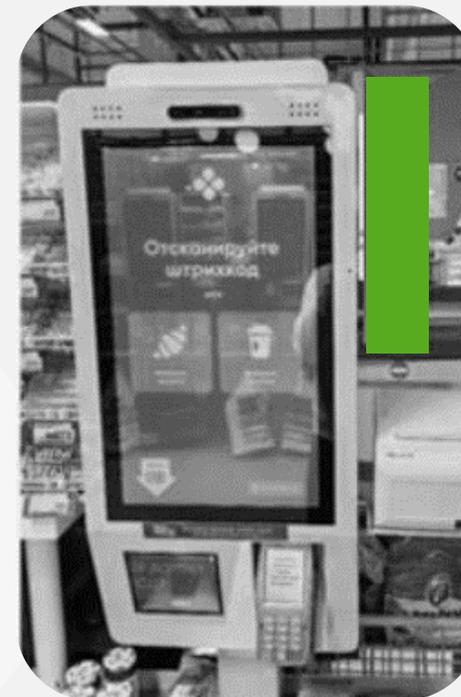
## Топпер РКУ

### Размер

200\*45 мм

### Материал

картон 280 гр 4+4, ламинация 1+1



# Зона Кафе

## Тейбл-тент (мини)

### Размер

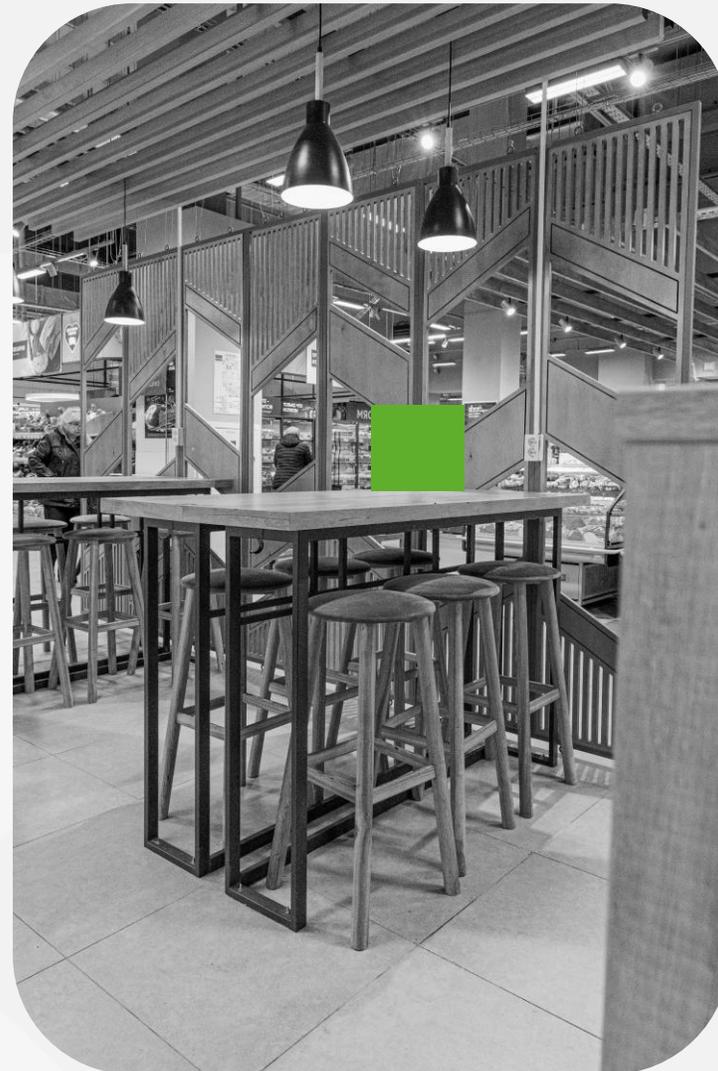
A5 (двухсторонний)

### Требования

Расположение носителя – зона посадки (на столах).

Информация на каждом столе одинаковая (1 коммуникация – 1 поставщик)

Количество носителей к букингу – 2 шт. на 1 кафе



# Зона Кафе

## Наклейка / Стикер

### Размер

100 мм

### Материал

винил белый на микроприсосках  
silicone dot, печать 4+0, не менее 720  
dpi, без ламинации, плоттерная резка

### Требования

Размещение по приоритету: витрина, кассовый  
накопитель, кофемашина (один из вариантов)

Размещение возможно в случае отсутствия внутренней  
коммуникации сети



# Требования к размещению рекламы непоставщиков

Запрещена реклама следующих категорий:

- **Продуктовый ритейл и онлайн-магазины конкурентов**
- **Службы доставки еды**
- **Сетевой маркетинг, финансовые пирамиды, ломбарды, автоломбарды**
- **Сервисы/приложения агрегаторы акций и скидок в продуктовых магазинах**
- **Политическая реклама**
- **Товары и услуги, производство или реализация которых запрещены или ограничены законодательством РФ**
- **Сэконд-хэнды**
- **Реклама магических услуг, экстрасенсорика**

# Тайминг подачи и согласования заявок на размещение POSm

«Начало акции» приходится на **первое** число месяца:

DL предоставления заявок на согласование (до 12:00)

Ответ по согласованию

Отправка инфо в магазины



«Начало акции» приходится на **середину** месяца:

DL предоставления заявок на согласование (до 12:00)

Ответ по согласованию

Отправка инфо в магазины



# Методика ценообразования услуг на размещение POSm

Итоговая стоимость размещения зависит от типа носителя, сезона и географии



Обновление адресной программы осуществляется каждые 2 месяца

Коэффициент	Проходимость торговой точки
1	0 – 40 тыс.
1,2	40 – 80 тыс.
1,4	80 – 120 тыс.
1,6	120 – 160 тыс.
1,8	160 – 200 тыс.
2	200 тыс. +



\*Коэффициент торговой точки зависит от среднемесячного трафика

# Дегустации, сэмплинг и промо-консультации в торговом зале



# Типы услуг



Дегустация  
стационарная/  
сэмплинг



Центр выдачи призов



Анкетирование



# Требования к организации и проведению дегустации

## Требования к продукции

- Порционная одноразовая закрытая посуда
- Выноситься в ТЗ продукция должна партиями, с соблюдением температурных условий хранения
- Наличие маркировки на продукции с информацией о наименовании, сроках годности, условиях хранения и отметки «не на продажу» или «образец для дегустации»
- По запросу клиента предоставление информации (в любом виде), о продукции в соответствии ТР ТС 21 и 22

## Требования к месту проведения

- Наличие одноразовых перчаток, одноразового инвентаря (вилки, ложки, ножи) в упаковке, салфеток
- Наличие ёмкости для мусора с маркировкой «для использованной посуды»
- Наличие ёмкости для мусора с маркировкой «для использованных СИЗ»

## Требования к персоналу

- Чистая спец. одежда и головной убор
- Наличие мед. книжки р. 4+0, 720 DPI

# Методика ценообразования услуг на проведение промо-акций

Итоговая стоимость размещения зависит от сезона и географии

$$\begin{matrix} \text{1 300 руб.} \\ \text{(1 день в 1 торговой} \\ \text{точке)} \end{matrix} \times \begin{matrix} \text{Коэффициент} \\ \text{сезонности} \end{matrix} \times \begin{matrix} \text{Коэффициент} \\ \text{торговой точки*} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{Стоимость} \\ \text{услуг} \end{matrix}$$

Обновление адресной программы осуществляется каждые 2 месяца

Коэффициент	Проходимость торговой точки
1	0 – 40 тыс.
1,2	40 – 80 тыс.
1,4	80 – 120 тыс.
1,6	120 – 160 тыс.
1,8	160 – 200 тыс.
2	200 тыс. +



\*Коэффициент торговой точки зависит от среднемесячного трафика

# Выдача листовок силами кассиров

## Стоимость услуги:

2,5 рубля за 1 листовку (шт.)

Выдача листовки / купона проводится силами кассиров при совершении клиентом покупки на любую сумму вместе с чеком.

Услуги производства, логистики, сервиса оплачиваются дополнительно.



\* Стоимость указана без НДС

# Контакты менеджеров по вопросам размещения ПОСМ, проведения промоакций и выдачи листовок



**Киселёв Виталий**

Менеджер отдела по работе с партнёрами и поставщиками

[VitalKiselev@x5.ru](mailto:VitalKiselev@x5.ru)

# Партнеры торговой сети «Перекрёсток» по реализации рекламных возможностей

Услуги по размещению POSm, проведению промоакций

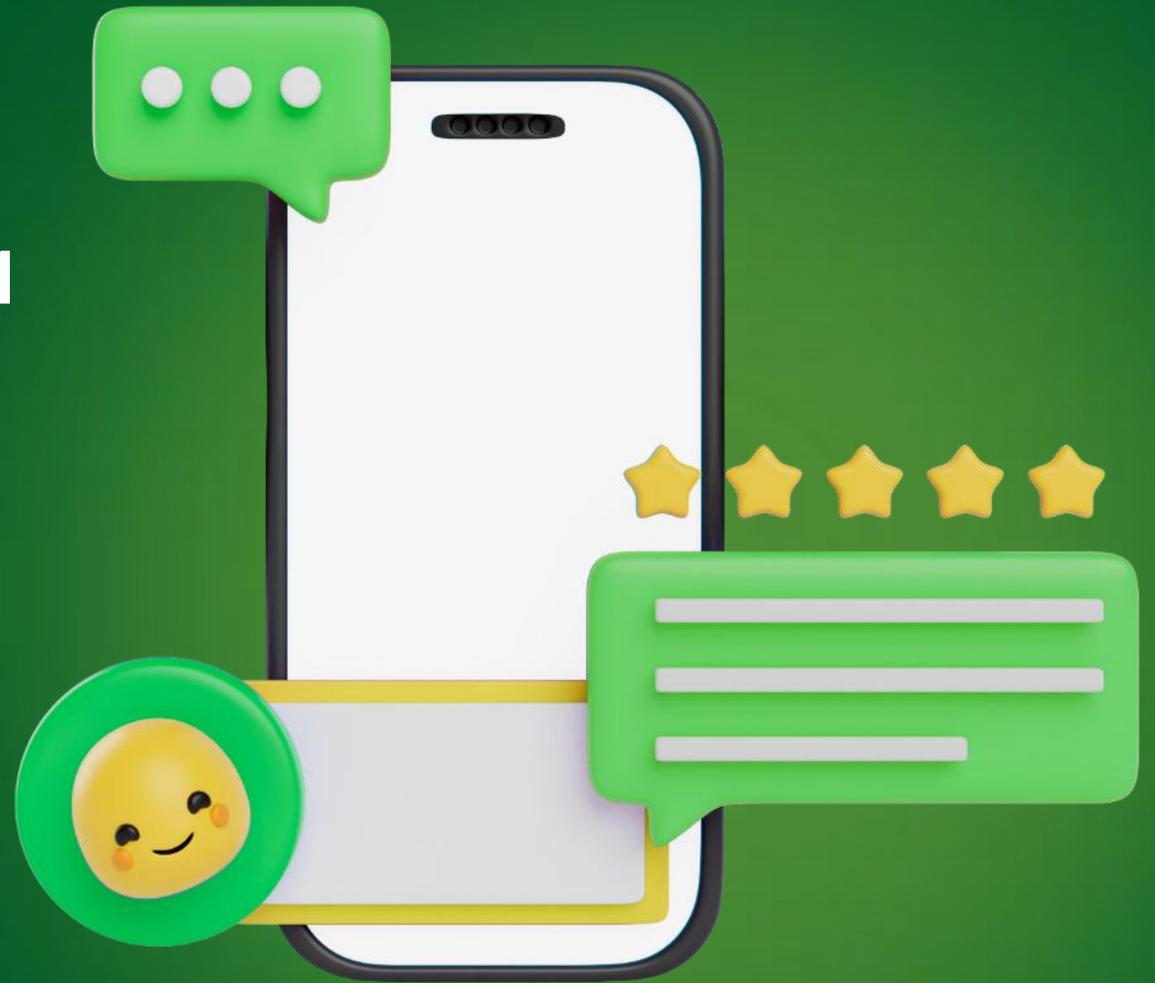


Услуги по выдаче листовок  
силами кассиров



[Контакты агентств](#)

# Федеральные кампании Перекрёстка и акции партнёров



# Календарь сезонов и фестивалей 2026

	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Сезоны Перекрёстка	Время любви		Ура! ЛЕТО				Осень это хорошо		Новый Год невиданной щедрости			
Фестивали в сети	Празднуем вместе!	Время обновлений и выгод	Гриль	День рождения и праздник Игрисного	Летние вина, коктейли, джины, пиво, сидр		Пора выгодных цен	Пора сезонных предложений	Новый год			
Моментальные акции, онлайн-игры, лотерея	Моментальная акция ЛакиМиши		Онлайн-игра						Новогодняя онлайн-игра			
							Моментальная акция 2.0	Лотерея 2.0				

# Интеграция брендов в Сезоны Перекрёстка



География  
Федерально



## Опции участия

POSM в фестивальной рамке  
CRM-коммуникации:

- Мультибрендовый баннер
- CRM-рассылки (email)

Мастер классы и гастрошоу

SMM: Telegram, одноклассники, VK

Интеграция в Сезонные ролики в супермаркетах



## Календарь Сезонов на 2026 год\*

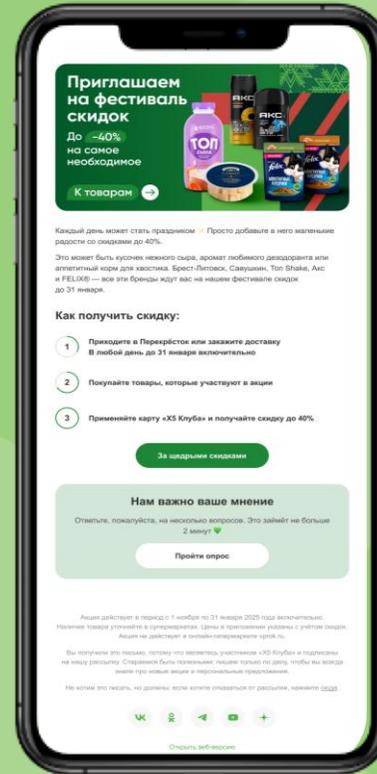
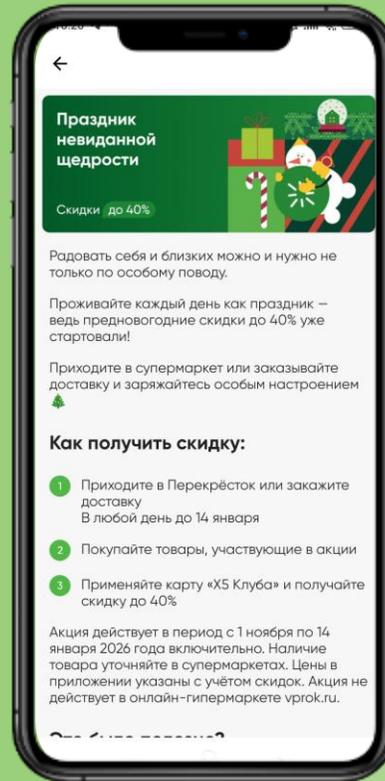
3 февраля – 15 апреля «Время любви»

14 апреля – 10 августа «Ура! Лето»

11 августа – 20 октября «Осень это хорошо»

21 октября – 11 января «Новый год»

Пакетные предложения участия  
для партнеров направляют по запросу  
аккредитованные рекламные агентства  
сети или менеджеры отдела по работе с  
партнерами и поставщиками



О нас

Размещение POSm

Дегустации,  
семплинг, промо-  
консультации

Федеральные кампании и  
акции партнёров

CVM и инструменты  
лояльности

Рекламные возможности  
X5 Media

Инструменты на базе  
лояльности X5 Клуб

\* Возможны изменения в календаре

# Примеры интеграции брендов в фестивали сети



Перекрёсток

О нас

Размещение POSm

Дегустации, семплинг, промо-консультации

Федеральные кампании и акции партнёров

CVM и инструменты лояльности

Рекламные возможности X5 Media

Инструменты на базе лояльности X5 Клуб

# Интеграция в онлайн-игру «Построй свой Перекрёсток»



География  
Федерально



Поддержка

Мобильное приложение и сайт Перекрёстка  
ПОСМ: плакаты, листовки, шелфбаннеры,  
вобблеры, стикеры, бомбокарты  
Аудио- и видеоролики в супермаркетах  
SMM, CRM



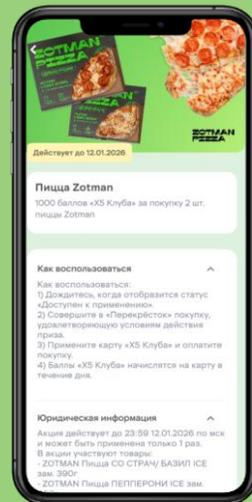
Вход в игру

Для перехода в игру клиенту обеспечен  
максимально бесшовный вход через  
баннер в мобильном приложении  
Перекрёстка, дополнительно  
коммуникации через push, email



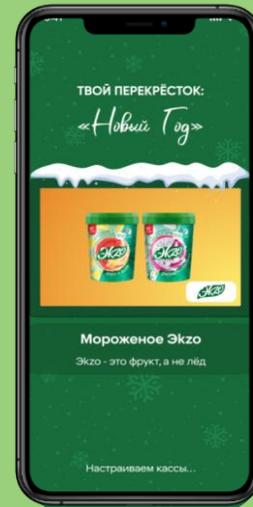
Календарь на 2026 год\*

21 апреля – 14 ноября  
15 ноября – 31 декабря



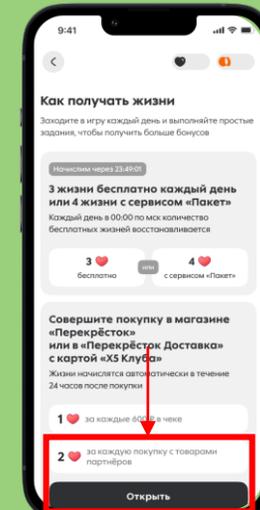
Офферы за покупки  
товаров партнеров

Баннер на экране  
загрузки уровня



Брендинг фишки  
и добавление  
логотипа

Интеграция товаров  
в мета-слой игры



Жизни за покупки  
товаров партнёров

Пакетные предложения  
для партнеров формируются  
индивидуально к каждой онлайн-игре



О нас

Размещение POSm

Дегустации,  
семплинг, промо-  
консультации

Федеральные кампании и  
акции партнёров

CVM и инструменты  
лояльности

Рекламные возможности  
X5 Media

Инструменты на базе  
лояльности X5 Клуб

\* Возможны изменения в календаре

# Персональное предложение с активацией в приложении для проведения розыгрышей

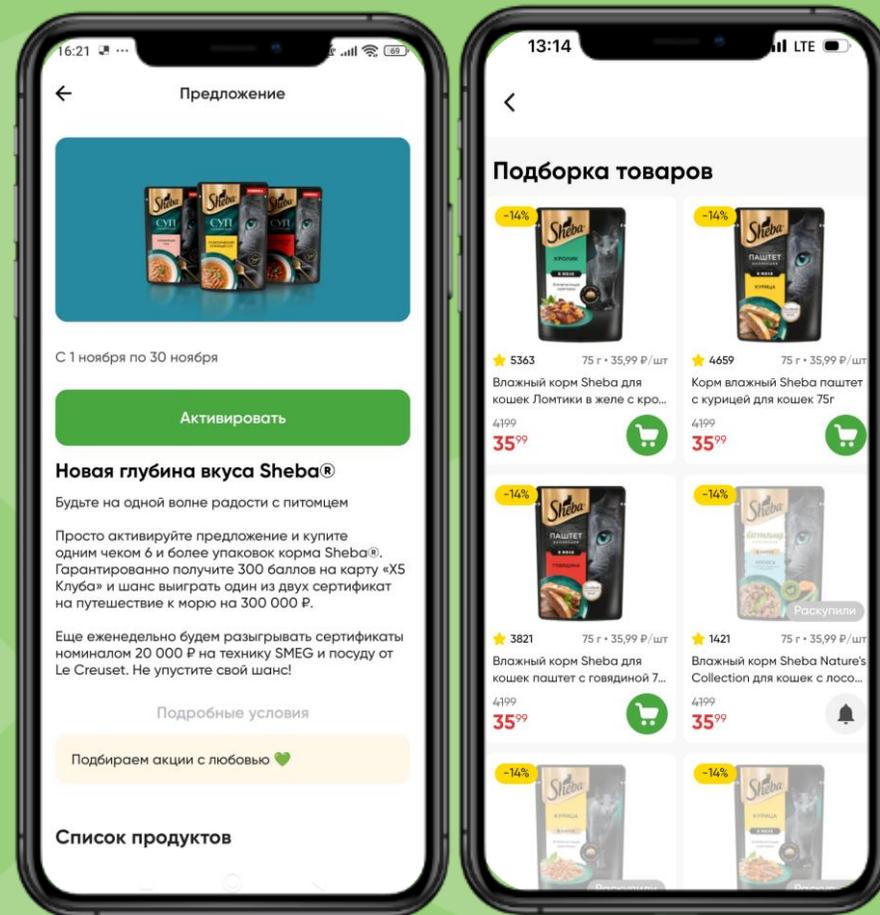
- Канал нацелен на вовлечение целевой аудитории продукта, **исключает слепой отклик**
- Удобный и **облегченный клиентский путь**
- Возможность получения **прозрачной и глубокой аналитики**
- Органический трафик **мобильного приложения**
- Возможна дополнительная отправка **CRM-коммуникаций**

700 000 ₪

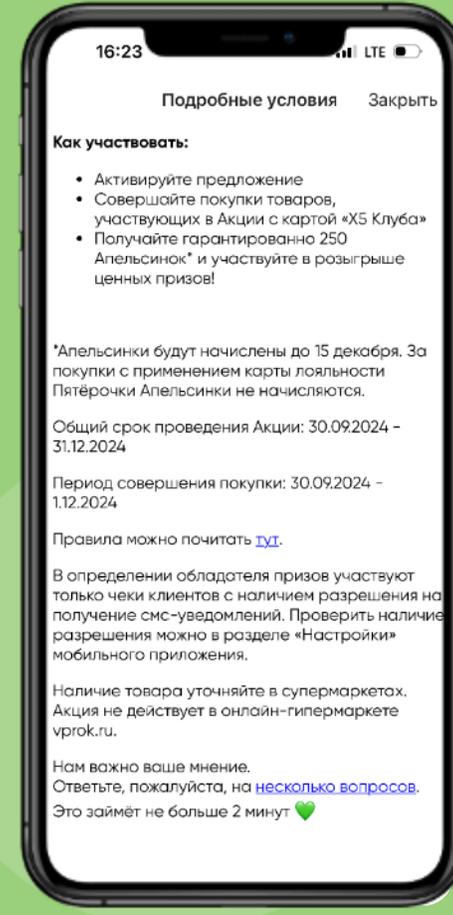
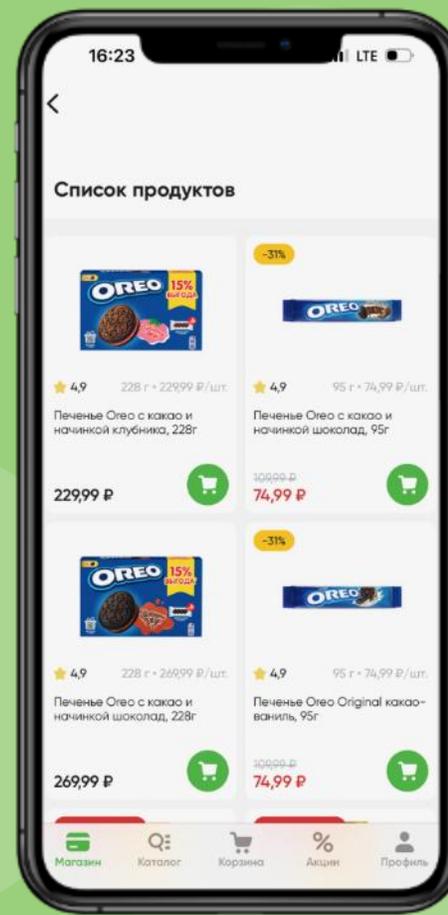
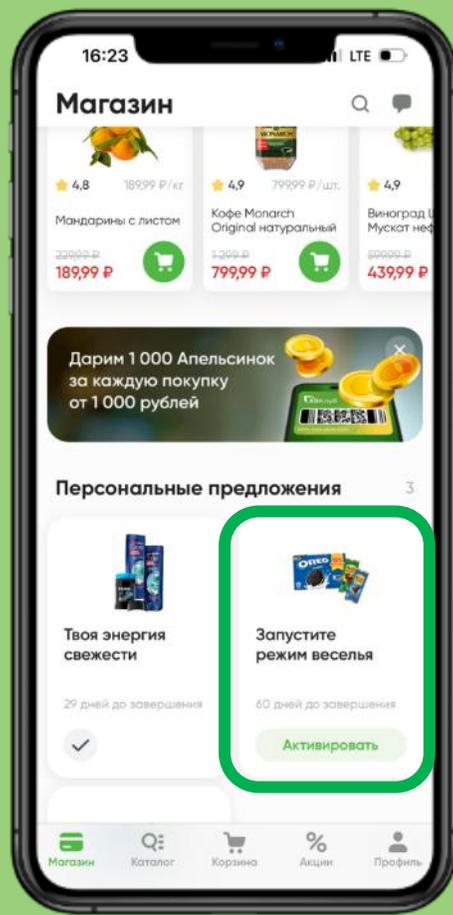
стоимость персонального предложения с активацией

до 50%

Конверсия в покупку



# Клиентский путь в персональном предложении



# Баннер в разделе «Акции»

- Формат размещения – статичные баннеры
- Контент продвижения – информация по акциям сети
- Обязательно наличие промо механики, акции
- Возможна дополнительная отправка CRM-коммуникаций

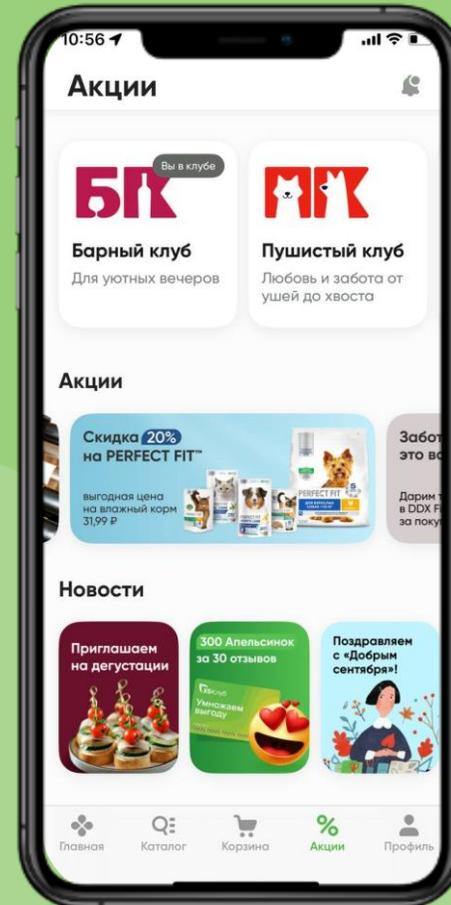
## Стоимость размещения

**250 000** ₺

без НДС (2 недели)

**400 000** ₺

без НДС (4 недели)



# CRM – коммуникации

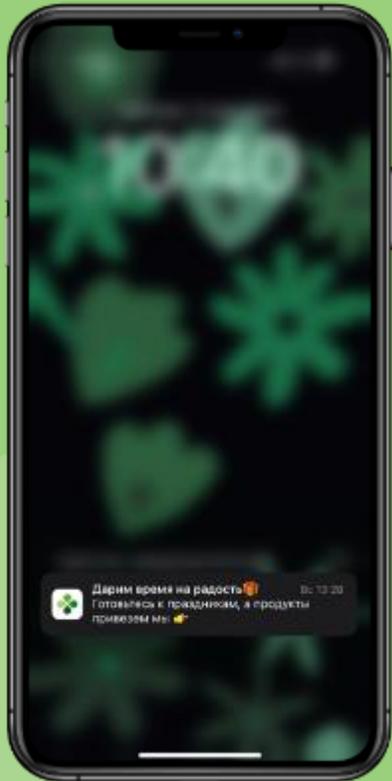
## в рамках кампаний с розыгрышами и размещения баннеров в разделе «Акции»

Тип коммуникации	Минимальное количество для заказа	Прогноз по конверсии*	Стоимость
Email	100 000	от 0,7 до 1,5%	7 руб./email
Push	100 000	от 3 до 10%	7 руб./push

Email



Push



\* На отклик целевой аудитории влияет механика по акции в категории

# Продвижение в социальных сетях Перекрёстка

COMING SOON

## Охваты аккаунтов Перекрёстка в социальных сетях:

Социальные сети	Охват аккаунта, тыс.*
❖ Telegram	520
❖ ВК	330
❖ Одноклассники	18

\* На 01.12.2025



# Контакты менеджеров



## Комарова Наталья

Руководитель отдела по работе с партнерами и поставщиками

[Natalya.Galova@x5.ru](mailto:Natalya.Galova@x5.ru)



## Бажанова Татьяна

Менеджер отдела по работе с партнерами и поставщиками

[Tatyana.Bazhanova@x5.ru](mailto:Tatyana.Bazhanova@x5.ru)

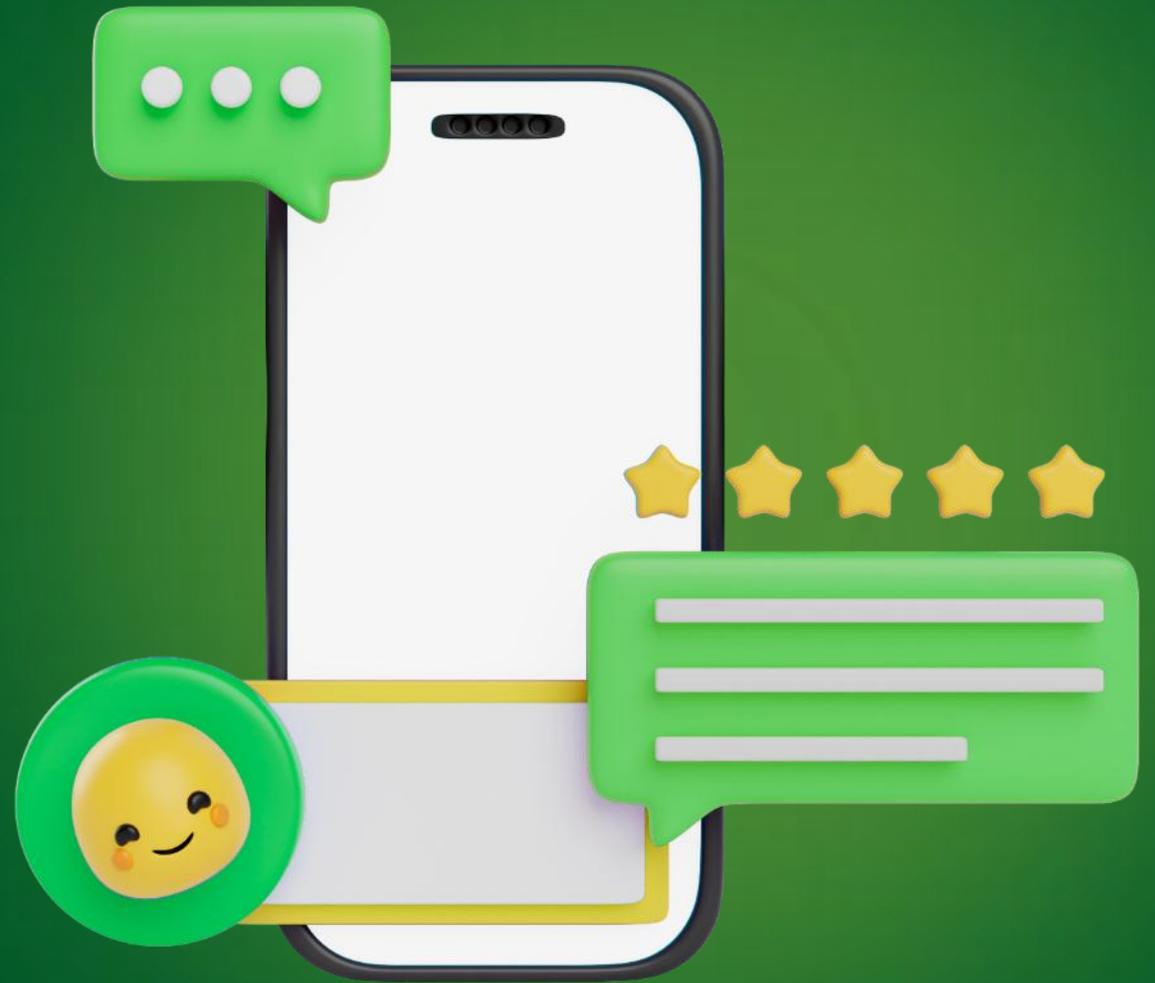


## Губайдуллина Алина

Ведущий специалист отдела по работе с партнерами и поставщиками

[Al.Gubaydullina@x5.ru](mailto:Al.Gubaydullina@x5.ru)

# СУМ и инструменты лояльности Перекрёстка

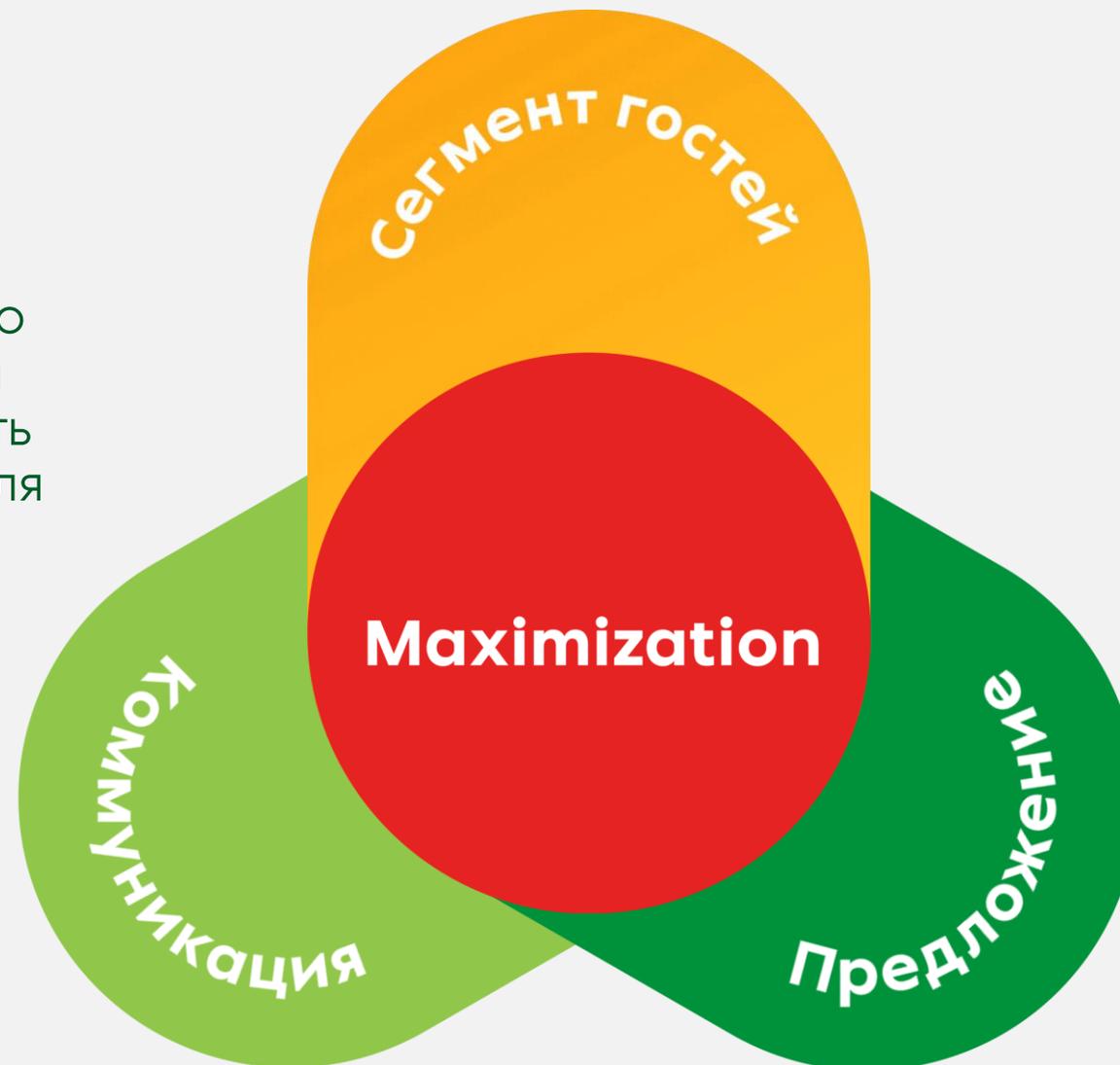


# CVM

## Customer Value Maximization

Это продукт **собственной разработки** по персональным коммуникациям, который позволяет наиболее эффективно выбрать сегмент гостей, предложение и канал для коммуникации

Покупатель получает наиболее интересное и выгодное предложение, а торговая сеть и поставщик – свои финансовые и маркетинговые эффекты



# Обновленный CVM стартовал в Перекрёстке в начале 2024 года

## ПЕРЕКРЁСТОК В ЦИФРАХ:

Клиенты с картой ТСХ  
Из них 7,3 в т.ч. клиенты ТС5



11,3M

Клиенты с согласием



7,2M

Клиенты с push  
MAU МП 4,5 млн



6,7M

Клиенты с Доставкой  
В мес ~680 тыс



2,6M

Клиенты omni  
с 1+ покупкой за год



1,5M

Число Супермаркетов



~1 тыс.

Офлайн клиент

Средний чек  
990 руб.

ARPU  
3 600 руб.

Омни клиент

Средний чек  
1 400 руб.

ARPU  
12 000 руб.

# CVM решает самые разнообразные задачи

## Дополнительные продажи

Сладкий кешбэк **20%**

За покупку любимых десертов



## Привлечение новых потребителей

Ваш секрет продуктивности

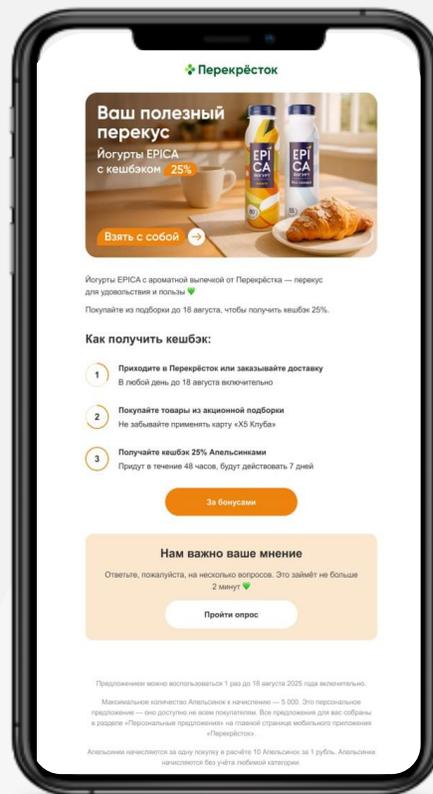
С кешбэком **25%** за High Focus



## Развитие категории

Кулинарные шедевры для кошек

Sheba® от 6 упаковок вернём 20% баллами



## Поддержка кампаний масс-промо

Соки Il Primo с кешбэком **30%**

Покупайте и участвуйте в розыгрыше



# Доступные механики для CVM

# Доступные каналы для коммуникации



# Календарь Мультиофферов Q1-Q2 2026

Сезонный спрос

EVER-GREEN

Январь (1-5 недели)		Ужин (15-24.01)	Послепраздничный детокс (20-29.01)		
Февраль (5-9 недели)	К 14 февраля (5-14.01)	Масленица (10-19.02)	23 Февраля (14-23.02)	К Великому Посту (17-26.02)	8 Марта (27.02-8.03)
Март (9-14 недели)		К Великому Посту (2-13.03)	Завтрак (10-19.03)	Безудержное веселье (20.03-1.04)	Ужин (25.03-3.04)
Апрель (14-18 недели)		Чистый четверг (1-9.04)	Пасха (3-12.04)	К маевке (21-30.04)	
Май (18-22 недели)		Слоты на марафон (5-14.05)	Пикник (15-24.05)	ДР Перекрёстка (27.05-5.06)	
Июнь (23-27 недели)		Путешествие (1-09.06)	На Дачу (10-19.06)	Завтрак (20-29.06)	

# Календарь Мультиофферов Q3-Q4 2026

Сезонный спрос

EVER-GREEN

Июль (27-31 недели)	Шашлык (1-9.07)	Пикник (6-15.07)	Dolce vita (17-26.07)	Ужин (24.07-2.08)
Август (31-36 недели)	Пикник (5-14.08)	Завтрак (13-22.08)	Back to school (23.08-1.09)	
Сентябрь (36-40 недели)	Шашлык (7-16.09)	Октоберфест (25.09-4.10)	Ко Дню Учителя (26.09-5.10)	
Октябрь (40-44 недели)	Завтрак (4-13.10)	Ужин (12-21.10)	Тыквенный спас (22-31.10)	
Ноябрь (44-49 недели)	Семейные вечера (2-11.11)	Завтрак (13-22.11)	Ко Дню Матери (20-29.11)	
Декабрь (49-53 недели)	Дом как новый (1-9.12)	Подарки НГ-1 (4-14.12)	Подарки НГ-2 (17-26.12)	Новогоднее меню (22-31.12)

# Возможности таргетирования коммуникаций

## Потребители, которые:

Совершают покупки в категории товаров

Покупали в смежных категориях

Лояльны бренду и регулярно совершают покупки

Покупают товары вашей категории, но не вашего бренда

Покупали товары вашего бренда, но перестали в последнее время (период)



# Примеры кампаний с разными механиками

## Solo CVM запуск

### Секрет свежести

Это кешбэк **20%**  
баллами за Вернель



## Мульти-оффер

### Для вкусного начала весны

18+

кешбэк **до 30%**  
за сыр, шоколад и другое



## Инфо-рассылка

### Зарядитесь Neo

Больше сил  
для работы, учебы,  
тренировок



## Комбо активации бренд + бренд

### Приготовьте пасту болоньезе

Кешбэк **25%**  
от Мираторг  
и Pasteroni



## Мульти-бренд

### Для полезного завтрака

Кешбэк **20%**  
за продукты ЭкоНива



## Комбо активации бренд + СТМ

### Шоколад Milka и чай Basilur

Сладкая парочка  
с кешбэком **20%**



# Стоимость CVM в Перекрестке в 2026 году

## Solo кампания

Персональная акция поставщика с баллами X5 Клуба/ кэшбеком (%), multi-бренд, триггеры, расписание

Стоимость за контакт

**6,5 ₺\***  
без НДС



- **50% скидка (3,5 ₺)** при отношении поставщика к CVP-категории (готовая еда, ФРОВ, пекарня, вино, рыба)
- **30% скидка (4,5 ₺)** за запуск с новинкой или уникальным ассортиментом

## Инфо-рассылка

CVM кампания без механики кэшбека

Стоимость за контакт

**4,5 ₺**  
без НДС

## Комбо кампании

Бренд+ СТМ/категория

Стоимость за контакт

**4,5 ₺**

Бренд+ Бренд

**3,5 ₺**  
без НДС

## Трио кампания

CVM запуск с 3 брендами

Стоимость за контакт

**2,5 ₺**  
без НДС

## Мультиоффер

Стоимость за контакт

Подсветка 1 линейки

**2,5 ₺**

Подсветка 2 линеек

**3,5 ₺**

Подсветка 3 линеек

**4,5 ₺**  
без НДС



**Баллы, начисленные в рамках оффера, дополнительно НЕ компенсируются!**

Количество PLU не влияет на стоимость. Для высокой эффективности рекомендуется запускать кампании на несколько PLU (бренд/ линейка)

# Этапы подготовки к CVM запуску

## 1 этап:

Конкретизация целей кампании

На этапе планирования участия



Бронирование слота

Не менее чем за **1** месяц



Получение вводных данных для расчета бизнес-кейса

За **3** недели до запуска



Данные: PLU, гео-представленность, пожелания по таргетированию, пэкшоты товаров и guideline по позиционированию бренда

## 2 этап:

Согласование предоценки с поставщиком, утверждение бюджета

За **2,5** недели до запуска



Согласование кампании с КМ

За **2** недели до запуска



Согласование креативов кампании с поставщиком

За **3-4** дня до запуска

## 3 этап:

Запуск

В утвержденную дату



Постанализ

Через **1** месяц после проведения кампании

# Сфера

## Персонализированные офферы для сотрудников X5

### Основные преимущества инструмента

- Взаимодействие с лояльной базой клиентов X5 в лице сотрудников компании
- Обеспечение дополнительной подсветки офферов HR-сервисами (портал Сфера)
- Увеличенная конверсия в целевое действие благодаря повышению ценности оффера для клиента за счет усиления ценового промо дополнительной скидкой

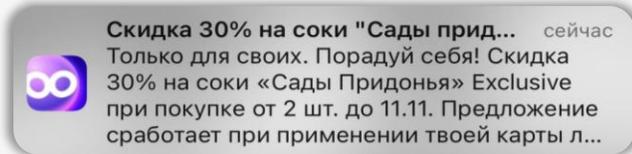
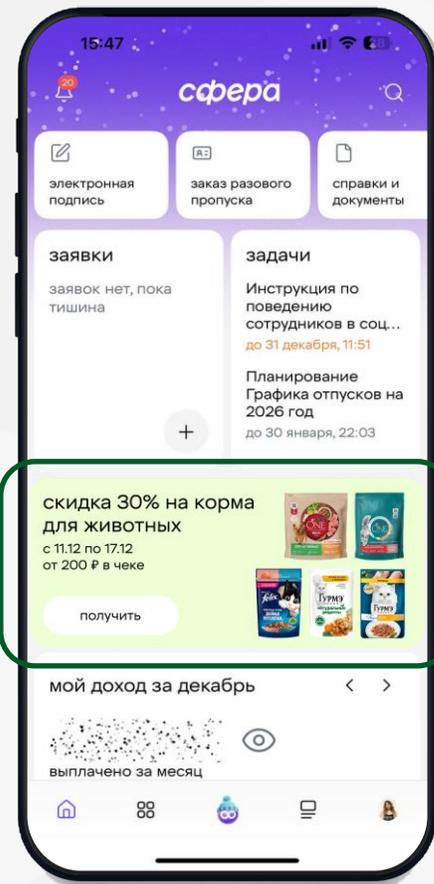


### Условия участия – компенсация скидки

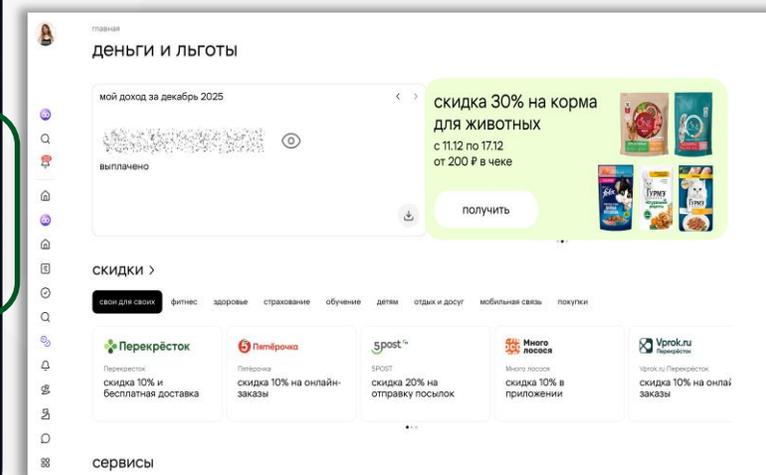
- ❖ Перед запуском производим прогноз компенсации вознаграждения на основе предоставленных рпц

**Длительность кампании – 5-7 дней.**  
**Необходима федеральная представленность в торговых сетях X5.**

**Охват: >350к штатных сотрудников**



### Баннер на корпоративном портале



О нас

Размещение POSm

Дегустации, семплинг, промо-консультации

Федеральные кампании и акции партнёров

CVM и инструменты лояльности

Рекламные возможности X5 Media

Instore

E-Com

Проекты с X5 Media

# Дополнительные возможности программы лояльности для поставщиков

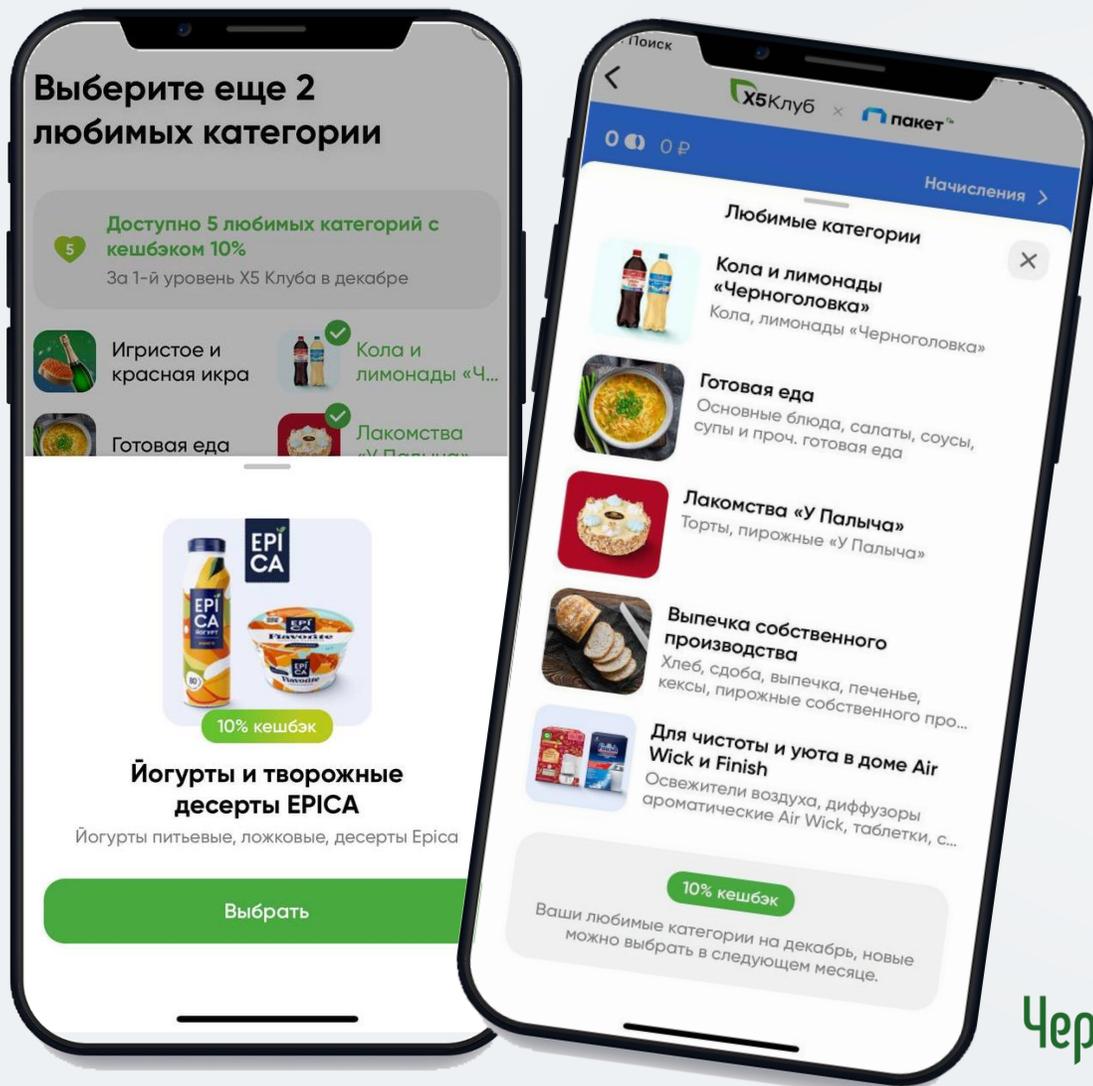
Тематические клубы

Любимые категории

Акции лояльности  
(пока в проработке)



# Брендирование любимой категории



Стоимость любимой категории в 2026 году

Стоимость  
**400 000** ₺  
БЕЗ НДС



компенсация  
начисленных  
баллов

❖ Перед запуском производим прогноз покупок и прироста, а также расчет балльной нагрузки

\*Доступно 5 партнёрских слотов в месяц



Reckitt  
Benckiser



Перекрёсток

О нас

Размещение POSm

Дегустации,  
семплинг, промо-  
консультации

Федеральные кампании и  
акции партнёров

CVM и инструменты  
лояльности

Рекламные возможности  
X5 Media

Инструменты на базе  
лояльности X5 Клуб



# Клубы



Барный, Пушистый и Детский клубы в мобильном приложении Перекрёсток

➤ в разделе Акции



О нас

Размещение POSm

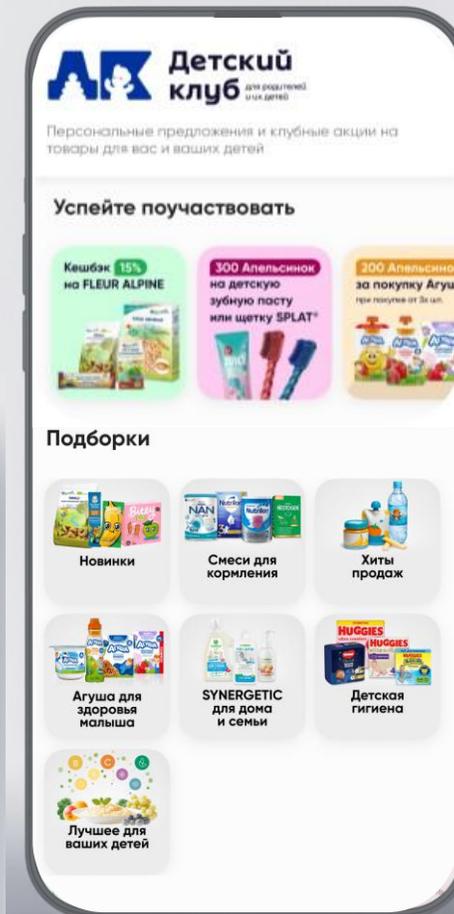
Дегустации, семплинг, промо-консультации

Федеральные кампании и акции партнёров

CVM и инструменты лояльности

Рекламные возможности X5 Media

Инструменты на базе лояльности X5 Клуб



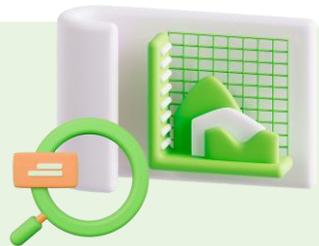
# Цели клубов

1



**Создание лояльного пула** покупателей ТСХ с фокусом на покупателей детских, алкогольных и детских товаров

3



**Анализ данных, сегментация и поиск глубоких инсайтов**

2



**Обогащение базы лояльных клиентов глубокими персональными данными и предпочтениями**

4



**Эффективное сопровождение промо- и маркетинговых активностей с вовлечением брендов-партнеров**

5



**Интеграция с инструментом CVM для:**

-  привлечения новых покупателей для бренда-партнера
-  увеличения среднего чека клиентов
-  расширения корзины покупок
-  запуска персональных предложений в целевых категориях
-  проведения федеральных акций
-  создания комфортной среды для покупателей и единения с брендом-партнером

# Участие поставщиков в клубе – пакетное

## Пакет «Maximum»

Срок действия: 3 месяца

Количество пакетов: 2 штуки

Стоимость: 13,6 МЛН ₽ БЕЗ НДС

фактически начисленные баллы за запущенные акции

- Акция для участников Клуба на любой PLU, линейку или бренд x3
- Экспертная статья\* x3
- CVM дайджест клуба 400К контактов x3
- Специализированные тематические подборки x3
- Аудиоролик\* на внутреннем радио, 15 сек., 1 выход в час x3
- Видеоролик\* на плазмах, 15 сек., 1 выход в час x3

Перекрёсток × БК Барный клуб

## Пакет «Medium»

Срок действия: 3 месяца

Количество пакетов: 2 штуки

Стоимость: 9 МЛН ₽ БЕЗ НДС

фактически начисленные баллы за запущенные акции

- Акция для участников Клуба на любой PLU, линейку или бренд x3
- Экспертная статья\* x2
- CVM дайджест клуба 400К контактов x3
- Аудиоролик\* на внутреннем радио, 15 сек., 1 выход в час x2
- Видеоролик\* на плазмах, 15 сек., 1 выход в час x1

Перекрёсток × БК Барный клуб

## Пакет «Start»

Срок действия: 1 месяц

Количество пакетов: 3 штуки

Стоимость: 3,2 МЛН ₽ БЕЗ НДС

фактически начисленные баллы за запущенные акции

- Акция для участников Клуба на любой PLU, линейку или бренд x1
- Экспертная статья\* x1
- CVM дайджест клуба 400К контактов x1
- Аудиоролик\* в магазине, 15 сек., 1 выход в час x1
- Видеоролик\* на плазмах, 15 сек., 1 выход в час x1

Перекрёсток × БК Барный клуб

**БК Барный клуб** для уютных вечеров

**Пушистый клуб**

**Детский клуб** для родителей и их детей



**БАЛТИКА**

**MARS**



**SPLAT**

**NOVABEV GROUP**

**Mondelēz International**

**PURINA**



**H&N Health & Nutrition**

**Перекрёсток**

О нас

Размещение POSm

Дегустации, семплинг, промо-консультации

Федеральные кампании и акции партнёров

CVM и инструменты лояльности

Рекламные возможности X5 Media

Инструменты на базе лояльности X5 Клуб

# Контакты менеджеров

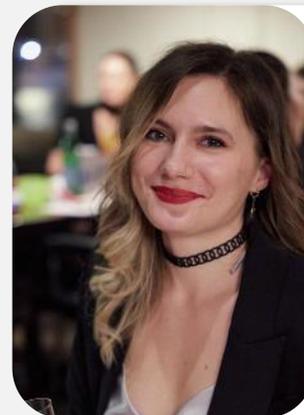


## Норина Мария

Руководитель отдела продвижения инструментов взаимодействия с клиентами

[Mariya.Norina@x5.ru](mailto:Mariya.Norina@x5.ru)

Тел. +7 985 882 70 01



## Никифорова Юлия

Старший менеджер отдела продвижения инструментов взаимодействия с клиентами

[Nikiforova.YN@x5.ru](mailto:Nikiforova.YN@x5.ru)

Тел. +7 909 666 96 88



## Алексеева Василиса

Менеджер по работе с поставщиками и партнёрами

[Vasil.Alekseeva@x5.ru](mailto:Vasil.Alekseeva@x5.ru)

Тел. +7 916 907 83 78

# Рекламные возможности X5 Media





# X5 как Media



24 млн

человек ежедневная аудитория бизнесов X5 Group

>15

различных каналов коммуникации

81 млн

активных пользователей программы лояльности<sup>1</sup>

2 часа

проводят 50% россиян каждый месяц в магазинах X5

№1

ритейлер России по объему выручки и доле за 2023 г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>X5 Group годовой отчет за 2023 г.

<sup>2</sup>InfoLine

# Единое окно рекламных и аналитических возможностей X5

## Инвентарь X5 Media



### Instore

аудио и видео в офлайн-магазинах, брендрование постаматов 5Post

### E-com

Приложения, сайты онлайн-магазинов X5 Group

### Food.ru

Сайт и приложение Food.ru, социальные сети Food.ru

### X5 Blogger

Активации с блогерами и торговыми сетями X5

X5 Media

## Аналитика и сегменты для таргетирования



## Офферы от «X5 Клуб» и «X5 Пакет»



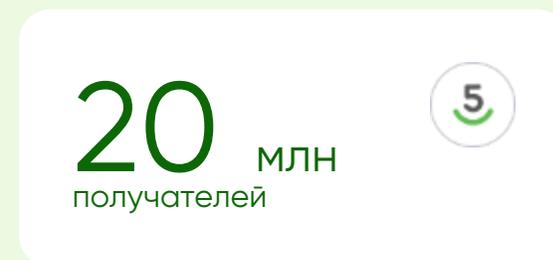
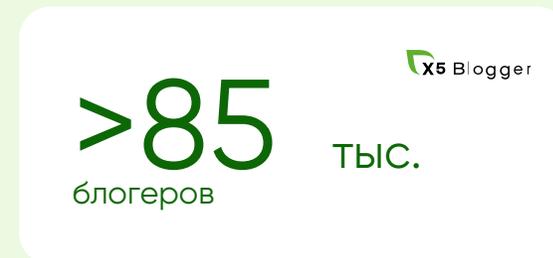
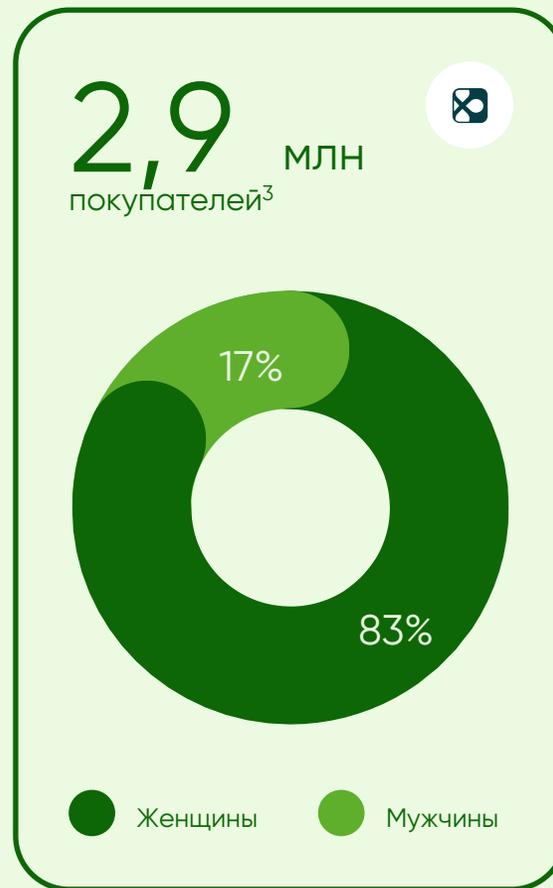
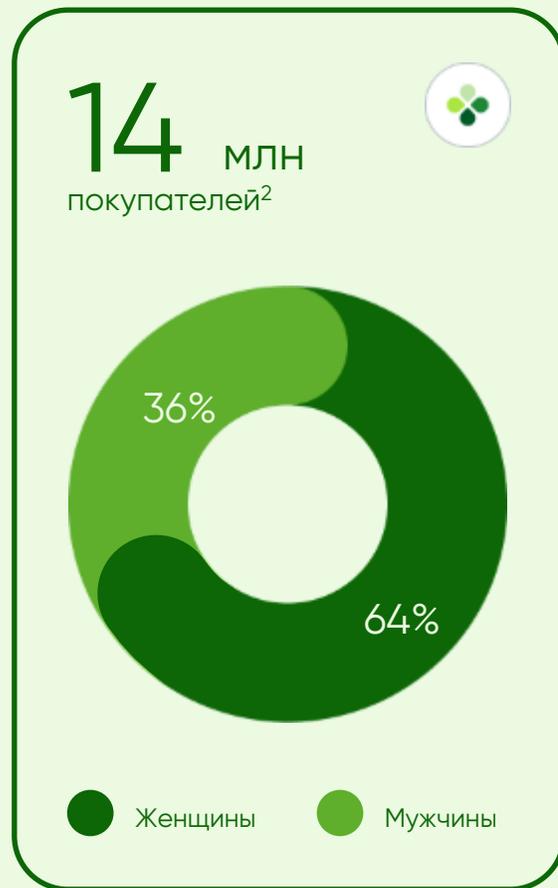
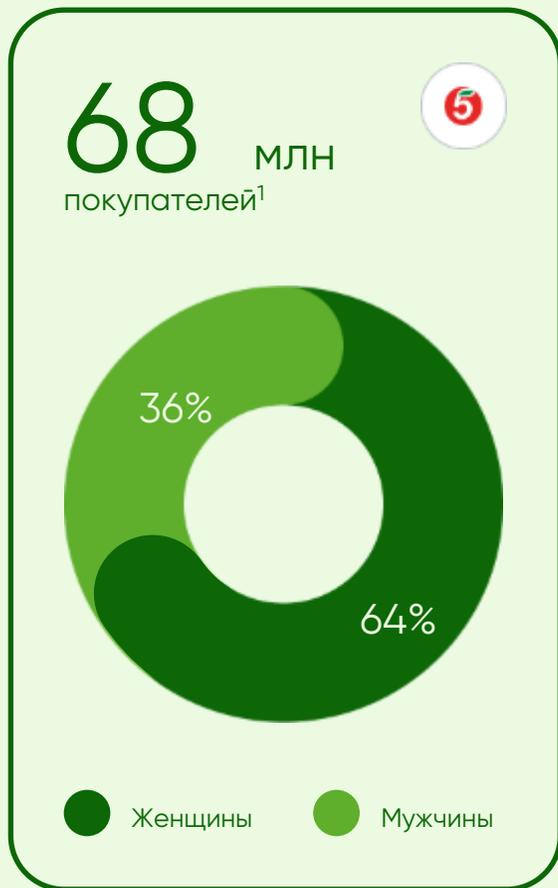
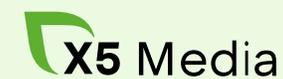
Партнерские офферы

Чековое промо

Брендрование

Ачивки

# RETAIL MEDIA X5 GROUP в цифрах



1 Данные X5 Group: количество активных карт лояльности/ проникновение карт лояльности в трафике

2 Food.ru: общая аудитория сайта, приложения и соцсети

3 Яндекс.Метрика, Google Аналитика

4 Dialog X5/ Insights



О нас

Размещение POSm

Дегустации, семплинг, промо-консультации

Федеральные кампании и акции партнёров

CVM и инструменты лояльности

Рекламные возможности X5 Media

Инструменты на базе лояльности X5 Клуб

# Видеореклама в магазинах

КАССЫ САМООБСЛУЖИВАНИЯ (КСО). «ПЕРЕКРЁСТОК»

>900 магазинов

с рекламой на КСО

>6 тыс.

экранов на КСО

>14 млн человек

ОХВАТ В МЕСЯЦ

>54 млн

OTS



# Видеореклама в магазинах

ЭКРАНЫ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ. «ПЕРЕКРЁСТОК»

>500 магазинов

>1 тыс.

экранов  
во всех регионах России в торговом зале

>7 млн человек

охват в месяц

>57 млн

OTS



# Аудиореклама

САМЫЙ ОХВАТНЫЙ ИНСТРУМЕНТ RETAIL MEDIA



22 ТЫС.

Магазинов «Пятерочки»  
оборудованы радио



730

Магазинов «Перекрёстка»  
оборудованы радио



18 МЛН

Дневной охват Радио  
в магазинах «Пятерочки»  
и «Перекрёстка» по всей РФ

# Instore: умное планирование

## ПОДХОДЫ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ INSTORE РАЗМЕЩЕНИЙ

### По целевой аудитории

01

Таргетируемся на наиболее аффинитивные магазины по параметрам:

1. Пол
2. Возраст
3. Доход (высокодоходная аудитория, эконом-покупатели)
4. Социальное положение (пенсионеры, студенты)
5. Семьи с детьми

### По характеристикам торговой точки

02

Таргетируемся вплоть до каждой торговой точки по следующим параметрам:

1. Населенный пункт
2. Конкретные адреса
3. Величина торговой площади

### По дистрибуции поставщика

03

Таргетируемся на магазины, где представлены товары Рекламодателя

### По потенциалу для роста продаж

04

Проводим глубокую аналитику продаж в каждой торговой точке. Выявляем магазины с наибольшим потенциалом для роста продаж категории и бренда

# Offline-to-online механики

РЕТАРГЕТИНГ НА АУДИТОРИЮ ИЗ INSTORE В DIGITAL

01.

Охватываем аудиторию в InStore

02.

Передаем аудиторию на диджитал-площадки (ВК, Яндекс и др.)

03.

Догоняем онлайн аудиторию, видевшую рекламу в офлайне

Преимущества механики:



Увеличение количества касаний с покупателем



Возможность приводить офлайн-покупателей на сайт клиента

# Приложение «ПЕРЕКРЁСТОК ДОСТАВКА»

КОММУНИКАЦИЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В ОНЛАЙН-МАГАЗИНЕ

\*Данные на 30.06.2024 года

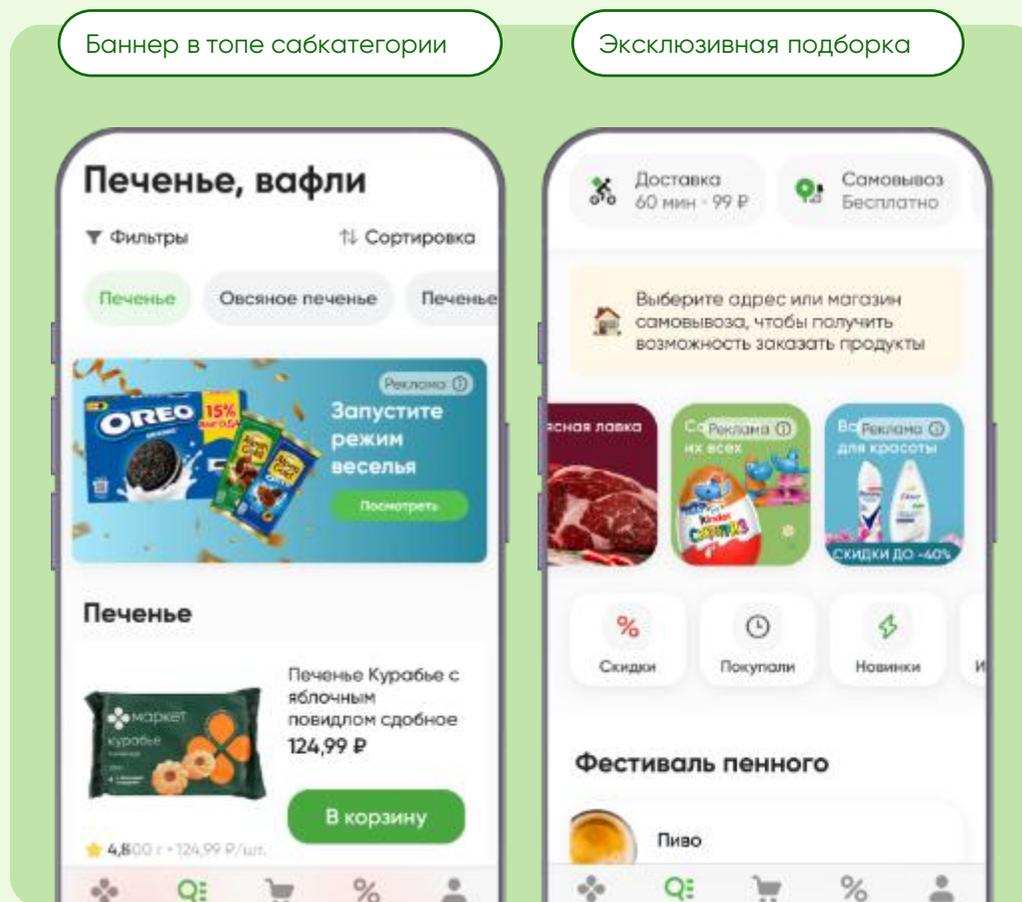
## Охват и знание бренда

- ✓ Истории
- ✓ Эксклюзивная подборка
- ✓ Баннер в топе субкатегории
- ✓ Внутрикатегорийный баннер
- ✓ Плитка «Что интересного»

Подробная информация о форматах в отдельной презентации, которая предоставляется по запросу.

Баннер в топе субкатегории

Эксклюзивная подборка



2 133 руб.  
Средний чек

>4,3 млн  
MAU\*

>596 тыс.  
DAU\*

# Приложение «ПЕРЕКРЁСТОК ДОСТАВКА»

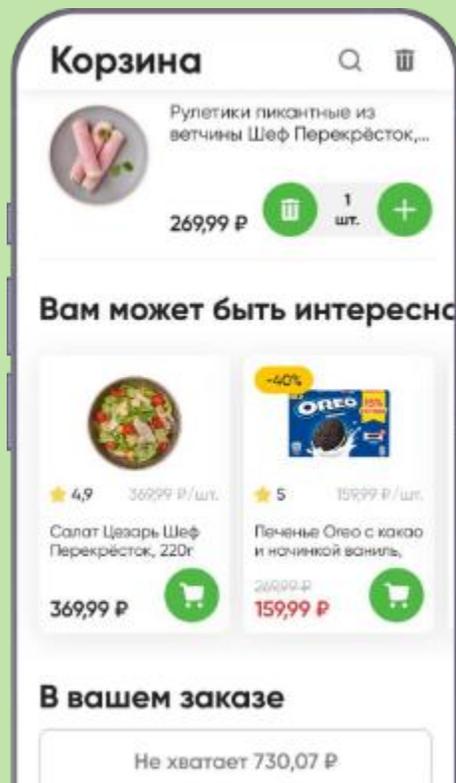
КОММУНИКАЦИЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В ОНЛАЙН-МАГАЗИНЕ

## Конверсии

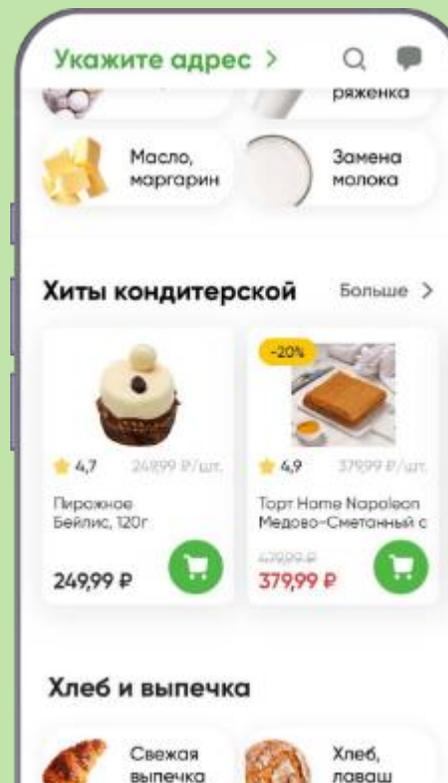
- ✓ Карусель товаров
- ✓ Рекомендации в корзине
- ✓ Увеличенная карточка товара
- ✓ Участие в сезонной подборке
- ✓ Интеграции в сезонную категорию
- ✓ Промокоды

Подробная информация о форматах в отдельной презентации, которая предоставляется по запросу.

Рекомендации в корзине



Карусель товаров



Сезонная категория. Выкуп «чипса»



Продвижение на Food.ru

# FOOD.RU — ЭТО



> 24 млн

охват медиаплатформы Food.ru (сайт, приложение и социальные сети)\*



1-2 место

рейтинг приложения по запросу «рецепты»\*\*



> 60 %

контента, создано пользователями за последний год

Сайт

8,3 млн  
MAU

Социальные сети

15 млн  
охват

Приложение

955 тыс.  
пользователей

\*Данные на январь 2024; \*\* 1 место – Google Play; 2 место – App Store

 Перекрёсток

О нас

Размещение POSm

Дегустации,  
семплинг, промо-  
консультации

Федеральные кампании и  
акции партнёров

CVM и инструменты  
лояльности

Рекламные возможности  
X5 Media

Инструменты на базе  
лояльности X5 Клуб



# Медиаплатформа о еде FOOD.RU

САЙТ FOOD.RU

01

СОЦСЕТИ FOOD.RU

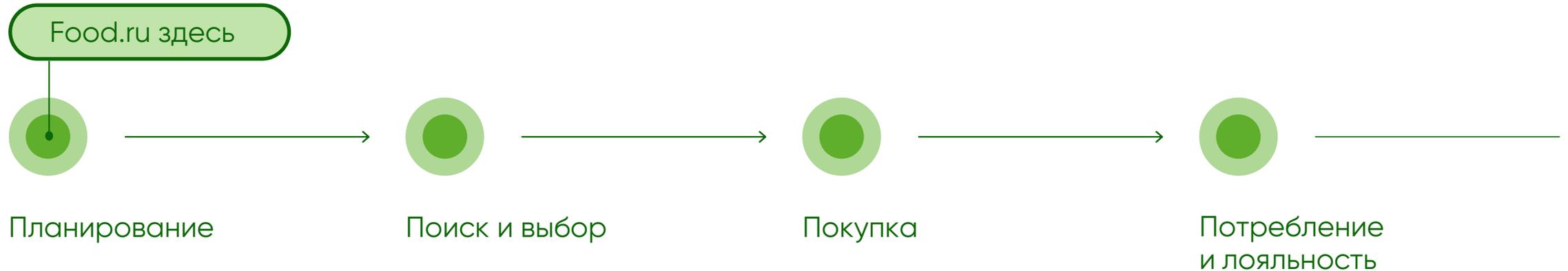
02

ПРИЛОЖЕНИЕ FOOD.RU

03

## Роль медиаплатформы

Формируем изначальную потребность у аудитории и вдохновляем на покупку полезным и интересным контентом



# Возможности для продвижения



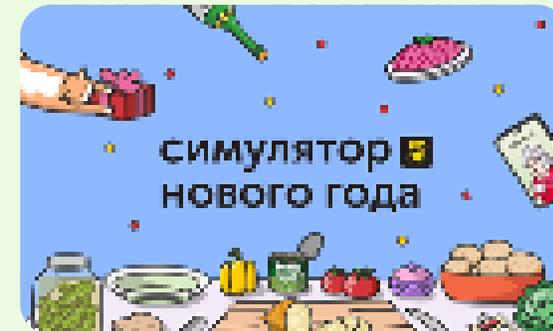
Статьи



Рецепты от редакции



UGC-контент



Спецпроекты



Интеграции в шоу



SMM, CRM



Баннерная реклама

Любой бренд может быть интегрирован в контент

# Наши кейсы

## «ПРОСТОКВАШИНО»

Спецпроект с необычными рецептами и продуктами бренда «Простоквашино»

[ССЫЛКА](#)



# 114%

выполнение плана по посетителям

# 46%

посетителей заходили более 1 раза

# 10%

пользователей, посмотревших рекламу, стали для бренда новыми покупателями, совершившими конверсию

# X5 – на каждом этапе пути покупателя

ПЛАНИРОВАНИЕ

ПОИСК / ВЫБОР

ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ



МЕДИАПЛАТФОРМА О  
ЕДЕ FOOD.RU



X5 DIGITAL  
САЙТЫ И ПРИЛОЖЕНИЯ  
ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ X5



«X5 КЛУБ»  
ЕДИНАЯ  
ПРОГРАММА  
ЛОЯЛЬНОСТИ



X5 DIGITAL  
САЙТЫ И ПРИЛОЖЕНИЯ  
ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ X5



ОФЛАЙН МАГАЗИНЫ



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ  
ПАРТНЕРСТВА  
ПОД КОНТРОЛЕМ X5



X5 DIALOG  
АНАЛИТИКА ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ



«X5 КЛУБ»  
ЕДИНАЯ ПРОГРАММА  
ЛОЯЛЬНОСТИ



DARK-KITCHEN,  
ДОСТАВКА СУШИ  
«МНОГО ЛОСОСЯ» И  
ГОТОВЫЕ БЛЮДА  
В МАГАЗИНАХ X5



X5 ПАКЕТ  
ПОДПИСКА  
И СЕРВИС СКИДОК



АПЕЛЬСИН  
ЕДИНАЯ ПРОГРАММА  
ЛОЯЛЬНОСТИ X5,  
БИЛАЙН, АЛЬФА



5POST  
ЛОГИСТИЧЕСКИЙ  
СЕРВИС



# Контакты менеджеров

По всем вопросам маркетинговых инструментов X5 Media

[ads@x5.ru](mailto:ads@x5.ru)

Механики для  
поставщиков на базе  
программы лояльности  
«Х5 Клуб»



# Кросс-сетевое собственное промо с розыгрышем призов

Акция, в которой участникам необходимо совершать покупки товаров-участников партнера в супермаркетах «Перекрёсток», магазинах «Пятёрочка» и доставках обеих торговых сетей для участия в розыгрышах ценных призов

- Кросс-сетевой формат участия
- Без загрузки чеков – покупки с картой лояльности
- Анонсирование механики как в контуре X5 Клуба, так и в контуре обеих ТС

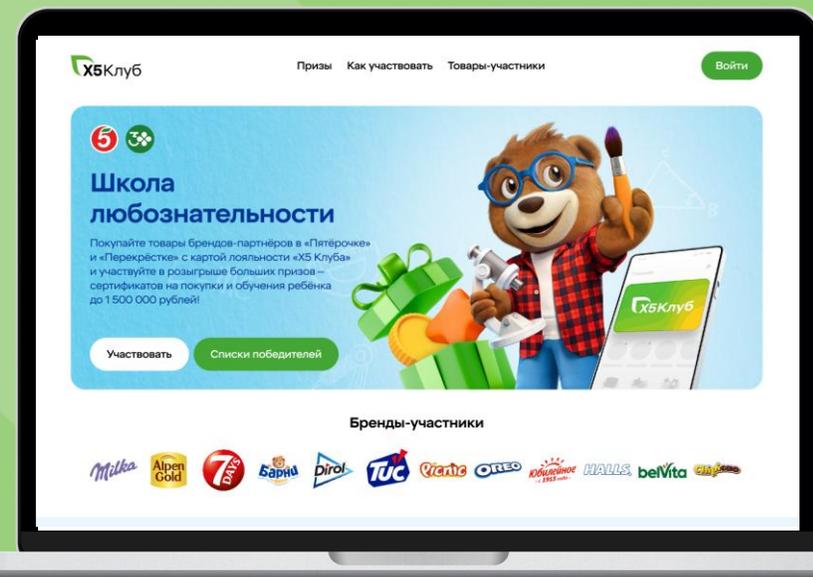
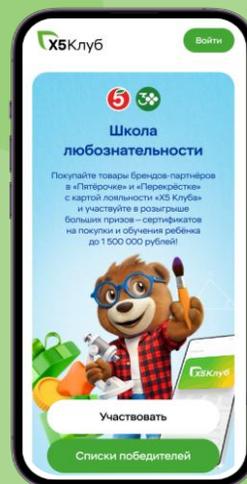
Стоимость участия состоит из:

## Пакетное предложение

В зависимости от сложности механики и длительности акции

## Анонсирование проекта

В зависимости от выбранных форматов



О нас

Размещение POSm

Дегустации,  
семплинг, промо-  
консультации

Федеральные кампании и  
акции партнёров

CVM и инструменты  
лояльности

Рекламные возможности  
X5 Media

Инструменты на базе  
лояльности X5 Клуб

# Кэшбек за покупку товаров партнера на витрине сервиса «Пакет»

Оффер, действующий в период акции только для активных подписчиков сервиса – наиболее лояльной аудитории единой программы лояльности «Х5 Клуб»

- Канал для работы с наиболее лояльной аудиторией программы лояльности
- Кросс-сетевой формат участия
- Анонсирование механики в контуре сервиса ([сайт сервиса](#), витрина сервиса в МП ТС, CRM, SMM)

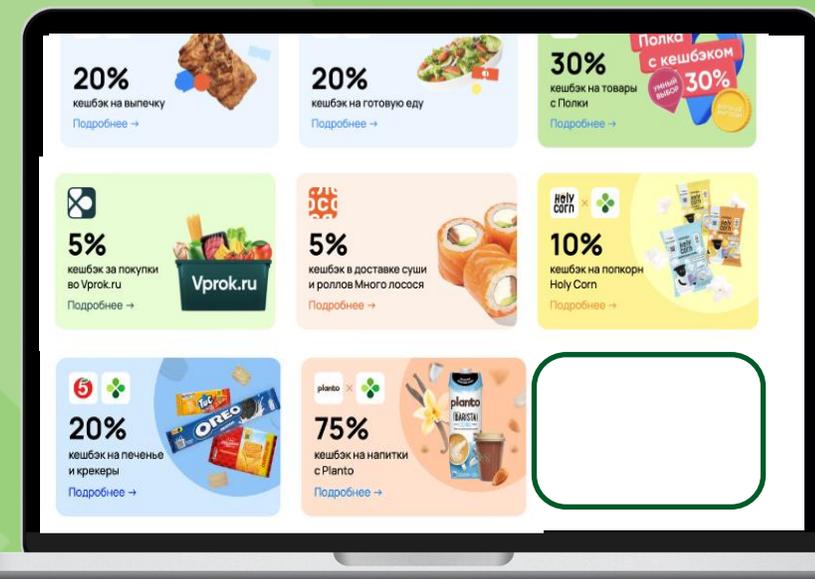
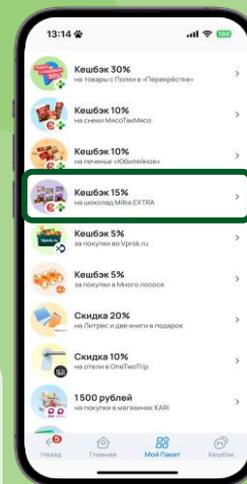
Стоимость участия состоит из:

## Пакетное предложение

В зависимости от объема анонсирования

## Компенсация баллов

По результатам акции



# «Полка с кешбэком» – опция усиления эффекта от ДТО

phygital активация, при которой покупателю с активной подпиской на сервис «Пакет» доступен кешбэк на товары со специальной Полки в магазине

- Дополнительная представленность Бренда offline
- Мотивация кешбэком за покупку товаров с Полки
- Анонсирование механики online ([сайт сервиса](#), SMM, CRM)

Стоимость участия состоит из:

**Аренда стоек ДТО**

В соответствии с КУ поставщика

**Активация опции**

15 000 р / стойка

**Компенсация**

**баллов**

По результатам акции

 Перекрёсток

О нас

Размещение POSm

Дегустации,  
семплинг, промо-  
консультации

Федеральные кампании и  
акции партнёров

CVM и инструменты  
лояльности

Рекламные возможности  
X5 Media

Инструменты на базе  
лояльности X5 Клуб



# Контакты менеджеров

По вопросам участия в механиках  
X5 Клуба и сервиса «Пакет»



**Хрусталёва Анастасия**

Руководитель направления  
«Развитие продуктов лояльности  
X5 для поставщиков»

[Anas.Khrustaleva@x5.ru](mailto:Anas.Khrustaleva@x5.ru)

По вопросам участия в механике «Полка с  
кешбэком»



**Чугунов Михаил**

Руководитель направления  
"Развитие товарных механик  
подписки X5"

[Mikhail.Chugunov@x5.ru](mailto:Mikhail.Chugunov@x5.ru)