



# ПРОД

www.prod-expo.ru



11-15  
февраля

08

## Пятнадцать лет успеха

В течение пяти дней, с 11 по 15 февраля, в Экспоцентре пройдет крупнейшая в России и Восточной Европе отраслевая выставка «Продэкспо» – самый авторитетный ежегодный смотр в сфере продовольствия. На форуме, которому в этом году исполняется 15 лет, по традиции определяется ближайшее будущее российского рынка продовольственных товаров



В течение 15 лет «Продэкспо» проводится с неизменным успехом. За высокий уровень организации и весомый вклад в развитие внешнеэкономических связей выставка отмечена престижными знаками UFI и РСВЯ, что подтверждает высокий международный авторитет смотра, его актуальность и значимость для развития российского и мирового продовольственного рынка.

«Продэкспо» универсальна по своей тематике: выставка охватывает все секторы рынка продуктов питания, а также специализированный салон сопутствующего оборудования и упаковки. В дни ее проведения на ЦВК «Экспоцентр» нет пустующих павильонов: заняты все закрытые и открытые площадки – более 75 тыс. кв. м.

Международная выставка «Продэкспо» проводится Экспоцентром при содействии и поддержке Министерства сельского хозяйства РФ и правительства Москвы, под патронатом ТПП РФ. Смотра стал отличной площадкой для делового общения производителей, поставщиков, оптовиков, представителей магазинов и розничных сетей, местом поиска новых партнеров и клиентов.

За годы своего существования ровесник российского продовольственного рынка проект «Продэкспо» сыграл важную роль в процессе формирования и развития продовольственного сектора отечественной экономики. Специалисты уже традиционно воспринимают его как зеркальное отражение реального положения дел на российском рынке продовольствия.

Продвигая на отечественном рынке качественные продукты питания, «Продэкспо» способствует реализации приоритетных наци-

Окончание на с. 2



### Приветствие участникам 15-й международной выставки «Продэкспо-2008»

От имени Министерства сельского хозяйства Российской Федерации приветствую Вас на 15-й международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства – «Продэкспо-2008».

«Продэкспо» – это крупнейшая в Российской Федерации и странах Восточной Европы выставка достижений пищевой и перерабатывающей промышленности. В течение пятнадцати лет она традиционно собирает известные в России и за рубежом предприятия, занимающиеся производством продуктов питания.

С каждым годом увеличиваются выставочные площади, привлекая все большее число участников, которые наглядно демонстрируют лучшие продукты, новейшие достижения и технологии. Разнообразна и насыщена программа деловых мероприятий, определяющая главные ориентиры для развития продовольственного рынка.

Проводимая выставка способствует реализации национального проекта: насыщение продовольственного рынка страны качественной и экологически чистой продукцией.

Минсельхоз России принимает все необходимые меры для поддержки отечественных производителей как на внутреннем, так и на внешнем рынках, привлечения инвестиций и развития инновационных процессов.

Желаю всем участникам, организаторам и гостям выставки «Продэкспо-2008» успешной и плодотворной работы.

Министр сельского хозяйства  
Российской Федерации А. В. Гордеев

### Welcome address to the participants in Prodexpo'2008, the 15th International Exhibition

On behalf of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, I welcome you to Prodexpo'2008, the 15th International Exhibition of Food, Beverages and Food Raw Materials.

Prodexpo is the largest exhibition for the food and food processing industry in Russia and Eastern Europe. Over the 15 years, it has brought together well-known food manufacturers from Russia and abroad.

The Prodexpo Exhibition annually expands attracting more and more participants that demonstrate their best products and latest developments. The Exhibition offers a heavy programme of accompanying events, thus setting the guidelines for further development of the food market.

Prodexpo'2008 contributes to the implementation of a national project aimed at providing the domestic food market with high-quality organic and healthy foods.

The Ministry of Agriculture of the Russian Federation takes all necessary steps to support domestic food manufacturers both at home and abroad, to attract investment and develop innovations.

I wish all Prodexpo'2008 participants, organizers and guests successful and fruitful work.

Alexey V. Gordeev Minister of  
Agriculture of the Russian Federation

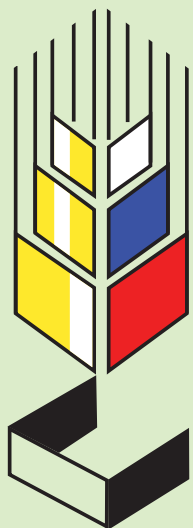
### Лучший продукт – 2008

Министерство сельского хозяйства РФ и компания «Агроэкспервис» в рамках 15-й международной выставки «Продэкспо-2008» проводят дегустационный конкурс «Лучший продукт – 2008» в номинациях: мясопродукты, молокопродукты, плодоовощная, масложировая, хлебобулочная продукция, кондитерские изделия, ликероводочная, винодельческая продукция, пивобезалкогольные напитки, специи, кофе, чай, мед, пищевые ингредиенты, упаковка и этикетка.

Конкурсная комиссия принимает образцы с 10 по 12 февраля в павильоне № 1, на 2-м этаже.

Конкурс проводится один раз в год и за 15 лет своего существования стал самым престижным дегустационным конкурсом в России. Продукты – лауреаты конкурса награждаются Гран-при, золотыми, серебряными, бронзовыми медалями и дипломами.

Награждение состоится 14 и 15 февраля в конференц-зале «С» павильона № 1.





# ПРОДЭКСПО 08

www.prod-expo.ru



## Приветствие участникам 15-й международной выставки «Продэкспо-2008»

### Дорогие друзья!

Международная выставка «Продэкспо» – самый известный выставочный проект в сфере индустрии продовольствия, который по своим масштабам и коммерческой результативности входит в число ведущих продовольственных салонов Европы.

«Продэкспо» обладает высшими титулами выставочного сообщества – знаками Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), проводится под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Правительства Москвы и отраслевых ассоциаций.

В течение 15 лет этот смотр стабильно развивается, представляя лидерам мировой индустрии продовольствия и российским производителям продуктов питания прекрасную возможность представить широкой аудитории специалистов и потребителей свои самые популярные бренды и перспективные новинки.

Деловая программа выставки в этом году, как всегда, представительна и информативна и включает в себя актуальные отраслевые мероприятия – Всероссийский торговый форум «Стратегические вызовы в российской торговле XXI века», Всероссийский продовольственный форум «Бренд становится хитом. Технологии XXI века», тематические конференции «Алкольный рынок России – 2008», «Напитки-PRO».

Отражая последние тенденции развития мировой индустрии продовольствия, «Продэкспо» способствует продвижению на российский рынок пищевой продукции нового поколения – натуральных, экологически чистых продуктов и напитков, ингредиентов, биологически активных добавок. Для этого в рамках выставки организованы салон здорового питания «НутраОРГАНИК/НутроБИО» и международная конференция «Перспективы развития в России рынка органических и биологически чистых продуктов питания».

Важной составляющей деловой программы выставки являются престижные профессиональные конкурсы, ежегодно выявляющие самые качественные продукты и напитки, которые уже в ближайшее время попадут на стол россиян.

Примите искренние пожелания новых успехов и удачи!

Генеральный директор  
ЦВК «Экспоцентр»  
В.Л.Малькевич

## Welcome address to the participants in Prodexpo'2008, the 15th International Exhibition

### Dear Friends!

The Prodexpo International Exhibition is the most famous food industry exhibition event. Its scale and commercial effectiveness rank Prodexpo among the leading European food trade shows.

The high status of Prodexpo is confirmed by UFI – the Global Association of the Exhibition Industry and RUEF – the Russian Union of Exhibitions and Fairs; the Exhibition proudly carries the labels of the named organizations. Prodexpo is held under the auspices of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation with support from the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, Moscow Government and core industrial associations.

During the 15 years the Exhibition has been steadily developing, providing global food industry leaders and Russian food manufacturers with an excellent opportunity to demonstrate their most popular brands and innovative new food and drink products to numerous professional visitors and consumers.

The Prodexpo'2008 programme of exhibition related events is extensive, as usual, and encompasses seminars, conferences and forums, among which are the All-Russia Trade Forum 'Strategic Challenges in the Russian Trade in the 21st Century'; the All-Russia Food Forum 'Brand is Becoming a Hit. The 21st Century Technologies'; thematic conferences 'The Alcohol Market of Russia'2008' and 'Napitki-PRO'.

Reflecting the latest development trends in the global food industry, the Prodexpo Exhibition contributes towards marketing new-generation food products in Russia, that include organic and healthy foods and drinks, ingredients and dietary supplements. For this purpose, Prodexpo'2008 will be hosting the NutraORGANIC/NutroBIO Salon for healthy nutrition and the International Conference 'Development Prospects for the Russian Organic and Healthy Foods Market'.

Annual prestigious professional contests discovering high-quality foods and drinks, that will soon be available to Russian consumers, form an integral part of the programme of accompanying events.

I wish you every success!

Vladislav Malkevich  
General Director  
Expocentr

## Пятнадцать лет

Окончание. Начало на с. 1

нальных проектов, направленных на повышение качества жизни российских потребителей.

Из года в год увеличиваются экспозиционные площади выставки, расширяется аудитория посетителей и экспонентов.

– За 15 лет истории «Продэкспо» ее состав очень сильно изменился, – рассказывает директор выставки Татьяна Пискарева. – В 1994 году, когда выставка прошла в первый раз, соотношение сил было явно в пользу иностранного участия – 450 экспонентов из 39 стран, и только 70 фирм были российскими. Начиная с 2000 года российское участие стремительно растет. Сегодня иностранные фирмы по-прежнему активно участвуют в «Продэкспо», однако 2/3 наших экспонентов – это российские фирмы. Если в первые годы они представляли преимущественно Москву, Московскую область, Центральный регион, немного Северо-Запад и Юг, то сейчас в «Продэкспо» участвуют все регионы России – от Камчатки до Калининградской области.

– Что касается иностранного участия... Какие страны сегодня наиболее активно участвуют в выставке?

– Прежде всего наши постоянные партнеры на протяжении многих лет – Австрия, Италия, Испания, Германия, Франция, Венгрия, Польша, Нидерланды, Греция, Болгария и т.д.; динамично выходят на выставку страны Юго-Восточной Азии – Китай, Таиланд, Корея, Малайзия, Вьетнам... Активно работают на выставке фирмы из Латинской Америки: Мексика, Аргентина, Бразилия. Сейчас мы наблюдаем, как активизируется ближнее зарубежье, в том числе Украина, Белоруссия, Казахстан, страны Прибалтики... География очень широкая, и нам отрадно работать с представителями этих стран и сознавать, что их отношение к нашей выставке не меняется. Здесь уместно отметить, что 34 страны участвуют на государственном уровне.

– Мы провели небольшой блиц-опрос среди участников выставки. Среди вопросов был и такой: «В какой выставке еще, помимо «Продэкспо», участвует ваша компания?» Большинство респондентов заявили, что «Продэкспо» единственная выставка, на которой они экспонируются... На ваш взгляд, чем обусловлено это предпочтение и как выставке удается оставаться на высоте в условиях постоянно растущей конкуренции?

– Человеку свойственно выбирать лучшее. С самого начала работы выставки мы постоянно поднимаем планку ее качества, создавая новые услуги и совершенствуя уже существующие. В нашей работе мы используем принцип обратной связи – тщательно анализируем результаты опросов посетителей и участников выставки, прислушиваемся к их мнению. Над проектом работают профессионалы, которые знают, что необходимо сделать, чтобы он отвечал потребностям экспонентов и посетителей. Сейчас «Продэкспо» охватывает практически все ниши продовольственного рынка: от обычных продуктов до премиум-класса. Сама структура выставки, построенная по салонному принципу, значительно облегчает работу и повышает ее эффективность. И, конечно же, немаловажный фактор – это представительная аудитория посетителей. На «Продэкспо» приходят люди, принимающие решения, владельцы фирм и топ-менеджеры, другими словами, участники получают от выставки то, что они ожидают, в том числе заключенные контракты, долговременные контакты, и как следствие, затраты на выставку окупаются. Наверное, это и определяет стабильность успеха «Продэкспо».

– Каким образом «Продэкспо» удается собрать интересную и необходимую экспонентам аудиторию посетителей-специалистов?

**WIESHEU** **wolf ButterBack** **AICHINGER**

**Свежая выпечка это просто!**

**ЗАО Алитет, крупнейший поставщик ингредиентов, оборудования, инвентаря, сырья, технологий для кондитерской и хлебопекарной промышленности представляет новый продукт: замороженные слоеные изделия высочайшего качества – Wolf ButterBack.**

г. Санкт-Петербург, тел. +7(812)718-6607  
г. Москва, тел. +7(495)470-2495  
г. Екатеринбург, тел. +7(343)216-0356  
г. Саратов, тел. +7(8452)57-2857  
г. Новосибирск, тел. +7(383)275-9699

**алитет**  
www.alitet.com  
Стенд №73 В40



www.prod-expo.ru

ПРОДЭКСПО 08

## успеха

– Во многом именно благодаря всеобъемлющей рекламной кампании, которую мы проводим. Реклама в специализированных СМИ, в Интернете, по радио и телевидению, а также адресная рассылка по нашей клиентской базе. Эта работа приносит свои плоды. В прошлом году у нас было зафиксировано 113 тыс. посетителей. Это абсолютный рекорд.

– Как развивается «Продэкспо», какую площадь займет выставка в 2008 году?

– Выставка постоянно растет и по количеству квадратных метров, и по числу участников, и даже по количеству салонов, которых на «Продэкспо» уже 16. Все салоны динамично развиваются: и бакалея, чай и кофе, спиртные напитки, консервация, упаковка и т.д. Традиционно одними из самых сильных салонов являются «Мясо и мясопродукты», «Замороженные продукты» и «Молочная продукция», которые обычно располагаются в Павильоне «Форум». В этом году салоны были расширены, специально для них был построен новый временный павильон «Центр-Форум».

В целом по сравнению с первой выставкой, «Продэкспо-2008» увеличила свои показатели в 5 раз. Сегодня экспозиционная площадь выставки составляет около 44 000 кв.м. нетто, в ней участвуют около 2200 экспонентов, представлена продукция из 65 стран Европы, Азии, Африки, Америки и Австралии.

– «Экспоцентр» активно развивает услуги для участников выставок, а что нового предложит «Продэкспо» в этом году?

– Впервые на выставке будет работать онлайн система предварительного назначения деловых встреч – Matchmaking. Для российского выставочного бизнеса такой сервис пока новинка, однако, данная система уже давно и успешно применяется на всех крупных зарубежных выставках. Для такого мега-проекта как «Продэкспо», где огромный поток посетителей-специалистов, очень важно заранее спланировать календарь деловых встреч во время выставки. Система Matchmaking позволяет найти свою целевую аудиторию среди участников и посетителей выставки и заблаговременно договориться о времени переговоров.

Еще одна интересная услуга – обучающие семинары для экспонентов на тему «Эффективное участие в выставке», которые направлены на то, чтобы экспоненты заранее смогли узнать основные этапы подготовки фирмы к участию, спланировать комплекс рекламных и

## 15 ЛЕТ НА ЛИДИРУЮЩИХ ПОЗИЦИЯХ

1994 год дал старт новому выставочному проекту Экспоцентра – «Продэкспо». Тогда в нем участвовало 450 компаний из 39 стран. Доминировали иностранные торговые марки. Ситуация была вполне объяснима: в России в постперестроечное время огромный ресурс производственных мощностей практически сошел на нет. Выставка произвела большое впечатление на посетителей и имела успех среди представителей бизнеса.

1994-1998 годы. Первые годы развития экономики России в новых рыночных условиях. Традиционные схемы планирования производства и распределения товаров перестали действовать, связи были разорваны. С созданием и развитием частных торговых предприятий началось массовое продвижение на отечественный рынок импортных продуктов питания. Впервые россияне смогли воочию увидеть то многообразие продуктов питания, которое предлагает мировой продовольственный рынок.

В 1998 году площадь «Продэкспо» составила более 24 тыс. кв. м. (нетто).

После кризиса 1998 года произошел резкий спад всех показателей выставки. Однако с 2000 года «Продэкспо» снова начинает расти. Сейчас число известных мировых производителей продуктов питания увеличивается с каждым годом. С ними на равных конкурируют российские бренды.

За многолетнюю историю проведения «Продэкспо» наблюдалась постоянная тенденция к росту его основных показателей: число экспонентов увеличилось почти в пять раз, размер выставочной площади – более чем в четыре с половиной, количество стран-участниц достигло 61. В 2007 году было зарегистрировано свыше 45 тыс. посетителей, 86% из них – специалисты и предприниматели.

маркетинговых мероприятий не только в выставочный период, но и до начала выставки, например, технологии привлечения своего целевого клиента на стенд, обучение стендистов, рекламные возможности «Экспоцентра» и многое другое.

Для того чтобы наши посетители не теряли время в очередях за билетами, мы ввели электронную регистрацию. Желающие приобрести билеты теперь могут это сделать через Интернет.

– Чем интересна деловая программа «Продэкспо»?

– Деловая программа выставки всеобъемлющая, она отражает важнейшие проблемы отрасли и ее тенденции. Так, вопросы организации торговли и технологии продвижения товаров будут обсуждаться на третьем Всероссийском торговом форуме «Стратегические вызовы в российской торговле XXI века». В рамках второго Всероссийского продовольственного форума «Бренд становится хитом. Технологии XXI века» свои доклады представят специалисты в области маркетинга и брендинга.

В последние годы в России отмечается растущий интерес к здоровому образу жизни и экологически чистым продуктам. Эти тенденции нашли отражение и на «Продэкспо», так в 2008 году появился новый салон здорового пи-

тания «НутраОрганик/НутраБио», а в рамках деловой программы пройдет конференция «Перспективы развития в России рынка органических и биологически чистых продуктов питания».

Министерством Сельского хозяйства РФ организованы конференции и семинары по проблемам кондитерской и консервной промышленности. будут подведены итоги.

Один из крупнейших салонов «Продэкспо» и самый представительный в России – «Алкогольный салон», в котором представлена продукция известных фирм из Франции, Италии, Испании, Португалии, недавно вышедших на российский рынок Австралии, ЮАР, Чили, и, конечно же, ведущих российских компаний. Деловой программой предусмотрены мероприятия и по этой теме – конференции «Напитки-PRO» и Международный дегустационный конкурс по алкогольной продукции.

В списке конкурсных мероприятий хочется отметить Международный дегустационный конкурс «Лучший продукт-2008», помимо этого пройдут конкурсы «Инновационный продукт Продэкспо – 2008» и «Выбор сетей». Будут подведены итоги конкурса на лучшую упаковку в пищевой промышленности «ПродЭксптра-Пак».

– Как выставка «Продэкспо» собирается отметить свой юбилей?

– Конечно, мы отметим тех участников, которые с нами с самого начала истории «Продэкспо». Но я считаю, лучшей способ отметить 15-летие, это провести юбилейную выставку на достойном уровне, еще раз продемонстрировать нашу успешность и стабильность. Действительно, есть что подытожить, но мы не намерены останавливаться на достигнутом. Надо двигаться вперед, ведь время диктует свои законы, и мы должны идти в ногу с новыми тенденциями, которые появляются на рынке, и демонстрировать их на нашей выставке.

Я хочу от всей души поприветствовать всех участников и посетителей нашей выставки, поблагодарить за интерес, проявленный к этому мероприятию и пожелать успешной плодотворной работы, достижения всех поставленных целей.

## Приветствие участникам 15-й международной выставки «Продэкспо-2008»

От имени Торгово-промышленной палаты Российской Федерации сердечно приветствую всех участников выставки «Продэкспо-2008»!

15-летняя история существования выставки подтверждает ее актуальность и социальную значимость для развития отечественного продовольственного рынка и укрепления позиций национальных производителей сельхозпродукции, для обеспечения продовольственной безопасности нашей страны.

Выставка наглядно свидетельствует о том, что из года в год конкурентоспособность российских продуктов питания растет, расширяется их ассортимент, повышается качество продовольствия.

Уверен, что ежегодная встреча представителей международного продовольственного сообщества в Экспоцентре будет способствовать развитию российского продовольственного рынка, активному продвижению на отечественный рынок натуральных, экологически чистых пищевых продуктов.

Желаю успешной работы!

Вице-президент  
Торгово-промышленной палаты РФ  
С.Н.Катырин



## Welcome address to the participants in Prodexpo'2008, the 15th International Exhibition

On behalf of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation I welcome all participants in the Prodexpo'2008 Exhibition!

The Exhibition's fifteen-year history confirms its significance and social importance for the development of the domestic food market and the strengthening of the position of the Russian manufacturers of agricultural products. The Prodexpo Exhibition is an important event that also serves to provide our country's food safety.

The Exhibition demonstrates that the competitiveness of domestic food products is annually increased. It also shows that the range of products expands and the quality of foods enhances.

I am certain that this annual meeting of global food industry representatives at Exponent Fairgrounds will contribute to the development of the domestic food market and actively promote organic foods to the Russian market.

I wish you successful work!

Vice-President  
Chamber of Commerce and Industry  
of the Russian Federation  
Sergey N. Katyrin

Транзит алкогольной продукции через таможенные, акцизные склады в Латвии. Оклеивка акцизными марками, складирование, услуги экспедитива. Доставка груза от производителя до конечного получателя. Опыт работы более 10 лет.

RKF "ATLAS" sia  
Latvia, Riga, Lubanas 82, LV-1073, тел.: +371 67146231 факс: +371 67146232 e-mail: atlas@warehouse.lv www.warehouse.lv

САМЫЙ ПУТЬ

ЛАТВИЯ РОССИЯ

LOGISTICS CENTER ATLAS ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР



# продЭКСПО 08

[www.prod-expo.ru](http://www.prod-expo.ru)

Events held in the frame of the exhibition / Программа мероприятий в рамках выставки «Продэкспо-2008»

Дата	Время	Название мероприятия	Организатор	Место проведения
11.02.08	14:00–16:00	Международная конференция «Перспективы развития в России рынка органических и биологически чистых продуктов питания»	«Fairex AG» (Швейцария)	Павильон 8, конференц-зал
11–15.02.08	10:00–18:00	Центр «Профессиональное образование и карьера»	ЗАО «Экспоцентр»	Павильон 2, зал 1, Центр «Карьера»
11.02.08	10:00–18:00	Презентация компании	ОАО «Байкалфарм»	Павильон 2, Синий зал
11.02.08	16:00–20:00	Семинар «Перспективы развития консервной промышленности в России»	Минсельхоз России, компания «ОВА»	Павильон 1, зал В
11.02.08	15:00–16:00	Награждение победителей 3-го конкурса на лучшую упаковку и этикетку для пищевой продукции «ПродЭкстраПак-2008»	Центр упаковки, этикетки, дизайна, журнал «Тара и упаковка»	Павильон 7, зал «Панорама»
12.02.08	15:00–18:00	Церемония награждения победителей X Международного дегустационного конкурса алкогольной продукции	ООО «Столичный стиль»	Павильон 7, конференц-зал
12.02.08	15:00–17:00	Презентация продукции компании «Кампбеллс»	ЗАО «Йоостен Продактс Джей – Пи»	Конгресс-центр, Пресс-зал
12.02.08	10:00–18:00	Презентация компании	ОАО «Байкалфарм»	Павильон 2, Синий зал
12.02.08	12:00	Пресс-конференция «Перспективы развития бизнеса компании «Альфред Риттер ГмбХ» в России»	Alfred Ritter GmbH & Co. KG	Павильон 1, зал С
12.02.08	10:00–18:00	Конференция «Состояние и перспективы развития кондитерского рынка России, обеспечение безопасности продукции в свете закона Российской Федерации «О техническом регулировании»	Минсельхоз России, НИИ кондитерской промышленности	Павильон 1, зал А
13.02.08	10:30–13:30	Семинар «Оптимальные технологические решения в фильтрации ликеро-водочной продукции»	ООО «Экспресс-Эко»	Павильон 1, зал А
13.02.08	14:30–17:30	Оптимальные технологические решения при фильтрации вин	ООО «Экспресс-Эко»	Павильон 1, зал А
13.02.08	11:30	Конференция «Состояние и перспективы развития алкогольного рынка в регионах России»	РИА «НАПИТКИ»	Конгресс-центр, пресс-зал
13.02.08	11:45		РИА «НАПИТКИ»	Конгресс-центр, пресс-зал
13.02.08	12:00		РИА «НАПИТКИ»	Конгресс-центр, пресс-зал
13.02.08	13:00	Семинар «Пути решения проблем дистрибьюторов алкогольной продукции»	РИА «НАПИТКИ»	Конгресс-центр, пресс-зал
	13:30		РИА «НАПИТКИ»	Конгресс-центр, пресс-зал
	14:00		РИА «НАПИТКИ»	Конгресс-центр, пресс-зал
13.02.08	12:00	Семинар «Тенденции развития продаж охлажденной продукции из сурими на рынке РФ»	ООО «БалтКо»/«ВИЧЮНАЙ ГРУП»	Павильон 7, комната для семинаров
13.02.08	10:00–18:00	Бизнес-форум «Продовольствие-2008»	Компания «ЭКСПЕРТ Групп»	Павильон 1, зал В
13.02.08	10:00–18:00	Презентация компании	ОАО «Байкалфарм»	Павильон 2, Синий зал
13.02.08	10:30–16:30	Конференция с поставщиками и партнерами компании «Лента»	ООО «Лента»	Павильон 7, конференц-зал
13.02.08	14:00–15:00	Вопросы сертификации Ростест и их решение	РТС «Консалтинг»	Павильон 7, зал «Панорама»
13.02.08	10:00–18:00	2-й научно-практический семинар «Маргарины, майонезы, спреды, пищевые добавки»	ООО «Центр-Продукт», ВНИИ жиров, КубГТУ, УкрНИИ масел и жиров	Павильон 1, зал С
14.02.08	10:00–18:00	Бизнес-форум «Продовольствие-2008»	Компания «ЭКСПЕРТ Групп»	Павильон 1, зал В
14.02.08	10:00–18:00	Презентация компании	ОАО «Байкалфарм»	Павильон 2, Синий зал
14.02.08	16:00–18:00	Церемония награждения победителей международного дегустационного конкурса «Лучший продукт – 2008»	Минсельхоз России, фирма «Агроэкспосервис»	Павильон 1, зал С
15.02.08	12:00–16:00	Награждение победителей международного дегустационного конкурса «Лучший продукт – 2008»	Минсельхоз России, фирма «Агроэкспосервис»	Павильон 1, зал С

Date	Time	Event	Organizer	Location
11.02.08	14:00–16:00	International Conference: Development Prospects for the Organic and Natural Food Market in Russia	Fairex AG	Pavilion 8, Conference Hall
11–15.02.08	10:00–18:00	Professional Education and Career Center	Expocentr	Pavilion 2, Hall 1, Career Centre
11.02.08	10:00–18:00	Presentation	Baikalpharm Company	Pavilion 2, Blue Hall
11.02.08	16:00–20:00	Seminar: Development Prospects for the Russian Canned Food Industry	The Ministry of Agriculture of the Russian Federation, OVA Company	Pavilion 1, Hall B
11.02.08	15:00–16:00	Award Ceremony to honour the Winners of the ProdExtraPack'2008 Contest, the 3rd International Best Food Packaging and Label Contest	The Centre for Packaging, Labels and Design, TARA I UPAKOVKA Magazine (Package and Packaging Magazine)	Pavilion 7, Panoramic Hall
12.02.08	15:00–18:00	Award Ceremony to honour the Winners of the 10th International Alcohol Tasting Contest	Stolichny Stil Company	Pavilion 7, Conference Hall
12.02.08	15:00–17:00	Presentation of Campbell's products	Joosten Products JP Company	Congress Center, Press Hall
12.02.08	10:00–18:00	Presentation	Baikalpharm Company	Pavilion 2, Blue Hall
12.02.08	12:00	Press Conference: Alfred Ritter GmbH in Russia: Development Prospects	Alfred Ritter GmbH & Co. KG	Pavilion 1, Hall C
12.02.08	10:00–18:00	Conference: The State of and Development Prospects for the Confectionery Market in Russia. Provision of Food Safety in the Context of the Law on Technical Regulation	The Ministry of Agriculture of the Russian Federation, the Scientific and Research Institute for the Confectionery Industry	Pavilion 1, Hall A
13.02.08	10:30–13:30	Seminar: Most Efficient Technologies for Alcoholic Beverage Filtration	Express-Eco Company	Pavilion 1, Hall A
13.02.08	14:30–17:30	Most Efficient Technologies for Wine Filtration	Express-Eco Company	Pavilion 1, Hall A
13.01.08	11:30	Conference: The State of and Development Prospects for the Alcoholic Beverages Market in Russia's Regions	RIA NAPITKI	Congress Center, Press Hall
13.02.08	11:45		RIA NAPITKI	Congress Center, Press Hall
13.02.08	12:00		RIA NAPITKI	Congress Center, Press Hall
13.02.08	13:00	Seminar: Solutions to Problems of Alcoholic Beverages Distributors	RIA NAPITKI	Congress Center, Press Hall
	13:30		RIA NAPITKI	Congress Center, Press Hall
	14:00		RIA NAPITKI	Congress Center, Press Hall
13.02.08	12:00	Trends for Chilled Surimi Products Sales Development in Russia	BaltCo Company and VICIUNAI Group	Pavilion 7, Seminar Room
13.02.08	10:00–18:00	Business Forum: Foodstuffs'2008	EXPERT Group Company	Pavilion 1, Hall B
13.02.08	10:00–18:00	Presentation	Baikalpharm Company	Pavilion 2, Blue Hall
13.02.08	10:30–16:30	Conference with suppliers and partners of the Lenta Company	Lenta Company	Pavilion 7, Conference Hall
13.02.08	14:00–15:00	ROSTEST Certification: Problems and Solutions	RTS Consulting	Pavilion 7, Panoramic Hall
13.02.08	10:00–18:00	2nd Scientific Research Seminar: Margarines, Mayonnaises, Spreads and Food Supplements	Centre-Product Company, the All-Russia Scientific Research Institute for Fats, the Kuban State Technological University, the Ukrainian Scientific Research Institute for Oils and Fats	Pavilion 1, Hall C
14.02.08	10:00–18:00	Business Forum: Foodstuffs'2008	EXPERT Group Company	Pavilion 1, Hall B
14.02.08	10:00–18:00	Presentation	Baikalpharm Company	Pavilion 2, Blue Hall
14.02.08	16:00–18:00	Award Ceremony to honour the Winners of the Best Product'2008 International Tasting Contest	The Ministry of Agriculture of the Russian Federation, Agroexposervice Company	Pavilion 1, Hall C
15.02.08	12:00–16:00	Award Ceremony to honour the Winners of the Best Product'2008 International Tasting Contest	The Ministry of Agriculture of the Russian Federation, Agroexposervice Company	Pavilion 1, Hall C



## Владимир Кайшев: «Продэкспо» стимулирует процесс производства высококачественной пищевой продукции»

О развитии российской пищевой промышленности, ее проблемах и достижениях в обращении к участникам 15-й выставки «Продэкспо» рассказал Владимир Кайшев, директор Департамента пищевой, перерабатывающей промышленности и качества продукции Министерства сельского хозяйства Российской Федерации

– Пищевая промышленность России является крупнейшей жизнеобеспечивающей сферой народнохозяйственного комплекса, оказывающей значительное влияние на состояние всей экономики страны. От ее эффективного функционирования зависит уровень продовольственной безопасности и благосостояния народа. В настоящее время в ней насчитывается свыше 30 отраслей, объединяющих более 60 тыс. предприятий и организаций, на которых работает 1,4 млн человек.

За последние годы пищевая и перерабатывающая промышленность, наравне с металлургическим производством и топливной промышленностью, входит в число лидеров по выпуску промышленной продукции, при этом ее доля в структуре обрабатывающих производств России составляет 16,7%, что характеризует ее как одну из ведущих отраслей в реальном секторе российской экономики.

За период с 2000 по 2007 год индекс производства пищевой продукции колебался от 4,4 до 8%. В 2007 году он составил 6,1%. По сравнению с 2000 годом данный показатель вырос на 50,9%.

Пищевая и перерабатывающая промышленность страны наращивает производство пищевой продукции как в целом, так и по важнейшим видам продовольствия.

Если рассматривать темпы роста производства по пятилеткам, как было принято в дореформенный период, то, впрочем, экономически обосновано, так как на протяжении именно этого минимального периода времени можно выявить устойчивость тех или иных тенденций развития в отраслях промышленности, то наиболее высокими темпами за прошедшую пятилетку развивались отрасли, обеспечивающие производство растительного масла, сахара из сахарной свеклы, плодоовощной продукции, пива, безалкогольных напитков, минеральных вод, чая и кофе, где за счет привлечения больших инвестиций введены в эксплуатацию современные производства.

В 2007 году предприятия пищевой промышленности работали устойчиво. Значительно увеличились объемы производства основных видов продовольственных товаров.

Потребление мяса и мясопродуктов на душу населения за последние 5 лет возросло с 50 до 58 кг, молока и молокопродуктов – с 227 до 239 кг в год. Однако среднедушевое потребление с учетом импорта таких важнейших продуктов, как мясо и мясопродукты, молоко и молокопродукты, рыба и рыбпродукты, овощи и фрукты, остается пока еще ниже рекомендуемых рациональных размеров. Наряду с этим потребление таких дешевых продуктов, как картофель и хлебобулочные изделия, превышает рекомендуемые нормы, что связано в некоторой мере с низкой платежеспособностью большей части населения.

Ежегодный дефицит белка в России оценивается специалистами в объеме более 1 млн тонн. Предпринимаемые в настоящее время попытки решить эту проблему за счет производства соевого белка могут только частично покрывать потребности белкового рациона в питании человека. Для сбалансированного белкового питания в первую очередь необходи-

мо потреблять продукты, содержащие белок животного происхождения, который можно получить только за счет переработки животноводческого сырья.

Эта проблема многоуровневая, требующая не только больших финансовых средств, но и значительного временного интервала.

Улучшению состояния животноводческого комплекса страны и, соответственно, сокращению дефицита сырьевых ресурсов мяса и молока для промышленной переработки способствовала реализация мер в рамках приоритетного национального проекта «Развитие АПК» по направлению «Ускоренное развитие животноводства».

Стимулирование развития малых форм хозяйствования относится ко второму направлению приоритетного национального проекта, целью которого является увеличение объема реализации продукции личными подсобными и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (ЛПХ и КФХ), создаваемыми ими сельскохозяйственными потребительскими кооперативами, а также повышение доходов занятых в них граждан.

В рамках национального проекта «Развитие АПК» в 2006–2007 годах создано 742 кооператива по переработке сельскохозяйственной продукции, при этом в 70% из них – переработка мяса и молока является основным направлением деятельности. По данным статистической отчетности, в 2007 году приступили к работе 43% созданных сельскохозяйственных производственных потребительских кооперативов.

В то же время недостаток сельскохозяйственного сырья продолжает оставаться сдерживающим фактором роста отечественного производства продовольствия. Решение этой проблемы будет способствовать реализации ФЗ «О развитии сельского хозяйства» и Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы. Реализация намеченных этими документами мер позволит осуществить устойчивое развитие сельскохозяйственного производства и обеспечить сырьем предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности в достаточных объемах, что позволит снизить импортозависимость по важнейшим продовольственным товарам и особенно животноводческой продукции.

Госпрограммой предусмотрено предоставление субсидий за счет средств федерального бюджета на возмещение части затрат на уплату процентов по кредиту на строительство, реконструкцию и модернизацию мясохолодобоен, пунктов по первичной переработке мяса и молока, включая их холодильную обработку и хранение, а также зерносушилок и овощесортировок. Эти меры позволят более эффективно использовать и перерабатывать заготавливаемую животноводческую продукцию, увеличат ресурсные возможности указанных отраслей перерабатывающей промышленности для насыщения продовольственного рынка страны.

Как известно, основным принципом рыночной экономики, формирующим объем и структуру выпуска продукции, ее стратегию развития, является потребительский спрос. Поэтому



этот фактор и его устойчивый рост выступают важнейшим инструментом, настраивающим производство на динамичное развитие. Падение спроса оборачивается для промышленности стагнацией производства.

Пятнадцатая международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2008» – важнейшее событие на российском рынке продовольствия. Значительно выросла экспозиция ведущих российских производителей продовольствия, в этом году свою продукцию представят свыше 1,4 тыс. предприятий, или 65% всех участников.

Свою продукцию продемонстрируют ведущие предприятия Москвы, регионов России и стран СНГ. Кондитерскую отрасль – фабрики: «Верность качеству», «Звездный», кондитерские комбинаты: «Кубань», «Озерский сувенир», «Волшебница» и др. Хлебобулочные и макаронные изделия – «Сафоновохлеб», «Хлебпром», «Новокузнецкий хлеб», Тульский хлебокомбинат, «Макфа», «Байсад». Мясоперерабатывающую промышленность – крупнейшие мясокомбинаты: «Микояновский», «Таганский», «Дмитрогорское», «Дымовское колбасное производство», «Метатр». Молочную продукцию – московский завод плавящих сыров «Карат», ООО «Невские молокопродукты» и др.

Широкий ассортимент ликероводочной и винодельческой продукции представят московский завод «Кристалл», Серебрянопрудский ЛВЗ, «Рубин», Московский межреспубликанский винодельческий завод, Кизлярский

коньячный завод и др. Участвуют в выставке также новые фирмы и предприятия, торговые дома, производящие и реализующие продукты питания.

В рамках выставки Минсельхозом России будет проведен профессиональный международный конкурс «Лучший продукт-2008», пройдут семинары.

Российские и иностранные специалисты ознакомятся с новейшими достижениями науки и техники во всех отраслях пищевой и перерабатывающей промышленности, которые можно будет внедрить на своих предприятиях. Потребность российских предприятий в высокоэффективных технологиях постоянно растет. К вопросам инвестирования проявляют интерес российские банки и финансовые структуры, коммерческие организации, а также зарубежные компании.

Международный смотр «Продэкспо» стимулирует процесс производства высококачественной пищевой продукции, поднимает уровень требований к качеству продуктов и напитков, попадающих на стол россиян. На выставке представлены практически все известные мировые продовольственные бренды: ведь это не просто смотр достижений, но и, главное, мощный стимул для активизации работы отечественных предприятий.

Желаю всем участникам 15-й международной выставки «Продэкспо-2008» плодотворной работы и дальнейших творческих успехов в решении производственных задач.



## ПЛАН ВЫСТАВКИ СО СХЕМОЙ РАЗМЕЩЕНИЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ САЛОНОВ ПО ПАВИЛЬОНАМ THE THEMATIC SECTORS' LOCATION PLAN IN PAVILIONS

### УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ SIGNS AND SYMBOLS:

- КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛ | МЕРОПРИЯТИЯ  
ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ  
CONFERENCE HALL | BUSINESS PROGRAMM
- ДИРЕКЦИЯ ВЫСТАВКИ  
EXHIBITION MANAGEMENT OFFICE
- БИЗНЕС-ЦЕНТР  
BUSINESS CENTRE
- БИЛЕТНЫЕ КАССЫ  
TICKET OFFICES
- РЕГИСТРАЦИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ  
REGISTRATION OF VISITORS
- ОФИЦИАЛЬНЫЙ КАТАЛОГ  
OFFICIAL CATALOGUE
- АДМИНИСТРАТОР  
ADMINISTRATION
- ОСТАНОВКА АВТОБУСА  
BUS STOP
- КПП  
ENTRANCE
- КАФЕ / БАР  
BAR
- ТУАЛЕТ  
WC
- ТЕЛЕФОН  
TELEPHONE
- МЕДПУНКТ  
MEDICAL AID
- ОБМЕННЫЙ ПУНКТ  
EXCHANGE OFFICE
- КСЕРОКОПИЯ  
COPY CENTER
- СУПЕРМАРКЕТ  
SUPERMARKET
- КИОСК "ПЕЧАТЬ"  
NEWSSTAND
- ЦВЕТЫ  
FLOWERS
- ЗОНЫ ДЕЙСТВИЯ WI-FI  
WI-FI ZONES
- ГАРДЕРОБ  
CLOAC-ROOM
- ЛЕСТНИЦА  
STAIRS



- МЯСО И МЯСОПРОДУКТЫ. ПТИЦА, ЯЙЦО ..... ПАВИЛЬОНЫ ФОРУМ, ЦЕНТР-ФОРУМ, 8 (ЗАЛ 2)  
MEAT AND MEAT PRODUCTS, POULTRY, EGGS ..... PAVILIONS FORUM, CENTER-FORUM, 8 (HALL 2)
- МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ. СЫРЫ ..... ПАВИЛЬОНЫ ФОРУМ, ЦЕНТР-ФОРУМ  
MILK AND DAIRY PRODUCTS, CHEESE ..... PAVILIONS FORUM, CENTER-FORUM
- БАКАЛЕЯ. ЗЕРНОПРОДУКТЫ. МАКАРОННЫЕ ИЗДЕЛИЯ. ПРИПРАВЫ, СПЕЦИИ ..... ПАВИЛЬОН 1 (ЭТАЖ 1 И 2)  
GROCERIES, CEREALS, PASTA; SPICES, KITCHEN HERBS & SEASONINGS ..... PAVILION 1 (FLOOR 1 AND 2)
- РАСТИТЕЛЬНЫЕ ЖИРЫ ..... ПАВИЛЬОН 1 (ЭТАЖ 1 И 2)  
VEGETABLE FAT ..... PAVILION 1 (FLOOR 1 AND 2)
- КОНДИТЕРСКАЯ ПРОДУКЦИЯ. ХЛЕБОПЕКАРНАЯ ПРОДУКЦИЯ. СНАКИ. ОРЕХИ, СУХОФРУКТЫ ..... ПАВИЛЬОНЫ 4, 7 (ЗАЛЫ 1,3,4,5,6)  
CONFECTIONERY, BAKERY PRODUCTS, SNACKS, NUTS, DRIED FRUIT ..... PAVILIONS 4, 7 (HALLS 1,3,4,5,6)
- ЧАЙ, КОФЕ, ТАБАК ..... ПАВИЛЬОНЫ 2 (ЗАЛЫ 1,2,3), 8 (ЗАЛ 3)  
TEA, COFFEE, TOBACCO ..... PAVILIONS 2 (HALLS 1,2,3), 8 (HALL 3)
- РЫБА И МОРЕПРОДУКТЫ ..... ПАВИЛЬОН 1 (ЭТАЖ 1 И 2)  
FISH AND SEAFOOD ..... PAVILION 1 (FLOOR 1 AND 2)
- КОНСЕРВИРОВАННЫЕ ПРОДУКТЫ. СОУСЫ, КЕТЧУПЫ ..... ПАВИЛЬОНЫ 1 (ЭТАЖ 1 И 2), 2 (ЗАЛ 1)  
CANNED FOOD, SAUCES, KETCHUPS ..... PAVILIONS 1 (FLOOR 1 AND 2), 2 (HALL 1)
- СОКИ, ВОДЫ. БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ ..... ПАВИЛЬОНЫ 1 (ЭТАЖ 1 И 2), ЦЕНТРАЛЬНЫЙ, 8 (ЗАЛ 1)  
JUICES, MINERAL WATER, SOFT DRINKS ..... PAVILIONS 1 (FLOOR 1 AND 2), CENTRAL, 8 (HALL 1)
- ИНОСТРАННАЯ КОНСЕРВАЦИЯ. ГАСТРОНОМИЯ. ПРОДУКТЫ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ, ДЕЛИКАТЕСЫ ..... ПАВИЛЬОН 2 (ЗАЛ 1)  
FOREIGN PRESERVING, GASTRONOMY, PRODUCTS FOR RESTAURANTS ..... PAVILION 2 (HALL 1)
- ЗАМОРОЖЕННЫЕ ПРОДУКТЫ. ПОЛУФАБРИКАТЫ ..... ПАВИЛЬОНЫ ФОРУМ, ЦЕНТР-ФОРУМ  
FROZEN FOOD, SEMI-PREPARED FOODS ..... PAVILIONS FORUM, CENTER-FORUM
- АЛКОГОЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ (КРЕПКИЕ СПИРТНЫЕ НАПИТКИ,  
ВИНО, КОНЬЯКИ, СЛАБЫЙ АЛКОГОЛЬ) ..... ПАВИЛЬОНЫ 3, 5, ЦЕНТРАЛЬНЫЙ, 6, 2 (ЗАЛЫ 1,2,3), 8 (ЗАЛЫ 1,"А")  
ALCOHOLIC DRINKS (SPIRITS, WINES, COGNACS,  
SOFT ALCOHOLIC DRINKS) ..... PAVILIONS 3, 5, CENTRAL, 6, 2 (HALLS 1,2,3), 8 (HALLS 1,"A")
- САЛОН СПУТСТВУЮЩЕГО ОБОРУДОВАНИЯ, УПАКОВКИ И УСЛУГ:  
УПАКОВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И МАТЕРИАЛЫ;  
БУТИЛИРОВАНИЕ, СТЕКЛОТАРА; ХОЛОДИЛЬНОЕ, СКЛАДСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ;  
ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И АВТОМАТЫ; ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ ПИЩИ;  
БАРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, КОФЕМАШИНЫ; ТРАНСПОРТНЫЕ, БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ ..... ПАВИЛЬОН 7 (ЗАЛЫ 1,2)  
SALON OF AUXILIARY EQUIPMENT, PACKING AND SERVICES:  
PACKING EQUIPMENT AND MATERIALS; BOTTLING; REFRIGERATION EQUIPMENT, STORAGE EQUIPMENT;  
TRADE EQUIPMENT AND VENDING MACHINES; FAST FOOD EQUIPMENT;  
EQUIPMENT FOR BARS, COFFEE MACHINES;  
FREIGHT AND FORWARDING SERVICES; BANKING SERVICES ..... PAVILION 7 (HALLS 1,2)
- ИНОСТРАННЫЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ ..... ПАВИЛЬОНЫ 2 (ЗАЛЫ 1,3), 8 (ЗАЛЫ 2,3)  
FOREIGN NATIONAL EXPOSITIONS ..... PAVILION 2 (HALL 1,3), 8 (HALLS 2,3)
- ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ ..... ПАВИЛЬОНЫ ФОРУМ, 1, 2 (ЗАЛ 1), 7 (ЗАЛЫ 3,4,5,6), 8 (ЗАЛ "А")  
HEALTH - ENHANCING FOOD ..... PAVILIONS FORUM, 1, 2 (HALL 1), 7 (HALLS 3,4,5,6), 8 (HALL "A")
- НутраОрганик НутраБио ..... ПАВИЛЬОН 8 (ЗАЛ "А")  
NutraOrganic NutraBio ..... PAVILION 8 (HALL "A")

# НОВОЕ ЛИЦО МИРОВОЙ ВОДКИ



## Nemiroff

ТЫ ВЫБРАЛ. МИР ПОДДЕРЖАЛ.



Реклама

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ



# ПРОДЭКСПО 08

www.prod-expo.ru

## ПРОГРАММА\*

ВТОРОЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ ФОРУМ  
**«БРЕНД СТАНОВИТСЯ ХИТОМ. ТЕХНОЛОГИИ XXI ВЕКА»**  
*Маркетинг и хиты продаж. Шквал решений*

Спонсор форума: Microsoft Dynamics

Дата и время проведения:

13 февраля, 14:00–18:00

14 февраля, 10:00–18:00

Место проведения: 8-й павильон, 0-й уровень, конференц-зал

Организаторы: ООО РИА «ИМПЕРИЯ»

Деловые форумы на выставках: «Агропродмаш», «Петерфуд», IFE Fresh Produce, «Интердринк», «Мир детства», «Консумэкспо», Seafood Russia, DrinkExpo, «Агрорусь», «Химия», «Барвиста Украина» и др.

Тел./факс: (812) 327–4918

www.imperiaforum.ru

и  
 АОО BTLSTUDY

Академия решений в области инновационного маркетинга и BTL

Тел./факс: (812) 649–1649

www.btlstudy.ru

### День 1

13:30 – Регистрация участников, welcome coffee

14:00 – Открытие форума

14:00–15:40 – Фокус-сессия: Стратегия и тактика продвижения бренда

Ключевые темы:

– Брендинг. Позиционирование. Создание стоимости бренда силами рекламы и PR

– Продуктовый бренд – 2008

– ATL-технологии продвижения компании. Стратегические ошибки

– Новые требования к старому-новому продукту

– Дизайн-менеджмент: управление дизайном бренда

К выступлениям приглашены:

– Сухенко Алексей Павлович, глава российского представительства и партнер Trout & Partners (T & P), к. э. н.

– Николас Рудольф Коро, член европейского совета директоров международного брендконсалтингового холдинга NEIMS

– Морина Марина Викторовна, генеральный директор, Brand Way

– Самойлова Наталья Викторовна, бизнес-тренер, мастерская эффективного репутационного менеджмента Натальи Самойловой

– Богданов Василий Борисович, главный редактор, журнал «Маркетинг Менеджмент»

– Сташенко Мария, управляющий партнер ORGANICA design consultancy, академический член Design Management Institute (Бостон, США)

15:40–16:00 – Кофе-брейк

16:00–18:00 Фокус-сессия: BTL набирает обороты, или инновационно-активные формы маркетинга

Модератор сессии – Ширяев Вадим, президент Российского BTL-партнерства

Ключевые темы:

– Провокационный и партизанский маркетинг продовольственных товаров

– 20 успешных BTL-проектов по продвижению продовольственных товаров. Готовые решения

– Всегда можно сделать лучше! Практические решения по оценке эффективности BTL-проектов. ОТК – от аудита к оптимизации

К выступлениям приглашены:

– Мандрик Роман, генеральный директор, интернет-лаборатория «Ксан»

– Лейбович Алексей, создатель идеи провокационного маркетинга, R & I Group

– Васильев Максим, ведущий менеджер отдела московских продаж, СДС-ФУДС, дистрибьютор марки Ahmad Tea

– Удалова Кристина, генеральный директор, «Глобал Консалтинг», www.merch.ru

– Жмулева Марина, генеральный директор, соучредитель агентства маркетинговых коммуникаций Ad. Arty

18:00 **БАНКЕТ ДИРЕКТОРОВ С КОНЦЕРТНОЙ ПРОГРАММОЙ**

### День 2

Модератор дня – Сухенко Алексей, управляющий партнер, директор Trout & Partners (Россия)

10:00–10:20 – Презентация книг спикеров

10:20–11:50 – Решения от компаний «Макфа» & «Дека»

– Успешные стратегии разработки нового федерального продовольственного бренда России

– Как достичь известности в короткие сроки. С чего начать и как строить систему продвижения продовольственного бренда

Носов Владислав, заместитель директора по продажам, ОАО «Макфа» (макароны ТМ «Макфа»)

Волков Никита, директор по маркетингу, компания «Дека» (квас ТМ «Никола»)

Выступление экспертов

11:50–12:10 – Кофе-брейк

12:10–13:40 – Решения от компаний Финком & Талосто

– Оптимизация сегментирования рынка. Как съесть слона? Конечно, по кусочкам

– Формирование долгосрочной маркетинговой программы. Идеология опережающего развития

Мозговая Валентина Леонидовна, начальник службы маркетинга, ЗАО «ФК Финком» (орехи ТМ «Орешник»)

Представитель компании «Талосто»

13:40–14:20 – Ланч

14:20–15:50 – Бахетле & ГК Виктория (Квартал, Виктория, Дешево, КЭШ) – Эффективность маркетинговых расходов

– Позиционирование торговой сети. Адаптация программ продвижения под ее посетителей

– Эффективность инвестиций в маркетинг. Как выбрать предложения и составить выгодную программу продвижения в сетях

Шевелев Игорь Валерьевич, директор по маркетингу, розничная сеть супермаркетов «Бахетле»

Макаров Олег Юрьевич, руководитель программ по маркетингу Moscow Business School, экс-директор по брендингу ГК «Виктория»

Выступление экспертов

15:50–16:10 – Кофе-брейк

16:10–17:40 – Решения от Российского BTL-партнерства & Академии BTL Study

– Зарабатывать больше и тратить меньше. Аудит и оптимизация программ продвижения продовольственных товаров

– Инновационный подход к управлению маркетинговыми коммуникациями. Продажи нужно поднимать!

Ширяев Вадим, президент Российского BTL-партнерства, председатель комитета по инновационному маркетингу Гильдии маркетологов

Гирин Максим, эксперт Академии BTL Study, председатель жюри BTL-конкурса «Промоапелсин»

Выступление экспертов

17:40–18:00 – Подведение итогов

\*В программе возможны изменения

## PROGRAM\*

2-nd ALL-RUSSIAN FOOD FORUM  
**«BRAND BECOMES A HIT. XXI CENTURY'S TECHNOLOGIES»**  
*Marketing and Sales Hits. Storm of Solutions*

Forum's Sponsor: Microsoft Dynamics

Date:

February 13, 14:00–18:00

February 14, 10:00–18:00

Venue: Moscow, Expocenter

Organisers: RIA IMPERIA Ltd.

Business forums at the fairs: Agroprod mash, Peterfood, IFE Fresh Produce, Interdrink, Childhood World (Mir Detstva), Consumexpo, Seafood Russia, DrinkExpo, Agrorus, Khimiya (Chemistry), Barvysta Ukraine, etc.

Phone/FAX: (812) 327–4918

www.imperiaforum.ru

and  
 АОО BTLSTUDY

Academy of Innovative Marketing and BTL Solutions.

Phone/FAX: (812) 649–1649

www.btlstudy.ru

### First day

13:30 Registration, welcome coffee

14:00 Opening ceremony

14:00–15:40 Focus-session: Strategy and tactics of brand promotion

Key topics:

– Branding. Positioning. Advertising and PR for creating of brand value

– Foodstuff brand'2008

– ATL – company promoting technologies. Strategic mistakes

– New requirements for old-new Product

– Design-management: management of brand design

Speakers:

– Alexey Sukhenko, Head of Russian representation and Partner of Trout & Partners (T&P), D. Sc.

– Marina Morina, Director General, Brand Way

– Natalya Samoylova, Business-trainer, Natalya Samoylova's Workshop of Efficient Image Management

– Vasily Bogdanov, Chief Editor, Marketing Management Magazine

– Mariya Stashenko, Exective Partner of ORGANICA design consultancy, academic member of Design Management Institute (Boston, USA)

15:40–16:00 Coffee-break

16:00–18:00 Focus session: BTL speeds up or innovative-active marketing forms

Moderator: Vadim Shiryayev, President of Russian BTL Partnership

Key topics:

– Provocative and guerilla marketing of foodstuffs

– 20 successful BTL projects for foodstuff promotion. Ready-to-use solutions

– It always can be done better! Practical solutions for assessment of BTL project efficiency.

Inspection department – from audit to optimisation

Speakers:

– Roman Mandrik, Director General, Internet-laboratory Ksan

– Alexey Lebovich, creator of provocative marketing concept, R & I Group

– Maxim Vasiliev, leading manager of the Moscow sales department, SDS-FOODS, an official distributor of the Ahmad Tea brand

– Vim-Bill-Dann company representative

– Kristina Udalova, creator and ideologist of system of foodstuff merchandising audit system in Russia, www.merch.ru

– Marina Zhmuleva, Director General, co-founder of Ad. Arty marketing communications agency

18:00 **DIRECTOR'S BANQUET with concert**

### Second day

Moderator: Alexey Sukhenko, Managing Partner, Director of TROUT & PARTNERS. RUSSIA

10:00–10:20 Speakers' book presentation

10:20–11:50 Solutions from Makfa & Kvas Nicola company

– New product development

– Sales targets. Communications targets

Vladislav Nosov, Deputy Sales Director, Makfa OAO (spaghetti TМMakfa )

Nikita Volkov, Marketing Director, Deka (kvass TМNicola)

Expert's opinions

11:50–12:10 Coffee-break

12:10–13:40 Solutions from Darya & Fincom

– Market segmentation

– Making of long-term marketing program

Walter Borio, Director General, Darya company

Valentina Mozgovaya, Head of Marketing Service, ZAO FK FINCOM (nuts TМOreshnik)

Expert's opinions

13:40–14:20 Lunch

14:20–15:50 Solutions from X5 Retail Group (Pyaterochka and Perekrstok Network) & supermarket network in Bahetle

– Efficiency of marketing costs

– Development of KPI system (Key Indices of Profitability)

Anatoliy Kiselev, Executive of Media X5, X5 Retail Group

Valentina Dokshina, Marketing Director, Retail network of Bahetle supermarkets

Expert's opinions

15:50–16:10 Coffee-break

16:10–17:40 Solutions from Russian BTL Partnership & Academy of BTL Study

– Efficiency audit

– Innovation approach to management of marketing communications

Vadim Shiryayev, President of Russian BTL Partnership, Chairman of Innovation Marketing Committee of Marketer's Guild

Maxim Girin, Expert of BTL Study Academy, Chairman of BTL Jury – Promoapelsin contest

Expert's opinions

17:40–18:00 Summarizing

\*Some alterations of program can be made





## Сергей Катырин: «Прошедший год был особым»

14 января, накануне открытия первой выставки нового сезона в Экспоцентре, руководство ЦВК познакомило журналистов с итогами прошедшего года



Вице-президент ТПП РФ и председатель совета директоров ЦВК «Экспоцентр» Сергей Катырин отметил, что прошедший год был особенным. И в связи с празднованием 75-летия ТПП РФ – главного акционера Экспоцентра (по словам г-н Катырина, «во многом благодаря Экспоцентру и его коллективу палате удалось сохранить не только свое имя, но и основные направления деятельности»), и в силу успешных результатов самого ЦВК.

«Коллектив сработал очень хорошо, – подчеркнул председатель совета директоров. – По всем показателям, которые планировались, все цифры перевыполнили».

По его словам, «очень неплохие показатели по количеству метров». В 2007 году под выставочно-конгрессную деятельность продано более 700 тыс. кв. м (нетто), что на несколько процентов превышает показатели прошлого года (665 тыс. кв. м), общая же площадь в брутто составила 1,446 млн кв. м (1,181 млн кв. м – в 2006 году).

Проведено 115 выставок (94 – в 2006 году): 33 – собственные проекты ЦВК, 82 – гостевые. Общее число экспонентов – 29,183 тыс. (26,607 тыс.): 17,203 тыс. (59%) – российские, 11,980 тыс. (41%) – иностранные из 108 государств.

По мнению Сергея Катырина, Экспоцентру удалось сделать серьезный шаг вперед и в развитии конгрессной деятельности, причем не только в сопровождении выставок, но и в проведении самостоятельных мероприятий.

По данным первого заместителя генерального директора ЦВК «Экспоцентр» Николая Гусева, с 2002 года общий валовой доход Экспоцентра увеличился в 2,7 раза. Причем 80% – за счет эффективного использования площадей и улучшения сервиса.

Рост дохода в значительной степени обусловлен продолжающимся ростом и основных выставок Экспоцентра, в числе которых «Продэкспо», «Мебель», «Здравоохранение», «Химия»... В частности, «Продэкспо» в прошлом году выросла на 2,5 тыс. кв. м. Площадь выставки составила 42,585 кв. м (нетто), число экспонентов – более 2 тыс. Все эти цифры подтверждены официальным аудитом. «Продэкспо» – одна из 18-ти выставок Экспоцентра, имеющих Знак UFI, и одна из 21-й выставки, имеющей Знак РСВЯ, что подтверждает высокий уровень ее организации и высокое иностранное участие.

К числу динамичных, ярких и успешных проектов можно также отнести и выставку «Агропродмаш». В октябре прошлого года аудиторы зафиксировали: что выставку посетило 18,6 тыс. человек, участвовало 742 компа-

нии, площадь экспозиции составила 22,6 тыс. кв. м. Эта выставка также имеет знаки UFI и РСВЯ.

### Сервис на высшем уровне...

Во время выставки «Связь-Экспокомм» была опробована система предварительного назначения деловых встреч matchmaking, которая теперь действует на всех мероприятиях Экспоцентра. А на выставках «Мебель» и «Здравоохранение» состоялся дебют новой услуги – регистрации через Интернет; ею воспользовались около 2 тыс. специалистов.

Введены обучающие семинары для экспонентов, состоящие из двух частей: знакомство с сервисными службами и обучающий тренинг для повышения эффективности участия в выставках.

«Все, что мы делаем, делается с учетом пожеланий наших участников», – отметил Николай Гусев.

### На своей территории...

Спектр услуг Экспоцентра расширяется одновременно с дальнейшим строительством и реконструкцией самого выставочного комплекса. Он уже стал неотъемлемой частью нового делового центра столицы «Москва-Сити», обеспечивая его важнейшие выставочно-конгрессные функции.

В 2007 году началась полномасштабная эксплуатация 8-го павильона общей площадью 20 тыс. кв. м. А в конце года на границе с парком «Студенец» – строительство 15-этажного офисного здания, которое, помимо прочего, станет еще и восточным входом на территорию ЦВК и стеклянную пешеходную галерею. Она протянется до основного комплекса небоскребов «Москва-Сити» над Экспоцентром между 2-м и 8-м павильонами.

В соответствии с утвержденной в феврале 2007 года постановлением московского правительства городской целевой программой «Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в городе Москве в 2007–2009 гг.» в ближайшие три года предстоит увеличить выставочные площади ЦВК со 135 до 160 тыс. кв. м. Планируется строительство нового конгрессно-выставочного центра площадью 25 тыс. кв. м вдоль Красногвардейского проезда, а также уникального многоэтажного гостиничного комплекса. Проект уже разработан и одобрен общественным градостроительным советом при мэре Москвы. Его автор – Заха Хадид, одна из самых известных в мире архитекторов. В 2004 году она была удостоена самой престижной награды в области архитектуры – Пritzkerовской премии.

## Sergey Katyrin, «Last year was really special...»

On January 14, 2008, the day before the Grand Opening of the first exhibition in the Expo Center, its senior executives announced the official annual results.

Sergey Katyrin, Vice-President of the RF Chamber of Commerce and Industry and Chairman of the Board of Directors of the Expo Center International Exhibition Complex, noted that last year was really special for their team, among other things, because of the 75-th anniversary of the Russian Chamber of Commerce and Industry, being our major shareholder. According to Mr. Katyrin, owing to Expo Center's professional team, know-how and experience, the RF Chamber of Commerce and Industry managed to insure its reputation as well as to expand its scope of activity.

The Chairman of the Board of Directors distinguished the fact that the team was very cohesive and dynamic, having hit all the targets set. «Eventually, the team did over the quota!» – he said.

Besides, Mr. Katyrin noted that he was satisfied with the exhibition space key figures. In 2007 more than 700,000 cubed meters (nett) was allocated for exhibition spaces to offer solid platform for various congresses and exhibitions. These figures overrun the results of the last year by several percent (for reference: in the year 2006 the Center managed to sell 665,000 square meters of demonstration areas). The overall gross exhibition space totaled 1,446,000 square meters (for reference, it totaled 1,181,000 square meters in 2006).

Expo Center was happy to accommodate 115 exhibitions (94 – in 2006). Among them were 33 projects initiated by the Expo Center International Exhibition Complex; and 82 guest exhibitions, i.e. events held on the initiative of participating companies. The overall number of exponents reached 29,183 (26,607 in 2006). Among them 17,203 (59%) were Russian companies and enterprises, while 11,980 (41%) were companies and businesses representing 108 geographical markets.

In the eye of Sergey Katyrin, Expo Center managed to make a big qualitative leap towards the progress of congress activity – not only with regards to exhibition support and maintenance, but also to the organization of independent events and shows.

Nikolay Gusev, Deputy Director General of the Expo Center International Exhibition Complex, since the year 2002 the company's total gross income has increased 2.7 times. It is important to note that 80% of this success is determined by excessive use of exhibition areas and improved services.

What is more, the growth of income is accounted, among other things, for a non-ceasing development of the major and most popular exhibitions held at Expo Center. They are: ProdExpo, Furniture, Public Health, Chemistry and other events. In particular, ProdExpo's exhibition areas increased by 2,5 thousand square meters last year. Its total demonstration space accounted for 42,585 square meters (nett); while the number of participants was more than 2,000 companies and firms. These numbers can be approved by the official auditing.

All in all, ProdExpo is one of the 18 exhibitions conducted at Expo Center that are awarded the UFI mark, being a confirmation of its high level

and top quality. Furthermore, it is one of the 21 exhibitions that are certified by the Russian Union of Exhibitions and Fairs. This signifies its superior quality and a high level of international representatives.

Further on, AgroProdMash is also one of the most dynamic, challenging, bright and successful projects. In October 2006, the auditors testified that the Exhibition was visited by 18,600 guests, while the number of participating companies totaled 742. The exhibition area reached 22,600 square meters. This Show is approved by UFI and the Russian Union of Exhibitions and Fairs.

### Top quality services...

During the SVYAZ-EXPOCOMM Event, a novel system of business meeting preliminary arrangement was test-operated. It is called MATCHMAKING. Today it is used at all shows and events conducted by Expo Center. Meanwhile, at the Furniture and Public Health Exhibitions there was unveiled a new service, i.e. registration via the Internet. It was taken advantage of by approximately 2,000 specialists and experts.

Moreover, recently we have introduced a series of seminars for exponents. These seminars are divided into two parts: introduction with customer care services and educational trainings aimed to enhance the efficiency of their participations in our events.

Nikolay Gusev noted, «We are extending our efforts in numerous directions. Everything we do is done with due consideration of our participants' interests and demands».

### At home...

Expo Center's spectrum of services is greatly expanding together with the renovation of the exhibition complex, being a vital part of the Moscow-City business hub. Thus, the complex helps up to realize our top-priority tasks and objectives related to exhibitions and conferences.

In 2007 we launched a full-scale exploitation of the 8th pavilion, which overall area totals 20,000 square meters. In late 2007 we started a construction project to erect a 15-storey office building right at the boundary of the Students Park. Among other things, this office building is supposed to become an eastern entrance to Expo Center and a glass-covered pedestrian gallery. It will stretch its wings up to the major complex of Moscow-City skyscrapers, right above the Expo Center, between Pavilion # 2 and Pavilion # 8.

According to the Government Decree of February 2007 and under the target program «Development of Exhibition, Fair and Congress Activity in the City of Moscow for the period 2007–2009», the Expo Center International Exhibition Complex is about to expand its demonstration areas from 135,000 up to 160,000 square meters during the nearest three years. We are planning to erect a brand-new congress and exhibition center featuring 25,000 square meters of exhibition space. It will be built along Krasnogvardeysky Proezd. Still further, we are determined to erect a multi-storey hotel complex. This Project is well underway, and was approved by the public town-planning committee that operates under the City Mayor's Office. Zakha Khadid is its author being one of the most renowned and successful architects on the global arena. In 2004 Zakha Khadid got the most prestigious architecture awards – the Pritzker Architecture Prize.



# ПРОДЭКСПО 08

www.prod-expo.ru

## Бренд в честь русских офицеров



Группа компаний «Алкогольные заводы Гросс» выводит на рынок новый коньячный бренд «Слава». Коньяк «Слава» произведен по классической французской технологии из высококачественных коньячных спиртов среднего возраста не менее трех или пяти лет. Обладает полным гармоничным вкусом с характерными ванильно-цветочными тонами в аромате.

Коньяк представлен в среднем ценовом сегменте рынка, его розничная стоимость составит 180–210 руб. за бутылку 0,5 л. Разливается на предприятии «Южная винно-коньячная компания» (Волгоград), входящем в состав ГК «Алкогольные заводы Гросс».

Коньяк «Слава» создан в честь русских солдат и офицеров, которые 18 марта 1814 года победоносно заняли Париж. Они проявили благородство и великодушие, сохранив прекрасный город от пожаров и разрушений. «Слава великодушию!» – восклицали парижане, встречая победителей.

Коньяк «Слава» стал вторым в портфеле коньячных брендов ГК «Алкогольные заводы Гросс». Компания успешно реализует коньяк «Славянский» в среднеценовом сегменте. В 2008 году новый бренд будет выведен на рынок в субпремиальном сегменте.

## Обновленный ассортимент от «Абаско»

ООО «Абаско» – предприятие, выпускающее крупы, каши и пюре быстрого и моментального приготовления. Вся продукция производится по собственной технологии и частично, кроме фасовочного, на собственном эксклюзивном оборудовании.

ООО «Абаско» существует всего семь лет, но за это время компании удалось завоевать достойное место среди лидеров отечественной пищевой промышленности, специализирующихся на продуктах быстрого приготовления. В настоящее время продукция компании продается во всех регионах России, в ряде стран ближнего зарубежья, а также в Германии, США и Израиле.

Продукция «Абаско» поставляется в большинство московских и федеральных розничных сетей. В их числе «7 континент», «Рамстор», «Ашан», «Копейка», «Дикси», «Мосмарт», «Спаг», «Утконос», «Марка», «Остров», «Патэрсон», «Пятерочка».

К 15-й юбилейной международной выставке «Продэкспо-2008» ООО «Абаско» подходит с обновленным дизайном и ассортиментом своего «пилотного» продукта «Овсяные каши АБАСКО» и новой линейкой каш «На скорую руку».

Ознакомиться и попробовать новые вкусы и продукты «Абаско» можно на стенде компании в павильоне № 1 ЦВК «Экспоцентр».



## Новая позиция Cafe Creme Filter Tip Arome



В конце 2007 года состоялся запуск новой позиции в ассортиментной линейке Cafe Creme – Cafe Creme Filter Tip Arome.

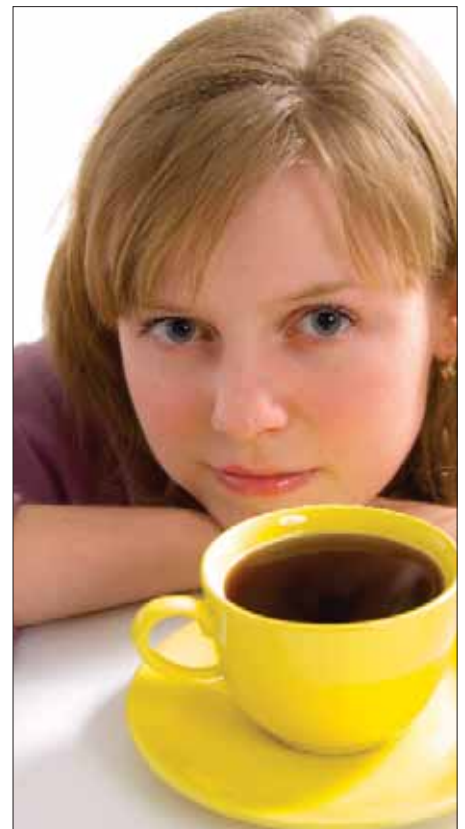
Начинка – южноафриканский, доминиканский и филиппинский табаки, покровный лист – эквадорский. И табак, и покровный лист ароматизированы. Фильтр в мундштуке подчеркивает мягкий вкус сигарилл.

Эксклюзивный дистрибьютор продукции Cafe Creme – ЗАО «ДК Авалон».

## «Майский». Что за фрукт?

В феврале 2008 года компания «Май» выводит на рынок новую ассортиментную линию в быстрорастущем сегменте фруктово-травяных чаев. Новая коллекция «Майского» – это десять комбинаций вкуса. Каждая разновидность составлена из нескольких ингредиентов, например каркаде с клубникой или роза, шиповник и сладкое яблоко. Такое разнообразие и уникальные blends черного и зеленого чая, ароматных трав, фруктов и ягод привлекут даже избалованного любителя чая. Новая линия «Майского» представлена в современном формате пакетиков в сашетах, сегмент которого вырос за прошедший год в два раза!

Новая коллекция «Майского» – абсолютно натуральный продукт без искусственных ароматизаторов и красителей. Подбренд позиционирован в верхней части среднеценового сегмента, имея при этом лучшую цену во всем среднем сегменте чайного рынка и категории фруктово-травяных чаев. Еще одно преимущество для торговых партнеров – мощная рекламная поддержка продукта: задействованы СМИ, Интернет, планируется POS- и промоактивность. Новая линия «Майского» отвечает международным стандартам качества и претендует на лидерство в категории, а значит, и на стабильные продажи.



Компания «Чайгород» приглашает всех, кто заинтересован в покупке элитного китайского, индийского и кенийского чая, а также богатого набора чайных аксессуаров и подарочной упаковки посетить наш стенд 22D74 2 павильон 2 зал – если зашли из первого зала – налево вдоль стены и направо по последнему проходу.

# ЧАЙГОРОД

www.chaigorod.com

Тел: +7 (495) 974-7193, 974-0346, 780-8086.

Мы продаем чай от нескольких килограмм, до целых контейнеров, можем организовать поставку элитной упаковки из жести и картона ручной работы по эскизу заказчика.



www.prod-expo.ru

ПРОДЭКСПО 08

## New Maysky Brand. What is it?

In February 2008 the Mai Company is entering the market with its new product line which is to become a part of the thriving and dynamic segment of fruit and herbal teas.

A new collection of Maysky teas offers 10 flavors, each and every of which is composed of several ingredients. For instance, tea Carcade features strawberry or rose flavors as well as wild rose (briar) and sweet apple flavors.

This rich variety of flavors together with the unique brands of black and green teas, aromatic herbs, fruit and berries will surely capture the attention of the most sophisticated tea lovers and fans. The new Maysky Brand is a modern offer of packaged tea sachets. Their segment is rapidly gaining momentum – just imagine, the

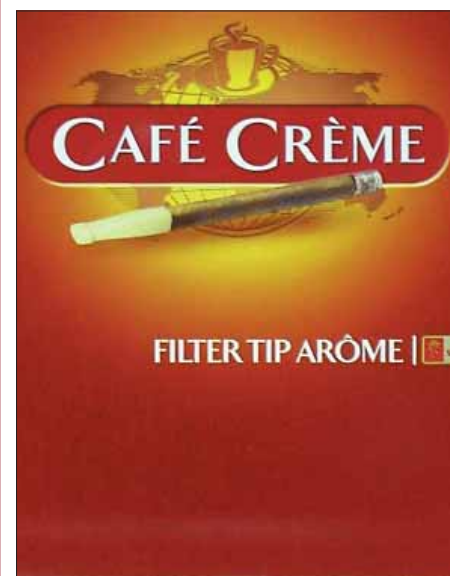
demand has increased twice this year!

A new Maysky tea collection is a brand-new natural product offering no artificial flavors or dye-stuffs. This sub-brand is positioned in the upper average price segment, being one of the most attractive teas in the overall niche of tea market (fruit and herbal tea category). One of the most salient advantages for our trade partners is a strong advertising support of the product, involving mass media and the Internet. Moreover, we are planning to take advantage of POS (point-of-purchase) and promotional activity.

The new Maysky tea collection fulfills all the international quality requirements and has fair chances to hold the leading positions in its category, which secures sustainable sales.



## NEW ITEM: Cafe Creme Filter Tip Arome



At the turn of the year 2007 we witnessed the debut of a new product item in the choice of Cafe Creme – specifically, Cafe Creme Filter Tip Arome.

Its core ingredients are South African, Dominican and Philippine tobaccos, while the wrapper is Ecuadorian-grown. Both the tobacco and the wrapper are aromatized. The filter within the cigarillo holder helps to experience all the flavour advantages.

Avalon DK, CJSC, is an official distributor of the Cafe Creme brand.

## A New Brand in Honor of Russian Army Officers

Alkoholnye Zavody Gross (Gross Alcohol Plants) is a Group of Companies providing the Russian market with a new cognac brand Slava (Fame). This cognac is a true follower of traditional French technologies and is made of superior quality middle-aged cognac spirits (no less than three or five-year old spirits). It offers a unique combination of balanced flavor featuring distinctive notes of vanilla and flowers.

The Cognac comes from an average price market segment. Its retail price ranges from 180 up to 210 rubles per a 0.5 liter bottle. The product is bottled at the Volgograd-headquartered plant called Yuzhnaya Vinno-Konyachnaya Kompaniya



(Southern Wine and Cognac Company), consolidated under the Gross Alcohol Plants Group of Companies.

The Slava Cognac was designed and produced to salute Russian soldiers and army officers who

came off with flying colors after having occupied Paris on March 18, 1814. These men were the ones to have displayed honor and nobility as well as managed to save this beautiful and gorgeous city from fire and destruction. «Let's salute nobility!» – exclaimed the Parisians greeting the winners.

The Slava Cognac became the second entry in the cognac portfolio offered by the Gross Alcohol Plants Group of Companies. Today we successfully distribute the Slavyansky (Slavic) Cognac brand within an average price spectrum. In 2008 we are planning to enter the sub-premium market segment with a new brand.

РАПТИКА



РЫБНЫЕ ДЕЛИКАТЕСЫ

www.raptika.ru

Наша компания – лидер в отрасли производства рыбных пресервов в алюминиевой банке из атлантической сельди и других наименований рыб, а также консервов, не имеющих аналогов ни в России, ни за рубежом.

Мы продолжаем активное расширение ассортимента своей торговой марки «Раптика». Строгий отбор сырья и специй, современное оборудование и ответственность перед потребителем – наша традиция. Опыт высококвалифицированных специалистов позволяет создавать полезные и вкусные продукты, которые смогут удовлетворить даже самого взыскательного покупателя.

## Abasko's updated product line

Abasko LLC produces instant grains, cereals, porridges, and mashed potatoes. We have developed unique technologies for every product and enjoy our own exclusive equipment (apart from filling machines).

Abasko has been playing in the market for 7 years. Throughout these years, we have managed to take one of the leading positions among national food manufacturers focusing upon instant products. Currently, our products are distributed in Russia and some CIS countries as well as in Germany, the USA and Israel.

Abasko's products are delivered through the major part of Moscow and federal retail branches. Among

them are Sedmoy Kontinent (The Seventh Continent), Ramstor, Auchan, Kopeika, Dixie, MosMart, Spar, Utkonos, Marka, Ostrov, Paterson and Pyaterochka.

Abasko is approaching its 15th anniversary celebrations with a new design and an updated product list to be demonstrated at the ProdExpo-2008 Exhibition. Specifically, its product mix was supplemented by its pilot project ABASKO Porridges and a new mush offer «Na skoruyu ruku» (Hurry-Scurry).

At our Stand in Pavilion # 1 you will be offered plenty of opportunity to learn our new flavors and products as well as to taste everything you would like. Welcome!



ТЕРМОУСАДОЧНАЯ  
ЭТИКЕТКА

WWW.EXIMPACK.RU

Все параметры в норме!

Санкт-Петербург  
(812) 449 8410 sales@eximpack.ru



EXIMPACK



# ПРОДЭКСПО 08

www.prod-expo.ru

## «Инновационный продукт «Продэкспо-2008»

Второй год в рамках выставки «Продэкспо» будет проходить конкурс «Инновационный продукт «Продэкспо-2008».

Организаторами конкурса являются ЗАО «Экспоцентр», ООО «Империya», при поддержке Ассоциации отраслевых союзов АПК «АССАГРОС» и патронате ТПП РФ.

Генеральные информационные партнеры конкурса: издательство «Пищевая промышленность», интернет-каталог продуктов питания Goods Matrix.

Конкурс проводится в целях выявления и продвижения на потребительском рынке России продуктов питания с новыми или усовершенствованными потребительскими качествами.

### Конкурс призван:

- пропагандировать инновационные технологии, дающие качественные изменения продукта - повышение потребительских качеств продуктов питания, удобство использования и хранения продукта, уменьшение стоимости;
- выявлять и пропагандировать продукты-лидеры в отраслях по комплексным показателям;
- способствовать продвижению качественной продукции на российском рынке с учетом в том числе реализации национального проекта «Здоровье нации».

Эксперты конкурса: ГУ НИИ питания РАМН (Москва), МГУ прикладной биотехнологии (Москва), МГУ пищевых производств (Москва), СПбГУ низкотемпературных и пищевых технологий (Санкт-Петербург), ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова РАСХН, ГНУ НИИ кондитерской промышленности РАСХН, АПК «АССАГРОС», НО «Союз производителей пищевых ингредиентов», НО «Национальный союз участников алкогольного рынка», представители ведущих ассоциаций производителей продуктов питания.

### Конкурс проходит по 4 номинациям:

1. Инновации в технологии.
2. Инновации в составе продукта.
3. Инновации в упаковке.
4. Инновации в удобстве потребления - convenient food.

К участию в конкурсе допускаются продукты питания, произведенные на территории РФ или экспортируемые в РФ, реализуемые в российской розничной торговле с 2007 года и ранее.

Компания - участница конкурса имеет право выставить до 3-х (включительно) видов продукции, соответствующих указанным выше требованиям.

Конкурс проводится с 11 по 13 февраля 2008 года во время работы выставки «Продэкспо».

Итоги работы конкурсной комиссии обнародуются на церемонии награждения 13 февраля 2008 года и на сайтах ООО «Империya» и ЗАО «Экспоцентр», издательства «Пищевая промышленность», в интернет-каталоге продуктов питания Goods Matrix.

Продукты - победители конкурса награждаются золотыми и серебряными медалями и правом нанесения на упаковку, почетными дипломами.

## Участники конкурса «Инновационный продукт «Продэкспо-2008».

### Participants of the ProdExpo-2008 Product Innovation Contest

ЗАО «Агропродукт»  
Agroproduct, CJSC



Блин дог, Pancake «Dog», Пельмени «Коррида» Pelmeni (ravioli) «Korrida» (Bullfight) Котлеты картофельные Potato patties

ООО «Айдиго»  
Aydigo, LLC



Линейка «Айдиго-Паста» Product line «Aydigo Paste» Серия «Айдиго-Букет» Product brand «Aydigo Bouquet» Серия «Айдиго Ти-Лайф» Product brand «Aydigo Tea Life»

ООО «Акульчев»  
Akulchev, LLC



Вафли сливочные «Криpsy» Butter wafers «Cripsy» Вафли сливочные «Крамблы» Butter wafers «Crumbles» Вафли мягкие «Венские» с птичьим молоком и черносливом Soft wafers «Venskije» (Viennese) featuring pigeon milk and dried plums

ЗАО «Алев»  
Alev, CJSC



Функциональный йогурт Functional Yoghurt «Normula Beauty» «Normula Harmony» «Normula Aktive»

ООО «Байрос»  
Bayros, LLC



Пиво Фленсбургер «Вайцен» Flensburg Beer «Weissen» Пиво Фленсбургер «Голд» Flensburg Beer «Gold» Пиво Вичвуд «Гоблин» Pivo Vichvud «Goblin» Wichwood Beer «Goblin»

ООО «Глобус-Трейд»  
Globus-Trade, LLC



Карамель «ЖилейКа», «Варёная сгущенка» Caramel «ZhileyKa», «Caramelized Milk» Конфеты «Симбирские узоры» Sweets «Simbirsk Patterns»

ЗАО Группа компаний «Метарус»  
Metarus Group of Companies, CJSC



Легковскрываемые жестяные крышки с кольцом для консервов Easily opened tin lids and covers with a special ring for canned foods

ООО «Интерсовт-сервис»  
Intersovt-service, LLC



Тан «Зов» Tan «Zov» Айран «Зов» Ayran «Zov» Лимонад «Виват» Lemon soda «Vivat»

ООО «Капитан Немо»  
Captain Nemo, LLC



Икра трески Codfish roe Паштет из печени и икры трески Paste made of codfish liver and roe Печень трески по-мурмански Codfish liver - Murmansk style

ООО «Крафт»  
Kraft, LLC



Водка «Три реки чистая» Vodka «Three rivers - pure» Настойка горькая «Три реки выдержанная» «Три реки лёгкая» Bitters «Three rivers - mature» «Three rivers - light»

ООО «Гудвилл»  
Goodwill, LLC



Хлопья ячменные (350 г) Instant barley flakes (350 grams) Хлопья пшеничные (250 г) Instant wheaten flakes (250 grams) Хлопья гречневые (вес 250 г) Instant buckwheat flakes (250 grams)

ООО «Морпродимпорт»  
MorProdImport, LLC



Суши и роллы в ассортименте, замороженные в вакуумной упаковке A rich assortment of frozen sushi and rolls in vacuum packages

«Новшад Фудс»  
Novshad Foods



Чай Monzil (big & elite) (exclusive blend) Tea Monzil (big & elite) (exclusive blend) Tea Monzil (exotic kiss)

ООО «Норман»  
Norman, LLC



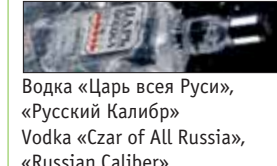
Кофе «Пётр Великий» Императорский помол, Пур Муа, Атташе Ин Кап Coffee Peter the Great imperial milling Pure Muа, Attache In Cup

ООО ТД «Донской Янтарь»  
Donskoy Yantar (Don Amber) TH, LLC



Масло «Пирожковое» «Pirozhkovskoe» butter Масло «Донской Янтарь» для фритюра «Donskoy Yantar» (Don Amber), butter for deep-fat frying and cooking

ООО «Русь-Алка»  
Rus-Alka, LLC



Водка «Царь всея Руси», «Русский Калибр» Vodka «Czar of All Russia», «Russian Caliber»

ЗАО Чайная компания «Надин» VITALITEA «Супер «АОХ»-Бамбук», «Супер «С»-шиповник» «Супер «Са»-жемчуг» Nadin Tea Company, CJSC - VITALITEA «Super «AOH»-Bambuk», «Super «S»-wild rose», «Sa»-pearl»

ООО «Шоколадное озеро» Retrosport молочный с орехом (плитка кондитерская), конфеты «Сладкиш», «Гастроли» Shokoladnoe Ozero (Chocolate Lake), LLC, Milk Retrosport with nuts (chocolate bar), Sweets «Sladkish», «Gastrolis»

ЗАО «Щекинский хлебокомбинат» Вафли «Десертные», печенье «Шакер-чурек Любительский», «Солнышко» Shchekinsky Bread-Baking Complex, CJSC Wafers «Desertnye» (Dessert), Biscuits «Shaker-Churel Lyubitelsky», «Solnyshko» (Little Sun)

ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты» Майонез «Слобода», «ALTERO», Масло подсолнечное «ALTERO», Эколакт, Эконат, Эколад S EFKO Food Ingredients, LLC Olive mayonnaise «Sloboda», «ALTERO», Sunflower «ALTERO» Ecolat, Econat, Ecolad S

ООО «Марьянский рисоизмельчитель» «Тот рис» Красный, «Тот рис» Золотой, «Тот рис» Микс Marianske Rice Mill, LLC, «Tot rice» Red, «Tot rice» Golden, «Tot rice» Mix

ООО ПКФ «Никольское» Соломка рыбная «Никольская» (щука), (толстолобик) Филе толстолобика в/у Nikolskoe LLC, Production and Commercial Firm Fish straws «Nikolskaya» (pickrel), (silver carp), Silver carp fillet

## ProdExpo-2008: Product Innovation

For the second time in a row the ProdExpo Exhibition will see the contest «ProdExpo-2008: Product Innovation».

ExpoCenter CJSC and Imperia LLC have become its official organizers under the auspices of the ASSAGROS APK, being an association of branch unions, as well as under the patronage of the RF Chamber of Commerce and Industry.

Still further, the general information partners of the event are the Food Industry (Pishchevaya Promyshlennost) Publishing House and the Internet-Catalogue offering a diversity of Good Matrix's products.

The contest aims to identify and promote innovation-driven products that feature enhanced demand-satisfying properties.

### The contest is destined to:

- promote innovation-driven technologies that encourage product quality changes, i.e. improvement of demand-satisfying properties, usability (user-friendliness), storage availability and cost reduction.
- identify and promote the most popular and recognized industry products according to complex indexes and factors;
- promote superior quality products in the Russian market with due consideration of, among other things, gradual introduction of the Healthy Nation national project.

The contest experts and evaluators: Research Institute of Nutrition consolidated under the Russian Academy of Medical Sciences (state enterprise, Moscow), Moscow State University of Applied Biotechnologies (Moscow); Moscow State University of Food Production (Moscow), Saint-Petersburg State University of Low-Temperature and Food Technologies (Saint-Petersburg), All-Russian Research Institute named after V.M. Gorbatov operating under the Russian Academy of Agricultural Sciences, State Research Institute of Confectionary Industry consolidated under the Russian Academy of Agricultural Sciences, APK ASSAGROS, Non-Commercial Organization «The National Union of the Alcohol Market Participants» as well as representatives of the leading and top-notch food producers.

The contest experts and evaluators: Research Institute of Nutrition consolidated under the Russian Academy of Medical Sciences (state enterprise, Moscow), Moscow State University of Applied Biotechnologies (Moscow); Moscow State University of Food Production (Moscow), Saint-Petersburg State University of Low-Temperature and Food Technologies (Saint-Petersburg), All-Russian Research Institute named after V.M. Gorbatov operating under the Russian Academy of Agricultural Sciences, State Research Institute of Confectionary Industry consolidated under the Russian Academy of Agricultural Sciences, APK ASSAGROS, Non-Commercial Organization «The National Union of the Alcohol Market Participants» as well as representatives of the leading and top-notch food producers.

### The Contest is held in the following 4 nominations:

1. Technology Innovation.
2. Ingredient Innovation.
3. Package Innovation.
4. Innovation in Consumption Friendliness - convenient food.

All products, manufactured in Russia or imported to the Russian market, are welcomed to take part in the contest. Furthermore, these products must have been distributed through one of the Russian retail networks since the year 2007 or prior to it.

The participating companies are entitled to promote up to three product entries that correspond to the above-mentioned requirements.

The contest is held since February 11 till February 13, 2008 as part of the ProdExpo Exhibition.

The decision of the contest committee will be made public at the official ceremony taking place on February 13, 2008. Besides, this decision will be unveiled at the official web-site of Imperia LLC, ExpoCenter CJSC, Food Industry Publishing House as well as in the Internet-Catalogue featuring the Good Matrix product mix.

The winners will be awarded with gold and silver medals as well as with honorary diplomas and labeling rights.



www.prod-expo.ru

ПРОДЭКСПО 08

## География становится шире

В этом году деловая программа выставки «Продэкспо», организованная компанией «Империя», пройдет под лозунгом «Расширение географии бизнеса!»

Это касается не только Третьего Всероссийского торгового форума «Стратегические вызовы в российской торговле XXI века», который традиционно собирает директоров и собственников продовольственного бизнеса России и стран СНГ, но и эксклюзивного бизнес-мероприятия компании «Империя» – Центра закупок сетей. В этом году Центр приобрел международный статус – помимо закупщиков 50 российских розничных сетей в нем примут участие представители сетей Казахстана, Украины и Белоруссии. Они смогут провести блиц-переговоры о поставках своей продукции в розничные сети России и стран СНГ.

Всероссийский торговый форум на главной продовольственной выставке страны по традиции задает направления развития для российского производителя. Будут оглашены результаты последних исследований в продовольственной сфере России и мира, представлены последние тренды в отрасли и в рознице. Второй день форума посвящен развитию сетевого ритейла. Выступят представители международных, федеральных и региональных розничных сетей. Пройдет мастер-класс ведущего специалиста России по работе с розничными сетями – Петра Офицерова, генерального директора консалтинговой компании Real Work Management. Впервые состоится интерактивная панельная дискуссия «Большие возможности «малых» сетей», с участием Союза независимых сетей России (объединяет 28 сетей Южного, Уральского, Сибирского, Северо-Западного, Приволжского, Дальневосточного и Центрального федеральных округов с общим оборотом около \$1,1 млрд; более 630 магазинов с общей торговой площадью свыше 300 тыс. кв. м, обслуживающих, по данным на декабрь 2007 г., около 800 тыс. покупателей ежедневно), а также Торгово-закупочной системы «Т Три С». Директор Союза Ирина Канунникова и исполнительный директор «Т Три С» Кирилл Евстегнеев расскажут о проблемах «малых» сетей и необходимости их объединения, о практике зарубежных союзов, о том, что дает система «Т Три С» поставщикам и владельцам брендов, кто может стать ее участником, и многое другое. Выступят директора и владельцы розничных сетей – членов Союза.

Второй продовольственный форум «Бренд становится хитом. Технологии XXI века» пройдет в новом формате интерактивных выступлений: два решения одной проблемы, два ответа на вопрос, чем заниматься: разработкой нового товара или продвижением существующего. Лозунг форума «Маркетинг и хиты продаж. Шквал решений». Выступят производители, известные в первую очередь своими хитовыми брендами, а не размерами компаний, те, кто занимается управлением темпом прироста продаж, а не их планированием. Впервые собран поистине звездный состав экспертов – российских и зарубежных гуру маркетинга и консалтинга: Николас Коро, член европейского совета директоров, холдинг Neims (Париж – Сидней – Москва), Григорий Трусов, президент консалтинговой компании «Контакт-эксперт», Олег Макаров, руководитель программ по маркетингу, Moscow Business School, Алексей Сухенко, управляющий партнер, Trout & Partners. Russia,

Вадим Ширияев, президент Российского BTL-партнерства, Игорь Березин, президент Гильдии маркетологов, Игорь Качалов, президент агентства «Качалов и коллеги», Максим Гирин, ведущий эксперт, AOO BTL'STUDY и др. Они будут оценивать решения с точки зрения их эффективности.

Уже несколько лет спонсором форумов является компания Microsoft Динамикс, что говорит о высокой оценке качества этих мероприятий.

Впервые в рамках деловой программы состоится Всероссийский банкет директоров для первых лиц продовольственного бизнеса. Мероприятие соберет около 500 участников – директоров и владельцев, а также топ-менеджеров компаний-производителей, поставщиков, дистрибьюторов и импортеров продуктов питания, розничных продовольственных сетей, маркетинговых, консалтинговых и исследовательских фирм.

Цель банкета (который планируется как ежегодный) – организация контактов, знакомств, встреч, неформальных переговоров в обстановке ресторана итальянской кухни, на высоком уровне, без траты времени на проезд и исключительно «в своем кругу». Для экспонентов «Продэкспо» это дополнительная возможность организовать встречу региональных дистрибьюторов или новых клиентов с экономичным бюджетом. Более 20 видов изысканных закусок и разнообразие горячих блюд от ресторана Dell'Opera в сочетании с великолепным выбором из 30 вин в сопровождении концертной программы с участием Владимира Маркина и группы «Трудное детство» предоставляет прекрасную возможность для плодотворного общения в непринужденной обстановке с конкурентами, партнерами и потенциальными клиентами. Фирма «ОптимумТорг» представит японскую кухню, компания «Сибирский деликатес» пригласит участников на «Сибирский прием», а спонсор банкета компания «Маркин чай» угостит элитным чаем различных сортов.

В рамках выставки компания «Империя» совместно с ЗАО «Экспоцентр» организует два конкурса – «Инновационный продукт» и «Выбор сетей», которые уже зарекомендовали себя как реальные инструменты в продвижении товаров-победителей на рынке России и стран СНГ. «Выбор сетей» с успехом проходит уже три года, но в этом году он вышел на новую орбиту – в жюри вошли участники Центра закупок сетей, представляющие Россию, Украину, Казахстан и Белоруссию.

С каждым годом компания «Империя» углубляет и расширяет деловую программу выставки. Начав в 2006 году с Всероссийского торгового форума, Центра закупок сетей и конкурса «Выбор сетей», организовав в 2007 году Всероссийский продовольственный форум и конкурс «Инновационный продукт», на этот раз компания представляет еще одно бизнес-мероприятие – Всероссийский банкет директоров. Благодаря поддержке ЗАО «Экспоцентр» и дирекции выставки «Продэкспо» компания «Империя» и в дальнейшем планирует расширять деловую программу, что, несомненно, дает выставке важное конкурентное преимущество на рынке конгрессно-выставочного бизнеса.

## We are expanding the scope of activity

This year, the slogan of ProdExpo's Program of Events organized by the Imperia Company says, «We are expanding the scope of activity!»

This has to do not only with the Third All-Russian Trade Forum «Strategic Challenges of the Russian Commerce of the XXI Century», traditionally gathering directors and owners of food and commodity businesses that play in the Russian and CIS markets, but also with an exclusive business event «The Purchase Center of Retail Chains». It is vital to note that the Center has gained international recognition this year, since apart from 50 Russian purchasing offices that are eager to acquire retail chains, as well as quite a number of Kazakhstani, Ukrainian and Byelorussian representatives are going to partake in it. They will be offered plenty opportunity to negotiate on supply challenges and scenarios to deliver their products to various Russian and CIS retail chains.

Traditionally, the All-Russian Trade Forum is a dynamic trend-setter and one of the most vital ingredients of the major food exhibitions on the national arena. This forum sets the right directions and determines a growth potential of Russian producers. The Forum will announce the results of the latest developments and achievements evolving in the Russian and global markets of food and supplies, sailing its visitors to the world of new trends and projects.

The second active day of the Forum is devoted to the development of network retail trade. During this day numerous representatives of international, federal and regional retail networks will be delivering their speeches. Besides, Petr Ofitserov, Director General of the consulting company Real Work Management, will hold a master class. Mr. Ofitserov is one of the major Russian experts dealing with the issues of retail chains. Furthermore, for the first time ever the Forum will see an interactive panel discussion «Big Opportunities of Small Networks» attracting a rich variety of participants. Among them will be the Russian Union of Independent Networks (embodying 28 networks that operate in the Ural, Siberian, North-Western, Privolzhsky, Far-Eastern and Central federal districts; its annual turnover reaches USD 1.1 bln.; it consolidates more than 630 shops and stores with the total trading area exceeding 300,000 square meters; according to the data collected in December 2007, these shops attracted more than 800,000 daily visitors); and the T Tri S trading and purchasing system. Irina Kanunnikova, Director of the Russian Union of Independent Networks, and Kirill Evstegneev, Managing Director of T Tri S, will consider the issues and tasks set today before small-scale networks as well as their amalgamation (M&A) potential. Besides, they will tell the audience about the vast international experience and T Tri S's advantages targeted at suppliers and brand owners. A number of directors and owners of retail networks that are a part of the Union will share their sophisticated experience and vision.

The Second Food and Supplies Forum «Smashing Brands. XXI Century technologies» will be held as a series of interactive performances and speeches: two solutions to one issues; two answers to one question; what to do: develop a new product or promote the existing product, etc.

The slogan of the Forum cries out, «Marketing and smashing sales. A tornado of decisions». It will pull together producers that are globally recognized for their fabulous brands (no matter the scale of the company), and people who efficiently manage

add-on sales scenarios instead of traditional sales planning.

For the first time, the Forum gathers the «starry cast» of experts, Russian and international marketing and consulting gurus: Nicolas Koro, Member of the European Board of Directors of the NEIMS Holding (Paris, Sidney and Moscow); Gregory Trusov, President of the Contact-Expert Consulting Company; Oleg Makarov, Program Coordinator on Marketing Development (Moscow Business School); Alexey Sukhenko, Managing Partner of Trout & Partners. Russia; Vadim Shiryaev, President of the Russian BTL-partnership; Igor Berezin, President of the Guild of Marketing Experts; Igor Kachalov, President of the Kachalov & Partners Agency; Maxim Girin, leading expert of BTL'STUDY, and others. The speakers will consider and analyze the efficient scenarios of decision making.

Microsoft Dynamics has been our sponsor for several years, which is a solid proof of our top quality and high potential.

In the framework of the Program of Events, there will be held an all-Russian public dinner for chief executives of food and supplies businesses. The event is supposed to draw 500 participants. Among them will be directors and owners, top managers of food production companies, distributing, supplying and importing firms; CEOs of retail chains, marketing, consulting and research companies.

The public dinner is aimed to first and foremost become an annual event helping its participants facilitate business agreements, find new partners, conduct informal negotiations in the cozy atmosphere of a marvelous Italian restaurant. This place is of superior quality and offers fine Italian courses and blending with equally privileged individuals.

All in all, for ProdExpo's exponents this is another opportunity to organize a meeting bringing together regional distributors or new clients with a cost-effective budget potential.

More than 20 kinds of refined and sophisticated appetizers, a diversity of hot dishes offered by the Dell'Opera restaurant together with a perfect choice of 30 wines plus a concert show featuring Vladimir Markin and the «Problem Childhood» Orchestra will surprise you and let you comfortably plunge into a homelike atmosphere and fruitful communication with your business competitors and potential clients.

The OptimumTorg Company offers Japanese cuisine, while the Siberian Delicacy Company will invite all the participants to the Siberian reception. The sponsor of the public dinner – Markin Tea – will treat all the guests with elite teas.

Within the framework of the Exhibition, the Empire Company jointly with Expo Center CJSC is organizing two contests – Innovation-Driven Product and The Choice of Retail Chains. These two shows have already managed to become a powerful tool to promote the most renowned products, which were earlier awarded the diplomas and prizes, in the markets of Russia and CIS countries.

The Choice of Retail Chains is being held for the third time in a row. The event is crowned with huge success. This year, it is virtually settling into a new orbit, as the jury has increased in number. Today it is, apart from other recognized participants, comprised of the Purchase Center of Retail Chains representatives coming from Russia, Ukraine, Kazakhstan and Belarus.



## Обусловленное участие

Перед началом выставки «Продэкспо-2008» мы провели серию небольших блиц-интервью с представителями компаний-участниц. Мы узнали, насколько они довольны предыдущим опытом участия в выставке, что ожидают в этот год и какие премьеры готовят

### Всего было задано пять ключевых вопросов:

1. С какого года ваша компания участвует в «Продэкспо»? Когда принималось решение об участии, чем оно было мотивировано?
2. Принимает ли ваша компания участие в других выставках схожей тематики? В чем, на ваш взгляд, плюсы/минусы участия в «Продэкспо»?
3. Какая аудитория «Продэкспо» вам наиболее интересна: посетители или экспоненты?
4. Вы оценивали эффективность участия в «Продэкспо» для вашей компании?
5. Что ваша компания представит на «Продэкспо» в этом году? Какие новинки?

Полученные ответы наши корреспонденты обработали, и вот что из этого получилось...

### Алексей Сошников, генеральный директор, «Дымов»



Компания «Дымов» – участница «Продэкспо» с 2004 года.

– «Продэкспо» – самая крупная выставка продуктов питания в России, ее посещают практически все наши ключевые партнеры и клиенты. Именно по экспонентам всегда можно определить уровень выставки, а посетители нашего стенда – это члены нашей команды, команды «Дымов»: те, кто вместе с нами день за днем продвигает нашу продукцию.

Наша главная цель – показать, что «Дымов» – это всегда инновации и высокие технологии. Мы – успешно развивающаяся компания и стараемся не только следовать тенденциям рынка, но и опережать их. Каждый год мы презентуем на «Продэкспо» новые уникальные разработки. Например, в 2004 году представили линейку «Дымов Актив», разработанную для активных людей, кому важно гармоничное сочетание здорового образа жизни и вкусной еды. В 2005 году – линейку «Высокая Кухня», созданную шеф-технологом Георгом Грубером, – сервелаты, сырокопченые и полукопченые колбасы и ветчины. В 2006 году – новые мясные снеки «Пиколини» и 12 новых эксклюзивных продуктов в линейке «Высокая Кухня». В 2007 году – итальянские сыровяленые колбасы и «Прощутто», которые специально производятся под маркой «Дымов» в провинции Парма под строгим контролем наших специалистов. И каждый год продукция компании неизменно удостоивается высших наград в конкурсе «Лучший продукт».

В этом году мы продемонстрируем очередную новинку – сыровяленые колбасы и деликатесы в премиальной линейке продуктов «Высокая Кухня»: колбасы «Граната» с лучшими сортами азиатского белого и черного перца, «Савой» с ароматным сыром и «Мадейра» с добавлением портвейна; нежный карбонад «Тироль», балык «Авинон» в благородной плесени, свиную шейку «Бристоль» и грудинку «Панчетта», – а также сыровяленые колбасы и деликатесы в традиционном ассортименте: балык «Пражский», шейку «Женевская», корейку «Балканская», бекон «Датский», говядину «Аргентинская».

### Елена Холупко, директор по маркетингу, «Орими Трэйд»

Компания «Орими Трэйд» – участница «Продэкспо» с 1996 года.

– «Продэкспо» – крупнейший продовольственный форум России, именно этим и обусловлено наше участие.

Конечно, мы участвуем и в зарубежных выставках. В частности, в 2007 году компания экспонировалась на таких крупных выставках, как Anuga и Polagra-Food. В 2008 году «Орими Трэйд» будет участвовать в Gulfood (Дубай, февраль) и Food & HotelAsia (Сингапур, апрель). Но сравнивать эти мероприятия с «Продэкспо», наверное, неправильно, поскольку участие в них продиктовано разными целями. «Орими Трэйд» активно развивает экспортное направление, а участие в зарубежных выставках дает нам возможность громко заявить о себе на этих рынках, найти партнеров в других странах, познакомиться с мировыми тенденциями развития рынков чая и кофе. Участие же в «Продэкспо» предоставляет широкие возможности для поддержания положительного имиджа компании

на российском рынке, обмена опытом, укрепления связей с региональными дистрибьюторами.

Выставка заслуженно имеет репутацию крупнейшего продовольственного форума России. Это обуславливает ее аудиторию – она очень заинтересованная и неизменно доброжелательная. Нам интересны и экспоненты, и посетители.

В целом участие в «Продэкспо» весьма эффективно сказывается на продвижении новинок ассортимента, которые мы традиционно здесь презентуем.

В этом году мы представим несколько новых сортов плантационного чая Greenfield: Greenfield White Bloom, белый китайский чай (Хунань), Greenfield Highland Oolong, красный полуферментированный китайский чай (Фудзянь) и Greenfield Noble Pu-Erh, черный сильноферментированный китайский чай (Юньнань). Среди новинок: Greenfield и листовой сорт японского чая сенча в коллекции зеленого чая – раньше Greenfield Japanese Sencha был только в



пакетиках для разовой заварки; несколько сортов в коллекции кофе Jardin – «Эфиопия Сидamo» и «Колумбия Супремо professional», ориентированные на сегмент HoReCa. Будут также представлены все коллекции нового премиального чая Tess, который «Орими Трэйд» недавно вывела на российский рынок.

### Владимир Козлов, коммерческий директор, «Морской замок»

Рыбоперерабатывающий завод «Морской замок» – участник «Продэкспо» с 1998 года.

– Принимая решение об участии в выставке, мы хотели увеличить дилерскую сеть компании для обеспечения широкой дистрибуции продукции собственного производства и получить информацию о современных мировых тенденциях развития рыбоперерабатывающей отрасли. Кроме того, участие в выставке – это замечательная возможность обсудить с партнерами из разных регионов России перспективы развития наших отношений, наметить пути наиболее комплексного и наилучшего решения вопросов реализации и продвижения продукции. На выставке можно проводить семинары, круглые столы, награждать дипломами и специальными призами наших партнеров.

Наша компания участвовала и в других выставках, тематически связанных с продуктами питания, однако в настоящее время мы от этой практики отказались. Современное состояние рынка, особенно в России, позволяет проводить эффективное обсуждение проблем не чаще одного раза в год. Мы сделали выбор в пользу «Продэкспо», участницы и посетители которой, на мой взгляд, – представители наиболее сильных игроков пищевой промышленности. Это и наиболее активные компании, которые борются за свой рынок и за своего покупателя. Некоторое количество случайных посетителей эффективность нашего участия никак не снижает.

Для профессионалов равно интересны как посетители, так и экспоненты: общаясь с ними, мы можем сравнить свои идеи с разработками других фирм, выпускающих похожую или аналогичную продукцию.

Эффективное участие в выставке мы оцениваем с точки зрения количества и качества контактов за каждый день. В наиболее интенсивные дни (как правило, середина недели) число профессиональных контактов превышало 50. В первые годы участия общение с посетителями позволяло найти достаточно много новых партнеров, что и составляло основной КПД от выставки. В настоящее время в условиях сложившейся дилерской сети компании главное – обсуждение текущих вопросов и решение проблем взаимодействия.

В этом году наша компания представит усовершенствованный дизайн упаковки некоторых видов продукции и продолжит консультации с партнерами о путях совершенствования ценовой, территориальной и ассортиментной политики, что позволит подготовить новинки, которые будут востребованы рынком.



### Ольга Данилова, руководитель отдела маркетинга и рекламы, «Морозко»

Компания «Морозко» – участница «Продэкспо» с 2000 года.

– Решение об участии в «Продэкспо» мотивировалось тем, что нашей компании предстояло выйти на федеральный уровень, и в связи с этим перед нами стояла задача – активный поиск партнеров в регионах России.

Во-первых, это самая масштабная и значимая выставка на федеральном уровне, сюда приезжают участники рынка из всех регионов России. Во-вторых, нас устраивает время ее проведения – середина сезона, что удобно для согласования и корректировки планов. Ну, и конечно, международный характер «Продэкспо», который позволяет найти потенциальных партнеров (поставщиков оборудования, сырья, дистрибьюторов) в других странах.

Благодаря отраслевому сегментированию участников в павильон приходят преимущественно целевые посетители, имеющие непосредственное отношение к нашей отрасли (поставщики, покупатели), – наши потенциальные партнеры.

Эффективность выставки мы оцениваем с точки зрения количества потенциально интересных, перспективных контактов, договоренностей, встреч и проведенных переговоров. И в этом смысле «Продэкспо» всегда на высоте!

В числе новинок, которые мы представим в этом году, – пироги «Морозко» из песочного теста с ягодной начинкой, а также новые продукты под брендом «Цезарь».





www.prod-expo.ru

ПРОДЭКСПО 08

### Марина Ершова, руководитель центра дистрибуции, ГК «Рамфуд»

Группа компаний «Рамфуд» – участница «Продэкспо» с 2003 года. – Считаю «Продэкспо» самой продуктивной и наиболее посещаемой специализированной выставкой в России. Следует отметить и деловую программу, которая всегда интересна и охватывает самые различные аспекты переработки, закупки и продажи мясопродукции, а также предоставляет прекрасную возможность для общения с партнерами и потенциальными контрагентами.



До 2007 года наша компания принимала участие и в World Food, но после сравнения результатов нами был сделан выбор в пользу «Продэкспо» как более продуктивной, посещаемой и профессиональной.

Будучи интегрированным холдингом, самостоятельно осуществляющим все процессы мясопереработки – от закупки сырья до продажи готовой продукции, компания заинтересована в общении с продавцами сырья, транспортными и логистическими компаниями и, конечно, с покупателями и дистрибьюторами готовой продукции. Аудитория «Продэкспо» именно такова. Кроме того, среди посетителей очень много профессиональных покупателей и поставщиков.

Эффективность выставки очень высока, здесь часто происходят интересные встречи, результатом которых становятся новые проекты.

Зная о высокой посещаемости выставки, мы всегда привозим новые виды продукции. Например, в этом году помимо традиционного ассортимента мы представим новые линейки: «Фреш Буфет» – охлажденные полуфабрикаты, упакованные в защитной среде, «Айс Буфет» – замороженные натуральные мясные полуфабрикаты, полуфабрикаты в панировке, рубленые котлеты, фарши, «Фарш Буфет» – охлажденные фарши, упакованные в защитной атмосфере, «Домашние деликатесы» – охлажденные мясные полуфабрикаты под соусами и в специях, упакованные в защитной среде.

### Ольга Иванова, директор по маркетингу, ОАО ПКП «Меридиан»

Компания «Меридиан» – участница «Продэкспо» с 2003 года.

– Именно в 2003 году компания «Меридиан» была приобретена инвестиционной группой «СоюзПром». И именно с этого года началось возрождение гиганта отечественной рыбпереработки.



Предприятию нужно было заявить о своем обновлении, о начале нового этапа в своей истории, и выставка «Продэкспо» как нельзя лучше подходила для этих целей.

Нас вполне устраивает аудитория форума: посетители – это наши партнеры, реальные или потенциальные, а экспоненты – это конкурирующие компании, с которыми тоже весьма полезно наладить контакт.

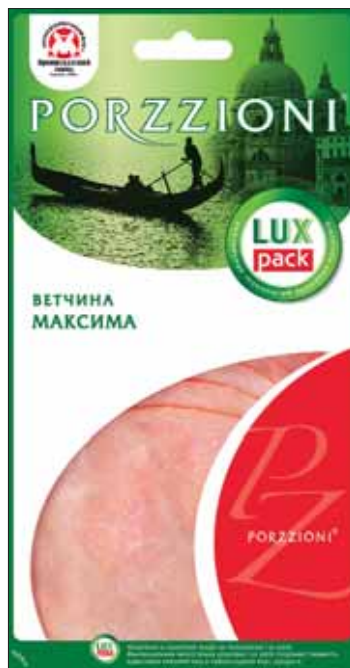
Основные показатели эффективности нашего участия в выставке – это количество заказов, поступивших после ее окончания от новых партнеров. Могу сказать, что на последней выставке мы установили более 100 новых контактов.

В числе новинок, которые мы представим в этом году: икра красная лососевая, пресервы в рассолах и пресервы из сельди в томатной и горчиной заливках. Посетителям нашего стенда мы продемонстрируем и деликатесную продукцию «Меридиана» в обновленной упаковке. И еще один сюрприз от нашей компании... На нашем стенде пройдет серия мастер-классов от ведущих поваров школы кулинарного мастерства «Гастроном».

# Премьеры выставки

Выставка – лучшая возможность продемонстрировать новинки и узнать мнения потенциальных потребителей о своем продукте. Поэтому многие компания предпочитают объявлять о премьерных в начале года на «Продэкспо»

Кронштадтский мясоперерабатывающий завод представит линейку мясных снеков «Салямки» и сервировочную нарезку в защитной среде Porzzioni. Линейка, включающая 11 новых наименований изысканных ветчин, мясных деликатесов и колбас, разработана ведущими технологами предприятия с учетом последних европейских тенденций в области мясной переработки. При производстве Porzzioni применяется эксклюзивная технология упаковки Lux Pack. Одна из ее главных составляющих – специально подобранная защитная среда, которая сохраняет свежесть, идеальный внешний вид и первоначальный вкус продукта без использования консервантов в течение 20 суток.



\*\*\*

Как всегда, полный ассортиментный портфель брендов в безалкогольном и слабоалкогольном направлении, мороженом и кондитерских изделиях демонстрирует Группа компаний «Бородино». Среди новинок, заслуживающих особое внимания, – винный куллер Sommelier, семейное мороженое «Поцелуй вкуса», сок «Фруктовая семья», шоколадные конфеты Cafe City.



\*\*\*

Компания «Хлебный Дом» представит широкий спектр новинок в различных категориях ассортимента. Булочка «Тостовая» и булочка «Мультисид "Талия"» с пониженным гликемическим индексом. Так же примечательны новые десертные мини-сухарики «Фабрикант» (с цельным лесным орехом или кусочками



шоколада) – удобная форма и замечательный вкус делают их незаменимым лакомством к чаю или любому другому напитку. Особое внимание, несомненно, привлечет новая линейка пиццы CulinArte. Качественно проработанная концепция, воплощенная в специально отобранных вкусах, зарекомендовавший себя имидж производителя и выделяющаяся упаковка гарантируют продукту успешный старт и высокую лояльность потребителей в дальнейшем.

\*\*\*

Компания «Анаком» – один из лидеров российского рынка продуктов быстрого приготовления, в том числе лапши, картофельного пюре, бульонов... В этом году «Анаком» продемонстрирует новинку – лапшу быстрого приготовления с консервированным мясом и свежей зеленью «Анаком – Премиум-Обед».



Изюминка продукта – технология консервирования зелени и овощей Freeze Dried: при восстановлении они сохраняют на 70% больше витаминов и минеральных компонентов, чем при традиционной сушке.

\*\*\*

Несколько премьер подготовил «Столичный трест». Компания представит водку «Столица Первопрестольная золотая», «Столица Петропрестольная платиновая», а также новую серию водок «Корн Элитная».

\*\*\*



ЗАО «Алитет» продемонстрирует новинки оборудования от австрийской компании RB Tech. Это линия для хранения, транспортирования и дозирования муки, машина для приготовления закваски и комплект оборудования для производства опары, станции автоматического дозирования сыпучих компонентов.

В категории «Продукты глубокой заморозки» «Алитет» и компания Wolf ButterBack представят замороженный, частично выпеченный хлеб «домашнего приготовления», изготовленный из натуральных ингредиентов по старинным европейским рецептам. В категории «Ингредиенты» компания «Алитет» презентует сразу две смеси: «Черемша», для приготовления пикантного хлеба, со вкусом и ароматом дикого чеснока, и «Горчичное зерно», для приготовления горчичного хлеба. Технологи компании разработали линейку новых хлебов на основе смеси «Чиабатта».

# НАШИ УСЛУГИ – ВАШ УСПЕХ!

Более 40 лет в выставочном бизнесе



expoconsta.ru

www

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

**ЭКСПОКОНСТА**

Е X P O C O N S T A