



2008 / #5

# VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ



АУ ОЧЕНЬ ГОРЯЧИИ ШОКОЛАТ



**ассорти**  
сеть торговых автоматов

[www.assorti.ru](http://www.assorti.ru)

Приглашаем Вас  
посетить наш стенд  
на выставке



Self-Service  
Exhibition

**3-5** декабря 2008

Крокус Экспо

павильон 3  
зал 15  
стенд 195-3

Универсальные  
автоматы  
быстрого  
питания

CONVENIENCE

FOOD

tech.

+7 (495) 727 64 38

[www.confood.ru](http://www.confood.ru)

Pending Cup

5:0

## В ПОЛЬЗУ СТАКАНЧИКОВ ИЗ БУМАГИ

- Производятся из натурального сырья, легко утилизируются, не наносят вреда окружающей среде;
- Не выделяют вредных веществ при контакте с горячим напитком;
- Гигиеничны — их невозможно использовать во второй раз;
- Не деформируются, не выскальзывают из рук, не обжигают пальцев;
- На них можно разместить любую рекламу или логотип компании.



Предлагаем два типоразмера: 6,5 унций (185 мл) и 5,5 унций (156 мл) — для европейских автоматов.

**ООО «АБК»**

г. Москва, Промышленная ул., дом 11

Тел.: +7 915 403 11 37

e-mail: volnv9@mail.ru



11—12



14—17



24—27



43-44

обл. 3

3 **От издателя**

4 **В ассоциациях**  
В российском вендинг-сообществе

8 **Новости ЕВА**

11 **Проблемы отрасли**  
Испанский кофе

14 **Выставки. Конференции. Семинары**  
Выставка деловых идей

19 **EELEX 2008**

22 **Многофункциональный автомат IQ PLANT**

24 **Выставки. Конференции. Семинары**  
Весь мир питания 2008

28 **PIR'08**

39 **ВЫСТАВКА «ВЕНДИНГ ЭКСПО 2009»**

43 **Оборудование**  
Новый 6-трубный монетоприемник NRI Currenza C2

46 **Внимание российских рекламодателей**

3 **Editorial**

4 **In associations**  
In the Russian vending community

8 **EVA News**

11 **Problems of the branch**  
Spanish Coffee

14 **Exhibitions. Conferenses. Seminars**  
Exhibition of business ideas

19 **EELEX 2008**

22 **Multifunctional Vending Machine IQ PLANT**

24 **Exhibitions. Conferenses. Seminars**  
World food 2008

28 **PIR 2008**

39 **VENDING EXPO 2009 TRADE-FAIR**

43 **Equipment**  
New 6-tube Currenza C2

46 **Attention of foreign advertisers**

За последнее время ряд компаний, работающих в области вендинга, обратились в редакцию с вопросом: «Правда ли, что Федеральной таможенной службы подняты минимальные расценки декларируемого труда по ТН ВЭД 8476 («Торговые автоматы»)»? При этом назывались конкретные цифры (со ссылкой на анонимных сотрудников ФТС), из которых следовало, что эта граница якобы поднята с №5 долларов США за килограмм до 12-17 долларов – в зависимости от страны поставщика.

Надо сказать, что применительно к сектору вендинга таможенное ведомство играет особую роль. Это определяется тем, что отрасль опирается, в основном, на импортное оборудование, а потому сильно зависит от поставок извне. Не секрет, наверно, ни для кого, что в своих попытках минимизировать расходы ряд импортеров старается декларировать стоимость ввозимого оборудования, аксессуаров, запасных частей, ингредиентов и прочего по минимуму. Иногда за этим стоит реальное различие в цене импортируемого килограмма автомата и тумбочки под него, иногда – уловки импортера.

На сайте ФТС найти ответа на вопрос читателей не удалось. Управление по связям с общественностью (пресс-служба) порекомендовало запросить Центральное таможенное управление. Надо отгадать должное ЦТУ: ответ последовал неожиданно быстро – в течение пяти дней, включая два выходных. Полученное разъяснение воспроизводим полностью:

«На ваш запрос от 12.11.2008 сообщаем, что в соответствии со ст. 323 Таможенного кодекса Российской Федерации (далее – Таможенный Кодекс) таможенная стоимость заявляется декларантом таможенному органу Российской Федерации при декларировании товаров согласно методам определения таможенной стоимости, а таможенный орган контролирует правильность определения таможенной стоимости. Заявляемая декларантом стоимость товаров и предоставляемые им сведения, относящиеся к ее определению, должны основываться на достоверной и документально подтвержденной информации.

При отсутствии данных, подтверждающих правильность определения заявленной декларантом таможенной стоимости, либо при обнаружении признаков того, что предоставленные декларантом документы и сведения не являются достоверными и (или) достаточными, таможенный орган вправе принять решение о несогласии с использованием избранного метода определения таможенной стоимости товаров (п. 5 ст. 323 Таможенного Кодекса).

«Положение о контроле таможенной стоимости товаров, ввозимых на таможенную территорию Российской Федерации» утверждено приказом ГТК России от 05.12.2003 № 1399.

Понятие «минимальная цена за килограмм декларируемого груза» в нормативных правовых актах таможенных органов отсутствует.

Начальник Центрального  
Таможенного Управления С.Н.Прусов»

Редакция благодарит Сергея Николаевича за оперативный ответ и предоставляет читателям возможность сделать из него выводы.

During the last time some companies engaged in the vending sector, addressed the editorial board with the question: Is it true that the Federal Customs Administration has raised the minimum declared price of the goods relating to the group ТН ВЭД 8476 ("Automatic merchandizing dispensers" – vending machines)? Simultaneously some concrete figures were named (with reference to anonymous sources in FCA); it was stated that the limit had been raised from \$3,5 per kilogram of declared weight up to \$ 12-17, depending upon the country-supplier.

It should be noted that the customs play a particular role in the case of Russian vending sector, since the later rests greatly on import supplies. It's no secret that in their efforts to minimize the duties some importers try and declare the prices of the imported equipment, accessories, spare parts, ingredients etc. as low as possible. Sometimes it is based on real difference between the prices of imported machines and auxiliaries; sometimes it reflects just importers' tricks.

We did not succeed to find an answer at the FCA web-site. The FCA press-bureau recommended to make an inquiry at the Central Customs Board. To do justice to CCB it answered very promptly. We reproduce the answer below in full:

"Answering your inquiry from 12.11.2008, we inform you that in accordance with the article 323 of the RF Customs Code the declaration of the price of the imported goods should be performed according to the officially approved method and checked by the customs body. The declared price must to be based upon the reliable and documentally confirmed information.

In case the declarant fails to provide adequately confirmed information or there are some indications it is not trust worldly, the customs body has a right to decide it does not agree with method used to determine the declared price (p.5 art. 323, Customs Code). Corresponding "Regulations of the declared price control during import of goods to the territory of Russian Federation" was approved by order of the State Customs Committee of Russia # 1399 from 05.12.2003.

Head,  
Central Customs Board  
S. N. Prousov"

We are grateful to Sergey Nikolayevich for his prompt answer; the readers are provided with an opportunity to make their conclusions basing upon the document.

## В российском вендинг-сообществе



## In the Russian vending community

### О необязательности применения ККТ в торговых автоматах

Вопрос о необходимости применения контрольно-кассовой техники (ККТ) при продаже товаров посредством торговых автоматов длительное время оставался предметом споров и тяжб. При возникновении споров налогоплательщиков с вендинг-операторами последние, как правило, выигрывали дело в суде. Одно из дел дошло до Высшего Арбитражного Суда, и судьи ВАС посчитали, что реализация товаров через торговые автоматы относится к розничной мелкорозничной торговле, а потому, согласно пункту 3 статьи 2 закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ, может осуществляться без применения ККТ (определения ВАС № 13018/07 от 29.10.2007 и № 12785/07 от 21.11.2007).

Затем увидело свет письмо Министерства финансов РФ № 03-01-15/4-110 от 14.04.2008, в появлении которого активную роль сыграла НААТ. В нем прямо указывалось, что нет никаких оснований для привлечения организаций и индивидуальных предпринимателей к ответственности за неприменение ККТ при осуществлении расчетов в случаях продажи товаров с использованием торговых автоматов, эксплуатирующихся в автоматическом режиме.

Данное письмо Минфина затем было направлено Федеральной налоговой службой в российские налоговые управления для доведения его содержания до нижестоящих органов «для руководства и использования в практической работе» (письмо ФНС № ШТ-6-2/322 от 29.04.2008).

Письмом Управления ФНС по г. Москве от 07.05.2008 № 22-08.044500 все московские налоговые инспекции были уведомлены о позиции Минфина по вопросу применения ККТ в торговых автоматах, причем письмо УФНС имеет четкое и недвусмысленное название «О необязательном применении ККТ в случаях продажи товаров с использованием торговых автоматов».

### Все торговые автоматы с 01 января 2009 г. относятся к рознице

Летом этого года, а именно 04 июля 2008 г., Государственной Думой Российской Федерации принят Федеральный Закон, внесший изменения в часть вторую Налогового кодекса России. В частности, изменения коснулись статьи 346.27, определяющей основные понятия главы 26.3 и регулирующей систему налогообложения в виде единого налога для отдельных видов деятельности.

Абзац двенадцатый, раскрывающий понятие «роз-



Валерий Ракитский,  
президент НААТ

Valery Rakitskiy, President,  
RNVA

### Concerning the necessity to use fiscal registers in VMs

The question about the necessity to use fiscal cash registers (FCR) during merchandising by vending machines remained a subject of disputes and lawsuit for a long time. In legal disputes between tax administration and vending operators in the court the latter were, as a rule, the winning side. One of the cases

reached the Higher Arbitrary Court, and HAC judges decided that selling goods by means of vending machines refers to street-hawking small-scale retail; hence, according to point 3, article 2 of the Federal Law #54-ФЗ from 22.05.2003, it may be performed without use of FCR (HAC decisions #13018/7 from 29.10.2007 and #12785/07 from 21.11.2007).

Later a letter #03-01-15/4-110 from 14.04.2008 was born by the Ministry of Finance; active role in its appearance was played by RNVA. This letter stated directly that there is absolutely no reason to make companies or individual entrepreneurs responsible for not using FCR in cash payments to a vending machine operated in automatic mode.

The letter was then directed by the Federal Tax Administration to the regional tax boards to be distributed among the local services "to be followed and used in practice". Following it the Moscow Tax Board addressed all tax inspections in the city with a letter (#22-08.044500 from 07.05.2008) informing them about the Ministry of Finance position. The letter was called plainly and unambiguously: "About not obligatory application of FCR in case of retail merchandising with the use of vending machines".

### Starting from 01 January 2009 all vending machines are referred to retail

Last summer (on the 4th of July 2008) the State Douma of Russian Federation passed a Federal Law making amendments in Part 2 of the Russian

ничная торговля», дополнился словами: «Реализация через торговые автоматы товаров и (или) продукции общественного питания, изготовленной в этих торговых автоматах, относится в целях настоящей главы к розничной торговле».

Указанные изменения установлены Федеральным законом № 155-ФЗ от 22.07.2008 г. и вступают в силу с 01 января 2009 г.

Они имеют принципиальное значение для вендинго-операторов, работающих в регионах на «вмененке». Сейчас продажа через торговые автоматы напитков и супов считается реализацией кулинарной продукции собственного производства и относится к общепиту. Поэтому для расчета ЕНВД базовая доходность определяется по количеству работников и составляет 4 500 рублей в месяц на каждого работника. В связи с отнесением всех торговых автоматов к рознице базовая доходность для расчета ЕНВД будет определяться по количеству автоматов (физический показатель базовой доходности для розницы – торговое место) и составлять 9 000 рублей с одного автомата. Как следствие, платить налогов придется больше.

#### «VendExpo – Краснодар» - «Вендинговые технологии XXI века»

Сезон деловой активности вендинг-бизнеса осенью этого года был ознаменован проведением с 3 по 5 сентября профессиональной выставки «VendExpo – Краснодар» - «Вендинговые технологии XXI века». Выставочный проект был инициирован и реализован при активной поддержке Администрации Краснодарского края и Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ».

На открытии выставки присутствовали первые лица исполнительной власти региона: вице-губернатор края Владимир Харламов, руководитель Департамента потребительской сферы Таисия Лавреница, заместитель руководителя Департамента инвестиций и проектного сопровождения Антон Гетта.

Основными факторами, повлиявшими на решение о проведении «VendExpo» в Краснодаре, явились следующие:

Подготовка к проведению Белой Олимпиады в Сочи в 2014 году, подкрепляемая значительным объемом инвестирования и диктующая необходимость создания современной инфраструктуры обслуживания спортсменов и гостей Олимпиады.

Стремительный рост бизнес-показателей Краснодарского края, который по темпам экономического развития и инвестиционной привлекательности находится на четвертом месте в России.

В выставке приняли участие 43 компании, в том числе широко известные в вендинг-сообществе СИБА-Вендинг, Профессиональные и торговые автоматы (SAECO), Фирма ВАЛЕО.



Tax Code. Some of the amendments referred to Clause 346.27 defining the main concepts of Chapter 26.3 and regulating the system of taxation based on a unitary tax for some kinds of activity. The paragraph 12 defining the concept of retail was supplemented with following words: "Sale of goods and/or the catering produce by means of vending machines in which the former has been manufactured is referred for the purpose of the Charter to retail".

These amendments were established by the Federal Law #155-ФЗ from 22.07.2008 and become effective on the 1st of January 2009. They are of essential importance for the regional vending operators who are subjected to the so called "imputed taxation". Nowadays vending beverages and soups is considered to be a selling of self-produced food and is referred to catering. Therefore basic profitability used to calculate the tax is determined by the number of employed workers and is assumed as 4500 rubles per month per worker. As all the VMs are now referred to retail, basic profitability is to be determined by the number of machines making up 9000 rubles per a machine. As a result, the tax to be paid will increase.

#### «VendExpo-Krasnodar, Vending Technologies of the XXI century»

This autumn the season of vending business activity was marked with the holding on September 3-5 of the trade-fair VendExpo-Krasnodar. The project has been initiated and realized with active support of the Krasnodar region administration and of OPORA ROSSII (All-Russia public organization of small and middle scale business).

The main factors influencing the decision to carry out VendExpo in Krasnodar were:

Preparation for 2014 White Olympics in Sochi, accompanied by considerable investments and requiring to create an up-to-date infrastructure of services for the sportsmen and the guests of the Games.

Rocketing growth of the business parameters of Krasnodar region occupying the 4th place in Russia

По информации организатора выставки - компании E.M.T.G., за три дня ее работы выставку посетили более двух тысяч человек, многие из которых участвовали в деловой программе. Деловая программа была составлена с учетом специфики региона и включала ряд семинаров по развитию и практике управления вендинговым бизнесом.


В целом выставка «VendExpo — Краснодар» стала источником новых перспективных деловых контактов и вообще оставила о себе хорошее впечатление. Любая выставка является отражением развития отрасли и демонстрирует лучшие ее достижения. То, что вендинг получил возможность показать себя непосредственно в Краснодарском крае, несомненно будет способствовать ускоренному его развитию в этом регионе. Представляется, что организатору вендинговой профессиональной выставки «VendExpo» - компании E.M.T.G. следует в дальнейшем тиражировать этот положительный опыт и с помощью выставочных технологий продвигать вендинг в наиболее развитые субъекты Российской Федерации. (Дополнительно о выставке можно прочитать на стр. 14—17 - Прим. ред.)

#### **НААТ — член Общероссийской общественной организации «ОПОРА РОССИИ»**

24 сентября 2008 г. состоялся съезд Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ». На съезде, в работе которого приняли участие многие представители правительства и администрации президента, был обсуждена и принята Программа действий «Приоритетные направления деятельности по развитию малого и среднего предпринимательства в России на 2008-2012 гг. и перспективы на период до 2020 года».

В ходе работы съезда Национальная ассоциация автоматизированной торговли была принята в члены ОПОРЫ РОССИИ. Представляется, что с помощью этой организации, обладающей мощными лоббистскими возможностями по защите интересов малого и среднего бизнеса, НААТ удастся создать хороший плацдарм для формирования благоприятного поля для развития вендинговой индустрии. Необходимо только учитывать, что весомость предложений НААТ и их восприятие в органах государственной власти и управления будут несравнимо выше при наличии массовой вендинговой организации.

Уважаемые вендинг-операторы, вступая в ряды НААТ, вы тем самым формируете свое будущее. Оно должно быть предсказуемым! Для этого необходимо добиться законодательного урегулирования вендинговой деятельности в виде отдельного Закона о вендинге, который обеспечивал бы комфортное для операторов функционирование. Подготовка такого закона под силу только целеустремленному объединению профессионалов, их коллективному разуму.

Вступайте в НААТ! Ждем Вас! 

judging by the rate of economic growth and the attractiveness for investors.

The exhibition has been participated by 43 companies, including those well known in the vending community like SIBA-Vending, Professional and Merchandising Machines (SAECO), VALEO Firm.

According to the information from the organizers (E.M.T.G. company) during the 3 days the show was visited by more than two thousand people, mainly professionals.

The business program was planned with dew regard for the region specifics and included several seminars treating the practice of development and management of vending business.

As a whole, VendExpo-Krasnodar became a source of perspective business contacts and produced a good impression. Each exhibition reflects the development of the branch and its achievements. The fact that vending was able to demonstrate itself in the region will undoubtedly favour its accelerated development here. It seems that E.M.T.G. should in future further this positive experience and use trade-fair technologies to promote vending in the most developed regions of Russian Federation. (Additional information about the fair can be found at the p. 14—17 - Ed.)


#### **RNVA is now a member of OPORA ROSSII**

On 24 September 2008 a congress of OPORA ROSSII — a public organization for small and middle scale business - took place. At the congress attended by many representatives of the Government and the President Administration a program was discussed and approved called "The priority directions aimed at development of small and middle scale business in Russia for 2008-2012 and the futher prospects till 2020".

At the congress the Russian National Vending Association has been granted OPORA membership. We hope that with the help of this organization possessing mighty lobbyist potential to defend the interests of small and middle business RNVA will be more successful to create a favorable field for the development of vending industry. But of course one should take into account that the weight of RNVA proposals and their perception in the government bodies will be incomparably higher if a mass vending organization exists.

Dear vending operators! Entering RNVA you shape your own future. And it should be foreseeable! For this end we must achieve a legal base to control vending activities in the shape of a special Federal Law.

Such a law can be prepared only by a mighty and purposeful professional organization and its collective mind.

Enter RNVA! We are waiting for you! 



# СВЕЖИЕ ПРОДУКТЫ ОТ КОМПАНИИ "ЛИСКОМ"

и предновогодние подарки

на выставке SSE-2008  
(Терминалы. Вендинг. Киоски)  
в выставочном центре  
Крокус Экспо (Москва)  
с 3 по 5 декабря.

НОМЕР СТЕНДА:

## 196-1



Копиркин - вендинговый ксерокс  
Бахилкин - автомат для продажи бахил

**LISKOM**

(495) 258-42-35  
[www.liskom.ru](http://www.liskom.ru)

Цены  
упали!

на 25 %!



Лотерейные  
терминалы

**Bulatov  
Group**

(843)22-15-828

[www.bulatovgroup.ru](http://www.bulatovgroup.ru)

## Новости EVA

Продолжается подготовка к выпуску **статистического справочника EVA** о европейском вендинге, охватывающего данные по 21 стране — члену Ассоциации. В рамках этой деятельности, идеологом которой является Комитет по данным EVA компания Datamonitor должна провести опрос 210 региональных экспертов, 3000 операторов и 9100 потребителей вендинг-услуг в Европе. Предполагается, что первыми с данными опроса будут ознакомлены спонсоры проекта, а именно: Autobar, Azkoyen, Barry Callebaut, Bianchi Vending, Coca Cola, FAS, Huhtamaki, Kraft, Lavazza, Mars, Nestle, N&W Global Vending, Selecta и Veriplast.

На 6—7 ноября запланировано проведение в Мюнхене очередного (4-го) **Форума операторов**. В повестке дня, которая формируется в соответствии с пожеланиями участников, вопросы финансирования разработки автоматов, имидж вендинга, борьба с хищениями и другие.

**EVA сотрудничает со структурами Евросоюза** уже в течение 14 лет и является одной из первых организаций, которые официально вошли в список европейских лоббистов. Лоббисты берут на себя, в частности, обязательство (добровольное) сообщать данные об отрасли и компаниях, которые они представляют, а также о доле своего дохода, которую расходуют на лоббистскую деятельность.

Ассоциация приняла вторую редакцию (Version 2.0) протокола EVA-EMP об измерении расхода энергии торговыми автоматами и обратилась к CENELEC, комитету стандартизации электрического и электронного оборудования ЕС, с просьбой признать документ в качестве официального стандарта Евросоюза. Протокол содержит рекомендации по процедуре измерений и последующей классификации аппаратов с точки зрения их энергоэффективности.

EVA и конкретно ее Комитет по гигиене внимательно следят за дискуссиями в Европарламенте о необходимости **информировать покупателей**, в число которых входят лица, пользующиеся услугами торговых автоматов, **о содержании аллергенов в сыпучих и текучих продуктах**, например, в сухом молоке и сиропах. Если соответствующие правила будут утверждены (скорее всего, уже после выборов в июне 2009 г.), Комитет готов обсуждать практические шаги с национальными ассоциациями — коллективными членами.

11—12 сентября в Брюсселе состоялась организованная EVA **конференция по платежам и**

## EVA News

Preparation for launching the project **European Vending Market/Consumer Survey** embracing data on 21 member countries is underway. Within the frames of these activities headed by the Vending Data Committee, Datamonitor Co., EVA's research partner, is to interview 210 regional market experts, as well as 3000 vending operators and 9100 vending consumers in Europe. The survey will be directed first hand to the sponsors of the project: Autobar, Azkoyen, Barry Callebaut, Bianchi Vending, Coca Cola, FAS, Huhtamaki, Kraft, Lavazza, Mars, Nestle, N&W Global Vending, Selecta and Veriplast.

The **4th Operators Forum** is planned to be conducted on 6 and 7 November in Munich. The agenda points based upon the suggestions of the participants will include the financing of machines, the image of vending, theft and fraud, and others.

**The EVA has been working with the European Institutions** for 14 years and has been amongst the first organizations to register in the newly created Lobbying Register. The lobbyists pledge themselves voluntarily to inform the EU about full details concerning the industry and the companies they represent and to disclose the share of their income dedicated to lobbying activities.

This June the EVA has adopted **Version 2.0 of its energy measurement protocol** pertinent to food and drinks VMs. The EVA has asked CENELEC, the EU standardization body for electrical and electronic equipment, to adopt the EVA-EMP as the official EU Standard. The document gives recommendations concerning the measurements procedure and the following rating the machines according to their energy consumption.

The EVA and its Hygiene Committee are closely following the discussions in the Parliament about the necessity to **inform the consumers** including those who are making bargains from automatic dispensers **about the presence of allergens in the "loose" products**, such as milk powder or syrups. If the Regulation is adapted (most likely after the next European elections in June 2009), the Committee is ready to discuss the practical steps with the national associations.



**платежным системам**, в которой участвовало свыше 130 делегатов. Спонсорами конференции были Microtronic, Coges, Glory, MEI, медианпарнером - журнал DA Italia. Подводя итоги конференции, ее председатель Джеф Олсон, директор MEI UK и член Исполкома ЕВА, подчеркнул, что наличные платежи будут использоваться, по-видимому, еще в течение длительного времени. Вместе с тем безналичная оплата заслуживает того, чтобы ее проблемами занимались серьезно. При этом переход на «безнал» должен быть выгоден операторам и клиентам; с точки зрения последних, безналичные платежи должны быть удобны, безопасны и просты. Так, не следует ожидать особой популярности платежей с мобильных счетов, если для их выполнения потребуется набор сложных цифровых комбинаций. Разумными представляются применение и сочетание различных видов оплаты в зависимости, например, от места установки автоматов (в офисе, общественном месте и т.д.), уровня цен, популярности товара и пр.

На своем первом заседании 29 июля Комитет по производству посуды ЕВА обсудил **значение одноразовой посуды для формирования положительного имиджа вендинга**. Кроме вопросов дизайна, необходимо учитывать и задачу охраны окружающей среды. Руководство ЕВА сочло проблему достаточно серьезной, чтобы отразить ее в перспективном плане на 2008-2011 гг.

За последнее время членами Европейской вендинг-ассоциации стали:

Over 130 participants from the world of vending gathered in Brussels on 11 – 12 September to discuss the future of payment in vending at **EVA's Payments Conference** sponsored by Microtronic, Coges, Glory, MEI and DA Italia as a press partner. The Chairman of the Conference, Jeff Allsop, MEI UK Director and the EVA EC Member, summed up the results accentuating that cash will be around for a long time to come. Still cashless payment deserve their problems were treated seriously. The transition to the cashless the latter also expect ease of use, security and availability. For example, mobile phone payments should not require to push in complicated numbers. It would be wise to apply different kinds of payments depending, for example, upon the place of installation (office, public place, etc.), the price level, the demand and so on.

At its first meeting on 29 July, the Cup Manufacturer's Committee discussed **the importance of disposable cups for the positive image of vending**. It was stressed that in addition to design problems it is necessary to take into account the protection of the environment. The EVA will include this important issue in its new Business Plan for 2008-2011.

Here are the new members who joined the EVA last months:



[www.ngz-cash.de](http://www.ngz-cash.de)



[www.flo.eu](http://www.flo.eu)



[www.swissprimepack.ch](http://www.swissprimepack.ch)



The Russian Vending Association  
[www.rvva.ru](http://www.rvva.ru)



Fuji Electric Retail Systems  
[www.frsys.co.jp](http://www.frsys.co.jp)



[www.veriplast.com](http://www.veriplast.com)

[www.vending-europe.eu](http://www.vending-europe.eu)

EVA Newsletter, # 08-3 (Oct. 2008)



Москва, Экспоцентр  
4-6 марта 2009

# БОЛЬШЕ НЕ НУЖНЫ ПРОДАВЦЫ И КАССИРЫ!

## VendExpo2009

ВЕНДИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ XXI ВЕКА

[WWW.VENDINGEXPO.RU](http://WWW.VENDINGEXPO.RU)

Тел./факс +7 (495) 647 02 68

E-mail: [info@vendingexpo.ru](mailto:info@vendingexpo.ru)

Организатор



При поддержке



Информационные партнеры



**РЕСТОРАТОР**  
Журнал для тех, кто ценит своих посетителей  
**ОБОРУДОВАНИЕ**



**СВОЙ БИЗНЕС**  
**ТОЧКА ПРОДАЖ**

Генеральный медиа-партнер



## Испанский кофе

Сегодня кофе — это неотъемлемая часть культуры Испании. Я бы сказала, что кофе в Испании даже важнее, чем где бы то ни было. Даже терминологически: испанцы не пьют кофе — они его употребляют. "Tomar un caf" — вот как они говорят. Само слово «кофе» пришло к ним (и к нам) из арабского языка, где сваренный напиток называли «кахван», что в буквальном переводе означает «настой». Впоследствии, слегка изменившись, это слово пришло во все европейские языки. Впрочем, на Пиренейском (Иберийском) полуострове триумф кофе наступил намного позднее ухода арабов (они же — мавры). В XVII в. самым популярным напитком в Испании был шоколад, так как именно испанские конкистадоры открыли для европейцев какао в Центральной Америке. Лишь в конце XIX в. на Пиренеях появились первые кофейные дома. Однако уже в начале следующего столетия в Барселоне, Гранаде и Магриде писатели и художники предпочитали собираться в многочисленных кафе. Тем не менее, в течение многих лет какао оставалось излюбленным напитком консервативно настроенных испанцев.

В странах Пиренейского полуострова, Испании и Португалии, кофе популярен так же широко, как и знаменитые местные вина. Улочки испанских городков, как правило, наполнены характерным кофейным ароматом. Бесчисленные кафе предлагают кофе на любой вкус. Приметой времени является зарождение в крупных городах — на американский манер — так называемых «тематических» кафе, где можно попробовать и приобрести зерна из любой страны.

В Испании кафе традиционно служат местом встреч, где питье («употребление») напитка сопровождается неторопливой беседой, зачастую растянутой на несколько часов. Владельцы кафе издавна пускались на различные ухищрения, чтобы заманить в свое заведение побольше посетителей и создать для них максимально комфортную обстановку. Так, в кофейнях Испании принято читать газеты. Здесь вообще принято пить кофе не торопясь, в отличие от соседей-итальянцев.

Магридские кафе, например, — это особые места в жизни испанцев, что-то среднее между барами и традиционными ресторанами. Многие здешние кафе, открытые еще до Первой Мировой войны, приобрели репутацию мест встречи интеллектуалов. Здесь дискутируют, спорят, читают газеты, гадают... часто посетители приходят сюда выпить чего-нибудь кроме кофе, но не есть (хотя могут заказать сэндвичи). Общее впечатление несколько портит густой сигаретный дым, вися-



Елена Иванова, ООО «Парадиз» (Москва)

Elena V. Ivanova, Paradiz LLC (Moscow)

## Spanish Coffee

Today coffee is an inalienable part of the Spanish culture. I would say that for the Spaniards coffee is more important than for anybody else. They do not drink it — they make use of it, or consume, calling the process "tomar un caf". The very word "coffee" came to them (and to us) from the Arabic, where the cooked drink was called "cahvan", meaning literally "infusion". Later the word came to all the European languages in slightly changed form. However, triumph of coffee came to Pyrenean (Iberian) peninsula much later than Arabs left it. In 17th century the most popular drink in Spain was chocolate, since it were the Spanish conquistadors who discovered cocoa in the Central America for the Europeans. Only at the end of 19th century the first coffee-houses appeared at the Pyrenees. At the beginning of the next century the writers and the artists preferred to gather at numerous cafes in Barcelona, Granada and Madrid. Still for many years cacao stayed the beloved drink of the conservative Spaniards.

Today in the countries of the peninsula, Spain and Portugal, coffee is as popular, as the famous local wines. The streets of the Spanish towns are usually filled with specific coffee aroma. Innumerable cafes suggest all kinds of coffee, for any taste. Characteristic feature of the time is the emergence in large cities of American-style "subjective" cafes, where one can taste and buy coffee-beans from any country.

In Spain the cafes are traditional meeting places, where coffee drinking ("consumption") is accompanied by deliberate talks lasting often for several hours. The cafe-owners have been doing their best to attract as much visitors as possible a present most comfortable conditions for them. So in Spanish coffee-houses people are used to read newspapers. People there are also used to drink coffee unhurriedly — unlike their Italian neighbors.

Cafes in Madrid are peculiar places in the life of Spaniards, something between bars and traditional restaurants. Many of them, opened before the First World War, acquired a reputation of meeting places for intellectuals. They debate, argue, read papers, tell fortune here. The visitors often come here to have a drink of something beside coffee; usually they do not eat here though it's possible to order sandwiches. The general impression is somewhat spoiled by dense cigarette smoke hanging in the air. Cafes like "Comercial", "de Oriente" and others

щий в воздухе. Кофе "Comercial", "de Oriente" и другие стали культурными центрами, где кипят страсти и рождаются идеи и сюжеты.

Пестрая в культурном отношении Испания предлагает широкий спектр кофейных напитков и ритуалов их употребления. Это может быть кофе "cortado". Он готовится только в барах и кафе и представляет собой смесь кофе эспрессо с молоком в равных пропорциях. В Мадриде готовят кофе "manchado", подаваемый везде в стеклянных стаканчиках. По сути это тот же "cortado", но вкус этого напитка более мягок и тонок, так как в молоко вливается лишь незначительное количество эспрессо. В Испании распространен также кофе "carajillo" (карахилю) — смесь в одинаковых пропорциях крепкого горячего кофе и бренди. В сельской местности используют виноградное бренди домашней выгонки, называемое "orujo". Иногда в стакане предварительно поджигают бренди с опущенным в него сахаром, а затем, получив сильный аромат, вливают горячий кофе.

Любят в Испании черный кофе по-турецки, а также обычный кофе с молоком. В этой стране он называется "caf con leche", в Португалии — "cofe com leite". В Португалии любят также кофе молочный "garato", кофе со льдом "caf gelado" и слабый напиток "cajico", состоящий наполовину из крепкого кофе и наполовину из кипятка. Португальцы пьют также крепкий кофе "galao", который подают как с большим, так и с маленьким количеством горячего молока.

Завтрак в странах Пиренейского полуострова бывает, как правило, очень легким. Зачастую это только кофе с булочкой. Обед в 13-15 часов почти обязательно заканчивается маленькой чашечкой кофе.

В Испании кофе иногда дополняют рюмочкой знаменитого шерри-бренди либо анисовой водки. Португалия, известная своими портвейнами, предлагает несколько вариантов кофейных напитков с этим выдающимся крепленым вином.

Нельзя не сказать несколько слов о собственно испанском кофе, имея в виду особенности обжарки зерен. Особенностью испанской технологии является то, что на определенном этапе обжарки зерна посыпают сахарной пудрой, которая плавится и карамелизуется под действием высокой температуры. В результате зерно приобретает более темную окраску и глянецовитость поверхности, что иногда ошибочно считают признаком пережарки, подгорания. Для этого типа обжарки характерны специфический аромат и вкус, в чем можно убедиться, попробовав, например, ввозимый нашей компанией кофе "Oquendo". Подробнее о товарах и услугах предлагаемых нашей компанией на российском рынке вендинга, общественного и «домашнего» питания, я постараюсь рассказать в ближайших номерах журнала.

became a sort of cultural centres where the passions boil and ideas are born.

Motley in the cultural sense, Spain suggests a wide variety of coffee drinks and rituals of their use. It can be coffee "cortado" prepared only in bars and cafes as a mixture of equal shares of espresso and milk. In Madrid they can present you "manchado" coffee, served in glasses; it is very close to "cortado" but has a more soft and gentle taste since it contains less espresso. In Spain "carajillo" coffee is also widely spread — a mixture of equal proportions of strong and hot coffee and brandy. In the country home-made brandy ("orujo") is used. Sometimes fire is set to brandy with sugar in the glass; then getting strong aroma, they pour hot coffee into it.



People in Spain like the black Turkish coffee, as well as a usual coffee with milk, called here "caf con leche" (in Portugal — "cofe com leite"). The Portuguese also like coffee "galao" served with more or less quantity of hot milk.

The breakfast is usually very light in these two countries. It often contains only coffee with a roll. The lunch between 13 and 15 o'clock nearly always ends with a small coffee cup.

In Spain coffee is sometimes supplemented with a wine-glass of famous sherry-brandy or anisette. Portugal known for its ports suggests several variants of coffee drinks with this outstanding fortified wine.

It is necessary to say a few words about the Spanish coffee itself, meaning the peculiar technology of bean roasting. A specific feature of the Spanish technology is that at a certain step of roasting sugar powder is sprinkled to the beans. Later it is melted and caramelized giving dark color and additional gloss to the beans, which are sometimes erroneously considered to be a sign of overroasting. This type of roasting is characteristic for "Oquendo" coffee imported by our company. I hope to discuss the goods and services suggested by our company to the Russian market of vending, catering and home nutrition in more details in the nearest issues of the magazine.



По вопросам приобретения:  
ООО "Борпак"  
(495)981-9557  
www.borpak.com  
info@borpak.com

# Закажи себе Bistro!

## Svend Bistro:

Модульная конструкция  
из 4 торговых автоматов

- Комплектация определяется клиентом
- Салат, горячая лапша, горячий пирожок или шницель, чай, кофе, сок на выбор
- Занимаемая площадь всего 2 м<sup>2</sup>!
- Температурный режим хранения от -5° С до 15° С
- Модуль разогрева продуктов
- Цветовое решение по выбору клиента
- Собственное программное обеспечение
- Конкурентоспособная цена

*Горячий  
обед за  
3 минуты!*



Изготовитель: ОАО "Савеловский  
машиностроительный завод"  
(48236) 4 11 24; 4 12 30;

## Выставка деловых идей

Осенний сезон 2008 года крупнейшего 3-5 сентября в Южном федеральном округе выставочного комплекса «КраснодарЭКСПО» открылся самой необычной выставкой за все годы его существования. Впервые в ЮФО была представлена тройная экспозиция бизнес-возможностей: «BuyBrand/«Купи Брэнд-Краснодар» - выставка по франчайзингу, «VendExpo - Краснодар» - «Вендинговые технологии XXI века» - выставка торговых автоматов с разделом «Технологии электронных платежей» (терминальное оборудование и банкоматы, пластиковые карты, программное обеспечение, системы безопасности, платежные системы).

Почему Краснодар?

Выставочный проект был инициирован и реализован при активной поддержке Администрации Краснодарского края и Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ».

На открытии выставки присутствовали первые лица исполнительной власти Краснодарского края: вице-губернатор Владимир Харламов, руководитель Департамента потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Таусия Лавренова; заместитель руководителя Департамента инвестиций и проектного сопровождения Антон Гетта, а также московские гости и организаторы выставки: главный менеджер Российской ассоциации франчайзинга Валерий Перков; генеральный директор компании E.M.T.G, сопредседатель Комитета по выставочно-ярмарочной деятельности организации «ОПОРА РОССИИ», член сове-

## Exhibition of business ideas



Екатерина Сояк,  
генеральный директор  
компании EMTG  
(Москва)

Ekaterina Soyak, CEO  
E.M.T.G. Co. (Moscow)

The autumn season of 2008 of the largest in the South Federal Region KrasnodarExpo exhibition complex was opened by the most unusual trade show in all the years of its existence. It was a triple exposition of business opportunities, its components being: "BuyBrand-Krasnodar", devoted to franchising, "VendExpo-Krasnodar" – vending technologies of XXI century, having a section "Electronic payment technologies" (terminals, ATMs, plastic cards, software, security and payment systems).

Why Krasnodar?

The project was initiated and realized with the active support of Krasnodar Territory Administration and All-Russia public organization of small and middle scale business "OPORA

ROSSI" ("Support of Russia"). Among those present at the opening the following people could be seen: high rank executives of the Territory vice-government Vladimir Kharlamov, chief of the Department of consumption sector Taisia Lavrenova, vice-chief of the Department of investments Anton Getta, as well as some guests from Moscow and the organizers of the show: Chief manager of the Russian Franchising Association Valery Perkov, director general of E.M.T.G. Co., co-chairman of the Committee for trade-fair activities (OPORA organization), member of RFA directing council Ekaterina Soyak, NAAT president Valery Rakitskiy, vice-director of KrasnodarEXPO Irina Dolgova.

According to the vice-governor, Krasnodar Territory holds the fourth place in Russia by the rate of economic growth and the investments' attractiveness, yielding only to Moscow, Moscow





та директоров РАФ Екатерина Сойак; президент Национальной ассоциации автоматизированной торговли Валерий Ракитский; заместитель генерального директора ВЦ «КраснодарЭКСПО» Ирина Долгова.

По словам вице-губернатора, сегодня Краснодарский край находится на четвертом месте в России по темпам экономического роста и инвестиционной привлекательности – после Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга. Но на фоне общего подъема экономики, и особенно – на фоне приближающейся Белой Олимпиады, Краснодарский край являет собой удивительную картину буквально ежедневного роста бизнес-активности. Владимир Харламов особо отметил, что Краснодарский край сейчас как никогда нуждается в развитии инфраструктуры, совершенствовании объектов индустрии гостеприимства, повышении качества предоставляемых населению и туристам услуг. И в своих планах администрация края опирается в первую очередь на представителей малого и среднего бизнеса, активно развивающегося в регионе.

Говоря о составе участников выставки, Владимир Харламов специально отметил серьезную вендинговую составляющую экспозиции. «Помните, как еще лет десять назад мы стояли в очередях, чтобы оплатить услуги связи или сделать коммунальные платежи? Сегодня же у нас на каждом шагу терминалы, благодаря которым в считанные минуты можно произвести оплату коммунальных платежей, положить деньги на счет мобильного телефона, забронировать гостиницу, заказать авиабилеты и так далее. Наши проблемы решает за нас вендинговая техника. И таких идей и бизнес-технологий в мире масса. Некоторые из них сегодня впервые презентуются в нашем регионе», - подчеркнул Владимир Харламов.

Именно стремительный рост экономических показателей Краснодарского края натолкнул организаторов выставки, московскую компанию E.M.T.G. на решение о своем первом выездном проекте – «Бай брэнд – Краснодар». В самом начале осени в таком регионе, как Краснодар,

Region and Saint-Petersburg. At the background of the general economic upheaval and especially keeping in mind the approaching White Olympic Games, the territory presents a striking picture of daily growing business activity. Vladimir Kharlamov marked specially that today the territory needs, as never before, to develop its infrastructure, to improve its hospitality industry, rise the quality of services suggested to the population and the tourists. And in its plans the administration rests upon the representatives of the small and the middle scale business developing actively in the region.

Speaking about the composition of the participants, Vladimir Kharlamov market specially the vending component of the exposition: "Do you remember the queues we had to stand in just a dozen year ago to pay for the communication or the municipal services? Now we face at every step terminals that allow to make the above mentioned payments in just a few minutes, or to transfer money to our mobile phone account, to reserve the hotel, by the vending technology. And there are quite a lot such ideas and business technologies in the world. Some of them are presented today for the first time in our region."

It is the swift growth of the economic parameters of the Krasnodar Territory that lead the organizers of the show, E.M.T.G. Co. from Moscow, to the idea of its first quest project, Buy-Brand-Krasnodar. It was not easy to arrange such an affair in Krasnodar at the very beginning of the Autumn, but the affair took place and attracted serious attention of the experts and the potential franchisees.

### Figures

The two exhibitions have been participated by 43 companies from 6 countries, who demonstrated a broadest assortment of 60 brands and 20 business concepts: beauty parlors (Go Coppola), clothes and accessories shops (Sela, Baon, Dolce Vita, Superprice Jeans), real estate (Hirsch), security systems (Antivor-Antithief), public catering (InnoWorld, Rostics, National Product), software (1-S Rarus). Vendexpo section was participated by



это оказалось делом не самым легким, но выставка состоялась и привлекла серьезнейшее внимание специалистов и потенциальных франчайзи.

### Цифры

В обеих выставки проекта приняли участие 43 компании из 6 стран мира, представившие посетителям 60 брэндов и 20 бизнес-концепций в самом широком ассортименте: салоны красоты (Go Corola), магазины одежды и аксессуаров (Sela, Baon, Dolce Vita, Джинсы Суперцена), недвижимость (Хирш), системы безопасности (Антивор), общепита (InnoWorld, Ростикс, Национальный продукт), программного обеспечения (I-C Parus). В разделе «Вендэкспо» приняли участие 24 экспонента, демонстрировавшие автоматы для продажи горячих напитков, мороженого, сэндвичей, минеральной воды, жевательной резинки и мелких игрушек, и даже футболок и журналов, а также фотокиоски и системы экспресс-платежей. По наблюдениям участников выставки, наибольший интерес посетителей вызвали франшизные предложения из сферы недвижимости, быстрого питания, и вендингового оборудования.

За три дня выставку посетило более 2 тысяч человек; непосредственно на ее стендах было подписано около 70 протоколов о намерениях.

Профессиональному сообществу о много скажут следующие цифры. Состав посетителей экспозиции «Бай Брэнд» был представлен следующим образом: 44,4% – представители розничной торговли; 6,7% - франчайзи; 37,8% - владельцы бизнеса; 11,1% - франчайзеры. Инвестиционные возможности посетителей выставки составили: менее 45 000\$ - 62,5%;

от 45 000\$ до 150 000\$ - 28,1%; от 150 000\$ до 500 000\$ – 6,25%; более 500 000\$ – 3,1%.

Экспозицию «VendExpo» посетили: с целью получить информацию о рынке - 37,5%; с целью изучить деловую активность – 11,1%; ознакомиться с новой продукцией – 12,5%;

с целью установления деловых контактов – 18%; с целью поиска новых направлений для бизнеса – 13,9%. Более 60% посетителей экспозиции «VendExpo» составили владельцы и топ-менеджеры компаний с «высоким» и «выше среднего» уровнем дохода.

### Деловая программа

Деловая программа выставки была составлена с учетом специфики региона, где и франчайзинговый бизнес, и вендинг только начинают свое развитие. Организаторы совместно с Администрацией Краснодарского края, ведущими отраслевыми союзами и ассоциациями подготовили деловую программу, ориентиро-

24 exhibitors, who presented machines for vending hot drinks, ice-cream, snacks, mineral water, chewing gum and small toys, even shirts and magazines, and also photokiosks and express-payment terminals. According to observations by the participants

and visitors, the latter were mostly attracted by the franchise proposals in real estate, fast food and vending equipment.

During the 3 days the show was visited by more than two thousand people; about 70 letters of intent have been signed at the booths.

The following figures may be informative for the professional community.

Among the visitors of BuyBrand exposition 44,4% represented retail; 6,7% were franchisees; 37,8% were business owners; 11,1% were franchisors. Investments potential of the visitors looked as follows: less than \$45 000 – 62,5%; from \$45 000 - \$150 000 – 28,1%; from \$150 000 to 500 000 – 6,25%; more than \$500 000 – 3,1%.

The visitors of VendExpo had as their aim: to get fresh information of the market – 37,5%; to study the business activity – 11,1%; to get acquainted with the new produce – 12,5%; to establish business contacts – 18%; to look for new business trends – 13,9%. More than 60% of VendExpo visitors were the owners and top managers of the companies with "high" or "higher than average" income.




ванную на обсуждение вопросов открытия, развития и повышения эффективности бизнеса, активизации предпринимательской деятельности в крае.

На пленарном заседании заместитель руководителя Департамента инвестиций и проектного сопровождения Краснодарского края Антон Гетта ознакомил присутствующих с инвестиционными возможностями края и проектами, разработанными к Инвестиционному форуму «Сочи – 2008». Главный менеджер Российской ассоциации франчайзинга Валерий Перков обрисовал перспективы развития франчайзинговых схем в регионах и сообщил о намерении РАФ поддерживать и развивать это направление экономической деятельности в крае и по всей стране. Президент Национальной ассоциации автоматизированной торговли Валерий Ракитский провел в рамках выставки ряд семинаров по развитию и практике управления вендинговым бизнесом. Особое внимание участников выставки привлекли юридические аспекты построения отношений между концессионными партнерами, изложенные в докладе преподавателя МГУ, главного консультанта агентства «Барклай» Валентины Шиповаловой.

Отдельное внимание участников деловой программы привлекла эмоциональная лекция «Вспомнить все! 15 вещей, о которых забывают начинающие франчайзи» ведущего мирового эксперта в области маркетинга и франчайзинга Джона Вон Эйкена.

Полный список участников выставки «Вендэкспо-Краснодар», многих из которых можно увидеть на фото, выглядит следующим образом:

Almafood	Маэстро-вендинг
InnoWorld	Национальный продукт
Rilax Center	Орион
Seven	Олимп
Valeo firm	Пласт-система
Vend Land	Профессиональные
VipVending	и торговые автоматы
Вендомир	С.К.А.Т.
Вертекс	Сиб-вендинг
Гамболс	ТМ «Вендинг» (Провенд)
ИСТА-комплект	Уникум
Импульс-калигратор	Фандомат
Касада	Автоматпроизводство
	Кубань-качество

В заключение сообщая, что очередная (3-я) международная специализированная выставка «Вендинговые технологии XXI века» (ВендЭкспо-2009) состоится 4-6 марта 2009 г. в ЦВК «Экспоцентр» (Москва). 

### Business program


The business program was arranged so as to take into consideration the specific of the region where both the franchising business and the vending start to develop. The organizers together with the Territory administration, leading branch unions and association prepared the program aimed at discussion of starting, developing and making the business more efficient problems, and stirring up the business activities in the region.

At a plenary session the deputy department-chief Anton Getta demonstrated the investments potential of the Territory and the projects worked out for the Investments Forum "Sochi – 2008". RFA top manager Valery Perkov described the prospects of developing franchising schemes in the regions and informed the listeners about the intention of RFA to support and develop this kind of economic activities both in the Territory and in the country. President of the National Vending Association Valery Rakitski conducted a number of seminars touching the problems of developing vending business and the practice of managing it. Special attention of the participants was drawn to the legal aspects of arranging relations between concession partners as presented by Valentina Shipovalova, a lecturer of Moscow State University and a chief consultant of Barclay Agency.

The participants of the program were much attracted by an extremely emotional lecture "Recall all! 15 thing usually forgotten by the beginning franchisees" delivered by John Von Aken, a world expert in the field of marketing and franchising.

The full list of the VendExpo-Krasnodar trade show exhibitors looks as follows:

Almafood	National Product
InnoWorld	Orion
Relax Center	Olymp
Seven	Plat-systema
Valeo Firm	Professional
Vend Land	and Trade Automats
VipVending	SKAT
Vendimir	Siba-Vending
Vertex	TM Vending (Provend)
Gumballs	Unicum
ISTA-complete	Fandomat
Impulse-caligrator	Automatproizvodstvo
Casada	Kuban-kachestvo
Maestro-Vending	

In conclusion I am glad to inform the readers that the next (the 3d) International Specialized trade-fair "Vending technologies of XXI century (VendExpo-2009)" is to take place on March 4-6, 2009, at Expocentre Fairgrounds in Moscow. 



# XI Международная выставка АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

Москва, ВВЦ, павильон 69  
15-17 апреля 2009

# РАППА 2009



**XIV Международная  
конференция  
"Инновации в индустрии  
развлечений России"  
13-14 апреля 2009 г.**



Организатор:  
РАППА - Российская  
Ассоциация Парков и  
Производителей Атракционов

При поддержке:  
Комитета межрегиональных  
связей и национальной политики  
г. Москвы



Международной Ассоциации  
Парков и Атракционов (IAAPA)



Trade Shows International (TSI)

Оргкомитет: 123223, Москва, Пр-т Мира 119  
ВВЦ, Пав. 69, офисы 307-311. Тел./факс:  
(495) 748-3448, 988-8947, 988-8948, (499) 760-3814  
E-mail: raapa@raapa.ru, show@raapa.ru  
Internet: www.raapa.ru

Генеральный спонсор:



Информационная поддержка:

Генеральный информационный спонсор:



# EELEX 2008



9-11 сентября 2008 г. в выставочном комплексе Крокус Экспо прошла уже 17-я Международная выставка игорного, лотерейного и развлекательного оборудования EELEX 2008. За последние годы выставка претерпела определенные изменения. От нее отпочковались несколько более узкоспециализированных выставок: «Терминалы. Вендинг. Киоски», а затем GAMEX (компьютерные и видеоигры) и ЕААРА (парковое и развлекательное оборудование). Нынешний организатор EELEX, GAMEX и ЕААРА компания Смайл-Экспо утверждает, что ее цель – не количество проведенных выставок, а их качество, но это, по-видимому, еще требует подтверждения. Новым фактором при этом может стать установка руководства Смайл-Экспо на предложение клиентам «комплексных маркетинговых решений для продвижения их продукции или услуг на рынок, начиная с помощи в оформлении стенда и заканчивая планированием и ведением рекламной компании в течение всего года». Было бы весьма интересно ознакомить читателей журнала с успешными примерами претворения такой программы в жизнь.

А теперь о традиционном аспекте EELEX, если так можно выразиться, «надводной части этого айсберга». В выставке этого года официально участвовало 65 экспонентов, из которых около 40 % составляли печатные и электронные

On September 9-11, 2008, the XVII International trade show of gambling, lottery and amusement equipment, EELEX 2008, took place at Crocus Expo exhibition centre, Moscow.

During the last years the exhibition underwent certain changes. Several shows, more specialized, have separated from it, namely:

Terminals. Vending. Kiosks. (SSE – Self-service exhibition);

GAMEX (computer and video games);

EAAPA (park and entertainment equipment).

The current organizer of EELEX, GAMEX and EAAPA, Smile-Expo company, asserts that its aim is not the number of shows carried out, but their quality (though, perhaps, it needs to find its confirmation). There is a new factor present in the situation: the statements of the Smile-Expo top management that they “suggest to their clients complex marketing solutions aimed at promotion of their produce and services, starting from assistance in the design of the exhibition booth and ending with planning and conducting advertisement campaign during the year”. It would be most interesting to demonstrate some examples of successful realization of such a program to our readers.

Now about the traditional aspects of EELEX, its “above water” part. This year the trade show was participated officially by 65 exhibitors, about 40 % of which were made up by printed and electronic





издания. В принципе, в самом факте широкого сотрудничества выставочников со СМИ нет ничего криминального; однако переход масштабов этого явления за некоторый предел свидетельствует обычно о кризисе мероприятия.

Не нужно быть особо наблюдательным, чтобы заметить в названии выставки новую характеристику экспонируемого оборудования: лотерейное. И это не случайно. За известными решениями, резко ограничивающими рамки игорного бизнеса в России, последовали попытки производителей переключиться с автоматов с денежным выигрышем на развлекательно-игровые и торговые машины, терминалы экспресс-оплаты и всякого рода киоски, в том числе информационные. Особые надежды при этом связывались с платежными терминалами, число которых за короткое время в несколько раз превысило количество установленных торговых автоматов. Попытки руководства страны упорядочить этот род деятельности привели к тому, что компании-операторы и производители стали искать ему достойную альтернативу, по возможности с высоким уровнем респектабельности. В результате возрос интерес к лотерейной тематике, когда автомат либо непосредственно выплачивает выигрыш, либо выдает билет более или менее традиционного вида. Наглядным проявлением этой тенденции стало участие в выставке не менее шести компаний, объявивших о своей приверженности лотерейной тематике (естественно, на современном уровне), а в рамках деловой части, названной конгрессом, один из двух дней был почти полностью посвящен этой теме. Докладчики не скупились на эпитеты: «Социальный бизнес», «Новый виток в развитии вендинга», «Альтернатива игорному бизнесу» и т.д. Правда, в ходе дискуссии никто, похоже,

mass media. Of course there is nothing criminal in the very fact of wide collaboration between the show organizers and MM; but usually if the share of the latter in the total number of participants exceeds a certain level it may witness about the crisis of the event.

One needs not be very observant to see a new characteristic of the exhibited equipment: lottery. And this is not by chance. The known decisions radically limiting the frames of gambling in Russia have been followed by attempts of manufacturers to switch from the apparatus with cash prize to the entertainment and vending machines, as well as to the express payment terminals and all kinds of kiosks. Some special hopes were set on the payment terminals, whose number grew so fast as to exceed the number of VMs several times in rather a short period.

Attempts of the country leadership to regulate this kind of activities inspired the operating and the manufacturing companies to look for adequate alternative, especially profitable as high as possible. It resulted in growing interest for lotteries, when the machine either pays the prize directly, or presents the client with a more or less traditional ticket. The tendency was clearly reflected by the exhibition where not less than half a dozen companies declared their adherence to the lottery subject (of course at up-to-date level); during the business part (called a congress) one of the two days was practically fully devoted to the subject. The speakers were eager to use epithets like "social business", "new turn in the vending development", "alternative to gambling" etc. Unfortunately during the discussion following the presentations nobody was able to explain clearly what the principal difference between the lottery business and the gambling one is. Therefore there is a serious apprehension it would be difficult to present adequate explanation to the high instances who



так и не сумел объяснить, в чем принципиальная разница между лотерейным бизнесом и игорным. А потому есть серьезные основания полагать, что трудно будет объяснить это и высоким инстанциям, от которых зависит допуск на рынок.

Организаторы выставки планировали уделить особое внимание вопросам развития игорных зон, где, согласно правительственным решениям, должны сформироваться наши отечественные Лас-Вегасы и Монако. Кстати, официальное название конгресса так и звучало: «Игорные зоны РФ». Предполагалось, что в обсуждении вопросов формирования и развития игорных зон примут участие представители четырех планируемых зон («Азов-Сити», «Сибирская монета», «Янтарная» и не имеющая пока названия зона в Приморском крае) и действующей в Татарстане зоне «Камские поляны». Реально в конгрессе и выставке участвовали «Азов-Сити» и «Камские поляны» (последняя не входит в число четырех, утвержденных на федеральном уровне). Обсуждение показало, что на сегодня у специалистов нет единой точки зрения о сроках окупаемости инвестиций в формирование игорных зон. Распространено мнение, что они могут окупаться в разумные сроки лишь при условии комплексного подхода, имея в виду, что одновременно с игорными заведениями в зонах будут созданы условия для разнопланового отдыха, в том числе семейного.

Тематика (и состав) части экспозиции, выходящей за пределы игорных зон и лотерейной темы, была в основном традиционной. Новостью было, пожалуй, представление на самом большом стенде нового игрока российского рынка — компании AlsArt, олицетворяющей собой, как сказано в пресс-релизе, «симбиоз азиатского капитала и русского менеджмента». Насколько можно понять, одной из первоочередных задач AlsArt является приобрете-



decide whether to admit someone (or something) to the market.

The show organizers planned to pay special attention to the development of gambling zones where, according to the government decisions, our domestic Las Vegas and Monacos are to be arranged. By the way, the official title of the congress sounded as "Gambling zones in RF".

It had been supposed that the issues of arranging and development of the zones would be discussed with participation of the four planned zones ("Azov City", "Siberian Coin", "Amber" and the Far-Eastern zone, yet unnamed) and the acting one ("Kama glades" in Tatarstan). In fact representatives of only two zones took part in the exhibition and the congress: Azov City and Kamskiye Polyany (Kama glades). The latter has not been entered yet into the officially approved federal list. The discussion showed that today experts have no common opinion concerning the payback period of investments into the zones arrangement. There is a widely spread opinion that they can be repaid only in the case of a complex approach, when, simultaneously with the gambling-houses, there are created conditions for a diverse rest, including the family one.

The subjects and the composition of the exposition exceeding the bounds of gambling zones and lottery were mainly traditional. One of the main news was the presentation at the largest booth of a new

ние примерно 50 тысяч игорных аппаратов, оставшихся незадействованными после изменений в российском законодательстве. После обновления машин предполагается их продажа и сдача в аренду на территории стран СНГ, Европы, Африки и Латинской Америки. На пост российского управляющего компании приглашена Любовь Логинава, ранее занимавшая должность генерального директора группы компаний «Уникум Гейминг».

Выставку с площадью экспозиции 4300 квадратных метров за три дня сентября посетили 4500 специалистов. Как сложится дальнейшая судьба EELEX и отпочковавшихся от нее выставок, покажет будущее. Пока говорить о том, что решение о гроблении ведущего отраслевого мероприятия было единственно правильным, представляется преждевременным.

И.З.

player at the Russia market – the AlsArt company, embodying, as it was said in the press-release, “a symbiosis of Asian capital with Russian management”. It could be realized that one of the priority tasks of AlsArt was the purchase of about 50 thousand gambling machines inactive after the changes in the Russian legislation. After the refurbishment they are supposed to be sold or lended in the countries of CIS, Europe, Africa and Latin America. The person invited to manage the company is Lyubov Loginova, previously CEO of the Unicum Gaming Group.

The exhibition occupying 4300 sq metres was visited during the three days in September by 4500 professionals. Future will show what the fate of EELEX and the exhibitions detached will be. It would be premature to declare the decision to break up the leading show in the sector was the only correct one.

IZ

**Российская компания IQ Investment выходит на рынок с разработкой, не имеющей в мире аналогов**  
**Russian company IQ Investment presents a unique innovative development having no world analogs**

## **МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АВТОМАТ** **MULTIFUNCTIONAL VENDING MACHINE**

**IQ PLANT**

Имеет компактную конструкцию с круговым доступом, рассчитанную на одновременное обслуживание 3 клиентов. На базе стандартного шасси могут быть построены торговые автоматы, различные киоски и терминалы, причем возможно сочетание в одном автомате нескольких функций.

На сегодня изготовлена опытно-промышленная партия автоматов для реализации мультимедийной продукции, которая проходит полевые испытания. Выбранный из каталога продукт (игра, программа, фильм, электронная версия СМИ и т. д.) записывается на оптический носитель и выдается покупателю вместе с упаковкой. Ассортимент покупок ограничен только внутренней памятью сервера; сейчас это 3000 ГБ. Емкость хранилища - 1000 чистых дисков CD/DVD.

Такой автоматический завод-магазин позволяет решить ряд проблем, которые ограничивают возможности современных мультимедиа-магазинов:

- Нет необходимости планировать и хранить тиражи готовой продукции.
- Отсутствует разрыв во времени между разработкой контента и его поступлением в продажу.
- Перечисление роялти издателю производится автоматически электронным платежом сразу после совершения покупки.
- Торгово-производственная точка занимает минимум места (около 1 кв. м). Ее эксплуатация не связана с постоянно растущими издержками на содержание структуры; для сети из 50 автоматов требуются всего 2 сервис-инженера.

Вкратце преимущества нового канала дистрибуции можно сформулировать следующим образом: все под рукой, быстрая реализация, никакой логистики.



**Be closer. Sell faster. No logistics just IQ Plant.**



# Vendo

SANDEN



## Крупнейший производитель автоматов в мире



Бутылки  
и банки



Гласс-фронт



Комби



Снек



Горячие  
напитки

Поставляем современные качественные  
автоматы на протяжении 70 лет.

Официальный дистрибьютор  
и служба сервисной поддержки  
на территории России:

FORMTRADE

tel. (495) 221-84-19

fax (495) 362-07-83

[www.formtrade.ru](http://www.formtrade.ru)



Мороженое

SandenVendo (PL)  
skr.poczt 1124 | 35-017 Rzeszow 1  
Mobile: +48 607202625 | Fax: +48 17 8620507  
[www.SandenVendo.pl](http://www.SandenVendo.pl)

SandenVendo GmbH  
Spangerstr. 22 | 40599 Duesseldorf | Germany  
Tel: +49-(0)211-740390 | Fax: +49-(0)211-748854  
[www.SandenVendo.com](http://www.SandenVendo.com)

18-я Международная выставка  
18<sup>th</sup> International exhibition



# worldfood

MOSCOW

## Весь мир питания 2008

23-26 сентября 2008 в ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне в Москве проходила 17-я Международная выставка продуктов питания и напитков («Весь мир питания») и одновременно с ней – 2-й Российский агропродовольственный форум (конференция). Выставка и сопряженные с ней мероприятия стали крупнейшим в России и авторитетным смотром мировой индустрии питания, который позволяет большому количеству профессионалов знакомиться с тенденциями отрасли и демонстрировать новейшие достижения.

В этом году в выставке участвовало более 1300 компаний из 61 страны мира, причем значительная часть фирм представлена на государственном уровне в составе национальных групп и ассоциаций. Традиционный успех мероприятия объясня-



On September 23-26, 2008, Expocentre Fairgrounds, Moscow was the venue for 17<sup>th</sup> International Food & Drink Exhibition (World Food 2008) and 2<sup>nd</sup> Russian Agricultural Forum (Conference). The exhibition and the events accompanying it became the largest in Russia well-established forum of the world food industry allowing a great numbers of specialists to evaluate the branch trends and to demonstrate the latest achievements.

This year the fair brought together more than 1300 companies from 61 countries worldwide, considerable share of the participants being represented at the state level within national groups and associations. Traditional success of the event is explained by the wide range of various segments of the food industry it embraces. The area more than 60 thousand sq. metres was used to represent the following sections: "Meat & Poultry", "Fish



ется широким охватом разнообразных сегментов пищевой промышленности. На площади свыше 60 тысяч кв. м. были представлены разделы «Мясо и птица», «Рыба и морепродукты», «Замороженные продукты», «Молочная продукция», «Масложировая продукция», «Напитки», «Кондитерские и хлебобулочные изделия», «Бакалея и снеки», «Чай и кофе», «Фрукты и овощи», «Здоровое питание», «Детское питание», «Оборудование для общепита».

Говоря о тематической структуре выставки, отметим сразу, что особенностью эксплуатации этого года стало резкое уменьшение участия производителей и дистрибьюторов алкогольсодержащей продукции. Если раньше бутылки и этикетки призывно сверкали во всех павильонах, а открытую площадку украшали грандиозные макеты стеклотары ликероводочных гигантов, то в этом году вся выпивка уместилась менее чем на половине зала №2 павильона 8. При этом отечественное винокурение вообще не было представлено — как в экспозиции, так и среди спонсоров. И еще новость из разряда хороших: табачные изделия демонстрировались только на **одном** стенде. Похоже, что здравый смысл может торжествовать.

Несколько слов об участии в выставке разных стран. Как и положено, наиболее обильно была представлена российская пицевка — примерно четверть от общего числа экспонентов. Дальше шли КНР (11%), Италия (7%), Турция и Испания (по 3%), Аргентина, Таиланд, Бразилия и Кипр (по 2%). Меньше в процентном отношении, но заметно выглядели Греция, Польша, Бельгия, Канада, Египет, Сербия, Южная Африка и т.д.





& Seafood", "Convenience & Frozen Foods", "Oils, Fats & Sauces", "Drinks", "Confectionery", "Grocery & Snacks", "Tea & Coffee", "Fruit & Vegetables", "Healthy food", "Baby food", "HoReCa equipment".

Speaking about the structure of the exposition by the subjects, this year's feature was sharp decrease of participation by the producers and the distributors of alcohol-containing drinks. Whereas previously the bottles and labels glittered attractively in all the pavilions and the outside space was decorated by giant mock-ups of vodka bottles, this year all the drinks went into less than half of the hall 2, pavilion 8. As for the domestic distilleries, they were not represented at all—neither in the exposition, nor by the sponsors. And now one more good news: tobacco goods were exhibited at a **single** booth only. It looks as if the common sense can celebrate its victory.

A few words about the participation of different countries. As it should be, the Russian food industry has been represented most heavily — about one fourth of the total number of the participants. Then came PR China (11%), Italy (7%), Turkey and Spain (3% each), Argentine, Thailand, Brazil and Cyprus (2% each). Greece, Poland, Belgium, Canada, Egypt, Serbia and South Africa had lower percentage, but looked quite appreciable. In addition to the veteran exponents, there were some debutants present (Equador, the Emirates, Slovenia, Hong Cong, Mexico). The republics of the Former Soviet Union and the socialist camp looked over-modest—just as the last years. Is it a sort of allergy?

If one tries to evaluate the

Кроме участников-ветеранов, присутствовали и дебютанты (Эквадор, Эмираты, Словения, Гонконг, Мексика). Республики бывшего Советского Союза и соцлагеря, выглядели, как и все последние годы, достаточно скромно. Аллергия?

Если оценивать значение выставки «Весь мир питания» с точки зрения автоматизированной торговли, то придется дипломатично констатировать их, скажем так, потенциальный взаимный интерес. Из тех, кто уже работает в нашей отрасли, в ранге экспонентов выступали «Фирма ВАЛЕО» и «Профессиональные и торговые автоматы». Участвовал и ряд компаний, в основном ориентированных на сектор HoReCa, в том числе «Италко» (кофе-машины и кофе). Как всегда, обильно были представлены поставщики кофе, кофе- и какао-напитков, чая. При желании была возможность выбора готовых холодных напитков на базе соков, молока, минеральной воды и пр., в том числе в удобной для вендинга мелкой расфасовке. Обильно были представлены кондитерские изделия и прочая выпечка. Было кое-что из продуктов быстрого приготовления, включая заморозку. Короче, было бы желание, а контакты есть с кем устанавливать.



World Food importance from the point of view of the automatic merchandising, he'll have to state diplomatically that there exists some potential interest between the two. From those who have been already working in the sector "Firma VALEO" and "Professionalnye & Torgovye Avtomaty" ("Professional and merchandising automatic dispensers"). Could be seen as exhibitors. Also some companies mainly aimed at HoReCa sector, including "Italco" (coffee-machines and coffee) participated. As usual, a lot of companies supplying coffee, tea and some and cocoa were represented. There were a good chance to choose from a great number of cold drinks based on juices, milk, mineral water, etc., including those in small packing convenient for vending use. Confectionery and all kinds of pastries were present in abundance. There were also some convenience and frozen articles for fast cooking. In short, there was quite a lot of companies worth to get in contact with – especially if one is included to.



Торговые автоматы компаний Crane/Dixie/Narco  
Купюрприемники CashCode (для вендинга)  
Монетоприемники и системы безналичной оплаты NRI



Компания «Импорт-Трейдинг» выполняет поставку и сервисное обслуживание торговых автоматов и платежных систем выше перечисленных производителей.



# PIR'08

С 1 по 4 октября в выставочном комплексе «Крокус-Экспо», что пустил корни и продолжает разрастаться на Московской кольцевой автодороге, проходила XI Международная выставка «ПИР. Индустрия гостеприимства». В этот раз выставка заняла три зала из четырех павильона № 3 – самого молодого в составе комплекса. Около 900 компаний-экспонентов, разместившихся на площади около 50 тысяч квадратных метров, представляли (кроме России) Германию, Италию, Францию, Турцию, Японию, Канаду, Чехию, Китай, Испанию, Бельгию, Белоруссию. Это только те, кто был представлен непосредственно. Труднее учесть тех, кого представляли российские (московские) филиалы – например, английские и шведские фирмы. В общем, «мир и дружба».

У выставки ПИР – своя история и своя специфическая атмосфера. Пожалуй, к ней даже больше подходит название «ярмарка», только лишённая излишнего и вульгарного шума. Отчасти это связано с тем, что деловая часть мероприятия – конкурсы, мастерклассы – не спрятана «куда-то», а протекает прямо здесь же, в залах, где на глазах участников и гостей ваяются скульптурные композиции из шоколада, овощей и фруктов; повара не просто рассказывают о том, каким

On October 1-4 the Crocus Expo fairgrounds that took root and is growing intensely at the Moscow Ring Highway sheltered XI International trade-fair "PIR. Hospitality industry". This time the fair occupied three halls (from the four total) of Pavilion 3 – the youngest one in the complex. About 500 companies demonstrated their exhibits at the area about 50 thousand square metres;

the countries they presented were ( in addition to Russia) Germany, Italy, France, Turkey, Japan, Canada, Czech Republic, China, Spain, Belgium, Belarus. These are only the countries represented directly. And it is more difficult to take into account those who were represented by the subsidiaries in Russia and Moscow – e.g. some British and Swedish companies. Well,

all in all, it was "peace and friendship".

The PIR exhibition has its own history and specific atmosphere. It is better suited by the title "fair", but a fair deprived of excessive and vulgar fuss. It is partially connected with the fact that the business part of the affair (competitions, master classes, etc) is not hidden somewhere, but proceeds just here, in the hall, where the participants and the guests are able to witness how sculptures are modeled of chocolate, vegetables and fruits. The cooks were not just talking about the equip-





оборудованием и инструментами они пользуются и почему, но и готовят аппетитные блюда, которые шкворчат и благоухают, а в результате подвергаются дегустации и поедаются благодарной аудиторией.

Тематически экспозиция и деловая часть довольно многообразны, перечень разделов содержит 55 пунктов, но, по-крупному, все группируется вокруг следующих направлений:

- Продукты для предприятий питания
- Напитки для предприятий питания
- Оборудование, инвентарь и технологии для предприятий питания
- Оборудование и услуги для гостиниц. Интерьер. Клининг.
- Профессиональная пресса. Подбор и обучение персонала

В этом году экспозиция была поделена еще и по «салонному» принципу, когда специализированные экспозиции, круглые столы, семинары и другие мероприятия сосредоточены на локальных площадках. Таких было заявлено 8 (в реальности – 9), а именно:

- Российский продукт
- Питание организованных коллективов
- Открытие бизнеса
- Франчайзинг: ресторан

ment and the tools they use and why, but are also cooking appetizing dishes that are not only to be smelt, seen and heard, but are later consumed by the grateful audience.

From the point of items both the exposition and the business part were very diverse; the list of the sections contains 55 subjects that can be grouped into the following directions:

- Products for the public catering
- Drinks for the public catering
- Equipment, tools and technologies for the catering
- Equipment and services for the hotels. Interior, furniture.
- Cleaning
- Professional media. Staff selection and teaching

This year the exhibition has been divided according to the "salon" principle, when the specialized exposition, round tables, seminars and the like have been concentrated at the local grounds, or courts. These were proclaimed to exist in the number of 8 (really – 9), that is:

- Russian products
- Feeding organized collectives
- Starting a business
- Franchising: restaurant
- Hotel management





- Отель – менеджмент
- Итальянская кухня
- Японская кухня
- Алкогольные напитки
- Кофе и чай

К слову сказать, цифры – не самая сильная сторона организаторов. В дополнение к разночтению по числу салонов, в каталоге на стр. 10 в обращении руководителя проекта «ПИР» Елены Меркуловой в русском тексте фигурируют 700 экспонентов и 45 тыс. кв. м, в английском – 900 и 50 тыс. соответственно. Погрешность вполне ощутимая.

Вендинговая тематика присутствует на выставке не первый год и проходит, в основном, по разделу напитков, группируясь вокруг кофейной темы, хотя есть и исключения. Надо отметить, что кофе традиционно является одним из сильных направлений форума «ПИР».

Встреча с вендингом начинается уже при входе в павильоны комплекса «Крокус», причем его присутствие с каждым годом все заметнее. В вестибюле к услугам посетителей, участников и организаторов - платежные и справочные терминалы, а также киоски для подзарядки

- Italian cuisine
- Japanese cuisine
- Wine & spirits
- Coffee & Tea

By the way, numbers seem to be not the strong side of the organizers. In addition to discrepancy in the number of salons, at the page 10 of the catalogue within the address of Elena Merkulova, the Head of the PIR Information Project, one is facing 700 exponents and 45 thousand sq. m in the Russian text and 900 companies at 50 thousand sq. m correspondingly in the English one. So the error is quite substantial.

The subjects of vending has been present at the show not for the first time; they could be found mainly in the "Drinks" section in connection with coffee – but not exclusively. It should be pointed that the coffee subject is traditionally one of the strongest directions of the PIR forum.

One meets vending firstly at the very entrance to the pavilion, and its presence grows more appreciable each year. In the lobby of the pavilion the visitors, the participants and the organizers may use the payment and the inquiry terminals as well as







аккумуляторных батарей. В залах становится все больше торговых автоматов; так, в павильоне №3 успехом пользуются комбинированные автоматы SAECO, предлагающие кофе и штучные товары.

Теперь конкретно об экспонентах (чтобы никого не обидеть, в алфавитном порядке).

Итальянско-российская компания **ALMAFOOD S.A.** поставляет на российский рынок вендинга и HoReCa ингредиенты для приготовления напитков. На последних выставках «Вендинг-Краснодар» и «ПИР» фирма представляла кофе ALTA ROMA – 100 % Espresso Style Italiano. Директор компании г-н Франческо Корсетти подчеркивает, что впервые российский ресторатор имеет возможность приобретать итальянский кофе по ценам кофейных фабрик в Италии.

Японская компания **Ariake** – лидер по производству соусов и приправ для супов в Японии (заводы во Франции и Бельгии). На выставке ПИР продемонстрировала продажу индивидуальных упаковок и наборов икры через автоматы с хранением при – 12 °C и выдачей при помощи манипулятора.

**Juicemaster Co. Ltd** – расположенная в Москве российская компания, известная до недавних пор в основном автоматическими соковыжималками, позднее – корейскими валидаторами. На этой выставке к ним добавилось кофейное оборудование (автоматические и полуавтоматические кофе-машины и кофемолки), холодильное оборудование (льдогенераторы, измельчители льда, холодильные столы), моечное оборудование и микроволновые печи.

Группа **La Cimbali** (Италия) – мировой лидер в производстве профессиональных кофе-машин для приготовления эспрессо, причем с использованием ключевых узлов собственной разработки. В России эти машины занимают более половины рынка; сбытом и обслуживанием 50 моделей занимаются три десятка авторизованных дилеров и сервисных центров.

the kiosks for charging accumulator batteries. The number of vending machines installed in the halls is growing; for example, in the Pavilion 3 the SAECO combi machines are of great success, suggesting to buy coffee and piece goods.

Now about the exponents (in the alphabetical order – not to offend anyone).

Italian-Russian company **ALMAFOOD S.A.** supplies to the Russian vending and HoReCa market ingredients for preparation of drinks. At the last trade-fairs VendExpo-Krasnodar and PIR the company has been presenting coffee ALTA ROMA – 100 % Espresso Style Italiano. ALMAFOOD S.A. director Francesco Corsetti stressed that for the first time a Russian restaurant-keeper has the opportunity to purchase Italian coffee at a price of Italian coffee factories.

**Ariake** company (Japan) is a leading Japanese producer of sauces and spices; the factories are situated in France and Belgium. At PIR XI Ariake demonstrated selling of several kinds of caviar in individual packings and sets using vending machines with storage at – 12 °C and delivery by a manipulator.

**Juicemaster Co. Ltd** is a Russian company in Moscow known previously for automatic juice-squeezers and later for Korean validators. At the last fair these were accompanied by coffee equipment (automatic and semi-automatic coffee machines and coffee grinders), refrigeration equipment (ice-generators, refrigerated tables), washing equipment and microwave ovens.

**La Cimbali Group** (Italy) is a world leader in manufacturing professional espresso coffee machines using key components of their own design. These machines occupy more than half of the Russian market; their sales and services are provided by three dozen authorized dealers and service centres.

**Melitta System Service Gmbh** supplies coffee and professional automatic coffee machines to more than 50 countries. In Russia its products are promoted by Melitta-Russland (Saint Petersburg).



**Melitta SystemService GmbH** предлагает кофе и автоматические кофе-машины более, чем в полусотне стран. В России эти продукты продвигает ЗАО «Мелитта-Русланг» (Санкт-Петербург).

Прачечное оборудование (для стирки и сушки белья) в страны СНГ поставляет компания **Miele Professional** (Германия); особенностью стиральных машин Miele является сотовая конструкция барабанов, рельеф которых обеспечивает максимальную долговечность белья, и гибкое программное управление. Компактные машины с загрузкой 5,5-7,5 кг белья представляют разумное решение для прачечных самообслуживания. По желанию клиентов машины могут комплектоваться платежными устройствами под монеты или жетоны.

Компания **Nuova Simonelli** (Италия) за 72 года своего существования распространила свои поставки эспрессо-машин на 102 страны, куда отгружает 80% своей продукции.

Основанная в Вероне в 1922 г. итальянская компания **Pellini Caffee** известна в 30 странах мира своим высококачественным кофе; зерна для обжарки отбираются исключительно на биологически чистых плантациях.

Турецкая компания **TEKNOCELİK A.S.** (Стамбул) производит оборудование для производства сладкой шуги (талого снега) и автоматы для продажи холодных и горячих напитков.

Laundry equipment (for washing and drying) is supplied to CIS countries by **Miele Professional** company (Germany). One of the special features of Miele machines is the honeycomb drum design that provides for extremely long life of the linen washed and flexible control system. Compact machines with 5.5 – 7.5 kg load present a reasonable solution for self-service laundries. According to the customers' wish the machines can be provided with money or token accepting devices.

**Nuova Simonelli S.P.A.** (Italy) in 72 years of its experience spread its supplies and the culture of espresso coffee to 102 countries exporting 80% of its produce.

Founded in Verona in 1922 Italian company **Pellini Caffee S.P.A.** is well known in 30 countries for its high quality coffee. Beans to be roasted are selected exclusively from the biologically clean plantations.

Turkish company **TEKNOCELİK A.S.** (Istanbul) manufactures machines for sweet slush (granita) production as well as cold and hot beverage automatic dispensers.

Well known in our country **Vendorus Group** (Moscow) has been represented at the market since 2002, presenting a broad spectrum of goods and services for vending, HoReCa and OCS. In addition to machines, the company supplies coffee beans, ground and instant coffee, as well as instant granulated ingredients produced by such leading Spanish manufacturers, as Vendin S.L. and Laqtia





Хорошо известная в нашей стране группа компаний «Вендорус» (Москва) существует с 2002 г. и предоставляет широкий спектр товаров и услуг для вендинга, сектора HoReCa, а также офисного кофе-сервиса. Кроме машинного оборудования компания поставляет зерновой, молотый и растворимый кофе, а также растворимые гранулированные ингредиенты ведущих испанских производителей Vendin S.L. и Laqtia S.L. В 2008 г. компания вывела на рынок новый бренд Corrida (зерновой кофе, какао, сливки).

«Алеф Кофе и Чай» (Москва) — один из ведущих поставщиков оборудования и ингредиентов для приготовления горячих напитков, в том числе кофе Hausbrandt (Италия), чай Ronnefeldt (Германия), кофемашины Schaefer (Швейцария) и Electra (Италия).

«Алеф Трейд» (Москва) — один из крупнейших поставщиков премиальных сортов чая и кофе в России (около двух тысяч клиентов в Москве и регионах), а также профессионального оборудования и чайно-кофейных аксессуаров для сегмента HoReCa. Эксклюзивный дистрибьютор элитного немецкого чая Althaus и известного итальянского бренда — кофе Danesi.

Barry Callebaut — один из мировых лидеров производства какао-продуктов, шоколада и изделий из него. Штаб-квартира транснациональной группы находится в Цюрихе, отделения — в скандинавских странах. В 2007 г. компания открыла современную шоколадную фабрику в г. Чехов (Московская обл.), в строительство которой было инвестировано 17 млн. евро. Среди торговых марок такие известные бренды, как Van Houten, Caprimo и Bendsorp, получившие широкое распространение в десятках стран.

Компания «Бибендум» (Москва) основана в 2006 г. Специализация: установка и обслуживание профессионального кофейного оборудования, обучение персонала, поставка кофе и чая, посуды, рекламных аксессуаров.

Группа компаний «Вендекс» работает на рынке вендинга с 1998 г. Центральный офис — в Москве; несколько региональных филиалов.

S.L. In 2008 the company presented a new brand Corrida to the market (coffee beans, cocoa, powdered milk).

**Alef Coffee Tea** company (Moscow) is one of the leading suppliers of equipment and ingredients for preparation of hot beverages, including Hausbrandt coffee (Italy), Ronnefeldt teas (Germany), coffee machines Schaefer (Switzerland) and Electra (Italy).

**Alef Trade** (Moscow) is one of the largest suppliers of premium sorts of tea and coffee to Russia (about 2000 clients in Moscow and outside), as well as professional equipment and a wide range of accessories for the HoReCa sector. They are exclusive distributors of an elite German tea Althaus and a known Italian coffee brand Danesi.

**Barry Callebaut** is one of the world's leading manufacturers of high quality cocoa products and chocolate. Its headquarters is placed in Zurich, more than 30 production facilities are operated in 24 countries, employing some 8000 people. In 2007 the company has opened its state-of-the-art chocolate factory in Chekhov (Moscow region) after investing 17 mn euros into it. Among the widely distributed in dozens of countries BC brands are Van Houten, Caprimo and Bendsorp.

**Bibendum Co.** (Moscow) founded in 2000 specializes in installing and operating professional coffee equipment, teaching personnel, supplying of coffee, tea, glassware, advertising accessories.





лов. Поставщик оборудования Necta Vending Solutions, официальный представитель компаний Prontofoods, Comestero Group, MEI. Оператор крупной (по российским понятиям) сети торговых автоматов.

Компания «Гурме Стайл» (Москва) — поставщик в Россию высококачественных сортов кофе и чая, сиропов, чистящих средств, аппаратов для обжарки кофе.

ООО «Добрый вкус» (Москва) — эксклюзивный дистрибьютор в России доминиканского бренда кофе «Монте Альто».

Датский производитель ингредиентов для сегмента HoReCa и вендинга компания Eurogran с 1971 г. специализируется на производстве кофе, горячего шоколада, капучино, сливок и чая. Продукция соответствует международному стандарту НАССР. Эксклюзивным дистрибьютором ингредиентов Eurogran в России и странах СНГ является группа компаний «Ассорти» (Москва).

Кофейная компания «Италко» (Москва) предлагает высококачественный кофе, сервис и оборудование для офисов, баров, кафе — по сути дела, для всех мест работы и отдыха. Оборудование продается, сдается в аренду (на

**Vendex Group** of companies, incorporated in 1998, has its central office in Moscow and several regional subsidiaries. The companies distribute equipment produced by Necta Vending Solutions and represent officially such manufacturers as Prontofoods, Comestero Group and MEI. Also operating a large (according to Russian standards) vending chain.

**Gourmet Style** (Moscow) supplies to Russia high-quality coffee, tea, syrups, cleaning means and coffee roasters.

**Good Taste Co.** ("Dobry Vkous"), a Moscow company, is the exclusive distributor in Russia of Dominican coffee brand Monte Alto, famous for its unique taste.

**Eurogran** is a Denmark established (since 1971) manufacturer of ingredients for HoReCa and vending that specializes in production of coffee, hot chocolate, cappuccino, milk topping and tea. All the produce corresponds to international HACCP standard. The exclusive distributor of the Eurogran ingredients in Russia and CIS countries is the **Assorti Group** (Moscow).

**Italco** company (Moscow) offers high-quality coffee, services and equipment for offices, bars, cafes — practically for all places of work and rest. The



время проведения мероприятий) или предлагается в бесплатное пользование.

Компания **KO&FE** (Москва) - производитель элитного свежеежаренного кофе, в том числе ароматизированного и смесей.

**«Кофе и чай в России»** — единственный профессиональный журнал о рынке кофе и чая в России и странах СНГ. Издается с 1997 г. Русская версия выходит 6 раз в год, английская — 2 раза.

**«ЛЕОВИТ нутрио»** (Москва) — производитель продуктов здорового питания. Работает на рынке 10 лет. Компания начинала с лечебных и профилактических напитков (киселей и компотов) на основе растительного сырья (фрукты, ягоды, травы). Напитки VitaPro с успехом применяются на многих предприятиях с вредными условиями труда для профилактики профзаболеваний и поддержания работоспособности — как альтернатива типовому молоку. На сегодня в каталоге «Рецепты здоровья» компании около трех десятков натуральных напитков быстрого приготовления; содержимое пакетов разводится стаканом холодной или горячей воды.

В дальнейшем компания существенно расширила ассортимент своей продукции, в котором теперь довольно много рецептов первых и вторых горячих блюд для взрослых и детей, каши быстрого приготовления, кофе и чай для похудения, около десятка соусов. Имеются продукты средиземноморского и японского меню, вегетарианские и диабетические блюда. С точки зрения вендинга достоинством продукции «Леовит» является мелкая расфасовка и возможность длительного хранения без охлаждения. Контакты с руководством компании показали, что оно заинтересовано в поиске новых каналов сбыта, к которым, в частности, относятся торговые автоматы.

Промышленно-торговая группа **«МИСТЕРИЯ»**, чей центральный офис находится в г. Долгопрудный Московской области, известна как крупнейший производитель изделий из полимеров (одноразовая посуда, предметы сервировки стола, мебель, упаковочные материалы) для предприятий общественного питания,

equipment may be bought, rented, or borrowed free of charge.

**KO&FE** company (Moscow) manufactures elite-grade freshly-roasted coffee, including blends and mono-grades.

**Coffee&Tea in Russia** is the only professional magazine in Russia covering tea and coffee market in Russia and CIS countries. Published since 1997. The Russian version is issued 6 times per year, the English one — twice a year.

**LEOVIT nutrio** (Moscow) is a Russian manufacturer of the healthy food working in the market for 10 years. The company started with curing and prophylactic drinks (stewed fruits and thin jellies) based on vegetable raw materials (fruits, berries, herbs). Beverages VitaPro have been successfully used at many enterprises with harmful working conditions to prevent illnesses and maintain working capacity — as an alternative for traditional milk. Today the company's catalogue "Healthy receipts" contains about 30 natural fast preparation drinks; the contents of the packages is solved in a glass of cold or hot water. Later the company has substantially widened the variety of its produce, containing now quite a lot of receipts of hot first and second courses for the grown-ups and the children, of fast preparation porridges, coffee and tea for losing flesh, a dozen sauces. There is also some food from Mediterranean and Japanese menu, as well as vegetarian and diabetical dishes. From the vending business point of view, the advantages of Leovit produce include small dosing and long storage life. Contacts with the company's management showed it is interested in search of new channels of sale, including, in particular, automatic merchandizing.

**Mystery Group**, whose headquarter is placed in Dolgoprudny, Moscow region, is known as a major manufacturer of polymer goods (disposable plastic ware, furniture, table appointments, packaging materials) for public catering, food production facilities and retail. One of the subsidiaries, Mystery Trade, has its storage in Dolgoprudny, 5 shops in Moscow and 14 in the regions. At the current fair the group demonstrated mainly this aspect of its



пищевых производств и розничной торговли. Дочерняя структура «МИСТЕРИЯ-Торговля» имеет склад в Долгопрудном, 5 торговых точек в Москве и 14 региональных филиалов. На выставке была представлена в основном эта сторона деятельности компании, но в сегменте вендинга она известна также как импортер и дистрибьютор торговых автоматов; фирма имеет и собственную вендинговую сеть.

Компания «**Монтана Кофе**» (Москва) работает на российском рынке с 1992 г. Производит и реализует свежееобжаренный кофе класса Супер Премюм: в зернах, молотый, моносорта и смеси – на базе более, чем 45 сортов арабики с лучших плантаций мира.

Московская компания «**Парадиз**», основанная в 2002 г., занимается поставками натурального кофе, чаев пакетированных и листовых, натуральных соков из лесных ягод; продажей, арендой, установкой в безвозмездное пользование и ремонтом кофейного оборудования; проектированием и оснащением кофейен «под ключ» и обучением персонала. С недавних пор - дистрибьютор кофе испанских производителей Eurocafe S.p.A., Quendo, для которого характерно существенное отличие по технологии и органолептике от привычных итальянских брендов.

Компания ПКП (Москва) представляет в России фирму «**Water+more**», входящую в группу BWT со штаб-квартирой в Висбагене (Германия). Предлагает фильтры для обеспечения предприятий общественного питания водой от водопроводной сети, ресурс работы картриджей – от 500 до 10 000 л.

«**Профессиональные и торговые автоматы**» (Москва) – эксклюзивный дистрибьютор торговых автоматов и профессиональных кофемашин **Saeco** (Италия), осуществляет прямые поставки в Россию и страны ближнего зарубе-

activities, though Mystery Vending Machines, a part of the holding, is well known for its import and distribution of vending machines; the company also possesses a vending chain of its own.

**Montana Coffee** is a major producer and distributor of high quality fresh-roasted "specialty" coffee in Russia, founded in 1992. It produces about 45 kinds of coffee based on Arabica from the best plantations in 12 origins.

Moscow **Paradis** company, founded in 2002, is engaged in delivery of natural coffee (grain, ground, decaffeinated), packaged and sheet teas, natural juices of forest berries; sale, rent and repair of coffee equipment; design and furnishing of coffee houses and training their staff. During the last time the company distributes coffee manufactured by Spanish producers Eurocafe S.p.A. and Oquendo that differs a lot by the technology and organoleptic characteristics from the well known Italian brands.

**PKP** company (Moscow) represents in Russia «**Water+more**», a subsidiary of BWT group with its headquarter in Wiesbaden (Germany). They offer water-filtering plants supplying cleared water from the network to catering facilities; the capacity of the cartridges is from 500 to 10 000 litres.

**Professionalnye & Torgovye Avtomaty** (Moscow) is the exclusive distributor of vending dispensers and professional coffee, machines manufactured by **Saeco Co.** (Italy). The company has performed direct deliveries to Russia and the other FSU countries since 1998. It presents complete set of service, supplying expendables, Astute Control software, technical support and servicing.

**Russian Tea Company** (Moscow) is a major supplier to Russia and CIS countries of high-grade teas (more than 300 kinds) in different packing, including innovative filter-bags Neilopack. 45 kinds of freshly roasted coffee beans MADEO and Santa Fe. Rich choice of tea and coffee table-ware and accessories.



жья с 1998 г. Полный спектр услуг по поставке расходных материалов, установке программно-го обеспечения Astute Control, технической поддержке и сервисному обслуживанию.

**«Русская чайная компания»** — крупнейший поставщик в Россию и страны СНГ высококачественного чая (более 300 сортов) в разнообразной упаковке, в том числе в инновационных фильтр-пакетах Neilorack. 45 видов зернового кофе MADEO и Santa Fe. Богатый выбор чайно-кофейной посуды и аксессуаров.

Компания **«Сверус»** (Москва) — дистрибьютор продуктов питания известных шведских брендов: тортов Almondy и Frodinge (замороженных), печенья Gille, соусов Felix, шоколада Marabou. Поставляет также итальянский кофе эспрессо от семейной фабрики Portioli (Милан) и профессиональное кофейное оборудование Gime.

Компания **«Уникум»** поставила своей задачей объединить в одном лице разные виды вендингового бизнеса: от поставки на рынок торговых автоматов, платежных терминалов и инфокиосков собственного производства и ведущих мировых производителей до организации системы дистрибуции и технической поддержки во всех регионах РФ и ближнего зарубежья.

ООО **«Франко»** — эксклюзивный дистрибьютор профессионального кофейного оборудования **Franke Coffee Systems**, производимого в Германии и Швейцарии.

Компания «Фрэшли Ростэд Кофе» предлагает более 50 сортов свежееобжаренного кофе MADEO и эксклюзивные эспрессо-смеси ENTE.

**Центральная чайно-кофейная компания** (Москва) поставляет на российский рынок элитные сорта чая TEA&CO с лучших плантаций Китая, Индии и Шри-Ланки, кофе Tricaffee (единственный ростер в Европе, использующий технологию обжаривания кофе на медленном огне с использованием гревесины акации) и кофейного оборудования ELITE компании VFA EXPRES.

**ЭлитКофе** и ее дочерние структуры производят высококачественный свежееобжаренный кофе и поставляют профессиональное кофейное оборудование для баров и ресторанов.

Компания **UNITEX** — официальный дилер на российском рынке компании **Thermoplan AG** (Швейцария), хорошо известной в мире благодаря автоматическим кофе-машинам, компактным вспенивателям и кремерам.

Нет уверенности, что представленный выше список исчерпывает интересную для наших читателей часть экспозиции. К некоторым упомянутым выше экспонентам мы надеемся еще вернуться в дальнейшем. Не исключено, что та же судьба ждет и некоторых не упомянутых.

**Sverus** company (Moscow) distributes popular brands of Swedish foodstuffs: frozen cakes Almondy and Frodinge, Gille crisps, Felix sauces and dressings, Marabou chocolate and others. It supplies also Italian espresso coffee machines Gime.

**Unicum** company (Moscow-St. Petersburg) claimed its task is to unite in their hands different aspects of vending business: from supplying to the market vending machines, payment terminals and information kiosks produced by themselves and by leading world manufacturers to organizing a system of distribution and technical support in all RF regions and FSU countries.

**Franko Ltd** (Moscow) is the exclusive distributor of **Franke Coffee Systems**, who manufacture professional coffee equipment in Germany and Switzerland.

**Freshly Roasted Coffee** (Moscow) offers more than 50 kinds of MADEO coffee and exclusive espresso-mixes ENTE.

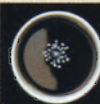
**Central Tea and Coffee company** (Moscow) supplies to the Russian market elite grades of tea TEA&CO from the best plantations of China, India and Srilanka; Tricaffe coffee (the only roaster in Europe roasting coffee on slow fire using acacia wood coal); coffee equipment Elite made by VFA EXPRES.

**ElitCafe** and its subsidiaries produce high-quality freshly roasted coffee and supply coffee equipment for bars and restaurants.

**UNITEX** company (Moscow region) is an official dealer at the Russian market of **Thermoplan AG** company (Switzerland), worldwide known for its automatic coffee machines, milk foamers and creamers.

We are not sure that the list above characterizes exhaustively the part of exposition interesting for our readers. Therefore we plan to come back to some of the above-mentioned exponents in the future. We do not rule out that the same refers to some of the unmentioned.





**КОФЕ**

сублимированный (быстрорастворимый), зерновой, молотый



**КАПУЧИНО**

классический, ванильный, карамель, амаретто, лесной орех, ром, тирамису, классика-экстра, амаретто-экстра, французский ванильный, латтэ мачиато



**СЛИВКИ И ТОППИНГ**

сухие сливки, сухие сливки со стабильной пенкой, молочный капучино топпинг, bebida blanca rica



**СУПЫ И БУЛЬОНЫ**

куриный, мясной, карри



**ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД**

классический, сливочный, сладкий, белый



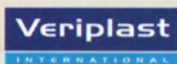
**ЧАЙ**

лимонный, персиковый, апельсиновый, мятный, эрл-грей, черный несладкий, черный мелколистовой



**ХОЛОДНЫЕ НАПИТКИ**

чай со вкусом лимона, персика, молочный коктейль со вкусом клубники, ванили, банана, кофе



**СТАКАНЧИК ПЛАСТИКОВЫЙ**



150 мл, 70 мм, кор./бел.  
150 мл, 70 мм, беж./бел.  
150 мл, 70 мм, бел.  
150 мм, 70 мм, кор./бел. рифл.  
180 мл, 73 мм, кор./бел.

**РАЗМЕШИВАТЕЛЬ ПЛАСТИКОВЫЙ**



105 мм, прозрачный



## ВЫСТАВКА «ВЕНДИНГ ЭКСПО 2009»

17-20 марта 2009 года в Международном выставочном центре (Броварской проспекта, 15, г. Киев, Украина) состоится Третья международная специализированная выставка «Вендинг Экспо 2009». Организатор – известная своими специализированными выставками в Украине и за рубежом выставочная фирма «Троян».

«Вендинг Экспо» находится в постоянном развитии - увеличивается количество экспонентов и выставочная площадь, совершенствуется тематика. За годы своего существования она стала центральным выставочным мероприятием украинской индустрии производства автоматов для торговли, услуг, развлечений и их использования, традиционным местом встречи специалистов отрасли для обмена информацией о тенденциях развития рынка, новейших разработках и технологиях.

Подготовка к очередной выставке проходит в тесном сотрудничестве с Европейской вендинговой ассоциацией (EVA); причем в рамках выставки запланировано проведение совместных мероприятий, что, несомненно, поднимает престиж выставки.

Выставка представляет интерес для всех, кого интересуют проблемы и перспективы развития рынка вендинга - и тех, кто уже активно работает в этой динамично развивающейся отрасли, и тех, кто только задумывается об установке удобных, выгодных и престижных вендинг-систем: торговых автоматов, банкоматов, платежных терминалов, инфокиосков и т.п.

Целевая аудитория выставок «Вендинг Экспо» - это руководители торговых сетей, развлекательных, спортивных, выставочных и культурно-зрелищных комплексов, бизнес-центров, учебных заведений и предприятий транспорта, топ-менеджеры отелей, кемпингов, курортно-оздоровительных и лечебных центров, салонов красоты, представители государственных учреждений, частные предприниматели.

В связи с этим, организаторы видят основную цель выставки в том, чтобы собрать ведущих представителей отечественной и зарубежной индустрии автоматизированной торговли и платежных систем, а также потенциальных клиентов для обмена информацией и заключения взаимовыгодных контрактов, продемонстрировать новейшие образцы оборудования, программного обеспечения, товаров для вендин-

## VENDING EXPO 2009 TRADE-FAIR

On March 17-20, 2009, International Exhibition Centre (Brovarsky prosp., 15, Kyiv, Ukraine) will host the 3-d International Specialized Trade-fair VENDING EXPO 2009, organized by TROYAN Exhibition Co., known for its fairs both in the Ukraine and abroad.

Vending Expo is developing steadily, increasing the number of exhibitors and the area, improving its structure and contents. During the years of its existence the fair became the central event for the Ukrainian vending machines manufacturing sector and the traditional meeting place for the experts in the related subjects to exchange information concerning the trends, new designs and technologies.

The preparation for the fair is carried out in collaboration with the European Vending Association; within the frame of the event some joint arrangements will take place thus enhancing the show prestige.

The exhibition is of great value for those interested in the problems and trends of the developing vending market, both for those who are already engaged in the sector and those who are considering the installation of handy, profitable and prestigious machines, including automatic dispensers, ATMs, payment terminals, information kiosks, etc.

The VENDING EXPO fairs aim at the audience containing the top managers of trade chains, entertainment, sport and exhibition centres, educational facilities, transport junctions, business, rest and medical centres, beauty parlors, state institutions, private enterprises.

Therefore the organizers see the main purpose of the fair to collect the leading representatives of the domestic and foreign vending and payments industry, and the potential clients to exchange information, conclude contracts and bargains, demonstrate the newest hardware and software, goods to be vended, furthering the development of the sector.

The main items of the exhibition are:

Machines for dispensing goods, services and entertainments;

Goods and ingredients for vending machines;

Payment systems and terminals;

Information kiosks, internet kiosks, content kiosks;

Components, spare parts and accessories for VMs and terminals;

га и тем самым содействовать развитию этого бизнеса.

Основные тематические разделы выставки:

Автоматы для торговли, услуг, развлечений;

Продукты и ингредиенты для торговых автоматов;

Платежные системы и терминалы;

Информационные киоски, интернет-киоски, контент-киоски;

Комплекующие, запчасти и аксессуары для автоматов и терминалов;

Технологии безопасности;

Программное обеспечение;

Специализированная литература и периодика.

В рамках деловой программы выставки пройдут тематические семинары, конференции, конкурсы.

Проведение выставки в Международном Выставочном Центре открывает новые перспективы для экспонентов и посетителей. Эта современная выставочная площадка европейского класса позволяет с максимальным удобством разместить любые экспозиции, не ограничивая экспонентов ни в размерах стендов, ни в технических и дизайнерских возможностях.

Организаторами созданы условия для быстрого таможенного оформления экспонатов, для проведения переговоров и встреч, для расселения иностранных гостей, для беспрепятственного въезда на территорию выставки посетителей и участников. Комплексный подход к организационному процессу и индивидуальный



Safety and security technologies;

Software;

Professional literature and mass-media.

Within the business program frame a number of seminars, conferences and competitions is to take place.

Having the show venue at the International Fairgrounds opens new prospects for the exhibitors and the visitors. This up-to-date European class venue allows to place all kinds of exhibits with maximum comfort without any limitations to the stand dimensions and technical and design solutions.

The organizers create conditions for swift customs registration of the exhibits, for meetings and talks, for lodging foreign guests, for unimpeded entrance to the venue of the visitors and the participants. The complex approach to the general organization and the individual – to each participant allows the companies to concentrate on the exhibition activi-



— к каждому участнику позволяет компаниям целиком сосредоточиться на выставочной работе, направленной на развитие бизнеса, закрепление рыночных позиций, заключение перспективных договоров.

Информационную поддержку выставки осуществляют ведущие отечественные и зарубежные специализированные издания и информационные сайты.

Приглашаем фирмы, предприятия, индивидуальных предпринимателей, деятельность которых, прямо или косвенно, связана с вендингом, к участию в Третьей международной специализированной выставке «Вендинг Экспо 2009».

Не упускайте прекрасный шанс укрепить свои позиции на рынке, провести полезный обмен опытом и информацией.

До встречи на выставке!

Выставочная компания «ТРОЯН»

Дополнительная информация:

тел./факс +38 044-258 2775,

E-mail: expo@troyan.kiev.ua,

<http://www.troyan.kiev.ua>

ties aimed at the business development, securing of the market positions, conclude prospective agreements.

Information support of the fair has been provided by the leading domestic and foreign professional publications and web-sites.

We are glad to invite companies, enterprises, individual entrepreneurs whose activities are directly or indirectly connected with vending to take part in the 3d International specialized exhibition Vending Expo 2009.

Don't miss the good opportunity to strengthen your market position and enjoy a useful exchange with experience and information.

See you later at the fair!

TROYAN exhibition company

Additional information:

Phone/fax + 38 044 258 2775

E-mail: expo@troyan.kiev.ua,

<http://www.troyan.kiev.ua>



# ЕААРА

WWW.EAAPA.RU 2009

II ЕВРОАЗИАТСКАЯ ВЫСТАВКА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО  
И ПАРКОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Февраль **11-13**, 2009  
ВЫСТАВКА & КОНГРЕСС

Основные тематические разделы выставки ЕААРА 2009:

- развлекательное оборудование для парков, ТРК, детских и спортивных площадок
- организаторы праздничных мероприятий
- системы приема наличных денег, безопасности и контроля
- 3D, 4D, 5D кинотеатры
- видео- и интерактивные игры
- lazer-tag оборудование, тир, дартс
- продукция и услуги в сфере «еда и напитки»
- консалтинг
- светотехническое, лазерное и акустическое оборудование
- ледовые катки (в том числе искусственное покрытие)
- оборудование для аквапарков и бассейнов

ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «КРОКУС ЭКСПО»  
РОССИЯ, МОСКВА

Контакты: тел: **+7 495 380 0310**, email: [expo@smile-expo.com](mailto:expo@smile-expo.com), [www.smile-expo.com](http://www.smile-expo.com)

ОРГАНИЗАТОР:  
Smile-Expo



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:  
Торгово-Промышленной Палаты  
Московской области



Союза Ассоциаций и Partners  
Индустрии Развлечений



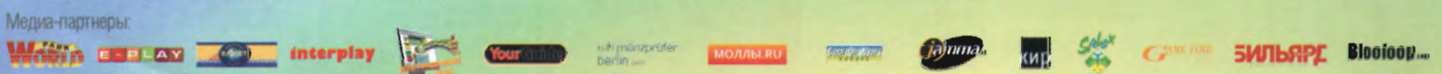
Генеральный  
медиа-партнер:



Официальный  
медиа-партнер в Украине:



Официальный  
интернет партнер:



## Новый 6-трубный монетоприемник NRI Currenza C2

Компания «Импорт Трейдинг» (Москва) продвигает на российский рынок новый 6-трубный монетоприемник *Currenza C2*, разработанный компанией NRI (группа компаний Crane). Для устройства характерны повышенная надежность (в том числе в условиях расширенного температурного диапазона) и увеличенный запас и разнообразие монет на сдачу.

Компания «Импорт Трейдинг» — российский дистрибьютор группы компаний Crane, предлагает новый монетоприемник под названием *Currenza C2*, разработанный немецкой компанией NRI, входящей в группу Crane. Монетоприемник оснащен 6 трубами на выдачу сдачи, что существенно повышает количество и разнообразие монет на выдачу сдачи. Соответственно возрастает продолжительность работы торгового автомата между пополнениями монет в монетоприемнике и обеспечивается огромный набор комбинаций на выдачу сдачи.

Благодаря использованию уникальных оптических датчиков, метода перекрытия импульсов и минимизации трения, достигнут качественно новый уровень надежности автоматических устройств, выполняющих операции расчетов наличными деньгами. Бесперебойная работа монетоприемника возможна в рекордном тем-

## New 6-tube Currenza C2

Coin-acceptor developed by NRI company (Crane Group) is advanced to the Russian market by Import Trading Co, (Moscow). The device is characterized by increased reliability, including outdoor operation, and increased number and diversity of the change coins.



«Белая» версия

«Зеленая» версия

«Голубая» версия

пературном диапазоне от  $-25$  до  $+80^{\circ}\text{C}$ , независимо от места установки торгового автомата и погодных условий. Качество приема и распознавания подлинности монет основано на новейшей технологии измерения 40 различных параметров монеты; так же, как и в 3,5" монетоприемниках, применена технология MFT с поверхностными измерениями монет.

Монетоприемник Currenza C2 предлагается в трех конструктивных исполнениях. Версия «белая» - самая простая - не имеет на корпусе кнопок управления и дисплея, но по сравнению с остальными двумя версиями самая дешевая. Версия «зеленая» - имеет на корпусе кнопки управления и индикатор ошибок. Версия «голубая», помимо кнопок управления, имеет на корпусе монетоприемника встроенный дисплей, что существенно облегчает работу, отображая производимые операции и ошибки.

К достоинствам работы монетоприемника Currenza C2 относится высокая скорость



выдачи сдачи — до 6 монет/сек. Блок C2 optimizer обеспечивает коррекцию конфигурации выплаты сдачи и уровней пополнения монет на основе статистических данных, собираемых в ходе эксплуатации конкретного торгового автомата.

В новом монетоприемнике сортировка монет возможна по 4 или 6 номиналам, есть возможность установки двух трубок, заполняемых монетами вручную. Все платы скрыты, механизм надежно защищен от проникновения капельной влаги.

Модуль выдачи сдачи оснащен тремя независимыми моторами, работающими параллельно и обеспечивающими одновременную выдачу до 3 монет при скорости до 6 монет/сек.

Конструктивно трубки монетоприемника собраны в прочную быстроразъемную кассету, легко заменяемую в любой момент.

Компания «Импорт Трейдинг» ([www.import-trading.ru](http://www.import-trading.ru)) осуществляет гарантийное и постгарантийное обслуживание оборудования, предлагаемого группой компаний Crane.



# VENDING

## ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПРОДАВЦОВ



Автоматы для продажи штучных товаров и прохладительных напитков

**Гарантия, Обучение, Сервис**

112250, Москва, Красноказарменный проезд, д.1, офис 602,

[www.formtrade.ru](http://www.formtrade.ru), e-mail: [info@formtrade.ru](mailto:info@formtrade.ru)



Автоматы для продажи горячих напитков



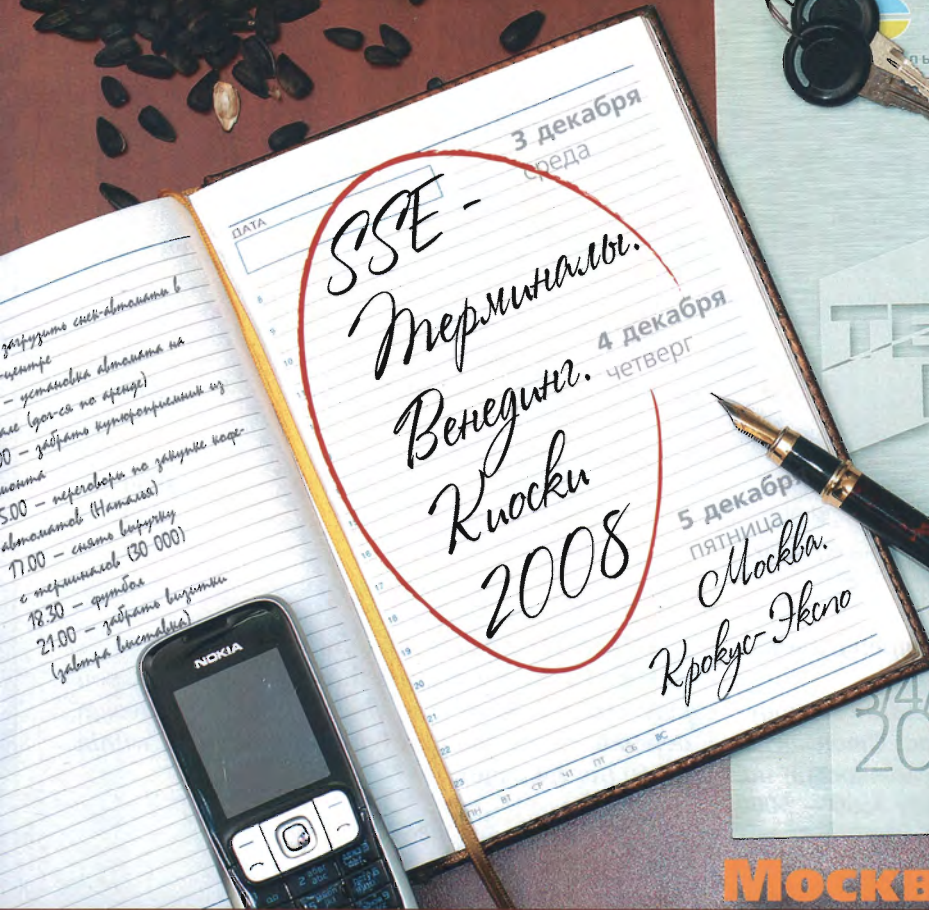
Платежные системы



# Self-Service Exhibition

терминалы. вендинг. киоски

3-5 декабря, 2008



Москва, Крокус-Экспо

## 3-я международная специализированная выставка

- торговые автоматы
- платежные терминалы
- банкоматы и банковское оборудование
- контент-киоски
- информационные терминалы
- комплектующие и периферийные устройства
- ингредиенты и наполнители
- программное обеспечение
- контент
- процессинг

*выставка, о которой невозможно забыть!*

тел.: +7 495 933 7770  
факс: +7 495 502 9045  
www.terminal-show.ru

Генеральный  
информационный  
партнер:

**П Л А С**  
**Ж У Р Н А Л**

По вопросам участия в выставке:

Элеонора Бронникова  
bronnikova@unicum.ru  
Людмила Худякова  
mila@unicum.ru

По вопросам участия в конференции:

Туяна Халудорова  
th@unicum.ru

Организатор:



## Вниманию российских рекламодателей

1. Стоимость размещения рекламных материалов, руб. РФ (без учета НДС).

Площадь рекламного модуля	Стоимость, руб
1/1 (A4)	16000
1/2	9000
1/3	6700
1/4	5300
1/6	3800
1/8	2800

- Центральный разворот (2 стр. А4) — 56 000
- 1-я внутр. стр. А4 — 29 000

- На обложках:
  - 1-я стр. — 35 000
  - 2-я, 3-я стр. — 28 000
  - 4-я стр. — 31 500

• При публикациях предусмотрена гибкая система скидок.

• Если у Вас нет готового рекламного модуля, Вы можете заказать его у нас. Стоимость разработки модуля зависит от сложности, но, как правило, находится в пределах 3500 – 5000 руб. (за полосу формата А4).

## Attention of foreign advertisers

1. Price of ads publication, euros (VAT included)

Ad module area,	Price, euro
1/1 (A4)	540
1/2	300
1/3	220
1/4	180
1/6	130
1/8	95

- Central opening (2 A4 pages) — 1900
- Fly leaf (1st inner page A4) — 830

- Cover pages:
  - 1st page — 1000
  - 2nd and 3d — 800
  - 4th — 900

• There is a flexible discount system

• If you do not possess a ready ad module, you may order it here. The price of the new design depends on its complexity, but usually lies within € 150 (for A4 page).

### В номере упомянуты фирмы и бренды:

Almafood 17, 31,  
Ariake 31,  
Autobar 9,  
Azkoyen 9,  
Barry Callebaut 9, 33,  
Bianchi Vending 9,  
Bulatov Group 7,  
CashCode 27,  
Coca Cola 9,  
Coges 9,  
Confood обл.2,  
Crane/Dixie Narco 27,  
EAAPA 19, 42,  
EELEX 2008 19-22,  
E.M.T.G. 5-6, 10, 14-17,  
Eurogran 34,  
EVA 8-9,  
FAS 9,  
FLO 9,  
Formtrade 23, 44,  
Fuji Electric Retail Systems 9,

GAMEX 19,  
Glory 9,  
Huhtamaki 9,  
Import-Trading 27, 43-44,  
InnoWorld 17,  
IQ Investment 22,  
IQ Plant 22,  
Juicemaster Co. Ltd 31,  
KO&FE 35,  
Kraft 9,  
La Cimballi 31,  
Lavazza 9,  
Leocap обл. 4,  
Mars 9,  
MEI 9,  
Melitta SystemService GmbH 31-32,  
Microtronic 9,  
Miele Professional 32,  
N&W Global Vending 9,  
Nestle 9,

NGZ-cash automation 9,  
NRI 27,  
Nuova Simonelli 32,  
Oquendo 11-12,  
Pellini Caffee 32,  
Rilax Center 17,  
SAECO 5-6, 36,  
SandenVendo 23, обл. 3,  
Selecta 9,  
Self-Service Exhibition обл.2, 46,  
Seven 17,  
S.M.Coin обл. 4  
Svend Bistro 13,  
Swisspack 9,  
TEKNOCELIK A.S. 32,  
Thermoplan AG 37,  
Unicum 36,  
UNITEX 37,  
Valeo firm 17,  
Vend Land 17,  
VendExpo – Красногар/



## 2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

• Подача материалов в редакцию осуществляется не позднее, чем за месяц до выхода соответствующего номера.

• Текстовый материал принимается в Word (doc, rtf), Excel, txt.

• Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (СМЯК, разрешение не ниже 300 dpi); допустимо предоставление качественных фотоотпечатков и слайдов.

• Макеты рекламы принимаются в следующих программах:

Photoshop 5.0–9.0. Файлы в формате TIFF, СМЯК, 300 dpi (для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слои «не склеены»).

Corel Draw 9.0–13.0, Illustrator 7.0–12.0 (обязательное сохранение под версию 9.0). Векторные изображения должны быть переведены в кривые (Curve).

Quark Xpress 3.0–7.0 (Collect с приложенными шрифтами).

• Материал принимается на носителях: дискеты 3,5", CD-R, CD-RW, DVD.

• Формат страницы: до обреза — 215x300; обрезной — 205x290 мм, полоза набора — 169x239. Текст и изображения готового набора (сверстанного) рекламного материала должны отступать от обрезного формата не менее 10 мм с каждой стороны.

• Форматы модулей, меньших А4:

1/2 — 169x115,5 мм; 82,5x239 мм.

1/4 — 82,5x115,5 мм; 169x56,4 мм.

1/8 — 82,5x56,4 мм.

• К рекламным модулям заказчик предоставляет аналоговую цветопробу. При отсутствии цветопробы издательство не несет ответственности за неточность цветопередачи.

## 2. Technical requirements to the materials submitted for publication.

• The materials to be published are to be submitted to the editors not later than a month before the planned publication.

• Texts are to be submitted in Word (doc, rtf), Excel, txt.

• Pictures and photos are to be submitted in electronic version (CMYK, resolution not lower than 300 dpi).

Submission of high quality photoprints and slides is possible.

• Ad modules are to be submitted in the following modes:

Photoshop 5.0-9.0. TIFF, CMYK files, 300 dpi. To make editorial corrections possible, please use PSD files, the layers «not fused».

Corel Draw 9.0-13.0, Illustrator 8.0-12.0 (must be saved for 9.0 version). Vector pictures are to be transferred into curves.

Quark Xpress 3.0-7.0 (Collect with prints enclosed)

• Page size: before cutting 215x300 mm, after cutting 205x290 mm, composition (type) surface 169x239 mm.

The ready text and the images are to be spaced from the after cutting size not less 10 mm at each side.

• Module sizes less than A4:

1/2 — 169x115.5 mm; 82.5x239 mm

1/4 — 82.5x115.5 mm; 169x56.4 mm

1/8 — 82.5x56.4 mm.

• It is highly advisable to submit an analog color-print sample. Without the latter the editors are not amenable for the exactness of color reproduction.

КраснодарЭКСПО 5-6, 14-17,

VendExpo2009 10,

Veriplast 9, 38,

VipVending 17,

«Water+more» 36,

World Food 2008 24-27,

Ассорти обл.1, 34,

АБК 1,

Автоматпроизводство 17,

Алеф Кофе и Чай 33,

Алеф Трейд 33,

Бибендум 34,

Бородино 13,

ВВЦ 18,

Вендомир 17,

Вендорус 33,

Вертекс 17, 33-34,

Гамболс 17,

Гурме Стайл 34,

Добрый вкус 34,

Импульс-калиторатор 17,

ИСТА-комплект 17,

Италко 27, 34,

Касага 17,

Кофе и чай в России» 35,

Крокус-Экспо 28-37,

Кубань-качество 17,

ЛЕОВИТ нутрио 35,

Лиском 7,

Мазстро-вендинг 17,

МИСТЕРИЯ 35,

Монтана Кофе 36,

НААТ 4-6,

Национальный продукт 17,

Олимп 17,

Орион 17,

Парадиз 11-12, 36,

ПИР 2008 28-37,

ПКП 36,

Пласт-система 17,

Профессиональные и торговые

автоматы 5-6, 17, 27, 36,

РАППА 2009 18,

Русская чайная компания 36,

Сверус 36,

С.К.А.Т. 17,

Савеловский

машиностроительный завод 13,

СИБА-Вендинг 5-6, 17,

Смайл-Экспо 19-22,

Терминалы. Вендинг. Киоски 19,

ТМ «Вендинг» (Провенг) 17,

Троян 39-41,

Уникум 17,

Фандомат 17,

Федеральная Таможенная

Служба 3,

Фирма ВАЛЕО 5-6, 27, 38,

Франко 37,

Центральная чайно-кофейная

компания 37,

ЭлитКофе 37,

Экспоцентр 10, 14-17, 24-27,

Информационно-аналитический  
и рекламный журнал

Издается с марта 2004 г.  
Москва

**Учредитель:**  
ЗАО «Энерготранскомплект»

**Издатель:**  
С. Р. Юрханов

**Главный редактор:**  
И. А. Зотов

**Заместитель главного редактора:**  
Е. С. Шаумян

**Фотокорреспондент:**  
А. В. Большаков

**Редакционный совет:**  
О. П. Волков  
А. Ф. Ким  
А. Л. Костандов  
А. Е. Крылов  
И. Ю. Лунин  
А. В. Майсов  
Е. В. Полушина  
В. А. Ракитский  
К. С. Широков  
Е. Ю. Янчик

**Адрес редакции:**  
Россия, 127422, Москва,  
ул. Костякова, 12, офис 50-51

**Тел./факс:** (495) 610-2130  
**Тел.:** (495) 913-4118  
**E-mail:** editor@vendingbusiness.ru  
editor-vending@mail.ru  
editor.vending@gmail.com  
**www.vendingbusiness.ru**

**Макет, художественное оформление, компьютерная верстка:** ООО «Тисо Принт»  
Д. А. Иогансен

**Отпечатано в**  
ООО «Тисо Принт»  
Тираж: 1500 экз.



**Ответственность за содержание реклам и объявлений несет рекламодатель.**

**При перепечатке ссылка на издание обязательна.**

© ЗАО «Энерготранскомплект»  
Зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций  
12 февраля 2004 г.

**Свидетельство о регистрации СМИ**  
ПИН® 77-17388

Первый в России информационно-аналитический и рекламный журнал, специализирующийся на вопросах организации торговли, услуг и развлечений с использованием автоматических устройств.

Содержит анализ рынка, обзор текущих событий и новостей внутри страны и за рубежом, включая новинки оборудования, технологий и ингредиентов, товаров, услуг; фирм и людей отрасли.

Выходит 6 раз в год (по четным месяцам). Тираж 1 500 экз.

Журнал распространяется в большинстве регионов России, в Украине и др. республиках бывш. Советского Союза, а также ряде стран Евросоюза, Корея и КНР.

**Уважаемые читатели!**

Наш журнал вы можете приобрести непосредственно в редакции, по адресу:

ул. Костякова, 12, оф. 50-51 (проезд до ст. м. «Тимирязевская», см. сайт),  
либо оформить заказ по тел./факсу (495) 610-21-30, по электронной почте: subscribe@vendingbusiness.ru или на сайте www.vendingbusiness.ru и оплатить стоимость журнала и доставки по безналичному расчету.

**В Вашем заказе необходимо указать:**

- Номера журнала (вышедшие и будущие), которые Вы хотели бы приобрести.
- Количество экземпляров.
- Название Вашей организации (для юридических лиц) и ФИО подписчика.
- Ваш точный почтовый адрес (с обязательным указанием индекса).

**Банковские реквизиты при оплате в рублях:**

ЗАО «Энерготранскомплект»  
ИНН/КПП 7726063807/772601001  
р/с 40702810900100000831  
в ОАО «МинБ» г. Москва  
БИК 044525600  
к/с 30101810300000000600  
Код по ОКОНХ 71500  
Код по ОКПО 26119069

**Стоимость 1 экз. журнала, руб.**

При покупке в редакции	150
С доставкой в РФ	185
С доставкой в Белоруссию, Узбекистан, Эстонию	210
С доставкой в др. страны	230

The first Russian info-ads & analytical magazine specialized at the problems of trade, service and entertainment based on automatic devices.

Contains market analysis, review of the current events and the news at home and abroad, including novelties in equipment, technologies, ingredients, goods, services and the people of the sector.

Issued bimonthly (even months). Circulation 1500 copies.

Distributed in most of the regions of Russia, in the Ukraine and in other FSU republics, as well as in some EU countries, Korea and China.

**Dear readers!**

The magazine can be bought at the editorial office or by subscription. To subscribe place your order by fax +7 (495) 610 21 30 or by e-mail subscribe@vendingbusiness.ru, and then pay the bill sent to you.

Your order must contain:

- Numbers of issues (past and future) you'd like to buy;
- Quantity of copies
- Title of your company (for the legal entity) and full name of the subscriber
- Your exact post address (including postal code)

**Legal address and banking requisites (payment in euros):**

Energotranscomplect JSC  
Legal address:  
113326, Russia, Moscow, Soumskoy proyezd, 21, 1-4  
Intermediary bank: DEUTSCHE BANK AG,  
FRANKFURT AM MAIN  
SWIFT: DEUTDEFF  
Beneficiary: SAMPO PANK,  
TALLINN, ESTONIA  
SWIFT: FOREEE2X  
Beneficiary: IBAN:  
EE893300333443690003  
GEOWIDE TRADING CORP.  
10 AK COURT, CALEDON STREET,  
SOMERSET WEST 7130,  
SOUTH AFRICA

**Price of a single copy, RUR**

Bought at the editorial office	150
Sent within Russia	185
Sent to Belarus, Uzbekistan, Estonia	210
Sent to other countries	230

**Vendo**  
SANDEN

## SC5 MDB

рублевый монетоприемник от SandenVendo



- MADE IN JAPAN

**ЦЕНА:  
325€**

- 5 трубок под сдачу:  
2 трубки для монет 2 рубля  
2 трубки для монет 5 рублей

1 трубка для монет 1 рубль  
- 10 рублевые монеты падают в сборник  
- 2 жетона

Официальный дистрибьютор  
и служба сервисной поддержки  
на территории России;

**FORMTRADE**

tel: (495) 221-84-19

fax: (495) 362-07-83

[www.formtrade.ru](http://www.formtrade.ru)

**SandenVendo GmbH**

+49 211740390

[www.sandenvendo.com](http://www.sandenvendo.com)

**SandenVendo (East Europe)**

+48 607202625

[info@sandenvendo.pl](mailto:info@sandenvendo.pl)

*Аромат успеха*



 **LEOCUP**  
move ahead with us

**ПРОДВИГАЙТЕСЬ  
С НАМИ**

**S.M COIN**

ООО «ЛЕОКАП» производство одноразовой бумажной посуды

[www.paper-cup.ru](http://www.paper-cup.ru)

  
**VALEO**  
ООО «Фирма ВАЛЕО»