



2006/#3

# VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Инновации Качество Дизайн

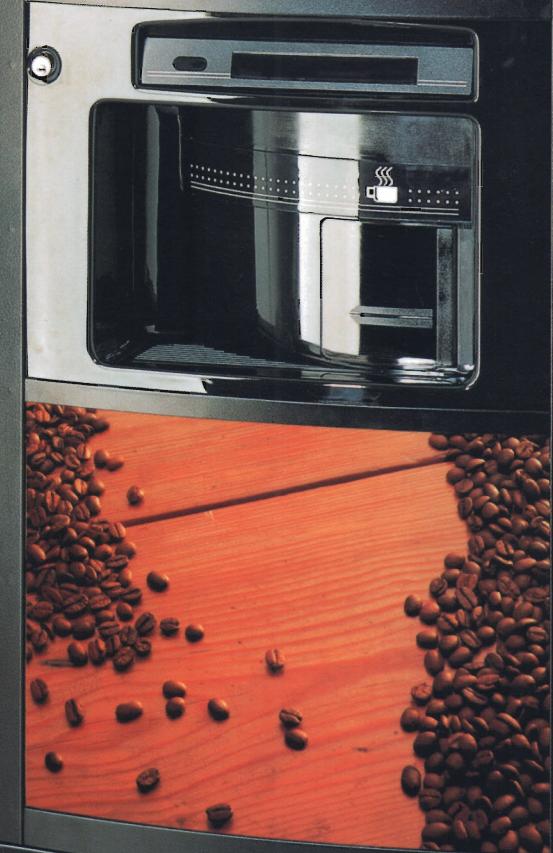
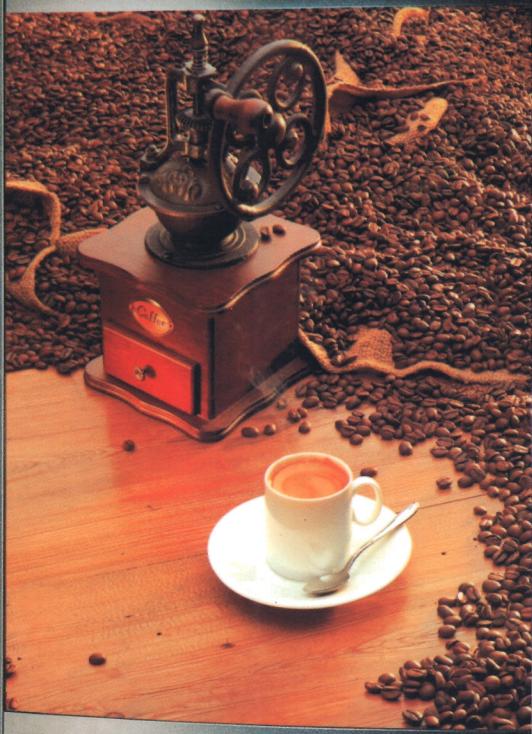


 **Venda**

office@vendaint.ru  
+7 495 983 34 54/55



Обновленный Veneto –  
настоящий  
исполнитель  
желаний



AZKOYEN  
Veneto



**VENDORUS**  
GROUP

*Свобода вашего выбора*

Москва, ул. Прянишникова, д.19А, тел.: +7 495 380 0747, e-mail: info@vendorus.ru, www.vendorus.ru

# Журнал для тех и о тех, кто производит автоматы, работает с ними, пользуется их услугами

Дорогие читатели!

Не будем отнимать у Вас драгоценное время, пересказывая содержание публикаций этого номера. С точки зрения тематической, мы постарались сделать его по возможности разнообразным. Но ведь и вендинг, по сути своей, бизнес разно-плановый. Так что в журнале Вы сможете прочитать и об оборудовании и его компонентах, и о реализуемых товарах и ингредиентах. Вас ждут репортажи с прошедших выставок и анонсы предстоящих. Пусть тех, кто недавно вошел в круг наших читателей, не удивляет то, что далеко не все выставки, о которых мы рассказываем, посвящены именно автоматизированной торговле. Во-первых, чисто вендинговых выставок не так уж много. Во-вторых, известно, сколь перспективным оказывается зачастую то, что находится на стыке смежных отраслей. Об этом не всегда помнят, а зря. Так что, по мере наших сил и возможностей, постараемся Вам в этом помочь.

Обычно мы выполняем свои обещания, поэтому, Вы вновь встретитесь с быстро развивающейся компанией «Газетные автоматы», как и было обещано в прошлом номере. Опыт тех, кто прогрессирует, всегда интересен, особенно если может быть выражен в конкретных фактах, цифрах, соображениях. Желаем Вам успехов в Ваших начинаниях!

Dear readers!



**С. Р. Юрханов,**  
Издатель

**S. R. Jurkhanov,**  
Publisher



**И. Л. Зотов,**  
Главный редактор

**I. L. Zотов,**  
Editor-in-chief

We do not intend to take precious time from you, retelling the contents of the current publications. As for the subjects touched, we tried to make it as diverse as possible. But the vending, as a matter of fact, is also a diversified thing, isn't it? Therefore you can read here about the hardware and the components, about the goods to be vended and the ingredients used, etc. The reports from the past trade-fairs and the announcements of the forthcoming are also waiting for you. Let those who have just entered the circle of our readers that not many of those events are devoted to automatic franchising in pure form. Firstly, purely vending exhibitions are rather rare. Secondly, it is known that very often the most prospective ideas are discovered at the junctions of the neighboring fields. A pity, but the people remember it not always. So we'll try and help you in this aspect as far as possible.

We usually keep our promises, that's why you'll meet in this issue a developing fast company called "Gazetnyie avtomaty" ("Newspaper vendors") – just as we had promised last time. Experience of those who are making progress is always valuable, especially if it can be expressed in concrete facts, figures and considerations. We wish you every success in your undertakings!

Magazine for those and about those, who: produce vending machines, work with them, are served by them



5-8



10-17



26-27



37-39

<b>1</b>	<b>От издателей</b>	<b>1</b>	<b>Editorial</b>
<b>3</b>	<b>НААТ</b> <i>В национальной Ассоциации Автоматизированной Торговли (НААТ)</i>	<b>3</b>	<b>NVA</b> <i>In the National Vending Association (NVA)</i>
<b>5</b>	<b>Лицо фирмы</b> <i>Чтобы почитать газету в метро, не обязательно стоять в очереди</i>	<b>5</b>	<b>Facing the company</b> <i>It is not necessary to queue up if you want to read a paper in subway</i>
<b>10</b>	<b>Выставки</b> <i>Вендиtalia '2006</i>	<b>10</b>	<b>Exhibitions</b> <i>VendItalia '2006</i>
<b>18</b>	<b>Гостиничное и ресторанное дело.</b> <i>12-я Международная выставка</i>	<b>18</b>	<b>Hotel and Catering Trade</b> <i>12th International Exhibition</i>
<b>22</b>	<b>Детпит '2006</b>	<b>22</b>	<b>Detroit '2006</b>
<b>26</b>	<b>Деньги. Учет. Статистика. Мониторинг.</b> <i>Платежные системы JCM – новый этап в развитии торговых автоматов</i>	<b>26</b>	<b>Money. Accounting. Statistics. Monitoring.</b> <i>Milestones for Vending Applications</i>
<b>28</b>	<b>Семинар</b> <i>в группе компаний "ВЕНДОРУС"</i>	<b>28</b>	<b>Seminar at the Vendorus Group</b>
<b>30</b>	<b>И. Лунин</b> <i>Комплексная автоматизация рабочих процессов компании вендинг-оператора</i>	<b>30</b>	<b>I.Lunin</b> <i>Integrated automation of vending operator operational processes</i>
<b>34</b>	<b>Лицо фирмы</b> <i>Лето с "Валео"</i>	<b>34</b>	<b>Facing the company</b> <i>Summertime at Valeo!</i>
<b>37</b>	<b>Заметки от Рувендора</b>	<b>37</b>	<b>Notes from RuVendor</b>
<b>40</b>	<b>Оборудование</b> <i>Е. Полушкина</i> <i>Слагаемые успеха</i>	<b>40</b>	<b>Equipment</b> <i>E. Polushina</i> <i>Items of the success</i>
<b>44</b>	<b>Деньги. Учет. Статистика. Мониторинг.</b> <i>Дешево – не обязательно хорошо</i>	<b>44</b>	<b>Money. Accounting. Statistics. Monitoring.</b> <i>The cheapest is not always the best</i>

# В НАЦИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ТОРГОВЛИ

С 1 мая произошли изменения в исполнительном органе НААТ. В связи с тем, что Татьяна Рыжкова приняла решение продолжать свою карьеру в другой отрасли, она попросила освободить ее от обязанностей Генерального директора НААТ. На этот пост был избран Егор Спиваковский (компания «КоммПасс. Автоматизированные торговые решения»). Его помощником стал Евгений Мамочкин. Собрание поблагодарило Татьяну за ее вклад в создание НААТ и отметило, что без ее усилий вряд ли стало бы возможным начало работы Ассоциации.

За первые месяцы 2006 года Ассоциация выросла количественно. В нее вступили ООО «Кофемат» (г. Екатеринбург), ЗАО «Уникум» (г. Санкт-Петербург), ООО «Артель Ремесленников «Матица» (г. Тюмень) и ООО «АстроВенд» (г. Астрахань). Таким образом, на середину мая в составе НААТ насчитывается 16 членов, список которых мы приводим ниже.



Генеральный директор  
НААТ

Егор Спиваковский

NVA Director General  
Egor Spivakovsky

# In the National Vending Association

On the 1st of May some changes took place within the executive board of NVA. Since Tatyana Ryzhkova decided to continue her career in another sector, she asked to relieve her of the General Director's post. The person elected to the post was Egor Spivakovsky, top manager of ComPass Co. (Automatic Trade Solutions), with Eugene Mamochkin as his assistant. The meeting of the Association expressed their gratitude to Tatyana for her share in creation of NVA and stressed that the effective work of it wouldn't be possible without her efforts.

During the first months of 2006 NVA grew in quantity. It has been joined lately by Kofemat Co. (Ekaterinburg), Unicum (St.-Petersbourg), Matitsa (Tyumen), Astravend (Astrakhan). So this May NVA consists of 16 member companies.

#	Название компании, город	E-mail	Web сайт
1	ООО «Венда» (Москва)	office@vendant.ru	<a href="http://www.vendant.ru">www.vendant.ru</a>
2	ООО «Группа Вендорус» (Москва)	e.polushina@vendorus.ru	<a href="http://www.vendorus.ru">www.vendorus.ru</a>
3	ООО «Комм Пасс» (Москва)	info@commpass.ru	<a href="http://www.commpass.ru">www.commpass.ru</a> (в разработке)
4	ООО «Мистерия Вендинг Машины» (Москва)	pavel.chorine@mystery.ru	<a href="http://www.vending.mystery.ru">www.vending.mystery.ru</a>
5	ООО «Нестле Фуд» (Москва)	foodservices@ru.nestle.com	<a href="http://www.foodservice.ru">www.foodservice.ru</a>
6	ООО «Премакса» (Москва)	info@premaxa.ru	<a href="http://www.premaxa.ru">www.premaxa.ru</a>
7	ЗАО «Автомэйтид Сервисиз» (Москва)	leonid@niagara-international.ru	нет
8	ООО «СИБА-вендинг» (Москва)	az@siba-vending.ru	<a href="http://www.siba-vending.ru">www.siba-vending.ru</a>
9	ООО «Фирма ВАЛЕО» (Москва)	rakitski@valeofirm.ru	<a href="http://www.valeofirm.ru">www.valeofirm.ru</a>
10	ООО «Формтрайд» (Москва)	i.lunin@formtrade.ru	<a href="http://www.formtrade.ru">www.formtrade.ru</a>
11	ООО «ЭКСПРЕССБЫТСЕРВИС» (Москва)	alex@eps-vending.ru	<a href="http://www.eps-vending.ru">www.eps-vending.ru</a>
12	ЗАО «Энерготранскомплект» – учредитель журнала «Вендинг бизнес» (Москва)	editor@vendingbusiness.ru	<a href="http://www.vendingbusiness.ru">www.vendingbusiness.ru</a>
13	ООО «Кофемат» (Екатеринбург)	info@kofemat.ru	<a href="http://www.kofemat.ru">www.kofemat.ru</a>
14	ЗАО «Уникум» (Санкт-Петербург)	aronov@unicum.ru	<a href="http://www.unicum.ru">www.unicum.ru</a>
15	ООО «Артель Ремесленников «Матица» (Тюмень)	ar_matitsa@mail.ru	<a href="http://www.matitsa.com">www.matitsa.com</a>
16	ООО «АстроВенд» (Астрахань)	astravend@mail.ru	нет

По поручению НААТ была проведена юридическая экспертиза российского законодательства в части правового регулирования автоматизированной торговли. Результатом явился полный и исчерпывающий обзор, на основании которого в ближайшее время НААТ планирует подготовить рекомендаций по внесению изменений в законодательство, чтобы выйти с ними в Государственную Думу РФ. В ближайшее время члены НААТ будут

On a commission of NVA a legal examination of the existing Russian laws regulating vending business has been undertaken. It resulted in a full and comprehensive review; basing on it NVA plans to formulate recommendations aimed to make amendments in the current laws. The NVA members will be acquainted with the review before it is passed to the State Douma (Parliament).

ознакомлены с обзором. Юридическая подкованность в законодательных вопросах может, как показывает практика, иметь вполне прикладное значение. Некоторое время назад на ижевскую компанию «Кофе плюс» и ее генерального директора был наложен административный штраф за то, что она не применяла контрольно-кассовых машин в своих автоматах. Компании удалось отстоять в Арбитражном суде Удмуртской республики свое право не применять ККМ, и нам приятно констатировать, что ей пригодилась консультативная поддержка нашей Ассоциации. Копия решения арбитражного суда имеется в распоряжении НААТ. Своими первоочередными задачами НААТ считает сегодня:

– Создание и расширение своего информационного поля с использованием Интернета и печатных СМИ. Мы благодарны члену Ассоциации – журналу «Вендинг Бизнес» – за возможность сообщать на его страницах новости Ассоциации.

– Лоббирование внесения изменений в действующее законодательство РФ в части автоматизированной торговли. Это процесс, безусловно, займет продолжительное время.

– Привлечение внимания к деятельности НААТ и индустрии торговых автоматов со стороны банков, инвестиционных, лизинговых компаний и страховых компаний. Их вклад в отрасль позволит ей развиваться быстрее.

Фактический адрес размещения  
исполнительного органа НААТ:  
129344, г. Москва, ул. Искры, д.17А, стр. 2, этаж 2  
Телефон НААТ: 74955186193  
E-mail: vending.naat@rambler.ru

The legal grounding can have an applied significance, as the recent experience demonstrates. Some time ago the management of Coffee-plus Co. from Izhevsk including its Director-General have been fined administratively for not using cash-registers in their machines. The company achieved to defend their right not to use CR in the court of arbitration of the Udmurt Republic; we are glad to state the consulting support of our associations was useful. A copy of the verdict is in our disposal.

Today NVA considers the following tasks to be its top priorities:

– To create and broaden its information field using Internet and printed mass media. We are thankful to our member, Vending Business magazine, for the possibility to inform the vending community about the association news.

– To lobby changes in the laws of Russian Federation touching the problems of Vending business. The process will undoubtedly need a lot of time.

– To attract the public attention to the activities of NVA and the vending industry. The possible contribution of banks, investment, leasing and insurance companies could promote the sector to develop more rapidly.

The real address of NVA executive board:

Fl.2, Bdг 2, 17A, Iskry St, Moscow, 129344, Russia  
Phone: + 7 (495) 518-6193  
E-mail: vending.naat@rambler.ru

**Automatic Products International - торговые автоматы**

**CashCode - банкнотоприемники**

**MEI - монетоприемники**

**Обучение персонала**

**Продажа и сервис**



**CashCode®**




A Higher Standard.





**ЗАО "АвтоБар"**  
**www.avtobar.ru**  
**info@avtobar.ru**  
**Санкт-Петербург, Россия**  
**тел/факс (812) 321 62 99; 590 73 88**

# Чтобы почитать газету в метро, не обязательно стоять в очереди



It is not necessary to queue up if you want to read a paper in subway

В прошлом номере журнала Вы не могли не обратить внимания на фото, помещенное на первой странице обложки. Сразу же хотим подчеркнуть: сделанный на станции метро «Тимирязевская» снимок не является постановочным, запечатленный на нем гражданин действительно стоял и читал себе газету (может быть, в ожидании жены), когда его ослепили фотовспышкой. За беспокойство мы приносим ему свои извинения. А извинить нас может только то, что хотелось показать, как газетные автоматы входят в реальную жизнь москвичей и, в частности, первого в стране метрополитена, которому только что исполнился 71 год. Подробнее о буднях автоматизированной торговли в метро любезно согласились рассказать **исполнительный директор ООО «Газетные автоматы» Олег Юрьевич Полозов и директор по развитию Сергей Викторович Румянцев**. Вопросы им задавала Ирина Исакдарова.

Анонсируя сегодняшнее интервью в апрельском номере, мы назвали Ваш проект (и, думаю, справедливо) «крупномасштабным внедрением отечественной техники в вендинге». **Каковы возраст и масштабы этого проекта? Что изменилось за год, прошедший со времени нашей прошлой беседы?**

**О.П.:** С момента начала работы с этими автоматами прошло четыре года, и сегодня я не побоюсь сказать, что компания «Газетные автоматы» вышла в лидеры автоматизированной торговли на российском рынке и по масштабу сети, и по объемам продаж.

**С.Р.:** Еще год назад в метрополитене стояло всего 40 автоматов, и в них продаваемых позиций было немного; сейчас в каждой точке установлено до 10 автоматов, чему соответствует до 60 видов изданий. Издатели к нам очень хорошо пошли, они увидели, что это удачный способ продвижения их продукции. На 10 мая в московском метро установлено 470 автоматов, из них 402 работают и 68 – в стадии запуска.

## Развивается ли сеть за пределами Москвы?

**С.Р.:** Нет. Раньше мы делали пробные шаги, ставили отдельные автоматы в ряде городов, но потом забрали их. Мы убедились, что нет особого смысла устанавливать автоматы на значительном удалении и точечно. Поэтому было принято решение, что сначала мы реализуем

In the last issue you could not miss a photo placed at the first cover page. We'd like to stress right away: it has not been arranged specially. The man was just standing at the Timiryasevskaya station, reading his paper and, perhaps, waiting for his wife, when he was dazzled with the flash. Of course we present our apologies to him, knowing that the only excuse for us is that we wanted to show the way the newspaper vending machines enter the real life of the Muscovites, especially in Moscow subway, the first in the country, that is 71 years old now.

Two gentlemen were so kind as to answer the questions of Irina Isakdarova, asking them about everyday life of automatic trade in subway. These gentlemen were **Oleg Polozov, executive director of "Gazetnyie avtomaty" Co, and Sergey Roumyantsev, development manager of the company**.

**I.I.: Announcing this interview in the April issue we called your project (and, I think, quite fairly) "a large scale introduction of home produced equipment into vending". What are the age and the scale of the project? What has changed during the year that passed since we talked last time?**

**O.P.:** We started to work with vending machines four years ago, and today I dare say the company has become the leader of the Russian vending market, judging by both the scale of its net and the sales' volume.

**S.R.:** A year ago only 40 machines were installed in the subway in Moscow and the range of goods was quite limited. Now we install up to 10 machines at each point of sale; it corresponds to about 60 editions. The publishers are coming to us very well, they have seen that this is a very successful way to promote their produce. On May the 10th there were 470 venders installed at Moscow subway; 402 were running, 68 were at stage of setting up.

свои планы по установке газетных автоматов в московском метро и на железнодорожных вокзалах и только после этого будем развивать сеть по России. Компания уже ведет переговоры с рядом регионов по передаче опыта и продаже автоматов. Сначала наш проект многими воспринимался с иронией или с настороженностью. Теперь же очень многие хотят иметь подобную сеть у себя на местах. Речь идет об организации самостоятельных юридических лиц в Новосибирске, Красноярске, Сочи. По договору будет осуществляться в комплексе продажа автоматов (мы их дорабатывали в течение последних трех лет), техническое сопровождение, обслуживание и ремонт, налаживание торговли и построение организационной структуры. По моим сведениям, отдельные предприниматели штучно покупали газетные автоматы у Малоярославецкого завода. Но, увы, купить и установить 10-20 автоматов — это хорошо и прибыльно только на бумаге, а реально при этом штат «съест» всю прибыль. На практике даже при небольшом штате выгодно эксплуатировать сеть, начиная с 50-100 автоматов.

#### **Какие остаются основные сложности на сегодня?**

**О.П.:** Объем работ постоянно увеличивается, поэтому на первый план выходят некоторые проблемы, например, с сортировкой. Улучшается организация процесса обслуживания.

#### **Что делается по совершенствованию оборудования?**

**О.П.:** Наши специалисты переработали механизм подачи продукции, усиlena антивандальная защита.

#### **Проблема вандализма для Вас по-прежнему актуальна?**

**О.П.:** Предусмотренная в нашей технике антивандальная защита, исходя из мировых стандартов, достаточно надежна, но, к сожалению, всех проблем не снимает: наш российский человек настолько талантлив, что постоянно изобретает новые спо-



#### **Is the net developing beyond Moscow?**

**S.R.:** No, it isn't. Earlier we tried and placed our machines in some cities, but we took them back later. We concluded there is no sense them too far and pointwise. Therefore we decided we should first realize our plans installing the vendors in Moscow at the subway and the railway stations and only after that start developing the net all over Russia. Now we are negotiating with some regions on transfer of our experience and equipment.

At first many people apprehended the project ironically and warily. Today a lot of them would like to own such a net themselves, and we are going to take part in organization of independent companies in Novosibirsk, Krasnoyarsk and Sochi. According to the contract, we are to supply the machines we were updating last three years, perform there service and repairs, build the structure and develop the trade.

As far as I know, some people tried and bought vending machines at the Maloyaroslavets works by the piece. Unfortunately it's good and profitable only on paper to buy and install 10-20 machines, since in real life the staff will "eat" all the profit. In practice, even if you have rather a small staff, it's worth while to have a net not less than 50-100 machines.

#### **What are the problems left for today?**

**O.P.:** The volume of work grows constantly, so there some new problems arising, for example, connected with sorting. We are improving the servicing process.

#### **What is done to improve the equipment?**

**O.P.:** Our specialists reconstructed the supply mechanism, reinforced antivandal protection.

#### **Is the problem of vandalism still vital for you?**

собы проникновения в автомат. Поэтому вандализм в отдельных местах сохраняется, например, на станции «Курская», где обосновались бомжи, хотя уже не в таких варварских формах, как раньше: двери, слава Богу, не взламывают. Мы принимаем соответствующие охранные меры, спасибо милиции - она помогает; но главное все-таки, чтобы автомат был в антивандальном исполнении.

**Каков на сегодня формат Ваших взаимоотношений с производителем автоматов – Малоярославецким приборным заводом?**

**О.П.:** Взаимоотношений уже практически нет никаких, мы сами все делаем на своей ремонтной базе. В последнее время мы дорабатывали автоматы, которые завод нам продал, конструируем новые модели, не вводя завод в курс дела.

**Ваши автоматы стоят не на каждой станции метро. Это временно или такая задача вообще не ставилась?**

**С.Р.:** Это временно. Хотя есть отдельные станции, например, «Профсоюзная», «Академическая», «Новые Черемушки», имеющие маленькие, хрущевского периода постройки вестибюли, на которых установка дополнительного оборудования просто невозможна.

**Какие издания составляют на сегодня ваш ассортимент?**

**О.П.:** Наименований газет и журналов, с которыми мы сотрудничаем, около 60-ти. Мы работаем достаточно давно, условия у нас привлекательные для издателей, поэтому ассортимент только расширяется.

**Довольны ли Вы продажами?**

**О.П.:** Да, объем продаж даже больше, чем мы планировали.

**Какие издания лидируют по продажам?**

**О.П.:** Это «Комсомольская правда», «МК», «7 дней». Некоторые издатели устремились именно к нам, потому что поняли, что для них проще продвигать издание через наши автоматы, чем другим способом.

**Существует ли зависимость «продаваемости» от места установки?**

**О.П.:** Вообще-то такая «географическая» зависимость существует, но это совсем не значит, что лучшие торговые точки – в центре города. Мы делим все станции на пять категорий в зависимости от пассажиропотока. В «спальных» районах, например, в Алтуфьево, хорошие продажи, особенно в выходные, когда в центре продажи почти замирают.



**O.P.:** According to international standards, the existing protection is adequate, but, unfortunately, it doesn't solve all the problems. The main problem is that our Russian people are so talented that they are constantly inventing new methods of penetration into the machines. So some vandalism is still present (for example, at Kourskaya station partly occupied by tramps), but, thanks God and the police, the situation is not as acute as before when the doors had been broken open. In any case today the machine must have an anti-vandal enclosure.

**What are your relations with the original manufacturer of the machine – the Maloyaroslavets instrumental works?**

**O.P.:** Practically no relations have been left. We are performing practically all we need at our own repair base. Last time we have been upgrading the machines bought from the works; now we are developing new models without informing anybody.

**Your machines have been installed not at all stations. Is it a temporary situation, or such a task wasn't formulated at all?**

**S.R.:** It is temporary, though there are some stations having too small halls to install there any additional equipment.

**What editions are present in your assortment now?**

**O.P.:** There are about 60 titles of papers and magazines. We have been working long enough and our conditions are quite attractive for the publishers, so the assortment tends to widen.

**Are you satisfied with the sales?**

**O.P.:** Yes, the sales volume is even greater than we had planned.

**What editions are leading by their sales?**

**O.P.:** These are "Komsomolskaya Pravda", "МК" and "7 days". Now some publishers are rushing to us because they have realized it's easier to promote their publications with our help than in some other way.

**Are any points of sale "better" than the other?**

**O.P.:** There is some correlation with the geography, but it doesn't mean that the best points are situated in the downtown. We classify all the sta-

**Какую схему работы с издателями вы практикуете в настоящее время?**

**О.П.:** У нас индивидуальный подход ко всем. Наши заказчики — наши партнеры, и мы совместно разрабатываем географию, схему распространения. Издатели к нам очень хорошо относятся. Когда начинали, мы работали с 7-ю изданиями, сейчас их около 60-ти, и желающих присоединиться к этому числу много.

**Расскажите, пожалуйста, о своем опыте использования автоматов в качестве носителя рекламы.**

**О.П.:** Опыта еще практически нет никакого. Уже готовы и смонтированы модули для анонсирования изданий — именно анонсирования, а не рекламы. Там будут помещаться материалы номеров, обложки, выносы.

**Какие главные направления дальнейшего развития проекта?**

**О.П.:** Работа московской сети со временем будет налажена и доведена почти до идеального состояния. По нашим планам это произойдет еще до 2007 года. Можно считать, что сегодня эксплуатация газетных автоматов отработана даже не на маленьком, а на среднем количестве. Поэтому следующий этап — организовать долговременное сотрудничество в других регионах России.

**Заметны ли какие-либо изменения в культуре покупателей, в отношении их к автоматам?**

**О.П.:** За четыре года нашей работы с газетными автоматами психология покупателей заметно изменилась. Уже нет боязливости, которая типична при первом общении с любой новой техникой; нет и такого, чтобы стучали по автоматам. Частенько бывает, что люди подсказывают друг другу, как пользоваться, что делать.

Вообще, по моему мнению, чтобы быть привлекательным, автомат должен быть ярким, иметь компактные габариты. Недавно я подошел к одному торговому автомату с напитками — он такой огромный, что отпугивает одними своими размерами. Что касается нас, то над дизайном наших автоматов мы серьезно еще не работали.

У каждого из наших контролеров есть дневник, в котором он фиксирует результаты опроса населения. Людям нравится сам процесс покупки из автомата: не надо как в палатке искать дядю или тетю, у которых и настроение может быть плохим, потому что дома неприятности, или потому, что сменщик не пришел. Бывает забавно наблюдать, с каким деловым видом люди совершают покупку у автомата. Им это приятно, и, как мне кажется, должно вызывать чувство гордости и патриотизма оттого, что они пользуются техникой отечественного производства.

В заключение хотелось бы всех, кто заинтересовался нашим проектом, пригласить к сотрудничеству.

tions into five categories depending on the passengers' flow. Sales may be high in the "sleeping areas", like Altoufyeveo, especially on the weekends, when they freeze at the centre.

**What scheme of work with your publishers do you practise?**

**O.P.:** We practise individual approach to all of them. Our customers are our partners, and we develop the geography and the distribution scheme jointly with them. Speaking generally, we have extremely good relations with the publishers. Look here: we started with 7 editions, now we have about 60, and there is a lot of publications eager to join them.

**Could you say anything about your experience to use the machines as the adverts' carriers?**

**O.P.:** Such an experience is practically absent. We have manufactured and installed visual modules to announce the editions — not to advertise. We plan to place there cover pages, excerpts from the articles etc.

**What are the main directions of further development of the project?**

**O.P.:** Our Moscow net will need some more time to be refined. According to our plans it will be achieved by the end of the year. It may be considered that the operational scheme of machines vending newspapers has been adjusted in middle scale. So the next stage will be to organize long-term cooperation in other regions of Russia.

**Is it possible to notice any positive changes in the culture of the buyers, in their attitude to the venders?**

**O.P.:** During the four years we have been engaged in the business the buyers' psychology has changed notably. The timidity typical for the first contacts with new techniques tends to disappear; the same is former habit to knock at the machines. The people can often be seen prompting each other, teaching what and how to do.

In my opinion, to be attractive the vending machines ought to look brighter and be not too large. Recently I came up to a machine vending drinks and was suppressed, nearly frightened — so huge it was. As for us, we didn't start to treat the outlook of the machines yet.

Each of our controllers has a diary fixing the customers' opinion. It can be seen from it the people like the very process of buying from the machine: there's no need to look for the salesman / saleswoman, to take into account there bad mood, etc. Sometimes it's a real fun to see how serious and business-looking the people who are buying from the vender are. I dare suggest they can even be proud they are served by a home-made machinery.

To conclude with, I'd like to invite for collaboration every person who feels interested in our project.

**Ближневосточный регион в ожидании  
2-й Международной выставки  
торговых автоматов в Дубаи**

Год спустя после успешной первой попытки в мае 2005 г. вторая выставка DubaiVend должна пройти 14-17 ноября этого года в Дубаи, столице Объединенных Арабских Эмиратов, быстро развивающемся центре динамичного бизнеса.

Организованная дубайской престижной выставочной компанией «In Time Events LLC», DubaiVend привлечет, как ожидается, свыше 6000 посетителей в течение 4 дней, продемонстрировав впечатительную коллекцию новейших торговых автоматов, а также товаров и аксессуаров для них, представленных более чем 170 импортерами, дистрибуторами и поставщиками со всего мира.

Уникальное событие для региона Персидского залива и, в частности, ОАЭ, 2-я выставка DubaiVend отвечает нуждам быстро растущей розничной торговли ликвидными потребительскими товарами, равно как общественных и правительственные структур, включая муниципалитет Дубаи.

Хорошим дополнением к выставке является обращение к ее гостям и участникам ведущих и авторитетных специалистов отрасли, которые поделятся своими мыслями и информацией об автоматизированной торговле и о конкурентной среде, в которой она существует и развивается.

2-я Международная выставка торговых автоматов в Дубаи – это идеальное место, где могут встретиться, обменяться идеями и завязать деловые отношения профессионалы бизнеса, в том числе принимающие решения руководители банковских и финансовых структур, торговых и промышленных компаний, ассоциаций и т.д.

В те же сроки, параллельно с DubaiVend будет проходить Дубайская Международная выставка безалкогольных напитков. Ожидается, что это благотворно скажется на эффективности обоих мероприятий.

За дополнительной информацией обращайтесь, пожалуйста, непосредственно к фирме-организатору:

**In Time Events LLC**  
Тел.: + 971 (04) 295 3379  
Факс: + 971 (04) 295 3374  
Дубаи, Объединенные Арабские Эмираты

или посетите веб-сайты:  
[www.intime-events.com](http://www.intime-events.com)  
[www.dubai-vend.com](http://www.dubai-vend.com)



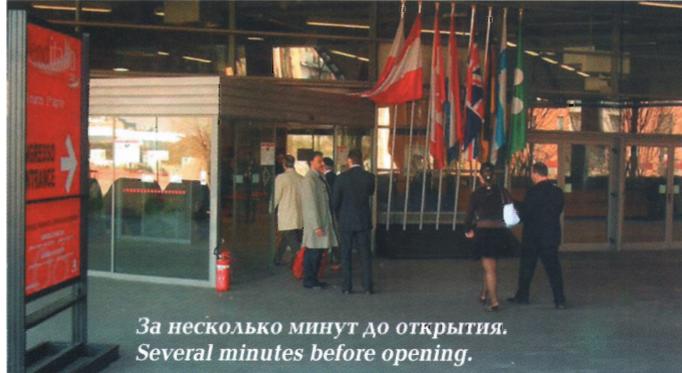
# **Dubai Vend 2006 Exhibition**



**Dubai International  
Vending Machines Exhibition  
14<sup>th</sup> - 17<sup>th</sup> November 2006**



# Venditalia 2006



Все хорошее когда-нибудь кончается. Не является исключением и выставка Venditalia, проходившая в Милане с 29 марта по 1 апреля. Сейчас на руках еще нет итоговой статистики, однако успех мероприятия несомненен. По числу участников пятая Venditalia превзошла не только четвертую, но и кельнскую Eu'Vend: в Милане выставлялись 256 экспонентов, 16% которых прибыли из-за рубежа. Возможности для размещения экспозиции были прекрасные: для этого был выделен павильон №16 комплекса Fieramilanocity, расположенный выставочной площадью 25 000 кв.м (в порядке справки: всего в составе комплекса 26 павильонов). Типовая конструкция павильонов последних лет постройки, к которым относится 16-й, предусматривает вход через второй этаж, куда посетители попадают по пологим винтовым пандусам (либо на лифте).

*Every good thing comes to its end some day. Venditalia trade fair (Milan, 29 March – 1 April) is not an exclusion. Today we do not possess the final statistics, but the success of the affair is evident. Judging by the number of participants, the 5th Venditalia has surpassed not only the 4th one, but the Eu'Vend (Cologne, 2005) as well: the exposition in Milan contained 256 exponents, 16% of which arrived from abroad. The conditions for accommodation were excellent: Pavilion 16 of Fieramilanocity complex has exhibition area of 25 000 sq. metres (total number of pavilions is 26). Pavilion 16, one of those built during the last years, has a standard design with entrance to the second floor; the visitors come there along sloping spiral ramps (or by elevators).*





Слева С. Пьерализи, рядом А. Гарули; выступает С. Фарнети.  
From the left: S. Pieralisi, A. Garulli, S. Farneti takes the floor.

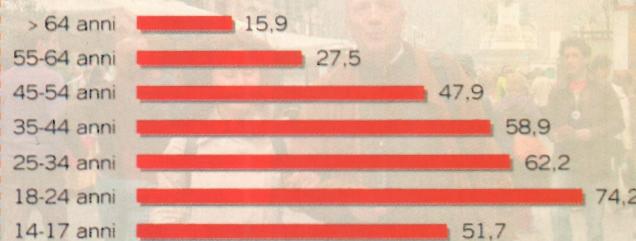
На втором этаже кроме административных и вспомогательных помещений находились и предприятия общепита. Чтобы попасть в экспозиционные залы (1-й и 3-й этажи), нужно было воспользоваться эскалаторами (как вариант – лифтами и лестницами). Еще выше (кажется, это 6-й этаж) находится прекрасный конференц-зал, куда, по понятным причинам, не доносится шума выставки, а через стекла холла в хорошую погоду видны предгорья Альп. С транспортным обслуживанием комплекса никаких проблем нет. Неподалеку расположены две станции метро; рядом с той из них, что подальше, проходит бесплатный автобусный кольцевой маршрут, который обьезжает все проходные комплекса.

Тон на выставке задавали, как нетрудно догадаться, итальянцы. Дело не только в том, что Италия была принимающей страной, которая обычно доминирует в экспозициях. Сильные позиции итальянского вендинга, в общем-то, известны. По количеству установленных автоматов (около 800 000 штук) страна занимает третье место в мире – после Японии и США. Хорошой репутацией пользуются и итальянские автоматы, и итальянский кофе. Слово «эспрессо» давно стало интернациональным, за ним следует «капучино». В мире растет популярность итальянского стиля потребления кофе с сильной обжаркой зерен и малым количеством воды. На выставке итальянцы показывали кофе-машины с тремя дозирующими кнопками: первая – итальянский вариант, вторая – французский (примерно вдвое больше воды), третья – американский (еще втрое больше).

Значительную часть забот по организации выставки взяла на себя **Confida** (Итальянская вендинг-ассоциация), чей президент, **Аугусто Гарули**, ныне един в трех лицах, возглавляя также и Европейскую (EVA), и Всемирную (WVA) ассоциации.

Выступая на пресс-конференции, посвященной открытию выставки, г-н Гарули отметил ведущую роль Италии в производстве автоматов, особенно для приготовления и продажи кофе, а также в их применении. Из 18 млн. торговых аппаратов, установленных в мире, на долю Европы приходится примерно четверть (4,5 млн), каждый пятый из которых работает в Италии. Их годовой объем продаж превышает 1,5 млрд евро (2004 г.). Кофейные автоматы постепенно вытесняют бары.

### Le fasce d'età degli utilizzatori



Возрастная структура пользующихся торговыми автоматами (по данным опроса агентства CRA).

At the second floor administrative and auxiliary premises are situated, as well as public catering. To get to the exposition halls (1st and 3d floors) one had to use escalators (or, as options, elevators and staircases). Still higher (approximately at the 6th floor) a nice conference hall is placed, not reached by the exhibition noises; looking through the windows, one can see the foothills of the Alps. There are practically no problems with transport services of the complex. Two subway stations are situated in the proximity; near one of them, which is farther, a free bus route passes, connecting all the entrances of the complex.

As it could be easily suspected, the Italians were setting the fashion at the fair. Of course, Italy has been the host country, who usually dominates in exposition, but that was not the only reason. The strong positions of Italian vending are well known. Judging by the number of machines installed (800 thousand), Italy holds the 3d place in the world, after Japan and USA. Both Italian vendors and Italian coffee have good reputation. The word "espresso" has an Italian origin, but has been international for a long time; "cappuccino" comes next. The Italian style of coffee consumption, with strong roasting of beans and a little water gains still more popularity. During the fair the Italians demonstrated coffee-machines with three dosage buttons: the first one corresponded to the Italian style, the second to the French one (twice more water for the same quantity of coffee), the third – to the American (thrice more water).

Considerable part of concern for the fair was taken by **Confida** (Italian Vending Association), whose president, **Augusto Garulli**, is now "sole in three embodiments", since now he also heads both EVA and WVA. Taking the floor at the opening press conference, Mr. Garulli stressed the leading role of Italy in vending machines' manufacturing and application, especially of those for coffee preparation and selling. Of the total number of 18 mn vendors installed in the world Europe shares about a fourth part (4.5 mn), one fifth of which are operated in Italy. Their annual turnover is more than €1.5 bn (2004). Coffee vendors are gradually displacing bars.





Выступивший там же президент выставки **Серджо Пьерализи** перечислил ряд тенденций развития отрасли, которые, по его мнению, отвечают ожиданиям потребителей.

В их числе:

- Повышение внешней привлекательности автоматов
- Расширение выбора продуктов, в том числе горячих блюд
- Повышение надежности автоматов
- Увеличение числа автоматов и точек их установки
- Расширение выбора платежных систем.

Г-н Пьерализи отметил также, что торговые автоматы становятся все более привычными для, как он выразился, «жизни вне дома» и все прочнее укореняются подобно автоматам для продажи и проверки билетов. Подтверждением этому являются статистические данные, приведенные руководителем программы исследований социологического центра **CRA Стефанией Фарнети**. Согласно данным последнего опроса, в течение 12 месяцев примерно каждый второй итальянец пользовался услугами торгового автомата, причем за год их доля возрастает примерно на 10%. На службе автоматами пользовались 38% работающих, в больницах – 20% пациентов, в школах и вузах – 16% учащихся; для деловых центров цифра составляет 15%, железнодорожных вокзалов – 10%, метро – 3,4% и т.д. С точки зрения географической наиболее популярен вендинг на северо-востоке страны (вокруг Венеции), где процент граждан, им пользующихся, в полтора раза выше, чем на юге. С точки зрения возрастных категорий автоматы наиболее привлекательны для подростков 18-24 лет (74%), наименее – для поколения старше 64 лет (15,9%).

Пресс-конференция, как бы интересна она ни была, это все же прелюдия к выставке. Что же было примечательного в экспозиции?

В любом бизнесе существует заметная прослойка менеджеров и специалистов, которые оценивают выставки исключительно по количеству новинок, которые там показывают. Разумеется, это существенный показатель, хотя он и не исчерпывает значения мероприятия. Ни веб-сайт, ни фотографии в журнале не могут зачастую заменить личного общения на стенде, особенно если с вами беседует специалист. Здесь у вас есть возможность и поговорить о технических нюансах, которые иначе остаются за пределами досягания, и оперативно сопоставить

Speaking there the president of the fair **Sergio Pieralisi** enumerated some tendencies of the sector development, meeting the consumers' commandments. They included:

- Better attractiveness ("must be pretty")
- Wider choice of products, including hot meals
- Higher reliability
- More machines and points of installation
- More payment choices.

Mr. Pieralisi also marked the fact that vending machines become more and more habitual "in out of home life", just like the usual processes of buying tickets, checking tickets, etc. This fact was confirmed by the data, given by **Stefania Farneti**, research director of **CRA** Agency (Customized Research & Analysis). According to the last poll, half of the Italians confirm to have used vending machines in the last 12 months, and the share tends to grow about 10% a year. At their working place the share was 38% from the number of employees, in hospitals – 20% of the patients, in schools and universities – 16% of the students; for business centers the number is 15%, for railway stations – 10%, for subway – 3.4%, etc. From the geographical point of view vending is most popular at the North-East of the country (round Venice), where the average percentage is twice as large as at the South. As for the age categories, vendors are most popular among the young people 18-24 years old (74%), least – for the generation over 64 (15.9%).

However interesting the press conference were, it was only a prelude for the exhibition. So what was noteworthy in the exposition four floors below?

There is a notable strata of managers and experts (in every kind of business), who evaluate the fairs exclusively by the number of novelties shown there. Of course this is a very important parameter, but it doesn't exhaust the importance of the affair. Neither the web-site, nor the photos in a magazine can substitute personal contacts at the booth especially if you are talking to an expert in the field. Here you have a real chance to discuss the technical details, which otherwise stay beyond the reach, to compare "on-line" different points of view, to make sure that some spectacular photo is not just a publicity trick. To show the discourses are not abstract, I'll produce some examples. Last year in issue #5 of the magazine a photograph was published at page 8,





**Наших можно встретить везде.  
Our people can be met everywhere.**

точки зрения, и убедиться, что некоторые эффектные фото – не просто рекламный трюк. Чтобы эти рассуждения не казались абстрактными, приведу конкретные примеры. В №5 журнала за прошлый год на странице 8 был напечатан снимок автомата немецкой фирмы **Sielaf** в уличном исполнении, присыпанного снегом. В Милане посетители выставки могли наглядно убедиться в работоспособности автомата в крайне неблагоприятных условиях – под дождем. Здесь автомат был установлен в душевой кабине, по всем его стенкам обильно текла вода. Причем стоило мне поинтересоваться, не макет ли это, как любезная фрау вручила мне жетон, после чего оставалось только купить батончик мюсли и съесть его, «не отходя от кассы». Так что могу засвидетельствовать: не макет. Или такой пример: меня давно интересовало, в каких странах и чьи автоматы эксплуатируются на железной дороге. На выставке ответ на этот вопрос (применительно к Европе) удалось получить в течение половины рабочего дня, и звучит он так: во Франции, автоматы производства фирмы **Necta&Wittenborg**; опыт немецкой **Sielaf** и итальянской **FAS** оказался существенно менее успешным, хотя испытаниям в натурных условиях были подвергнуты несколько сотен автоматов. Любопытная подробность: наименее стойким узлом автоматов оказались контактные устройства, которые периодически размыкались под воздействием вибраций. Все бы ничего, но у снековых машин из-за этого слишком часто происходил запуск компрессора системы охлаждения, пиковые пусковые токи перегружали систему электропитания, и т.д.

Возвращаясь к вопросу о новинках, отмечу, что, пожалуй, ничего совсем революционного в залах увидеть не удалось, хотя некоторые тенденции отметить можно. Есть впечатление, что многие разработчики – производители автоматов взяли курс на всемерное упрощение своих изделий, имея в виду, например, способы перемещения штучного товара для выдачи покупателю. Наряду с минилифтами используется и гравитация, но не обязательно путем сбрасывания с полутораметровой высоты. Широко используются трубы, в которых товар постепенно опускается вниз, занимая место, освободившееся нижней порцией. Принцип не нов, но успешно применяется для самых разнообразных товаров, в том числе замороженных продуктов. Или, скажем, в автомате со шнековой подачей товара можно, оказывается, сократить число пружин-шнеков, если придать

showing a vending machine of German **Sielaf** company, standing in the street half covered with snow. Here, in Milan, the visitors could make sure clearly that the machine could be operated in most unfavorable environment – in the rain. The machine was installed in a shower cabin, where its walls were heavily washed with water jets. When I dared and asked whether this was only a mock-up, an amiable lady immediately handed me a token; after this it was a "must" for me to buy a musley bar and consume it on the spot. So now I can witness it was not a mock-up. Another example: I was interested for a long time in what countries vending is used at trains and whose machines are used for it. Being at the fair, it was possible to get this question answered (as applied to Europe) within half a day, and the answer is as follows: the country is France, and the OEM is **Necta&Wittenborg**. The experience of German **Sielaf** and Italian **FAS** was less successful, though the number of machines being field tested amounted to several hundred. An interesting detail: the least reliable component of the machines appeared to be their contact points, braking periodically under vibrations. In principle it could be not lethal, but because of this the compressors serving the cooling systems of the snack machines were being started too often, the resulting peak currents overloading the electric power supply system, and so on, and so forth. Returning to the novelties, I have to admit that practically no revolutionary solutions could be met, though some tendencies could be traced. There is an impression that some manufacturers concentrated on every kind of simplification of their produce, for example, the technology used to transfer the piece goods to the buyer. Along with minilifts gravitation is still used, but not necessarily by means of dropping from 5 foot height. Tubes for gradual sinking the goods are widely used, when they are replacing the previous portions. The principle is not new, but it is used successfully for various goods, including frozen food. Or, say, it appeared possible to reduce the number of spirals used to push goods, inclining the lowest shelf to the center. Then a single spiral will be enough to unload the shelf.

It is pleasant to state that some of the prognoses made by our authors tend to come true. Shortly after Valery Rakitsky ("Valeo" company) reported from Shanghai that China could produce as much vending machines as it wished, it appeared that an English company, called **Vending Corporation** demonstrated at their



**Эмблема в настенном и на спинке варианте.  
Emblem wall and back mounted.**



**NESTLE** спонсор продаж заморозки.  
Frozen foods vending by **NESTLE**.

Vending (M) Vending  
Как сэкономить на спиралах.  
How to save on spirals.

Made by Quasar

нижней полке наклон от боков к середине. Тогда для выталкивания товара с этой полки будет достаточно одной пружины, помещенной в центре.

Приятно отметить, что некоторые прогнозы наших авторов имеют свойство сбываться. Не успел Валерий Ракитский (фирма «Валео») в репортаже из Шанхая сообщить о том, что Китай, было бы на то желание, способен в одночасье наклепать автоматов сколько угодно, как пожалуйста: на выставке «Вендиталия», на стенде английской компании **Vending Corporation** мы встречаем стоящие рядом американские и китайские автоматы. Внешне образцы мало отличимы, но китайский стоит вдвое дешевле (как утверждают, при вполне приличном качестве).

Одна ласточка, правда, весны не делает. В экспозиции Дальний Восток был представлен (несколько косвенно) Европейским отделением компании **Vendo** (Sanden Group). Среди посетителей были замечены сотрудники корейской **S.M.Coin** (лично президент, г-н Ли) и японской **Fuji Electric**.

Американский вендинг был представлен Европейским бюро **Automatic Products**. Германию представляли (достойно!) **Deutsche Wurlitzer**, **Sielaf**, а также крупный производитель ингредиентов – компания **SATRO**. Испанию – **Azkoyen**, Голландию – **Bravilor Bonamat** и **ICS**, Канаду – **Cash Code**. Великобритания, кроме упомянутой **Vending Corporation**, была представлена **CoinCo** и **MEI**.

Кроме популярных в России компаний-производителей, в выставке участвовал целый ряд малоизвестных и практически неизвестных у нас, а известные иногда поворачивались к зрителю новой грани. Так, компания **FAS International** показала разработанный по заказу **Vodafone** автомат для продажи сотовых телефонов и опытный образец автомата для приготовления и продажи мороженого. Любопытно, что некоторые фирмы, которые ранее «не засвечивались» в России, проявляли большой интерес к нашему рынку. К ним относятся, в частности, производители компактных автоматов, среди которых хотелось бы особо отметить итальянскую **Quasar Electronics**. Фирма примечательна, в частно-

Venditalia booth some American and Chinese machines standing side by side. The models looked very much alike, except that the Chinese costed twice less (and, as they say, having quite tolerable quality).

However, one swallow doesn't make a summer. In general, Far East has been represented (rather indirectly) by European Division of **Vendo** (Sanden Group). It was possible to see among the visitors people from the Korean **S.M.Coin** (personally its President, Mr. Lee) and **Fuji Electric** (Japan).

American vending has been represented by the European Bureau of **Automatic Products**. Germany has been represented (and quite adequately!) by **Deutsche Wurlitzer**, **Sielaf** and a major ingredients producer – **SATRO** company. Spain was represented, in the first place, by **Azkoyen**, Holland – by **Bravilor Bonamat** and **ICS**, Canada – by **Cash Code**. Great Britain, in addition to the mentioned above **Vending Corporation**, has been represented by **Coin Co** and **MEI**.

Besides the OEM, popular in Russia, a lot of less known here (and even practically unknown) companies took part in the fair. Sometimes the well known turned their previously unknown side to the spectator. For example, **FAS International** Company has shown a vending machine developed according to the order of **Vodafone** for selling mobile phones, and a pilot model of a machine for production and selling soft ice-cream. It is interesting that some companies not seen in Russia before, demonstrated a great interest for our market.

Among them some producers of compact machines were present, and I'd like to point specially **Quasar Electronics** from Italy. The company is notable, for example, for its readiness to develop and produce small batches for special orders; some of their designs can be seen at the photo. Originally looking mechanical machines had been demonstrated by a Portuguese designer **M.F.Munos**, who developed them for Spanish **Salsyl**



Почти универмаг. Nearly a department store.

От холода до горячего – один шаг.

Only one step from the cold to the hot.



**Автоматы Vendo с озонобезопасным охлаждением.**  
Vendo machines with ozone-safe cooling.



сти, тем, что не боится браться за небольшие серии изделий по специальному заказом; на фото представлен ряд примеров их разработок. Оригинально смотрелись механические автоматы, разработанные португальским конструктором **М.Ф.Муньосом** по заказу испанской фирмы **Salsol** для продажи снековой и консервной продукции в банках (см. фото). Эти компактные и легкие устройства (вес 7-10 кг) вмещают до 81 банки. По мнению г-на Муньоса, главным препятствием на пути внедрения его детища в России может стать низкая номинальная стоимость российских монет; ситуация усугубляется тем, что используемый монетоприемник принимает не более 3 монет за единицу товара, а банкнотоприемник потребует, увы, электропитания.

Среди крупных компаний единого мнения о российском рынке нет. **Necta** пережила уже период первоначального присматривания и активно здесь работает. Расширяют присутствие в России **Saeco**, **Bianchi**, **GPE**, **FAS**, **Lavazza** (перечисляю только тех, кто участвовал в выставке). Вместе с тем, который год осторожничают **Sielaf** и **Wurlitzer**. По словам представителей этих компаний, их в свое время отпустили рассказы о не слишком удачной попытке внедрения вендинга в московском метро, вандализме и т.д. А техника, надо сказать, очень неплохая, хотя и не из дешевых.

Не все, может быть, знают о факте серьезного делового сотрудничества в области вендинга между компаниями **Necta-Wittenborg** и **Lavazza**. В так называемую «синюю линию» кофейных автоматов Lavazza, использующих капсулы с молотым кофе, входят как оригинальные модели (в том числе дизайна прославленной **Pininfarina**), так и разработанные на базе машин **Colibri**, **Kikko** и **Astro**. Помимо, кстати, установлены практически на всех станциях ми-

company to sell their snacks and other food produce in canned form (see photo). These compact and light devices, weighting 7-10 kilos, contain up to 81 cans. According to Mr. Munos opinion, the main factor impeding proliferation of his machines in Russia is low nominal value of Russian coins, especially since the coin accepter can get not more than 3 coins to pay for a piece sold; and a note acceptor would need a power supply.

There is no common attitude to the Russian market among major companies. For example, **Necta** has already gone through the period of initial evaluation and is working here most actively. Among those who took part in the exhibition, **Saeco**, **Bianchi**, **GPE**, **FAS** and **Lavazza** has been widening their presence in the country. At the same time the position of **Sielaf** and **Wurlitzer** has been cautious for the last decade. According to the representatives of the companies they had been badly frightened by the horror stories about vandalism in Moscow subway. As for their machinery, it is quite good, though not very cheap.

Perhaps it is not universally known that **Necta-Wittenborg** and **Lavazza** are engaged in serious business cooperation. The so called Lavazza BLUE line of coffee machines, using capsules with ground coffee, contains both original models (including those designed by the famous **Pininfarina**) and the modified **Colibri**, **Kikko** and **Astro**. By the way, it is these machines that are installed practically at all stations of subway in Milan, including the platforms (see photo). And something more on the subway vending. When we asked the local people engaged in vending why no queues can be seen standing near the vendors there and whether it means they are used inefficiently, they answered: "Their quantity has been chosen so as to avoid queues. As for the profitability, it is quite reasonable". We have seen no traces





ланского метрополитена, в том числе на платформах (см. фото). Кстати, о метро. Когда мы спросили у миланцев, почему у установленных там автоматов не видно людей, и не значит ли это, что они неэффективно используются, то в ответ было сказано: «А их количество было так выбрано, чтобы не было очередей. Что касается окупаемости, то она вполне разумная». Результатов надругательства над автоматами мы не заметили. То ли это характеризует сознательность горожан, то ли результат видеонаблюдения. Правда, ни то, ни другое не мешает юным художникам дорабатывать рекламные плакаты с полуобнаженными моделями.

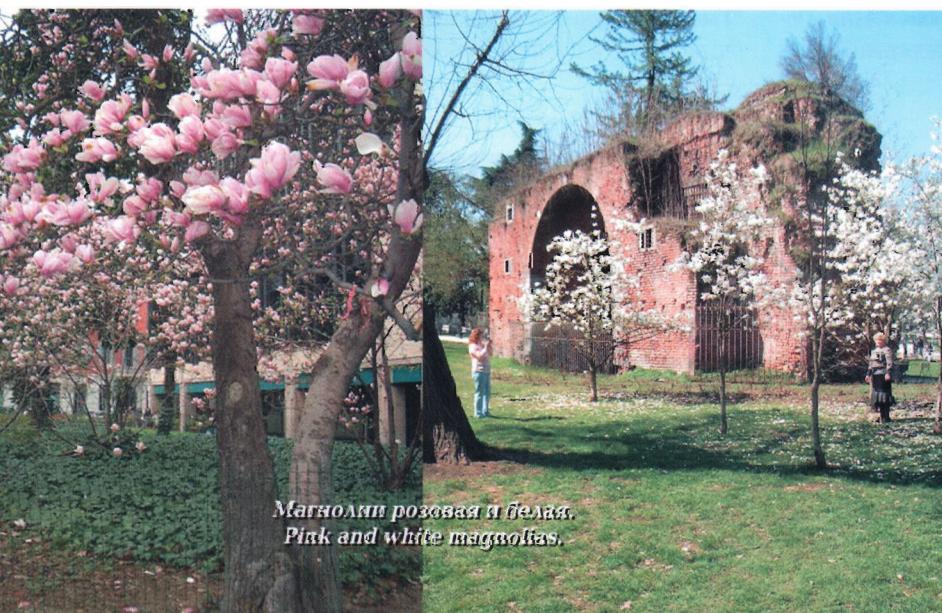
Судя по экспозиции и беседам с представителями фирм-экспонентов, многие производители кофе подключаются к производству и реализации кофе-машин, справедливо полагая, что тем самым можно как расширить продажу основного продукта, так и дополнительно заработать на технике. Результатом стало удивительное разнообразие кофе- машин для офисов, баров, да и домашнего применения. Мы не производили подсчетов, но впечатление таково, что для работы на заранее помолотом кофе машин относительно немного. Преобладают либо модели «под зерно», либо под чалды и капсулы, причем на рынке появились модели, которые могут использовать и то, и другое. Относительно используемых ингредиентов: кроме кофейных, имеют хождение и чайные капсулы (и чалды), в том числе с фруктовыми и травяными чаями. Предлагаются и самые разнообразные подставки под машины с ящиками для хранения посуды и прочих аксессуаров и ингредиентов, а также с холодильником.

Не спадает интерес к автоматам для продажи горячей пищи и всякого рода бутербродов. Логично: нельзя же кормить взрослых и детей одними чипсами и шоколадками. Параллельно идет разработка новых продуктов, ориентированных, в первую очередь, на здоровое питание молодежной и детской аудитории. Начиная с весны этого года «раскручивается» франко-итальянский проект продвижения так называемых «фруктовых кармашков». Под этим назва-

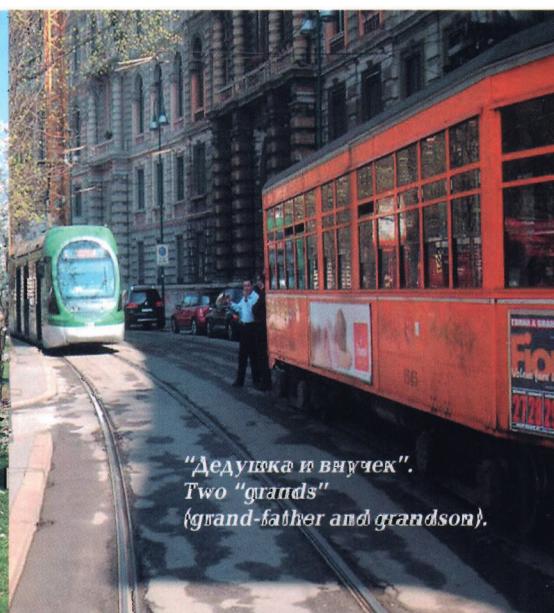
нием возникла серия изображений, вызвавшая в Милане значительную

волну недовольства. Судя по всему, это не просто результат высокой социальной сознательности горожан, а результат видеонаблюдения. Но в любом случае, несмотря на все вышесказанное, интерес к кофе- машинам не падает. Их производство и продажа продолжают расти.

Интерес для машин, способных выдавать горячую пищу и сандвичи, не падает. Это логично, поскольку для детей и взрослых не должны быть ограничены в выборе пищи чипсы и шоколад. В параллели с новыми продуктами, направленными на молодежь и детей, ведется разработка здорового питания для молодежи и детей. Начиная с весны этого года «раскручивается» франко-итальянский проект продвижения так называемых «фруктовых кармашков». Под этим названием возникла серия изображений, вызвавшая в Милане значительную

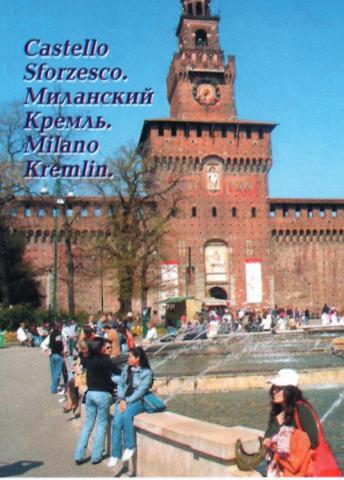


Магнолии розовая и белая.  
Pink and white magnolias.



“Дедушка и внучек”.  
Two “grands”  
(grand-father and grandson).

*Castello Sforzesco.  
Миланский Кремль.  
Milano Kremlin.*



нием компания «Argus» выпускает пластиковые пакетики с резьбовой крышкой (вроде тех, в каких у нас продаются некоторые соусы). В таком пакете помещается около 90 г фруктового мусса (пюре), приготовленного из яблок либо без добавок, либо с добавлением меда, клубники или абрикосов. Такой пакет удобно размещается в кармане куртки, рюкзачка или портфеля и достаточно прочен; технология приготовления гарантирует хранение без охлаждения. Мусс не содержит ароматизаторов, красителей, консервантов и, в общем, довольно вкусен, сохраняя при том все полезное, что содержалось в исходных фруктах. Интересна и плодово-ягодная продукция сублимационной сушки, предлагаемая в мелкой расфасовке. Все это способно разнообразить школьный и студенческий рацион.

О выставке можно было бы рассказывать и дальше, но рамки номера ограничены. В дальнейшем, надеюсь, появятся и дополнительные публикации, возможность которых была запрограммирована встречами и беседами на «Вендиталии».

В заключение несколько слов о городе. В последних числах марта весна в Милане в полном разгаре. При нас отцветали вишни-сливы-персики. Огромными розовыми и белыми цветами были покрыты разновидности магнолий. В выходные дни в центре города возле замка Сфорца проходил массовый кросс. В километре от этого места, на площади Сан-Бабила, под охраной местного ОМОНа проходили последние митинги бурной избирательной компании. Между этими точками, возле знаменитого собора маршировал военный оркестр, чуть подальше парень с девушкой исполняли, к восторгу толпы, давнишние рок-н-роллы. В одном из бутиков на витрине красовалась позолоченная хозяйственная сумка на двух колесиках и с ручкой; на ценнике значилась сумма € 9000. Нет, здесь нет ошибки: именно девять тысяч. Где-то неподалеку, говорят, одеваются наши нувориши, улучшая внешнеторговый баланс Итальянской республики.

И. З.

Such a packet can be put easily into a jacket pocket, a rucksack, or a schoolbag; it is strong enough. The technology guarantees long storage without refrigeration. The mousse doesn't contain aromatizers, dyes, or preservatives, and is quite tasty, retaining most of wholesome substances contained in the initial fruit. Among other interesting products freeze-dried fruits and berries in small packing are interesting. All these things can make students' ration more diversified.

It could be spoken about the fair more and more, but the size of the story ought to be limited. I hope that later some additional publications will appear, provoked by meetings and discussions at Venditalia.

To conclude with, some words about the city. In the last days of March the spring in Milan is at its height. We witnessed the cherries, plums and peaches were shedding. Magnolia varieties were covered with huge pink and white blossoms. At the weekend in the downtown, near Sforza Castle a mass cross-country race was taking place. About a kilometer from this point, at St. Babila Square, guarded by the police the last meetings of the stormy election campaign were carried out. Between these two places, near the famous Dome, a military brass-band was marching; a little farther a boy and a girl were performing, to the crowd's delight, traditional rock-n-rolls. At one of the boutiques the passers-by could see a gilded wheeled shopper bag costing € 9000. No, there's no mistake here: it was just nine thousand euros. People say that it is not far from this place where our nouveau riches are buying their dresses, improving the foreign trade balance of the Italian Republic.

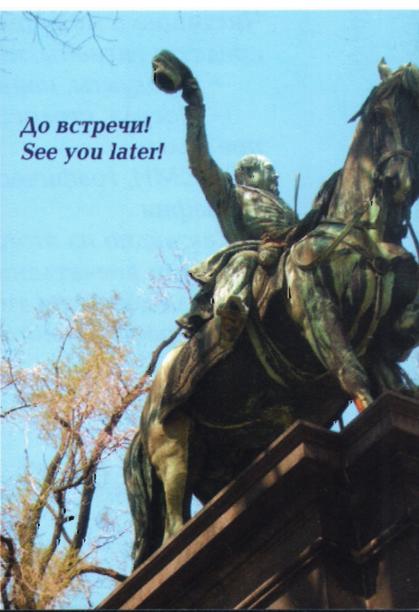
I. Z.

Если приглядеться, то видно военный оркестр.  
Looking closely, you can see the brass-band.

Lesson 42: Не подумайте плохого:  
речь идет о курсах иностранных языков.  
Nothing wrong – only  
courses in foreign languages.

A marzo l'inglese è 3x2!

you live you learn  
Wall Street INSTITUTE  
SCHOOL OF ENGLISH  
Cairoli, Loreto, Bigamonti, Sempione.



## Гостиничное и ресторанное дело. 12-я Международная выставка

Как объявили организаторы выставки – компания ITE LLC, начиная с этого года HotelExpo будет проходить в «Экспоцентре» на Красной Пресне, причем в марте. В порядке эксперимента в этот раз она проводилась синхронно с выставкой «Путешествия и туризм», что в какой-то степени способствовало привлечению в качестве участников ведущих компаний из Германии, Австрии, Франции, Италии, Швейцарии, Португалии, Венгрии, Индии и Турции. Всего в выставке, проходившей в павильоне №3, свои товары и услуги демонстрировали более сотни (точнее, 114) фирм. Согласно официальной статистике, экспозиция охватывала следующую тематику:

- Проектирование и комплектация предприятий общественного питания
- Технологическое оборудование для баров, ресторанов и т.д.
- Мебель для гостиниц и предприятий общепита
- Дизайн интерьеров
- Отделочные материалы и покрытия
- Системы освещения, водоснабжения, канализации, вентиляции и кондиционирования и оборудования для них. Безопасность, контроль доступа, связь и автоматизация управления, кассовые и платежные системы. Уборочная техника, оборудование для химчистки и прачечной. Чистящие и моющие средства, средства гигиены, косметика
- Продукты, напитки
- Посуда, столовое и постельное белье
- СМИ, графический дизайн, полиграфия

Как видно из этого перечня (и это совпадает с личными впечатлениями от экспозиции), картина была довольно типичная для выставок гостинично-ресторанного профиля, которые пытают-

## Hotel and Catering Trade 12th International Exhibition

*As it was announced by ITE LLC Company, the fair organizer, starting from this year HotelExpo will take place at Krasnaya Presnya Expocentre, and namely on March. As an experiment, this time it was carried out simultaneously with Travel & Tourism fair; to a certain degree it favoured attraction of leading companies from Germany, Austria, France, Italy, Switzerland, Portugal, Hungary, India and Turkey as participants. The total number of the companies who exhibited their goods and services in Pavilion #3 exceeded a hundred (exactly it was 114). According to the official statistics, the exposition embraced the following subjects:*

- Kitchen design,
- Equipment and accessories for bars, restaurants etc
- Furniture for hotels, bars and catering facilities
- Interior design
- Finishing products and coverings
- Lighting, sanitary equipment, ventilation, air conditioning and the corresponding equipment. Security, access control, communication & automation systems, cash-desks & payment systems. Equipment for cleaning, laundries and dry cleaning. Cosmetic and washing products.
- Foods and drinks.
- Cutlery, bedlinen and table cloths.
- Mass media, graphic design, printing

*As it is seen from the list (at it coincides with the personal impression from the exposition), the general picture was rather typical for hotel/restaurant exhibitions, that are trying "to embrace the unembracable". Of course this approach has its own advantage, since here a person can get answers to quite a lot of his questions. The main drawback is that "the forest is often not seen beyond the trees" – sometimes it would be interest-*



ся «объять необъятное». В этом есть, разумеется, свой плюс, поскольку при такой структуре можно получить здесь ответы на многие конкретные вопросы. Пожалуй, главный минус — то, что за деревьями не всегда виден лес — иногда интересно посмотреть на результат комплексного подхода, где собиралась бы мозаика предприятия в целом. Но, наверное, это и не очень легко.

Если говорить о том, насколько нашел на выставке свое отражение вендинг, как совокупность автоматических средств для торговли товарами и услугами, то придется констатировать, что место он занял достаточно скромное. Тем не менее, на некоторых экспонентах стоит остановиться особо.

ЗАО «Невский проспект» (Санкт-Петербург) — официальный дистрибутор американской компании **Maytag**, производящей стиральное и сушильное оборудование для прачечных самообслуживания. Стиральные машины рассчитаны на загрузку от 6 до 55 кг белья, сушильные — от 8 до 77. В ассортименте имеются разные исполнения машин с микропроцессорным или механическим управлением, электрическим, газовым или паровым обогревом и т.д. Существуют сдвоенные агрегаты, например, такие, в состав которых входят стиральная и сушильная машина (см. фото). По желанию заказчика машины могут быть укомплектованы монето- или жетоноприемником. Предлагаются также автоматы для размена купюр на жетоны и монеты; вместимость бункера — 1200 монет по 5 руб. Компания имеет опыт организаций прачечных в Петербурге и Москве, в том числе при общежитиях вузов. Предлагается также профессиональное гладильное оборудование и машины для химчистки.

Оборудование для прачечных и химчисток самообслуживания демонстрировал и ряд других экспонентов (например, ООО «Авангард» — тоже из С.-Петербурга), но только «Невский проспект» показывал его в варианте автоматической оплаты.

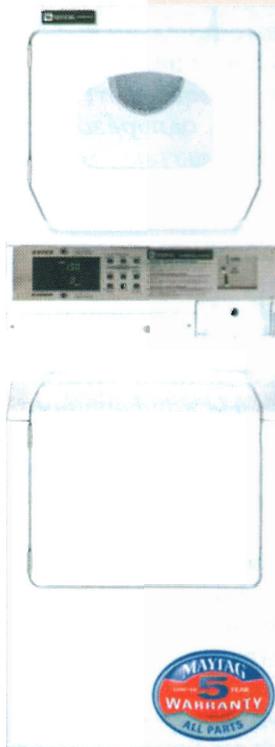
Где-то очень близко к задачам представления автоматизированных услуг подходит деятельность компании **UCS** (Москва), которая разрабатывает системы автоматизации предприятий сферы гостеприимства, включая гостиничные комплексы, дома отдыха, аквапарки, кинотеатры, рестораны и т.д. Программные продукты компании могут учитывать особенности различных форм собственности, моделей ведения бизнеса и пр. Системы могут производить бронирование билетов и мест через Internet и сотовую

ing to see the result of an all-round evaluation of an enterprise as a whole. But of course such a task is not an easy one.

If we discuss the degree the vending business found its reflection at the fair, as a complex of automatic devices for selling goods and services, then we'll have to admit it occupied rather a modest place. Nevertheless, it's worthwhile to concentrate on some exhibits **Nevsky Prospect** company (St.Petersburg) is an official distributor of American **Maytag**, producing washing and drying equipment for self-service laundries. The machines have been designed for loading from 6 to 55 kgs of washing and from 8 to 77 kgs of drying. The assortment includes a number of models with microprocessor or mechanical controls, electric, gas or steam heating, etc. There exist combined models, containing both a washing and a drying machine (see photo). According to clients desire the machines can be provided with coin or token acceptors. To get corresponding change, note changing machines with a stock of 1200 5-rouble coins are proposed. The company has a considerable experience in organizing laundries in St.Petersburg and Moscow, including student campuses. Also some professional equipment for ironing and dry-cleaning is proposed.

Equipment for self-service washing and dry-cleaning was also demonstrated by some other exponents (for example, by **Avangard Co**, also from St.Petersburg), but Nevsky Prospect was the only one to show its coin-operated versions. As for the problems of automatic services, the activities of **UCS Company** (Moscow) seem to be situated very close to them. The company has been engaged in development of all kinds of hospitality establishments, including hotels, rest inns, aqua parks, cinemas, restaurants, etc. Their software has been used successfully for automation of enterpris-

es of various ownership forms and business models, from a small rest-hous to a large-scale hotel complex. Such systems can provide tickets reservation by means of Internet and cellular system; have remote points of sale, connected to the common data base; program operations concerning logistics, supplies, manufacturing and selling dishes for catering; accounting the staff loading, and many other procedures. Applying to an aqua park, for example, the developed soft- and hard-



связь, иметь удаленные точки продаж, связанные с общей базой данных, программировать операции, связанные с логистикой, материальным снабжением, производством и реализацией блюд в общепите, учетом загрузки персонала и многие другие процедуры. Применительно, скажем, к аквапарку предлагаемый программно-аппаратный комплекс, базирующийся на ПО R-Keeper, решает следующие задачи:

- Контроль и управление доступом на территорию через турникеты;
- Обеспечение повременной тарификации пребывания;
- Управление тарифами;
- Ведение безналичных расчетов посредством персональных идентификаторов (например, браслетов со встроенным чипом);
- Контроль за количественными и финансовыми показателями работы аквапарка (в реальном режиме времени);
- Управление ячейками камеры хранения;
- Контроль баланса гостя;
- Пополнение счета (киоски с купюроприемниками на территории парка).

Совершенно в другом ключе, но потенциально полезном для вендинга, трудится ООО «**Космупак Сервис**» (Москва). Компания производит (и упаковывает) парфюмерию и гостиничные аксессуары одноразового пользования, в том числе с логотипом заказчика, декларируя высокое качество, реальные цены, короткие сроки.

И уж, конечно, нельзя не упомянуть непременного участника выставок – швейцарскую компанию **Nespresso**, которая в этом году была не только участником, но и спонсором проходившей в рамках выставки международной конференции «Гостиничный бизнес: новые ориентиры – новые рубежи». На конференции обсуждались вопросы мирового и отечественного опыта проектирования, организации и функционирования гостиничных сетей и отдельных предприятий индустрии гостеприимства. На третьем из заседаний бизнес-директор Nespresso Professional (Россия) Андрей Чечин выступил с докладом о кофейных решениях в современных технологиях гостиничного бизнеса. Конкретно речь шла о специфике работы компании Nespresso, которая является самым быстрорастущим бизнесом корпорации Nestle. Если вкратце, то спецификой является элитарный характер всего, что связано с Nespresso: это и элитный кофе «Гран Крю» в герметичных капсулах, сохраняющий качества отборного свежемолотого кофе; и линия стильных и компактных кофе-машин с элегантными аксессуарами; и возможность для постоянных клиентов быть членами Международного кофейного клуба, что гарантирует уникальные сервисные возможности. Сегодня кофейные решения компании помогают создать климат гостеприимства в различных зонах гостиниц 4\* и 5\*; приятной новинкой для гостей стали кофейные минибара Nespresso, устанавливаемые в номерах категории «люкс».

ware complex, basing upon the so called USC R-Keeper product, can perform the following tasks:

- Access control to the territory
- Tariffing time-stay and tariffs control
- Cashless payment calculations using personal identification bracelets with built-in chips
- Real-time control for quantitative and financial parameters of the park management
- Control after check-room cells
- Control of the guest's account
- Filling up the account (using kiosks with note acceptors over the park territory)

Absolutely in other field, still useful for vending, is the activity of **Kosmupak Service Ltd** (Moscow). The company manufactures (and packs) perfumery and hotel disposable accessories, including those with the customer's logo, declaring high quality, real prices, short terms. And, of course, one couldn't omit the permanent participant in the fairs – a Swiss company **Nespresso**; this year it was not only an exhibitor, but also the sponsor of an international conference "Hotel Business: new objectives - newgains". During the conference problems of world and home experience in design, organization and functioning of hotel nets and separate enterprises of hospitality industry. At the third session of the conference Andrey Chechin, Nespresso Professional (Russia) business director delivered a presentation about coffee solutions in the modern hotel business technologies, and specifically about Nespresso Company, whose business is the most fast growing within Nestle Corporation. In short the most specific feature of the project is high quality of all its components: it refers to Grand Cru coffees in air-tight capsules, preserving the qualities of selected freshly milled coffee; to the line of stylish and compact coffee-machines with elegant accessories; to the possibility for permanent clients to be the members of worldwide coffee club, which affords them unique service opportunities.

Today NESPRESSO Business Coffee Solutions can help high-end restaurants, hotels and cafes to create hospitality climate in various zones of 4\* and 5\* establishments; a pleasant novelty is waiting for the guests in de luxe rooms – Nespresso coffee mini-bars.

ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



## В программе Форума

- Конференция руководителей российских гостиничных управляющих компаний.
  - Конференция: "От проекта к сервису. Гостиница - как успешный бизнес".
  - Форум представителей регионов РФ "Состояние и актуальные задачи развития гостиничного хозяйства".
  - Семинар: "Строим отель: юридические, налоговые аспекты".
  - Мастер-класс: "Дизайн-проект современного отеля".
  - Пресс-конференция руководителей Федерального агентства по туризму, Российской гостиничной Ассоциации, Российского Союза туриндустрии и других участников

## Тематика выставки

- Проектирование, строительство, реконструкция. Девелопмент
  - Дизайн, обустройство, меблировка
  - Оборудование для ресторанов и баров, конгрессных и деловых услуг, оздоровительных, спортивных, развлекательных центров
  - Безопасность. Инженерное хозяйство, системы связи
  - Гостиничное телевидение и связь, офисная техника
  - Менеджмент, системы управления и контроля
  - Подготовка и переподготовка специалистов
  - Рыночное продвижение, реклама
  - Снабжение расходными товарами и продуктами
  - Кофе, кофемашины
  - Вино, алкогольные и безалкогольные напитки

## Спонсоры:



## Информационная поддержка:



ПО ВОПРОСАМ УЧАСТИЯ В ВЫСТАВКЕ ОБРАЩАЙТЕСЬ В ОРГКОМИТЕТ:

107031 Москва Стадецинов пер. 11 стр. 1

ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 721-36-55 (многонаправленный)

E-mail: [bbbexpo@rambler.ru](mailto:bbbexpo@rambler.ru) [info@ibfgroup.ru](mailto:info@ibfgroup.ru) [www.bbbexpo.ru](http://www.bbbexpo.ru)





## Детпит' 2006

С 12 по 14 апреля в Экспоцентре на Краснопресненской набережной успешно прошла вторая Международная Специализированная выставка «**Индустрия детского и школьного питания 2006**», представившая продукты питания, технологии, а также оборудование для производства питания для детей от первых часов их жизни до совершеннолетия.

Это масштабное мероприятие является ежегодным проектом российской компании «Майер Джей Экспо», Министерства сельского хозяйства РФ и ЗАО «Экспоцентр». Выставка состоялась при содействии НИИ Питания РАМН, Научного центра здоровья детей РАМН, Союза педиатров России, под патронажем Торгово-промышленной палаты РФ и Правительства г. Москвы.

По данным организаторов, выставочная площадь составила в этом году 1800 кв.м (залы 3 и 4 павильона 7); количество экспонентов – 151 компания из 17 стран мира (Россия, Украина, Беларусь, Израиль, Нидерланды, Франция и др.). Выставку посетило более 3000 человек. В научных мероприятиях приняли участие 984 специалиста.

Возникновение такой выставки не случайно. По статистике около 80% детей и школьников в России не получают в полном объеме качественных продуктов, необходимых для нормального развития растущего организма.

On the April 12-14 Expocentre at Krasnopresnenskaya embankment hosted successfully the Second International specialized trade fair "**Child nutrition and School Food Industry – 2006**", demonstrating food products technology and equipment used to produce food for kids from the first hours of the life to the majority.

This large-scale event is an annual common project of Mayer J.Expo Co. (Russia), Russian Ministry of Agriculture and Expocentre. It was carried out with assistance of State Institute of Nutrition (Russian Academy of Medical Sciences), Scientific Center of Children's Health, Union of Pediatricians, under the patronage of Russian Chamber of Commerce and Trade and the Moscow Government.

According to the organizers, this year the fair occupied 1800 sq.m (hall 3 and 4, pavilion 7); number of exponent companies was 151, from 17 countries (Russia, Ukraine, Belarus, Israel, Netherlands, France etc. The fair has visited by more than 3000 people. 984 scientific experts took part in the workshops and round tables.

The fair emerged not by chance. According to the statistics about 80% children in Russia get less than the necessary quantity of products needed by their growing body. The fair is unique, since there is no analogue to it around the world.

В настоящее время на мировом выставочном пространстве нет другой выставки, полностью посвященной проблемам детского питания. В этом отношении выставка по-своему уникальна.

На выставке представлены лучшие отечественные и зарубежные производители, использующие в своей практике высокие технологии производства, отвечающие современным требованиям и обеспечивающие повышенную пищевую и биологическую ценность продуктов для детей. Посетители имеют уникальную возможность ознакомиться с разработками, которые отражают последние тенденции современной науки в области оптимизации питания.

Какое же отношение имеет это мероприятие к тем, кто трудится на ниве вендинга?

Известный факт, что детские учреждения, в том числе школы – это одна из наиболее привлекательных коммерческих зон установки автоматов. Да и в других точках дети – это зачастую наиболее активные покупатели (сам процесс покупки из автомата для них – своего рода развлечение). Следовательно, вендинговые компании как дистрибуторы продуктов питания также разделяют ответственность за обеспечение здорового питания детей и не должны оставаться в стороне от проблемы, привлекать внимание к которой призвана выставка.

Для компаний-операторов выставка «Детпит» – это потенциальная площадка для установления деловых контактов с представителями детских учреждений из разных регионов страны. Правда, значительная часть отечественных вендинг-фирм скептически оценивает эффективность участия в не-профильных выставках, но так считают не все. В экспозиции этого года приятно удивило появление первой ласточки – компании «Современные вендинговые технологии». Компания занимается продажей, установкой, арендой, обслуживанием торговых автоматов по продаже горячих напитков и снэковой продукции от ведущего итальянского производителя **Bianchi**. Сам факт ее присутствия на выставке лишний раз подтверждает, как нам кажется, общую тенденцию укрепления и расширения позиций автоматной торговли в сфере общественного питания.

Одна из основных целей выставки – продвижение на российский рынок качественных продуктов детского и школьного питания лучших отечественных и зарубежных производителей, продукции и технологий, одобряемых медициной.

Среди компаний-поставщиков, принявших участие в работе выставки, следует отметить следующие:

• Завод «Лебедянский» представлял широко известные марки соков, нектаров, сокосодержащих напитков («Я», «Тонус», «Фруктовый сад», «Frustyle», «Фрутоняня»), холодный чай в японском стиле «Эдо» в удобных пластиковых бутылочках (выпу-



The exposition represented the activities of the best home and foreign manufactures using the high technologies meeting up-to-date requirements and providing for the high nutrition and biologic value of children food. The visitors had a unique chance to get acquainted with the last developments reflecting the modern tendencies in the nutritional science.

Now what had it all to do with those who are engaged in vending business? It is known that child institutions including the

schools are most attractive places from the commercial point of view. And in the other points kids are often the most active buyers (the very process is a sort of a fun for them). Therefore the vending companies being food distributors share the responsibility for providing sound children nutrition and are to keep close to the problem that is placed in the centre of the exhibition attention.

For the operating companies "Detpit" fair is a room for establishing business contacts with child welfare institutions from the different regions of the country. Though a considerable number of Russian vending companies are skeptical estimating the efficiency of taking part in the fairs of "alien" profile, the approach is not general. We are glad to state there was "the first swallow" present at the fair – a company called "**Modern vending technologies**". The company is engaged in selling, installation and service of machines for vending hot drinks supplied by **Bianchi**, a leading Italian manufacturer. The very fact of their presence seems to confirm the general tendency of strengthening and broadening of vending positions in the field of catering.

One of the main aims of the fair was to promote to the Russian market quality children food manufactured by the best home and foreign producers as well as products and technologies approved by the medicine. Among the

сается 3 вкуса: зеленый чай с японской сливой, зеленый чай с вишней и черный чай с лаймом), а также новый бренд «Туса Джусса». Последний представляет собой серию соков для детей 6-10 лет (витаминизированные, без добавления консервантов и красителей). Нарисованные персонажи, каждому из которых соответствует свой вкус, привлекают внимание детей, а удобная упаковка Tetra Wedge как нельзя лучше подходит для школьников.

- Компания «Мултон» (соки «Добрый», «Rich», «Nico», «Ясли-Сад»).

- Азовский комбинат детского питания (соки и нектары «Оазис вкуса»).

- ЗАО «ГМВ К°» – вода «Гучковская» (природная питьевая вода из 185-метровой артезианской скважины. Разрешена к использованию в питании детей и подростков).

- Компания «Пенотти» (Нидерланды). Шоколадно-ореховая паста DUO PENOTTI и шоколадно-ореховая паста PENOTTI CHOCOLATTI (продукт повышенной питательной ценности с содержанием молока, кальция, какао; вкусы – молоко-какао и молоко-мед). Упаковка 350 г. с изображением «Супермишки Chocolatti» привлекательна для детей младшего возраста.

- Французская компания «О'НАТИЮР» (группа ВАЛЬ-МЕО). Серия продуктов экологически чистого натурального происхождения. В гамме «КАЛИБИО»: 100% фруктовые десерты без добавления сахара в оригинальной яркой красочной упаковке 90 г. с резьбовой крышечкой. В ассортименте десерт «Яблоко» и «Желтые фрукты» (персик-абрикос). Источник натурального витамина С из ацеролы. Ацерола – мальпигия гранатолистная, также называемая «черешня Антильских островов», известна как один из фруктов, наиболее богатых витамином С. Гамма «КАЛИБИО» также представляет сок апельсин-яблоко-ананас (без сахара) с трубочкой, печенье «Алфавит» – буквы латинского алфавита для юных полиглотов, печенье «Миниджунгли» в форме зверей, шоколадные батончики-снеки и другие продукты.

В этом году впервые прошел Международный Форум по детскому и школьному питанию. В рамках Форума состоялась интересная и разнообразная научная программа, которая дала возможность слушателям ознакомиться с основами разработки принципов здорового питания детей, вопросами санитарно-эпидемиологического благополучия детского населения и опытом внедрения региональных программ здорового питания.

Выставка, безусловно, заслуживает внимания и, будем надеяться, в следующий раз вовлечет в свою работу большее число вендинговых компаний.



exponents the following supplier companies are to be mentioned:

- The plant "Lebedyanski" presented the well known brands of juices, nectars and juice-containing drinks ("Ya", "Tonus", "Frouktovy sad", "Frustyle", "Frutonyanya"), Japanese style cold tea "Edo" in convenient plastic bottles (3 tastes are bottled: green tea with Japanese plum, cherry green tea and lime green tea) and a new brand "Tousa Jussa". The last drink is realized as a series of juices to be consumed by children 6-10 years old (vitaminized, neither preservatives, no dye-stuffs added). Cartoon characters, each symbolizing a taste, attract kids' attention, and a convenient Tetra Wedge packing suits the schoolchildren very well.

- "Multon" Co. (juices "Dobry", "Rich", "Nico", "Yassli-Sad").

- Joint works of children nutrition "Azovsky" (juices and nectars "Oasis vkousa").

- GMV Co. – Gouchkovskaya natural drinking water from 185 m depth; permitted to feed kids and teenagers.

- Penotti Co. (Netherlands). Nut-and-chocolate pastes "Duo Penotti" and "Penotti Chololatti" (high nutrition value products containing milk, calcium, cocoa; milk-cocoa and milk-honey tastes). Packing portraying "Chocolatti superbear" looks attractive for kids.

- French company "O'Nature" (Valmeo Group). Series of ecologically clean natural products close to purees demonstrated by Argus company at Venditalia. Packed in 90 g plastic bags with screw cups are fruit compositions made without sugar from apples, oranges, pine-apples with addition of acerola (malpighia) berries containing a lot of vitamin C. The company also exhibited some candies.

This year an International Children Nutrition Forum took place for the first time.

Within its frame an interesting and diverse scientific program was carried out. Its participants had a chance to get acquainted with the basic principles of healthy kids nutrition, problems of sanitary and epidemiological well-being of the younger population, and with the experience of performing regional healthy nutrition programs.

To end with, the fair is worth attention undoubtedly. Let us hope that next time more vending companies will get involved into it.



# НАПИТКИ ФРУТИНГ – ИДЕАЛЬНЫЙ ТОВАР ДЛЯ ВЕНДИНГА



«Фрутинг» – уникальный продукт. Это безалкогольный негазированный сокосодержащий напиток, который пользуется заслуженной любовью потребителей, поскольку сочетает в себе преимущества натуральных соков, сладких и питьевых вод. Более того, «Фрутинг» имеет уникальную особенность – он содержит в себе кусочки фруктов, которые не оставляют равнодушными ни детей, ни взрослых.

«Фрутинг» так же полезен для здоровья, как и соки, ведь он содержит натуральный сок и кусочки фруктов. Но, в отличие от соков, «Фрутинг» легко пить.

Как и питьевые воды, «Фрутинг» отлично утоляет жажду. Но, в отличие от простой воды, он еще и вкусный и его хочется пить много.

«Фрутинг» негазированный напиток, а значит он более полезный для здоровья, чем, к примеру, сладкие воды или лимонады, и родители с радостью приобретают «Фрутинг» для своего ребенка.

«Фрутинг» представлен в двух видах упаковки: в жестяных банках (238 мл) и ПЭТ бутылках (430 мл).

Покупатель имеет возможность выбора оптимального для него объема напитка и типа упаковки.

Для «Фрутинга» характерен высокий процент повторной покупки, что еще раз доказывает его привлекательность для покупателя. Напиток хорошо реализуется не только в магазинах и сетях фаст-фуда, но и в местах отдыха и развлечений (кинотеатры, парки, роллердromы, горнолыжные курорты и т.д.) и имеет успешную историю продаж в торговых автоматах.

Мы предоставляем выгодные условия нашим партнерам, гибко реагируем на изменения рынка. Будем рады новому сотрудничеству.

По всем вопросам сотрудничества обращайтесь в компанию «A-T Trade Food & Beverages».

«A-T Trade Food & Beverages»

Тел: (495) 589-2010 E-mail: [info@at-trade.ru](mailto:info@at-trade.ru)

\* НОВИНКА! Теперь ФРУТИНГ и в ПЭТ упаковке!

# Платежные системы JCM – новый этап в развитии торговых автоматов

*Japan Cash Machine (JCM) – ведущий в мире производитель устройств автоматизированного приема валют. Фирма специализируется на производстве банкнотоприемников практически для всех существующих в мире валют. С выпуском серии WBA фирма стала по существу законодателем мод в этой области.*

JCM предлагает банкнотоприемники для всевозможных областей применения и в последнее время особое внимание уделяет расширению своей деятельности в области торговых автоматов. Установлено, что использование банкнотоприемников в различных видах торговых и игровых автоматов значительно увеличивает товарооборот. Именно поэтому JCM разработал банкнотоприемник серии DBV, который удовлетворяет всем требованиям автоматизированной торговли.

DBV был специально разработан с учетом требований как изготовителя, так и оператора торгового аппарата. В частности, DBV имеет унифицированные посадочные размеры для монтажа на лицевой панели; для совместимости DBV с любым видом торговых автоматов используется протокол MDB. DBV может эксплуатироваться под открытым небом при температуре до минус 15 °C. При этом конструкция стыковочного узла предотвращает попадание воды в валидатор.

Все датчики DBV помещены в задней части прибора, чтобы защитить их от пыли, грязи и других внешних воздействий. Высококачественные датчики, работающие на отражение и просвет, гарантируют оптимальную надежность при выявлении поддельных купюр.

Модульный дизайн DBV упрощает обслуживание аппарата. ЖК дисплей с подсветкой на задней стенке купюropриемника постоянно показывает его режим работы. Обновление программного обеспече-

# Milestones for Vending Applications

*Japan Cash Machine (JCM) is a world leading manufacturer of currency handling solutions. JCM is specialized in the production of banknote acceptors for currencies all over the world and has set industry standards with its' WBA series. JCM offers bill validators for all kind of applications and is concentrating on its' expansion in the vending market. It is proven that the integration of bill validators into any kind of machine (vending or slot machine) increases the turnover significantly. That is why JCM developed the DBV series; a bill validator suitable for any vending application.*

The DBV has been especially designed to meet manufacturer's and operator's needs; it has a standardized faceplate for door-mounting and uses MDB protocol to make the DBV compatible with any kind of machine. The DBV is able to operate in an outside environment of down to minus 15°C and has a special faceplate to prevent water to enter into the acceptor. All sensors are integrated in the back side of the acceptor so that they are well protected against dust, dirt or other environmental impacts. High quality reflection and transmission sensors ensure an optimum

security against counterfeits. The modular design of DBV makes the maintenance easier than ever and status LEDs on the backside of the acceptor shows the state of the acceptor at any time.

The DBV supports the use of handhelds; software updates, accounting overviews, statistics or service function tests can be easily done in the field. There is no need to take the acceptor



**Сотрудник JCM Germany  
Андреас Хильдебрант  
с блоками DBV и RC-10.**

**Andreas Hildebrandt  
(JCM Germany GmbH)  
with DBV and RC-10 Unit**

ния, съем и обработка статистики, а также тестирование DBV могут производиться в полевых условиях с помощью портативных компьютеров, причем без демонтажа купюро приемника из автомата. По сути дела, это самый быстрый способ обновления программного обеспечения.

Стандартная кассета вмещает 300 банкнот. Благодаря модульной конструкции заказчик может выбирать кассеты емкостью от 200 до 1000 банкнот.

Обработка сдачи – всегда сложная проблема торгового автомата. Операторы всегда хотят иметь надежный запас сдачи в своих машинах, чтобы избежать ситуации, когда она кончается преждевременно. JCM предлагает совершенно новое решение этой проблемы в виде накопителя Recycling unit RC-10. RC-10 – это автоматизированный механизм хранения купюр для выдачи сдачи, позволяющий хранить до одиннадцати 10-рублевых банкнот и пополнять этот запас по мере расходования.

RC-10 автоматически пополняется банкнотами, которыми расплачиваются с автоматом. С помощью такой системы накопления торговый автомат всегда в состоянии выдать сдачу в банкнотах.

С новыми разработками DBV и RC-10 и благодаря свойственным JCM качеству и надежности компания еще сильнее укрепляет свои позиции на рынке вендинга. Комбинация DBV и RC-10 дает возможность любому торговому автомату принимать и расходовать банкноты простым и надежным способом. В результате пользователи торговых автоматов постоянно убеждаются в правильности своего выбора, отдавая предпочтение разработкам JCM.

out of the machine anymore – using a handheld the software update of DBV is the fastest update method on the market.

The standard DBV-cashbox is designed to contain up to 300 banknotes. Thanks to the modular design of DBV customers can chose between different cashbox sizes – JCM offers cashboxes for 200 or even 1000 banknotes.

The handling of change is always a complicated aspect on a vending machine. Operators want to have a secured stock of change in their machines and they have to avoid the run out of coins. This motivated JCM to develop a perfect vending solution: the Recycling Unit RC-10. The recycling unit is an industry premi?re: it is an automated storage mechanism, able to store up to eleven 10-Rubel-banknotes. The RC-10 is refilled automatically with the banknotes paid into the vending machine. Thanks to this storage system the vending machine will always be able to give back the change in banknotes.

With DBV and RC-10 JCM is expanding in the vending market with the usual JCM quality and reliability. The combination of JCM's DBV and RC-10 enables the vending machine to accept and dispense banknotes in an easy and safe way. Vending machine users remain more satisfied with their vending application experience – and will use it again!

## Модули GSM–телеметрии для торговых аппаратов

Информация о продажах, поломках каждого вендора на ваш компьютер и мобильный телефон



платы управления собственной разработки для торговых и разменных аппаратов

**www.EmWi.ru      EmWi@EmWi.ru      +7-926-528-9157**

# СЕМИНАР В ГРУППЕ КОМПАНИЙ «ВЕНДОРУС»

17 мая 2006 года в Москве состоялся семинар на тему «Платежные системы для торговых автоматов», организованный группой компаний Vendorus.

Семинар вели: инженеры компаний **Azkoyen Medios de Pago, S.A.** **Альберто Санчес, Оливер Алфаро Алонсо** (Испания) и **Лоренцо Джулиани**, инженер компании **COGES S.p.A.**, Италия.

Г-да Санчес и Алонсо представили монетоприемники, производимые компанией Azkoyen для торговых автоматов. Подробно были рассмотрены особенности монетоприемников AN 8000 и новой разработки компании — устройства выдачи сдачи Presigion. В порядке справки: за последние годы Azkoyen продала 190 тысяч приемников только для монет евро. Проверка подлинности производится по 32 (!) параметрам, включая как размеры, так и упругие и магнитные характеристики.

Г-н Джулиани провел презентацию компании **Coges S.p.A.**, которая является лидером европейского рынка в сегменте платежных систем для вендинга и с недавних пор входит в Azkoyen Group. Компания производит устройства двух типов — с применением денеж-

# SEMINAR AT THE VENDORUS GROUP

May 17, 2006 a workshop "Payment systems for vending machines" was organized by Vendorus Group in Moscow. It was conducted by engineers of **Azkoyen Medios de Pago, S.A.** (Spain), Messrs. **Alberto Sanchez** and **Oliver Alfaro Alonso**, and by **Lorenzo Giuliani**, an engineer of **COGES S.p.A.Co.** (Italy).

Messrs. Sanchez and Alonso presented the coin acceptors produced by Azkoyen Co. for vending machines. Especially detailed was the description of AN 8000 acceptor and the latest design of Presigion change giving system. By the way, just as a reference: in the last years Azkoyen sold 190 thousand acceptors for the euro coins only. The coins are validated checking 32 (!) parameters, including the dimensions and the elastic and magnetic characteristics as well.

Mr. Giuliani made a presentation of **Coges S.p.A.** Company, which is the leader of the European market of payment systems for vending; it has been a member of Azkoyen Group of late. Now the company manufactures the devices of two types: those accepting cash and the cashless. The systems have great potential in calibration and tuning; their pro-



ных средств и системы безналичной оплаты. Широкие возможности настройки, высокая защищенность и надежность делают системы привлекательными для широкого круга клиентов.

В ближайшее время инженеры Vendorus Group проведут тестирование ряда банкното-приемников и других устройств от Coges, результаты будут обязательно опубликованы.

В работе семинара приняли участие представители дилеров Vendorus Group из Москвы, Тюмени и других российских регионов, а также представители вендингового бизнеса из Казахстана – «Казахская вендинговая компания» и Украины – «Сейлтек».

Посильное участие в работе семинара принял главный редактор журнала «Вендинг-бизнес».



tection and reliability make them most attractive for a broad section of customers.

In the nearest future Vendorus Group engineers plan to test a number of bill validators and other devices manufactured by Goges; the results are to be published.

The workshop was attended by the representatives of Vendorus Group dealers from Moscow, Tyumen and other Russian regions, as well as vending businessmen from Kazakhstan (Kazakh Vending Co.) and the Ukraine (Sailtech).

Some feasible participation in the workshop activities was made by the editor of Vending Business magazine.



**LEOCUP**  
move ahead with us  
Москва, Кавказский бульвар, 59

# СУПЕРАКЦИЯ !!!

## СТАКАННЫЙ БУМ!!!

**Уважаемые настоящие и будущие партнеры!**

Компания «ЛЕОКАП» объявляет о начале летней промоакции по одноразовым бумажным стаканам 6,5 унций – 195 мл и 7 унций – 205 мл для холодных и горячих напитков.

**В течение акции**

**Стоимость** одного стакана – 55 копеек, одной коробки 2000 шт. -- 1100 руб., независимо от приобретаемого количества.

Стаканы изготовлены из экологически чистой бумаги на современном оборудовании. Доставка без выходных по г. Москве от 10 коробок бесплатно, по России и СНГ – через заявленные транспортные компании.

Спешите, время не ждет. Акция проходит только **один месяц**, с 1 июля по 1 августа.

Мы всегда открыты, прозрачны и рады сотрудничеству.

По вопросам и заявкам вы можете обращаться ежедневно с 8 до 22 ч. по телефонам: (495) 969-17-68, 130-34-36 по e-mail: leocup2005@mail.ru, elenapak05@mail.ru

# КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОЧИХ ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ ВЕНДИНГ-ОПЕРАТОРА

# INTEGRATED AUTOMATION OF VENDING OPERATOR OPERATIONAL PROCESSES

Интерес к системам удаленного контроля торговых автоматов в мире вендинга существует уже достаточно давно. Несколько лет назад появились первые коммерческие предложения для компаний-операторов, с которыми можно было ознакомиться на различных отраслевых выставках по всему миру. Наша компания всегда проявляла глубокий интерес к этим нововведениям, поскольку мы убеждены, что вендинг обязательно будет развиваться в этом направлении. После того, как стало понятно, что несмотря на большое количество компаний, предлагающих различные решения из области обеспечения беспроводной связи для торговых автоматов, на мировом рынке не существует продукта, хотя бы наполовину удовлетворяющего потребностям компаний-операторов, мы приняли решение о создании своей собственной системы.

Два года назад было создано отдельное конструкторское подразделение компании «Формтрэйд», которое впоследствии выделилось в отдельную компанию — IT&T. Сегодня мы создали глобальную систему, не имеющую аналогов в мире, позволяющую охватить и оптимизировать все процессы, протекающие в компании, обслуживающей сети торговых автоматов.

Система состоит из трех основных блоков, которые могут работать как совершенно независимо друг от друга, так и совместно — в едином комплексе. Это:

1. Комплекс дистанционного контроля состояния торговых автоматов TVV
2. Система удалённого контроля персонала WM-Logger
3. Программное обеспечение SYSTEMA Vending Edition

Комплекс TVV решает задачу дистанционного контроля за работой торговых автоматов посредством беспроводной GSM-связи сети торговых автоматов с центральным офисом.

Основа Комплекса включает в себя, в том числе GSM-модуль, разработанный таким образом, чтобы иметь воз-

*The vending industry had a vital requirement in a remote control systems from the first days of its foundation. Several years ago first solutions of this issue were demonstrated on the expositions of some program product developers at the specialized vending trade shows.*

*Our company always took profound interest in the innovations of this kind, as we are convinced that vending industry will be developing in this direction. We decided to develop our own system, after it became obvious that despite great number of companies offering different solutions in the sphere of wireless communications for vending machines, there is not a single product in the world market which can satisfy at least half of requirements of operator-companies.*

*Two years ago FORMTRADE established a design division, which now grew up to an independent company IT&T. The company created and patented an innovative product enabling*

*the operator companies to optimize internal business processes. This product does not have analogues neither in Russia nor worldwide.*

*The said product is the three blocks system, which can function either independently, or as one single complex. These blocks are:*

- 1. Vending machine status remote control complex (TVV)*
- 2. Staff remote control system (WM-Logger)*
- 3. SYSTEMA Vending Edition software.*

*TVV complex exercises remote control over operation of vending machines via wireless GSM communication between vending machines and a central office.*

*The GSM module used in the Complex is compatible with any vending machine. The Complex*



**Игорь Лунин,**  
«Формтрэйд» (Москва)  
*Igor Lunin,*  
FORMTRADE (Moscow)

можность инсталляции практически в любой торговый автомат, присутствующий сегодня на рынке. Абсолютная универсальность достигается тем, что устройство собирает информацию не только со стандартной шины обмена данными в торговом автомате (типа MDB, Executive и т.п.), но и непосредственно с шин управления исполнительными механизмами и цепей подключения различных датчиков, имеющихся в автомате (см. рис. 1).

GSM-модуль, установленный в каждом автомате, через определённые промежутки времени, которые задает сам Оператор, автоматически посылает блок информации в формате SMS или GPRS в офис компании-оператора. Эти информационные сообщения содержат как необходимую статистику, так и информацию о состоянии торгового автомата — наличие достаточного количества продукции по всему ассортименту, наличие монет на сдачу в монетоприёмнике, степень заполнения стэйкера банкнотоприёма и т.д. Такие сообщения могут посыпаться практически с любым предварительно заданным интервалом — хоть каждую минуту, хоть раз в сутки. Кроме того, устройство посылает немедленные внеочередные тревожные сообщения в случае нештатных ситуаций — например, несанкционированного вскрытия, потери работоспособности торгового автомата, отсутствия какого-либо продукта. Существует масса деталей и характерных черт комплекса TVV, на которых нет возможности подробно остановиться в рамках этой статьи, но которые делают его работу максимально удобной и надёжной.

### **Система удаленного контроля персонала WM-Logger.**

Эффективность любой сервисной компании, в особенности Оператора торговых автоматов, напрямую зависит от эффективности выполнения технологических процессов, в том числе и работы персонала. Система WM-Logger (WML) предназначена для решения этой задачи. В ее основе — КПК с GSM-модулем и со встроенным или подключаемым сканером штрихкодов (см. рис. 2), которыми оснащаются все техники компании вместо обычных мобильных телефонов.

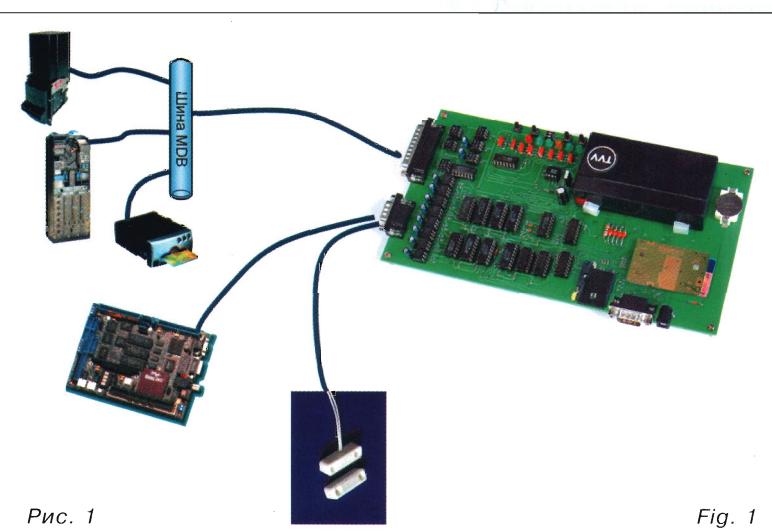


Рис. 1

Fig. 1



Рис. 2

Fig. 2

absolute versatility is provided by combined data collection from both standard data exchange bus installed in a vending machine (such as MDB, Executive, and etc.) and directly from control buses of vending machine actuators and sensor connection circuits (ref. Fig. 1).

The GSM module installed in a vending machine automatically makes, with the intervals preset by an operator, data blocks transmission in SMS or GPRS format to an operator-company's office.

These data

messages contain statistics and information of the vending machine status, i.e. products stocks status, coin change and banknotes left, etc. Such messages can be transmitted with practically any preset intervals — from one minute to once in a day. Besides that, in emergencies, the Complex immediately sends alarm messages, e.g. in case of unauthorized door opening, vending machine failure, product out-of-stock status. The TVV Complex has a lot of other useful features, which, unfortunately, could not be described in depth within this article.

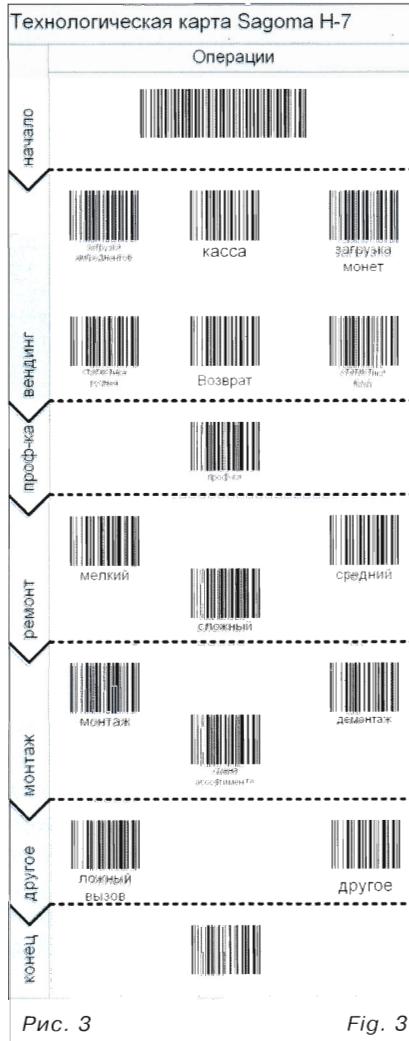
### **Staff remote control system (WM-Logger)**

Any servicing company's efficiency, a vending machine operator in particular, directly depends on the efficiency of the technological processes execution, including staff activities. WM-Logger (WML) system is designed to accomplish these tasks. It is based on PPC equipped with GSM module and integrated with an external bar code scanner (ref. Fig. 2).

While doing his daily routine work a technician uses PPC, instead of standard mobile phone, with special software "WM-Logger" loaded in it. Each working operation he does has to be accomplished by scanning a corresponding bar code located, for example, inside a vending machine door.

После загрузки в этот прибор специально разработанного программного обеспечения WM-Logger система начинает работать следующим образом: при посещении торгового автомата, техник выполняет поставленные перед ним задачи, по окончании которых считывает код соответствующих работ со специальной карты (см. рис. 3), находящейся, например, на внутренней поверхности двери торгового автомата.

Таким образом может быть идентифицирована любая работа, выполненная техником в процессе обслуживания конкретного торгового автомата: инкасация, заполнение или выемка продукции из автомата (при этом происходит фиксирование загружаемой или изымаемой продукции по ассортименту и количеству считыванием штрих-кода с упаковок товара). В комплексе с соответствующей системой складского учета имеется возможность получить замкнутую систему учета движения товаров и запасных частей. После выполнения работы предварительно закодированный информационный блок, включающий в себя инвентарный номер обслуживаемого торгового автомата, реквизиты техника, детализацию выполненных им работ, потраченное время, а также всю информацию о движении продукта, отправляется с индивидуального КПК техника в офис компании. Далее приходит очередь главного связующего звена – специально разработанного программного обеспечения SYSTEMA Vending Edition.



This approach lets identify and later on to control any operation made by a technician. Such operations as money collection, product loading / unloading (products' packaging bar code is scanned before been loaded or unloaded) are controlled distantly from a company office.

When combined with an appropriate warehouse inventory system, it becomes possible to organize closed accounting system for products and spare parts movement. A pre coded information block containing inventory number of the serviced vending machine, technician's identification data, detailed description of the jobs done, time spent and entire information on product movement is transmitted, after a job completion, from the technician's PPC to the company's office. Then the major connecting link - specially developed SYSTEMA Vending Edition software - comes into operation.

### Программное обеспечение SYSTEMA Vending Edition (SVE)

Это решение, предназначенное для автоматизации деятельности компании, занимающейся установкой и сервисным обслуживанием торговых автоматов (равно как и любого другого оборудования, работающего в удалении от человека). Комплекс дистанционного контроля работы торговых автоматов TVV и система удалённого контроля персонала WM-Logger, о которых говорилось выше, интегрируются в SVE, предоставляя Оператору огромные возможности по обработке и анализу всех данных, получаемых от торговых автоматов и контролю за работой обслуживающего их персонала, то есть по контролю и оптимизации работы всей компании в целом. Касательно контроля над персоналом необходимо отметить, что имеется возможность получать детализированные отчёты об эффективности техников (экспедиторов, инкассаторов). Такой отчет может быть связан, например, с системой автоматического расчета ежемесячных бонусов персонала. Администрация компании-оператора практически в режиме реального времени может определить, где в настоящий момент находится любой из сотрудников и какую работу он выполнил. Всю информацию о посещениях торговых точек можно для наглядности проециро-

### SYSTEMA Vending Edition (SVE)

Is a software solution designed to automate the operations of a company engaged in vending machine installation and servicing business, as well as any other company operated equipment remotely. TVV vending machine remote control complex and WM-Logger staff remote control system mentioned above can be integrated into SVE giving an operator the great opportunities to process and analyze data received from the vending machines and to control service staff, i.e. control and optimize operations of the entire company. The SVE lets evaluate work efficiency of any staff member by receiving detailed reports on technical personnel (delivery men, cash collectors). Such reports ideally do for structuring motivation and / or bonus systems for a company staff.

Company management can determine location and activity of every employee practically in real time. All related to the sales outlets

вать как на монитор офисного компьютера, так и на настенную электронно-цифровую карту для визуализации работы диспетчера технической службы или службы организации доставки. Кроме того, симбиоз этих систем позволяет формировать различные отчеты как по статистике продаж, так и по сервисному обслуживанию, детализируя их по клиентам и их группам и/или по торговым автоматам и их группам. Например, как часто та или иная модель выходит из строя, сколько в среднем тратится времени или средств на обслуживание с разбивкой по моделям оборудования или по секторам рынка. При этом персонал будет избавлен от рутины заполнения различных бланков, формуляров, внутренних накладных в процессе выполнения своих работ.

Обрабатывая информацию, получаемую от системы TVV, можно мгновенно получать различные статистические отчеты, касающиеся продаж, делать выборки, составлять маршруты движения техников и экспедиторов и многое другое.

Весь этот унифицированный программно-технический комплекс предназначен для оптимизации работы компаний, имеющих дело с торговым и любым другим оборудованием, особенно для компаний, обслуживающих сети торговых автоматов, причем чем крупнее компания-оператор, тем значительнее роль автоматизации и контроля. Руководитель любой компании, вне зависимости от ее размеров, нацеленный на перспективу, будет вынужден задуматься обо всех этих вопросах даже с самых первых шагов. А наша главная задача – ему в этом помочь.

attendance information can be graphically projected to a monitor or a wall electronic-digital map used to visualize activities of a technical service or delivery service controller. Besides, symbiosis of these systems make possible to generate different reports on both, sales statistics and servicing, structuring them by clients and groups of clients and/or vending machines and groups of vending machines. For example, it is possible to determine failure rate of a particular model, time or money spent for its servicing, classified by equipment models or market sectors.

The SVE will save time spent for making routine work, such as filling forms, records, issuing internal invoices etc. The fast processing of a data received from TVV system makes it possible to obtain different sales statistic reports, make extracts, specify routes for technicians and controllers and much more.

The entire unified firmware complex is designed to optimize activities of a company dealing with trade or any other equipment, especially for those servicing networks of vending machines. The larger is a company, the greater is a role of automation and control.

A future oriented owner or a manager of a company has to think over and take into account all the opportunities outlined in this article. Our main task is to help him in it.



# VENDING

ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПРОДАВЦОВ

Автоматы для приготовления и продажи горячих напитков и ингредиенты для них  
 Автоматы для продажи прохладительных напитков  
 Автоматы для продажи штучных товаров  
 Гарантия, сервис, обучение  
 Платежные системы



112250, Москва, Красноказарменный проезд, д.1, офис 602,  
 Тел. 361-9557, 361-9799, факс 361-9924  
[www.formtrade.ru](http://www.formtrade.ru), e-mail:[info@formtrade.ru](mailto:info@formtrade.ru)

# Лето с «ВАЛЕО»



У ICS общая с «Валео» цель – «идеальная чашка», полная напитка, который понравился бы покупателю. Есть и своя сугубо техническая задача: создавать такие продукты, которые облегчали бы точную дозировку и гарантировали бы оператору бесперебойное приготовление напитков. Покупателю же, конечно, всего важнее вкус и аромат любимого напитка, который он мог бы получить где и когда угодно.

Сегодня мы хотели бы представить Вам две группы напитков, идеальных для лета: холодные чаи Ice Tea и молочные коктейли Soul Shake. Они могут быть приготовлены в торговых автоматах, где предусмотрена подача холодной воды.



## Ice Tea

С первыми весенними солнечными днями, не говоря уже про летнюю жару, в Вас просыпается неудержимое же-



ление попить чего-нибудь холодного. ICS и «Валео» готовы предложить Вам по-настоящему освежающий холодный чай. К Вашим услугам либо лимонный чай с характерным ощущением прохлады, либо персиковый с тонким ароматом и насыщенным фруктовым вкусом. Оба прекрасно растворяются в холодной воде, но, в принципе, пить их можно и горячими. Так что этими чаями автоматы могут напоить Вас в любое время года.

## Soul Shake

Другой наш хит – набор холодных напитков Soul Shake, разработанных также специально для приготовления в автоматах. Эти молочные коктейли – прекрасное угощение для Вас и Ваших друзей. Обязательно попробуйте все четыре варианта напитка: Salsa Vanilla («Клевый ванильный»), Groovy banana («Модный банановый»), Funky strawberry («Улетный клубничный») и Jazzy coffee («Заводной кофейный») – в каждом есть своя прелесть.

## О наших партнерах

В любое время года, в любом месте, в любой ситуации ICS вместе с «Валео» сумеет обеспечить Вас ингредиентами во имя успеха Вашего бизнеса. В Москве у фирмы «Валео» - полный ассортимент ингредиентов ICS. Хотите узнать больше о хитах этого лета? Обратитесь к «Валео».



# Summertime at VALEO!

Together with Valeo our goal is to serve the perfect cup. Besides this goal we want to make drinks that are appreciated by the consumer, ICS also focuses on the technical aspects of the product, to make sure products have constant gram throw and provide continuity to the operator. For the consumer we focus on flavour and aroma, to serve you the loveliest drink, wherever you want and as often as you like it.

We would like to present to you two excellent summer alternatives: Ice tea and Soul Shakes. Both products are suitable for vending machines with a cold water option.

## ICE TEA

As summer is on its way and you enjoy the first sun in spring you long for a drink that goes well together with the warm temperatures on this sunny day. ICS and Valeo offer you an utterly refreshing ice tea. Choose from two exiting flavours: the lemon flavoured ice tea is refreshing and cooling, the peach flavoured ice tea has a fine aroma and a very fruity taste. The ice tea dissolves excellent in cold water. Four seasons in one day? Both peach and lemon tea can also be drunk warm and are developed specifically to be used in vending machines.



## SOUL SHAKES

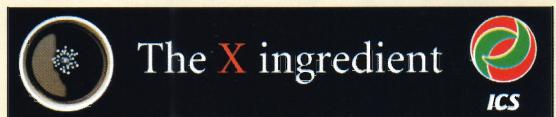
Another hit are the Soul Shakes, a swinging cold beverage that cools you down on a hot day. Soul shake are milk-based products have been developed especially for the use in vending machines. They are a real treat for yourself and others. Try the four flavours salsa vanilla, groovy banana, funky strawberry or jazzy coffee and enjoy the freshness of this drink.

## PARTNERSHIP

No matter what season, the location, or the occasion, ICS in co-operation with Valeo will provide you the ingredients to make your business a success. The company Valeo in Moscow is our dedicated local supplier to all the ICS products. Do you want to know more about the summer hits? Please get in touch with Valeo.



# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ



## КОФЕ

сублимированный (быстро растворимый),  
зерновой,  
молотый



## КАПУЧИНО

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



## СЛИВКИ И ТОППИНГ

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



## СУПЫ И БУЛЬОНЫ

куриный,  
мясной



## ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД

классический,  
сливочный,  
сладкий,  
белый



## ЧАЙ

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



## ХОЛОДНЫЕ НАПИТКИ

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



**Veriplast**  
INTERNATIONAL

## 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.  
160 мл, 73 мм, кор./бел.



## РАЗМЕШИВАТЕЛЬ ПЛАСТИКОВЫЙ



105 мм, прозрачный



## Takeout Venson

Когда хочется настоящего зернового кофе,  
приготовьте его в автомате «Венсон кофе-хаус».

Благодаря этой машине напиток приобретает изысканный вкус, аромат и  
стиль зернового кофе, а Вы – чувство комфорта.

Теперь с помощью автомата Venson легко насладиться зерновым кофе в  
любом месте и в любое время.

**Нажмите кнопку «Венсон кофе-хаус» — и Ваш кофе готов.**

Приобретя 4 ноября 2005 г. завод по производству торговых  
автоматов у компании "Samsung Gwangju", компания Lotte  
Engineering & Manufacturing вышла на лидирующую позицию  
в области производства торговых автоматов.

**Venson Taste**

- Вы можете наслаждаться глубоким вкусом и ароматом свежайшего зернового кофе.
- Вы можете выбрать себе вкус напитка с идеальными пропорциями кофе, сахара и сливок, просто нажав на нужную кнопку.
- Автомат способен привлечь широкий спектр клиентов продажей не только зернового кофе, но и разных национальных чаев и растворимых напитков.
- Имеется морозилка со льдом для продажи охлажденного зернового кофе.

**Venson Technology**

- За счет функции автоматической мойки кофе не загрязняется остатками предыдущей порции.  
Ускорена подача стаканчиков. Простой способ подачи воды снизу.
- За счет увеличенного водяного бака количество порций напитка гораздо больше, чем у других автоматов.
- Легкое управление автоматом с помощью индикатора, обозначающего неисправный узел.

**Venson Style**

- Яркий цвет и необычный дизайн привлекают Вас. Современный ЖК дисплей показывает весь процесс приготовления зернового кофе.
- Кнопки выбора меню и дисплей ярко светятся ночью за счет специальной подсветки.

Подборка новостей мирового вендинга осуществлена компанией ООО «Рувендор» совместно с BDV – Германской вендинг-ассоциацией.

## Отвечает ли MDB-стандарт сегодняшим требованиям?

Многим операторам знакома следующая проблема: автомат приобретён в стандарте MDB, платёжная система, встроенная в автомат, также в MDB-стандарте, и тем не менее возникают сбои в работе автомата и платежной системы. По мнению многих экспертов, причина этих сбоев лежит в нечеткой настройке MDB-стандarta. Поскольку MDB-стандарт допускает многочисленные варианты, это часто приводит к несовместимости с периферийными устройствами.

Комиссия по платежным системам вместе с технической комиссией Германской вендинг-ассоциации BDV взялись за решение этой проблемы. Так как MDB-стандарт был совместно принят Европейской вендинг-ассоциацией (EVA) и Американской ассоциацией автоматизированной торговли (NAMA), то возможные изменения стандарта потребуют согласования на международном уровне. Главная цель этих изменений – заменить многочисленные варианты пакетом обязательных минимальных требований. Была также высказана идея создания нового стандарта, если разработанные предложения по MDB не встретят поддержки большинства заинтересованных сторон.

## Система кофейных автоматов в больницах

### Комплекс клиник г. Хемниц установил 60 кофейных настольных автоматов

Кофе, после картофеля, является одним из самых важных продуктов питания нашего общества. Поэтому неудивительно, что этот напиток пользуется большой популярностью как у пациентов, так и у персонала и посетителей самого большого в Германии больничного комплекса в г. Хемниц. Почти во всех общественно доступных отделениях было решено установить в целом 60 кофейных настольных автоматов, а также автоматы для питьевой воды, полностью решив тем самым проблему обеспечения клиник горячими и холодными напитками.

Главная задача состояла в том, чтобы основательно продумать места расстановки кофейных автоматов, где они будут хорошо видны и легко доступны. Каждый автомат должен также отвечать особым требованиям того места, где он расположен.

Не секрет, что кофе – важный носитель имиджа. Высококачественный кофе является центральным компо-

The selection of global vending news has been performed by RUVENTOR company in collaboration with BDV – the German Vending Association.

## Does MDB standard correspond to the present demands?

Many operators are familiar with the following problem: they have bought an MDB standard vending machine, the payment system built in it is also based on the same standard, but still some faults happen in the functioning of the machine. According to some experts, the reason lies in the machine. According to some experts, the reason lies in the defective tuning of the standard. Since MDB standard allows for numerous variants, it leads often to incompatibility with peripheral devices.

Two BDV commissions (the Payment Systems Commission and the Technical one) undertook to solve the problem. Since the Standard has been approved jointly by two vending associations, namely the European (EVA) and the American (NAMA), all possible changes are also to be approved at the international level. The main aim of the changes ought to replace the numerous variants by a single package of compulsory minimum demands. There was also an idea express to develop a new standard – if the proposals are not accepted by the majority of the interested parties.

## Systems of coffee vendors for hospitals

### 60 coffee tabletop machines have been installed at Hemnitz hospital complex

Coffee is one of the most important food products of our society, the second after potatoes. So it's unsurprising it enjoys great popularity among the patients, the staff and the visitors of the Hemnitz hospital complex, the greatest in Germany. Therefore it has been decided to provide nearly all its publicly accessible departments with 60 coffee table top machines, as well as with drinking water supplies, completely solving in this way the problem of providing the clinics with hot and cool drinks.

The main task was to think out carefully the places of installation where the machines could be easily seen and accessible. And each machine was to meet the specific requirements of the place of its installation.

It is not a secret the coffee is an important image bearer. High quality coffee is the central component of service, supplementing the medical services provided by the hospitals and the clinics. The clinic service

нентом сервисных услуг, дополняющим преимущественно медицинские услуги, предоставляемые больницами и клиниками. Директор сервиса клиники господин Матиас Пашке заметил: «Хороший кофе узнают по его свежести, которая определяет аромат и вкус напитка. Поэтому важно, чтобы кофе был всегда свежезаваренным, как, например, в автоматах на молотом и зерновом кофе». Результат заварки зависит, разумеется, от правильной настройки кофейного автомата, от выбора сорта кофе и, наконец, от воды, которая должна пройти специальную очистку в автомате. Чтобы привести эти компоненты в соответствие друг другу, необходим определенный запас опыта и знаний.

Простой губительны для качества кофе. Главный менеджер по продажам фирмы **WMF** господин Деллинг знает, о чем говорит: «Долгие простоя в кофейниках губительно действуют на любой кофе – его температура падает и он изменяет свой цвет. Такой кофе не может служить визитной карточкой Вашего дома, скорее – наоборот, он будет отпугивать Ваших клиентов».

Пациенты клиники получают кофе бесплатно во время завтрака и полдника. В остальное время они могут воспользоваться автоматом, заплатив за чашку кофе 50 центов. Теперь пациенты и их посетители могут наслаждаться высококачественным кофе, а также питьевой водой, которая в отличие от бутылочной всегда в неограниченном количестве. Стоит заметить, что улучшенное качество кофе не осталось без внимания пациентов и медицинского персонала – до 50 чашек кофе в день выпивается через платный автомат дополнительно к бесплатному утреннему и послебеденному кофе.

До установки автоматов для кофе и питьевой воды управление клиник занималось организацией поставок минеральной воды в бутылках и сбора тары (около 50 поддонов с бутылками в неделю). С целью сокращения тряты времени и денег необходимо было найти новое решение. Отказ от бутылочной системы в пользу автоматов для питьевой воды позволяет клиникам регулярно экономить затраты, тем самым компенсируя расходы на приобретение автоматов.

В перспективе управление клиник рассматривает возможность установки автоматов, предлагающих помимо кофе также другие кофейные и шоколадные напитки. Этот шаг должен быть хорошо продуман и просчитан, поскольку такие автоматы дороже (хотя и цена за чашку продукта может быть установлена выше).

### **Пациент – прежде всего клиент**

В современных клиниках, больницах и родильных домах все больше пациентов рассчитывают помимо профессионального медицинского обслуживания также и на высококлассный сервис, одним из компонентов которого является обеспечение пациентов и их посетителей кофе и кофейными напитками.

С учетом этого районная больница и родильный дом в г. Гуммерсбах (Германия) решила значительно продлить часы работы внутреннего буфета и установить ряд кофейных автоматов, которыми посетители могут пользоваться

director, Herr Matias Paschke notes: "Good coffee can be recognized by its freshness, defining aroma and taste of the drink. Therefore it's important the coffee were always freshly brewed, as it is, for example, in vending machines using beans or freshly ground coffee". Of course the success depends also on the correct regulation of the machine, the choice of the coffee grade, and, the last but not the least, on the water, that must go through special cleaning in the machine. To bring all the components into conformity, one needs definite sum of experience and knowledge.

Staying idle is ruinous for the coffee quality. Top sales manager of **WMF Company** Mr. Delling knows what he is speaking about. "Staying long in the coffee pot ruins each coffee – its temperature falls, it changes the colour. Such a coffee can't be a visit card of the house – just on the contrary, it will scare away the clients". The patients of the clinic get their coffee free during the breakfast and the afternoon snack. All the other time they can use the vending machine, paying 50 cents for a cup. Now the patients and their visitors can enjoy high quality coffee and drinking water, which unlike the bottled one is always present in unlimited quantity. It's worth noting that the improved coffee quality didn't stay unobserved by both the patients and the staff: up to 50 cups per day are being drunk in addition to the free morning and afterdinner coffee. Before installation of machines, vending coffee and drinking water the clinics management had been engaged in supplying mineral water in bottles and collecting of the bottles (about 50 pallets a week). A new decision was necessary to decrease loss of time and money. Changing from the bottles to the water machines allows the clinics to save the expenses regularly, compensating the cost of the machines. In prospect the clinics' management considers the possibility to install the machines suggesting some other coffee and chocolate drinks in addition to the coffee. This step is to be well considered and weighed since the machines are more expensive (though the price for a cup may be fixed at a higher level).

### **A patient is a client first of all**

At the modern clinics, hospitals and maternity houses more and more patients count, in addition to the professional medical service, on high class general service, one of the components of the latter being the provision of the patients and their visitors with coffee and coffee drinks. Taking this into account the regional hospital complex at Gummersbach (Germany) decided to extend the terms of their internal buffets and install some coffee machines that may be used by the visitors for additional payment. As a result during the last

за отдельную плату. В результате в течение последних трех лет в больнице наблюдается постоянный рост рождаемости, поскольку все больше будущих матерей предпочитают данный родильный дом.

Что важно, система кофейных автоматов не только удовлетворяет запросы пациентов, посетителей и персонала, но и приносит хороший доход. В одном только центральном кафетерии больницы г. Гуммерсбах потребляется ежегодно до 32.500 чашек кофе по средней цене 1,27 €, в кафетерии для медицинского персонала – 120.600 чашек по 0,39 €. Общая сумма продаж трех кафетерии составляет 92.419 € при общих затратах в размере 74.440 €. Видно, что даже в условиях, когда примерно две трети кофе продаются по льготной цене, система рентабельна.

На данном примере очевидно, что кофе, как один из самых прибыльных сегментов гастрономии, может быть успешно внедрен в сферу медицинского обслуживания, если подойти к этому с серьезным подсчетом.

### Что Вы должны знать о молоке

**Молоко – важный компонент многих кофейных напитков и в то же время самый чувствительный с точки зрения гигиены**

Итальянские кофейные напитки как капучино или латте давно уже стали стандартом любого кафе, причем кофейные вариации с молоком пользуются все большей популярностью не только у посетителей кофе-хаусов, но и у потребителей кофе из кофейных автоматов. Сегодня не только изысканные эксперты кофе предъявляют высокие требования к тому, что находится в кофейной чашке; даже рядовому потребителю, покупающему кофе из автомата, не безразличен вкус и внешний вид того, что он покупает. Кроме качества собственно кофе, принимается в особое внимание также молочная пенка, завершающая божественный напиток.

Многие знают, что молочная пенка состоит из молока, основными компонентами которого являются вода, белок, жир и лактоза (молочный сахар). Но не всем известно, что для того, чтобы пенка приобрела плотную кремообразную консистенцию и оставалась как можно дольше густой, необходимо достаточное количество белка, а не высокая жирность молока, как многие ошибочно полагают. Искусство создания пены имеет один секрет: взбивать нужно почти на самой поверхности молока. В эспрессо-барах используют для этой цели горячий пар, который взбивает молоко потоком воздуха. В профессиональных эспрессо-автоматах эта техника уже интегрирована в машину. Если взбивать слишком глубоко, воздух не будет попадать в молоко. Если же совсем на поверхности, возникнут большие воздушные пузыри, а не мягкая и густая пена.

Важнейшим моментом является ежедневная очистка кофе-машины. Большинство производителей кофейных автоматов встраивают автоматическую программу промывки. Однако некоторые внешние детали, как, например, кнопка выбора или трубы для подачи пара, лучше чистить вручную.

three years the hospital witnesses constant rise of the birth rate, since increasing number of future mothers choose this maternity hospital.

What is important, the coffee machines are not only satisfying the demands of the patients and the staff, but are bringing a good income as well. Only the central cafeteria of the Gummersbach hospital consumes yearly up to 32500 cups of coffee at average price of €1.27, and the medical staff cafeteria sells 120 600 cups at €0.39 per cup. Total selling sum for the three cafeteria is €92 419 at total expenses of € 74 440. It can be seen that even for the situation when about two thirds of the coffee are sold with discount, the system is profitable. So it is evident that coffee, being one of the most profitable segments in gastronomy, can be successfully inculcated in the sphere of medical service – if you approach the task with serious preestimates.

### What you should know about milk

**Milk is an important component of a lot of coffee drinks, and at the same time the most sensitive from the hygienic point of view.**

Italian coffee drinks like cappuccino and latte have been a standard for any caf? for a long time, the coffee varieties with milk becoming still more populars not only among the coffee houses' visitors, but also among those who consume coffee from the vending machines. Today high demands of the coffee cup contents are made not only by refined experts; even a common consumer feels not indifferent to the taste and the appearance what he is buying from a vending machine. Besides the quality of coffee itself, he pays a special attention to the milk foam, mounting the divine drink. Many people know that the milk foam is composed of milk, the main components of which are water, protein, fat and lactose (milk sugar). But not everyone knows that to give dense, creamy and stable consistence to the foam enough protein is needed, and not fat. The art to create the foam has a secret: the milk must be whipped very close to the surface. In espresso bars a hot steam and air mixture is used. In the professional espresso machines the technology is usually built in. If the whipping is made too deeply, no air will penetrate into the milk. If the process is carried at the surface, it will produce big air bubbles, and not the thick and soft foam. Daily clearing is one of the most important elements of serving the coffee machines. Most of the manufacturers build in a corresponding automatic washing program. Still some external details, like choice buttons and steam supply tube should be better cleaned by hand.

# Слагаемые успеха

## Items of the success

Генеральный директор российской компании со значительным опытом автоматизированной торговли описывает основные элементы автоматов для приготовления и продажи горячих напитков и излагает принципы, которыми следует руководствоваться при их выборе и эксплуатации.

Все хорошо знают и часто произносят крылатые выражения: «Мы не столь богаты, чтобы покупать дешевые вещи», «Скупой платит дважды». Но, приступая к выбору оборудования, к качеству и надежности которого требования значительно жестче, чем к покупке домашнего чайника или телевизора, многие почему-то забывают о пословицах и опыте.

Дешевый автомат! Еще со скидкой! С подарком! Здорово! А через некоторое время хватаются за голову – бойлер потек, кофемолка сломана, технической поддержки нет, запчасти – через три месяца... Результат известен – место установки потеряно, выручки нет, Вы являетесь обладателем красивого (или не очень) железного ящика с неопределенными перспективами.

Давайте разберемся, какая же цена на автомат справедлива и почему новое качественное оборудование не может быть слишком дешевым.

В качестве иллюстрации возьмем автомат для приготовления и продажи горячих напитков (в просторечии - кофейный).

Для начала давайте поймем, из каких узлов он состоит.

1. Корпус
2. Кофегруппа
3. Миксеры
4. Бойлер
5. Емкости (хопперы) для ингредиентов
6. Система подачки воды
7. Платежная система

**Ekaterina Polushina, CEO of Vendorus Group** (Moscow), a Russian company experienced in automatic merchandizing, describes the main elements of machines for hot drinks' cooking and vending and presents the basic principles of their choice and service operations.



**Екатерина Полушкина,**  
Генеральный директор  
**ООО «Группа Вендорус»**  
(Москва)

### Корпус

Может быть изготовлен из различных материалов, но чаще всего производится из стального листа. В различных автоматах используется сталь различная по марке и по толщине листа. Чем толще стальной лист, тем более устойчив автомат к вандалам. К тому же прочная сталь надежнее сохраняет «внутренности» автомата при перевозках, лучше сохраняется эстетика внешнего вида автомата.

Металлический корпус обычно окрашен, и сохранность внешнего вида автомата в большой степени зависит от технологии окраски.

Качественная обработка синтетическими эмалями производится в несколько этапов и занимает обычно несколько суток.

Дверь автомата может оформляться по-разному, но на ней всегда присутствуют кнопки выбора напитков, информационный дисплей, установлены купюроприемник или иные устройства. Часто дверь оформляется сменными подсвечивающимися панелями, на которых может размещаться реклама.

Панели производятся из ударопрочного пластика (например, поликарбоната) и в качественных автоматах легко выдерживают удары кулаком. Имеется успешный опыт облицовки фасада высокопрочными стеклами.

## Кофегруппа

При работе на зерновом кофе основным узлом является кофемолка. В качественных автоматах обязательно предусмотрены регулировки степени помола кофе и его дозировки на порцию напитка.

Для приготовления классического эспрессо берется 7,5-8 г натуральных зерен кофе, в зависимости от степени помола Вы можете получить кофе крепче или слабее.

Важным показателем надежности автомата является количество помолов до обязательного технического обслуживания кофемолки, в первую очередь ее ножей. Это примерно, как ТО в автомобиле (чем дешевле, тем чаще приходится ездить в сервис).

Например, в автоматах Veneto от Azkoуп до первого обслуживания 140 000 помолов, это примерно 4 года работы при 100 продажах в день. Чаще всего для автоматов заявляется 20 000 помолов до обслуживания. Нужно подчеркнуть: это не до поломки или замены, а до обязательного сервисного обслуживания.

Надежность кофемолки базируется на двух параметрах:

1. Качество ножей
2. Наличие/отсутствие редуктора

Безредукторная кофемолка требует большей мощности привода, но отсутствие передаточных механизмов и меньшее количество деталей приводит к большей износостойчивости.

Опасность для редукторных механизмов представляют кофейные зерна более твердые, чем обычно, и возможность попадания в кофемолку посторонних твердых предметов. В случае безредукторной схемы кофемолка заклинивается, но после очистки продолжает работать; в случае применения редукторов их пластиковые зубья просто срезаются, и приходится заменять всю кофегруппу.



Для формирования кофейной таблетки применяется система сеточек, которые сжимают молотый кофе. В дешевом оборудовании используются сеточки из пластмассы, в дорогих автоматах — из металла. Металлические сеточки позволяют увеличить силу сжатия таблетки с 9 кг до 25, что позволяет готовить более качественный напиток с отличной насыщенной пенкой. Молотый кофе в современных автоматах используется практически только в порционной расфасовке (капсулы или герметичные пакетики - чалды), что препятствует его высыпанию.

## Миксеры и емкости для растворимых продуктов

Молоко (сливки), шоколад, чай в различных вариациях засыпаются в специальные емкости-хопперы и оттуда дозировано поступают в миксеры, где смешиваются с водой.

Емкости для продуктов должны быть изготовлены из высококачественного пластика, стойкого к воздействию

высокой температуры, и хорошо защищающего ингредиенты от повышенной влажности.

Для каждого хоппера ингредиентов должен быть свой миксер, что, к сожалению, далеко не всегда реализовано в недорогих моделях. Результат — кофе с привкусом бульона.

Скорость вращения миксера влияет на качество напитка и не должна быть ниже 14000 оборотов в минуту. В ином случае Вы не сможете получить хорошую пенку в капучино или качественно размешать какао.

Форма упомянутых выше хопперов не должна затруднять выдачи ингредиентов. Продукты не должны оседать на стенках или засорять выходное отверстие. Чем меньше различных изгибов, тем надежнее выдаются сыпучие продукты.

Стоит обратить внимание и на пластик, из которого изготовлен хоппер, он должен быть безопасным.

### Бойлер и система подкачки воды

Бойлер обычно изготавливается из латуни и имеет небольшой объем — около 0,5 л.

Вода в нем нагревается до 92 — 99 °C и находится под давлением.

При приготовлении эспрессо вода подается из бойлера под давлением не ниже 9 атм. Проходит через сформированную ранее таблетку из свежесмолотого кофе и поступает в стаканчик.

Именно благодаря давлению и температуре удается получить ароматный и насыщенный напиток.

В процессе приготовления напитков образуется водяной пар; попадая в область хранения растворимых ингредиентов, он может приводить к спеканию частиц, и, соответственно, к засорению каналов выдачи ингредиентов. Поэтому в автомате должен быть установлен вентилятор, который вытягивает воздух, насыщенный парами, из мест, где происходит приготовление растворимых напитков, а также из области нахождения электронных плат.

В качественных автоматах свои особенности, продлевающие срок службы оборудования, имеются и у фурнитуры подвода воды к бойлеру. В дешевых автоматах конструктивно трубка подвода воды примыкает к бойлеру, из-за чего от постоянного нагрева пластик деформируется и стареет, а вибрация приводит к появлению в нем микротрещин и течей.

Во всех качественных автоматах осуществляется контроль температуры в бойлере, для чего время включения подогрева программируется.

Для подачи воды используется помпа (насос). В качественных кофемашинах она оснащается

мощным двигателем, что существенно увеличивает ресурс работы всего устройства.

В случае подключения автомата к магистральному водоснабжению система подачи воды обязательно должна быть оснащена отсечными клапанами, которые срабатывают в случае аварийной утечки воды.

### Платежная система

Наверное, излишне говорить о преимуществах платежных систем, принимающих к оплате купюры и монеты и выдающих сдачу. Это уже стало нормой для большинства автоматов.

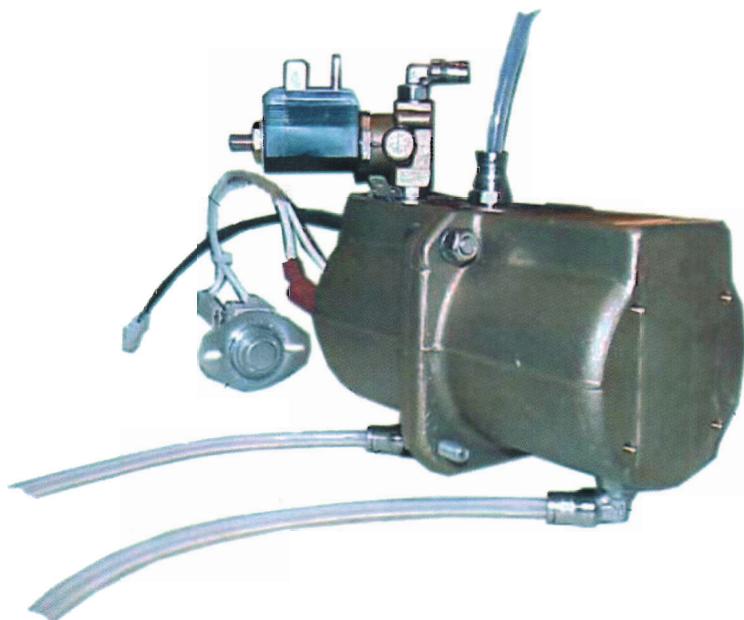
Платежные системы в наиболее общем случае состоят из монето-приемника и купюроприемника.

Настоящая статья не ставит своей задачей подробно рассмотреть все присутствующие на рынке устройства, мы хотим только пояснить важность данного узла автомата и призвать не экономить на устройствах.

Требования к платежной системе могут существенно различаться в зависимости от мест установки автоматов. Где-то наиболее важной становится скорость приема купюр, где-то важна точность в проверке купюр (лучше медленнее принимать, но точнее).

У большинства компаний, продающих автоматы, имеются различные предложения по комплектации автоматов платежными системами. Грамотный продавец обязательно поинтересуется Вашими планами по установке автомата и технологией, которую применяете именно Вы при обслуживании, чтобы предложить наиболее подходящую систему.

Важна совместимость устройств, надежность, защищенность.



## Настройка автомата

Возможности по настройке автоматов часто недооцениваются начинающими операторами. Вроде бы кофе и кофе, что там программировать?

Однако как только дело доходит до эксплуатации автоматов, достоинства развитой системы программирования становятся очевидными.

В первую очередь это программирование рецептуры напитков и возможностей выдачи. Чем гибче система программирования, тем четче Вы можете учесть пожелания Ваших покупателей и увеличить выручку.

В дорогих автоматах программируется буквально все, гибко настраиваются параметры всех систем. Автомат в соответствии с Вашими настройками будет выходить в «спящий» либо в «рабочий» режим, включать и выключать подсветку, устанавливать различные цены на напитки в зависимости от времени суток, дней недели или других параметров, выдавать бонусные напитки, контролировать температуру и многое другое. Программироваться может более 500 функций автомата.

Следующий очевидный вопрос - это как программируются функции. Существует несколько вариантов:

- \* Стандартное решение – программирование с помощью специального пульта. Достаточно долго, кропотливо, не очень просто.

- \* Использование специальных устройств – программаторов, которые позволяют настраивать только цену товаров, но не рецептуру.

- \* Некоторые автоматы позволяют применять программирование с помощью флеш-карты, когда настраивается один автомат, а затем программа перекачивается на флеш-карту и переносится на все остальные машины.

- \* Программирование с помощью компьютера. На компьютере настраивается полностью конфигурация автомата: рецептура, цены, время включения/выключения, и т.д. Затем через порт RS-232 компьютер (чаще ноутбук) подключается к автомату, и программа перекачивается в память последнего.

В современных машинах уже доступно и программирование по каналам GSM, Bluetooth, через порт USB.

Все эти устройства существенно сокращают время настройки автоматов, позволяют гибко реагировать на запросы клиентов и, таким образом, ускоряют окупаемость оборудования.

Очень важным моментом становится и возможности автоматов по снятию точной и подробной статистики по продажам, принятым денежным суммам, выданной сдаче. Качественное оборудование позволяет получать полноценные данные по всем необходимым статистическим параметрам.



## Заключение

Что же такое справедливая цена для торговых автоматов? Как оценить оборудование?

Стоимость оборудования в Европе и России должна быть близка на одни и те же автоматы. Можно считать, что если российская цена превышает розничную европейскую более, чем на 15%, то она завышена; если ниже, то за счет чего такие «подарки»?

Конечно же, найдется много сторонников снижения первоначальных вложений в вендинговый бизнес; в каких-то ситуациях это вполне оправдано, особенно, если цель этих вложений «застолбить» места и снять «сливки», но подумайте, что Вы будете делать через 1-2 года? Возможно те, кто попробует кофе из дешевого автомата, просто больше не подойдет ни к какому. А тот, кто сдал в аренду площадь для установки автомата, категорически откажет всем, запомнив, как этот «ящик» не выдавал кофе, а только «глотал» деньги или подтекал ежедневно.

Стоимость автомата - это не только та сумма, которую Вы платите продавцу. Это и стоимость простоев из-за отсутствия запчастей, упущенная выгода, испорченная репутация, потерянное время.

Давайте думать не только о сегодняшнем дне, но и о будущем. Все-таки мы работаем, чтобы наши клиенты были довольны и получали удовольствие, пользуясь нашими автоматами.

# Дешево – не обязательно хорошо

The cheapest  
is not always  
the best

На страницах журнала уже не раз поднимался вопрос об оптимальном выборе оборудования. Как помочь тем, кто собирается заняться вендингом, найти «золотую середину»: не истратить лишних денег и не опуститься ниже приемлемого качественного уровня? Как правило, большинство производителей и их дилеров уверяют, что именно их товар оптимален с точки зрения соотношения «цена-качество». Некоторые аспекты проблемы рассматривались в статьях Е.Полушкиной «Сравнительный анализ затрат на эксплуатацию различных кофейных автоматов» (*Vending Business*, 2005, №5) и «Слагаемые успеха» (этот номер).

Редакция решила обсудить вопрос оптимального выбора оборудования применительно к одному из ключевых узлов торговых автоматов – платежной системе. С этой целью мы обратились к ряду ведущих производителей платежных систем со следующими вопросами:

- 1. Известно, что для большинства новичков, обзаводящихся оборудованием для вендинга, определяющим параметром при выборе машин в целом и платежных систем в частности является цена. Насколько это правильно?**
- 2. В принципе, все размышления на тему «цена-качество» могут считаться научно-обоснованными, если оптимизация может быть переведена из области качественных рассуждений в количественную плоскость. Существует ли для этого реальная возможность, доступна ли соответствующая информация?**
- 3. Считаете ли Вы возможным (и целесообразным) организовать сбор и распространение такой информации через журнал? Готова ли была бы Ваша компания в этом участвовать?**

*It was more than once that we rose the question of the optimal choice. Is it possible to help those who are going to get involved in vending business to find a tradeoff, sparing no extra money for equipment without falling lower than the acceptable quality level? Usually most manufacturers and their dealers try to assure you that it is their produce that is characterized by an optimal relation between the price and the quality. Some aspects of the problem were treated in E.Polushina's articles "Comparative analysis of expences on service of different types of coffee vending machines" (VB, 2005, #5) and "Items of Success" (this issue).*

*Now the editors decided to discuss the problem of the optimal choice of vending equipment as applied to one of the key elements of the machines – their payment system. With that end in view we addressed some of the leading OEMs and suppliers of the payment systems with the following questions:*

- 1. It is known that most of the novices buying vending equipment base their choice of the machines and their payment systems in particular primarily on their price. Is this correct in your opinion?**
- 2. In principle, all the speculations about «price vs quality» relation may be considered based scientifically if the optimization can be transferred from the qualitative field into the quantitative one. Is it possible practically, is the corresponding information accessible?**
- 3. Would you consider it possible (and useful) to organize collection and proliferation of such an information by means of the magazine? If yes, would your company be ready to participate in such an action?**

Нам приятно отметить, что в высшей степени оперативно отреагировал на обращение журнала вице-президент компании **Japan Cash Machine Germany (JCM)** г-н **Бепи Моттес**, ответ которого мы публикуем (с некоторым сокращением):

— Вступая на новый рынок, каждый инвестор проявляет осторожность, прежде чем вложиться в приобретение дорогого оборудования. После того, как некий опыт приобретен (а под опытом обычно понимаются продажи продуктов через торговый автомат, а не самих автоматов), если продукт хорошо продается, инвестор ищет способов максимизировать доход.

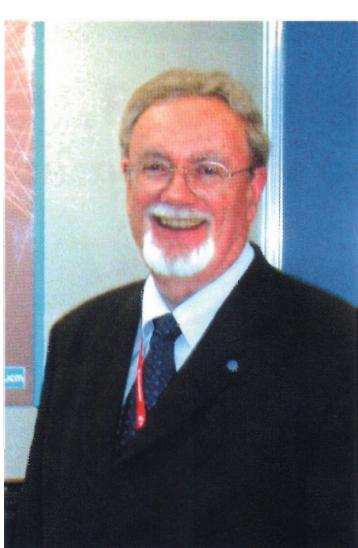
Владельцы торговых автоматов на Западе на опыте убедились, что цена валидаторов не имеет особого значения; а вот что действительно имеет значение, так это надежность и потребность в сервисных работах. Стоимость часа рабочего времени сервисного механика составляет в Германии и ряде других стран вполне ощутимую сумму. Мое знакомство с московским уличным движением позволяет предположить, что для того, чтобы обслуживать больше одного автомата в сутки, сервисные инженеры должны работать по ночам.

Столь же важна надежность. О какой экономии можно говорить, если в автомате можно купить товар за фальшивые монеты или «выудить» из него купюру обратно после оплаты?

Инвесторы игорного бизнеса привыкли к тому, что вложения в игровые автоматы окупаются очень быстро. В вендинге ситуация иная. В Москве кофейные автоматы с купюроприемниками JCM были установлены шведской компанией Jede в 1998 г. Они пользуются популярностью до сих пор, поскольку кофе и чай — всегда ходовой товар. Мне представляется, что в условиях такой огромной страны, как Россия, могут представлять интерес системы дистанционного контроля и управления автоматами, которые применяются все чаще.

В заключение письма г-н Моттес сообщил, что сотрудникам компании дано указание оказывать журналу помощь в сборе информации, необходимой для подготовки развернутой публикации по обсуждаемому вопросу.

We are glad to note the most prompt answer given to our address by **Mr. Bepi Mottes, the vice-president of Japan Cash Machine Germany GmbH**; his letter is published below with minor abridgement:



Г-н Бепи Моттес  
Mr. Bepi Mottes

In any new market the investor is always prudent before investing in expensive equipment. After the experience is made (the experience is usually the product sold in the vending machine and not the vending machine itself), if the product is selling well, the investor looks for ways to maximize his return.

Vending machine owners in the West have experienced that the price of the validator is irrelevant, what is relevant is the security and the amount of service required.

The cost per hour of a service technician in Germany or other countries is the real issue. My experience of the Moscow traffic suggests that service engineers must be working at night to be able to service more than one vending machine per day.

The security is equally important: If you can feed false currency or «fish», the successful product is sold for free, so where is the economy?

Investors in the gaming industry have been used to get a very quick return on their investment, but vending is different. Moscow coffee vending machines were installed with JCM bill validators in 1998 by the Swedish company Jede. Today they are still as popular as in the past because coffee and tea will always sell.

Vending machines are often serviced automatically by remote control, this should be a good feature in a vast country like Russia.

In conclusion Mr. Mottes informed us his employees have been told to render their assistance to the magazine in search of information necessary to prepare detailed publication on the discussed problem.

# WORLD FOOD MOSCOW 2006



26-29 СЕНТЯБРЯ, МОСКВА  
«Экспоцентр» на Красной Пресне



15-Я ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И НАПИТКОВ  
**ВЕСЬ МИР ПИТАНИЯ ЗА 4 ДНЯ**

4-я международная конференция World Food 2006  
по продуктам питания и напиткам

Организатор:



ITE LLC Moscow  
Тел.: +7 (495) 935 7350  
Факс: +7 (495) 935 7351  
E-mail: worldfood@ite-expo.ru



При поддержке:



Министерство  
сельского  
хозяйства РФ



Правительство  
Москвы



Генеральный  
информационный спонсор:



Официальный  
информационный партнер:

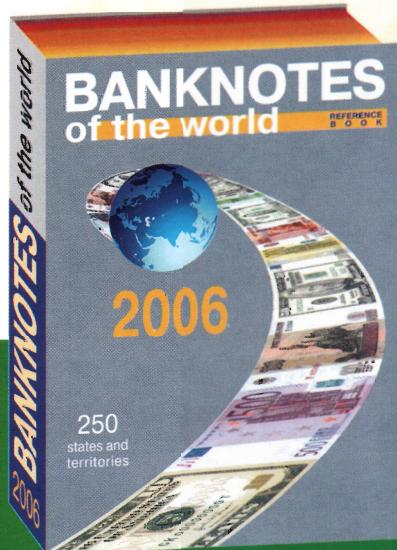


Информационная  
поддержка:



# Banknotes of the World

## Source of the professional information on banknotes worldwide

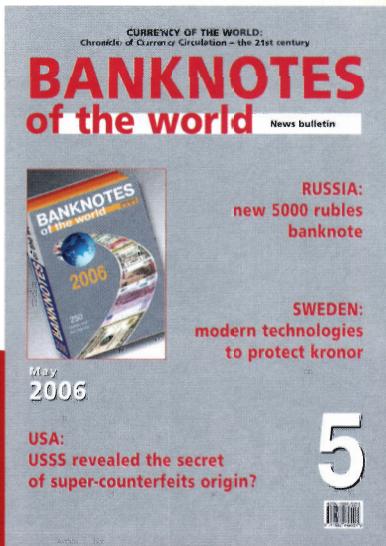


### Catalogue

#### BANKNOTES OF THE WORLD: Currency Circulation. 2006

The catalogue contains the comprehensive information on banknotes in circulation in 250 countries of the World. It contains the color illustrations of the front and back sides of the banknotes with indication on location of the public security features. The detailed descriptions allow to identify and verify the banknotes. Along with it the catalogue includes information on currency circulation and basic information on the countries.

- About 200 new banknotes put into circulation in 2005
- Extended and restructured sections on currency of Australia, Canada, European Union, USA, Singapore
- New Index of Changes in Currency Circulation for the past year
- New Index of Banknotes Withdrawn in 2001 – 2005 with cross references to the previous issues of the catalogue



### Monthly news bulletin

#### BANKNOTES OF THE WORLD: Currency Circulation

The bulletin (12 issues per year) provides the professional information on the recent changes in currency circulation worldwide. It gives the images and descriptions of the banknotes which were put into circulation in previous months starting from the beginning of a year. The descriptions contain the details of the security complex of banknotes including images in UV and enlarged fragments of the watermarks and security threads. The emphasis is put onto forensic topics. Each issue contents descriptions and pictures of the detected counterfeits and some analytic materials on it.

- 15 - 20 new banknotes each month
- 2 - 4 of the most dangerous counterfeits in each issue
- Detailed overview of the security elements provided by the banknote producers and experts
- News in brief: the most recent information on banknotes and banknote industry
- First hand information from the Central Bank of Russia, Forensic Science Center of the Ministry of Internal Affairs, Ministry of Finance, individual world central banks.

You can place your order by:



Post: 51/53, Bolshaya Pochtovaya str., Moscow, 105082, Russia

Phone: +7 (495) 267-4385, 267-3063

Fax: +7 (495) 267-4234

E-mail: [sell@icpress.ru](mailto:sell@icpress.ru)

<http://www.icpress.ru/en>

Ежегодные и ежемесячные издания «БАНКНОТЫ МИРА» выходят в двух вариантах: на русском и английском языках.



service



специализированные выставки

## ПРОДвижение

Продукты и напитки. Торговое оборудование.  
Упаковка. Этикетка.

**18·21  
октября**

Тольятти 2006

При поддержке:  
 мэрия города Тольятти ТП РФ

Охранное  
обеспечение  
«ФОРПОСТ»

Организатор:

 ЭКСПО-ТОЛЯТИ  
ЕДРО-ТОЛЯТИ

T.ф.: 8482| 489459, 489870  
Email: prod@expotol.ru  
Http://www.expotol.ru

## Индустрия Сервиса

Оборудование и технологии.

**27-29 сентября, Москва, выставочный центр «Крокус Экспо»**



**«ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ 2006» / «EELEX 2006»**

# **ВЫИГРЫШНАЯ КОМБИНАЦИЯ!**

**15-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА**



- ОБОРУДОВАНИЕ И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ КАЗИНО
- ИГРОВЫЕ АВТОМАТЫ С ДЕНЕЖНЫМ ВЫИГРЫШЕМ
- КОНСАЛТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ
- ЗАПЧАСТИ И КОМПЛЕКТУЮЩИЕ
- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ИГРОВЫЕ АВТОМАТЫ
- ОБОРУДОВАНИЕ И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ БИЛЬЯРДОВ

- ОБОРУДОВАНИЕ И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ БОУЛЛНГА
- ПАРКОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
- ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ
- СВЕТОВОЕ И ЗВУКОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
- СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ
- НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

**УНИКУМ**

**casino review**

**Большая ИГРА**  
Big Game

Группа компаний «Уникум»  
119415, Москва, пр-т Вернадского, д.37, корп.2. Тел:(095) 933 7770, факс: 502 9045  
E-mail: dagord@unicum.ru, www.eelex.net

Информационно-аналитический и рекламный журнал

Издается с марта 2004 г.  
Москва

Учредитель:  
ЗАО «Энерготрансомплект»

Издатель:  
С. Р. Юрханов

Главный редактор:  
И. А. Зотов

Редакционный совет:  
А. И. Баранник  
О. П. Волков  
А. Ф. Ким  
А. Е. Крылов  
И. Ю. Лунин  
А. В. Майсов  
Е. В. Полушкина  
В. А. Ракитский  
Т. Ю. Рыжкова  
Е. Ю. Янчик

Зам. гл. редактора  
И. В. Искандарова

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

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

Макет, художественное оформление, компьютерная верстка: «Граф Сервис». Отпечатано в типографии «Граф Сервис».

Тираж: 1500 экз.

Ответственность за содержание реклам и объявлений несет рекламодатель.

При перепечатке ссылка на издание обязательна.

© ЗАО «Энерготрансомплект»

Зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций 12 февраля 2004 г.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № 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.

### Уважаемые читатели!

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

ул. Костякова, 12, оф. 50  
(проезд до ст. м. «Тимирязевская»,  
см. сайт),  
либо оформить заказ по  
тел./факсу (495) 610-21-30,  
по электронной почте:  
[subscribe@vendingbusiness.ru](mailto:subscribe@vendingbusiness.ru)  
или на сайте [www.vendingbusiness.ru](http://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 «Энерготрансомплект»  
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.

### 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](mailto:subscribe@vendingbusiness.ru), and then pay the bill sent to you. Your order must contain:

- Number 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 JPC  
Legal address:  
113326, Russia, Moscow, Soumskoy proyezd, 21, 1-4  
Intermediary bank: DEUTSCHE BANK AG,  
FRANKFURT AM MAIN  
SWIFT: DEUTDEFF  
Benebank: SAMPO PANK,  
TALLINN, ESTONIA  
SWIFT: FOREEE2X  
Beneficiary: IBAN:  
EE893300333443690003  
GEOWIDE TRADING CORP.  
10 AK COURT, CALEDON STREET,  
SOMERSET WEST 7130,  
SOUTH AFRICA  
Details of payment: In accordance with Contract # 2-235

### 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

## В номере упомянуты фирмы и бренды:

Авангард (19)  
 Автобар (4)  
 Азовский комбинат детского питания (24)  
 Артель Ремесленников «Матица» (3)  
 АстраВенд (3)  
 Аутомэйтид Сервисиз (3)  
 Валео Фирма (3, 14, 34-35)  
 Венда (Обл. I, 3)  
 Вендорус, Группа (Обл. II, 3, 28, 40)  
 Газетные автоматы (1, 5-8)  
 ГМВ Ко (24)  
 Интеркrim-пресс (47)  
 Казахская вендинговая компания (29)  
 КоммПласс (3)  
 Космупак Сервис (20)  
 Кофемат (3)  
 Кофе плюс (4)  
 Крокус Экспо (21, 49)  
 Лебедянский, завод (23)  
 Майер Джей Экспо (22)  
 Малоярославецкий приборный завод (6, 7)  
 Мистерия Вендинг Машинз (3)  
 Мултон (24)  
 НААТ (3,4)  
 Невский проспект (19)  
 Нестле Фуд (3)  
 Пикадор (51)  
 Премакса (3)  
 Рувендор (Обл. III, 37-39)  
 Сейлтек (29)  
 Сиба-вендинг (3)

Современные вендинговые технологии (23)  
 Уникум (3, 49)  
 Формтрейд (3, 30, 33)  
 Экспо-Тольятти (48)  
 Экспоцентр (22, 46)  
 Экспрессбайтсервис (3)  
 A-T Trade Food & Beverages (25)  
 Argus (16)  
 Automatic Products (4, 14)  
 Azkoyen (14, 28, 41)  
 BDV (37)  
 Bianchi (Обл. III, 23, 15)  
 Bravilor Bonamat (14)  
 Caprimo (Обл. III)  
 CashCode (4, 14)  
 COGES (28)  
 Coin Co. (14)  
 Confida (11)  
 CRA Agency (12)  
 Deutsche Wurlitzer (14)  
 Eurogran (Обл. III)  
 EVA (11, 37)  
 FAS (13, 14, 15)  
 Fuji Electric (14)  
 GPE (15)  
 IBF Group (21)  
 ICS (14,34-35)  
 In Time Events LLC (9)  
 ITE LLC (18, 46)  
 IT&T (30)

JCM (26-27, 44-45)  
 Jede (45)  
 Juice Master (Обл. IV)  
 K. COM (Обл. IV)  
 Lavazza (15)  
 Lotte (36)  
 Maytag (19)  
 MEI (4, 14)  
 NAMA (37)  
 Necta & Wittenborg (13, 15)  
 Nespresso (20)  
 Nescafe (33)  
 Nestle (20)  
 O'Nature (Valmeo Group) (24)  
 Penotti Co. (24)  
 Pininfarina (15)  
 Quasar Electronics (15)  
 Saeco (15)  
 Salysol (15)  
 SATRO (14, 51)  
 S.M.Coin (14)  
 Sielaf (13, 14, 15)  
 Tchibo (Обл. III)  
 UCS (19)  
 Vending Corporation (14)  
 Vendo (14)  
 Venson (36)  
 Veriplast (35)  
 Vodafone (15)  
 WMF (38)  
 Wurlitzer (15)  
 WVA (11)

**НАСЛАЖДЕНИЕ...**

**В ВЕНДИНГЕ С 1970 г.**

Наши продукты идеальны для использования в торговых автоматах и предприятиях быстрого питания, включая офисные.

Мы предлагаем:

- 15 видов шоколада,
- смеси для приготовления капучино,
- топпинги,
- сливки,
- растворимый чай (чёрный, лимон, персик, блуторанж).

Цены? Например, Капучино Амаретто – 178 руб./кг.

<b>КОНТАКТЫ</b>	<b>ПИКАДОР ВЕНДИНГ</b>
SATRO GmbH Wiedenbrücker Straße 80 D-59555 Lippstadt	тел.: (495) 505-34-30 факс: (495) 479-78-94 моб.: 8-926-532-41-32 e-mail: <a href="mailto:satrorus@rambler.ru">satrorus@rambler.ru</a>
Tél.: +49 (0) 29 41/66 20 Fax: +49 (0) 29 41/66 21 52 <a href="http://www.satro.de">www.satro.de</a>	<a href="http://www.picadorvending.ru">www.picadorvending.ru</a> и <a href="http://www.1satro.ru">www.1satro.ru</a>

## Вниманию российских рекламодателей

- 1. Стоимость размещения рекламных материалов** (без учета НДС; оплата в рублях, по курсу ЦБ РФ на день оплаты).
- На внутренних страницах

Площадь рекламного модуля	Стоимость, евро
1/1 (A4)	450
1/2	250
1/4	150
1/8	80

- Центральный разворот — 1600 евро,
- На обложках:
  - 1-я стр. — 1000 евро,
  - 2-я, 3-я стр. — 800 евро,
  - 4-я стр. — 900 евро.
- При публикациях предусмотрена гибкая система скидок. Членам НААТ предоставляется дополнительная скидка — 5%.
- 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 100-150 евро (за полосу формата А4).
- 2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.**
  - Подача материалов в редакцию осуществляется не позднее, чем за месяц до выхода соответствующего номера.
  - Текстовой материал принимается в Word (doc, rtf), Excel, txt.
  - Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (CMYK, 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, CMYK, 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 8.0). Векторные изображения должны быть переведены в кривые (Curve).
  - Quark Xpress 3.1.—6.0 (Collect с приложенными шрифтами).
  - Материал принимается на носителях: дискеты 3,5'', CD-R, CD-RW, DVD.
    - Формат страницы: до обреза — 215x300; обрезной — 205x290 мм, полоса набора — 169x239. Текст и изображения готового (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 ответственность за точную цветопередачу.

## Attention of foreign advertisers

### Technical requirements for 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 (rtf), Excel.

— 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 5.0-7.0. TIFF, CMYK files, 300 dpi. To make editorial corrections possible, please use PSD files, the layers "not fused".

Corel Draw 9.0-12.0, Illustrator 8.0-10.0 (must be saved for 8.0 version). Vector pictures are to be transferred into curves.

Quark Xpress 4.1-5.0 (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 5 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.

RuVendor

Tel: 495 268 59 32, 495 781 59 15  
info@ruvendor.ru [www.ruvendor.ru](http://www.ruvendor.ru)



# Монетоприемник KCM-M2500

## Монетоприемник KCM-M2500

производства компании  
KOREA COIN MECHATRONICS CO, LTD

представляет собой современную  
интеллектуальную систему, которая  
способна принимать до восьми  
номиналов монет и выдавать сдачу  
монетами четырех номиналов.

Монетоприемник работает с любыми  
торговыми автоматами,  
поддерживающими подключение  
платежных систем по протоколу MDB.

### Базовая настройка (Россия):

**Сортировка      Монета      Емкость**

трубка А	5 руб.	68 шт.
трубка В	5 руб.	68 шт.
трубка С	1 руб.	90 шт.
трубка D	2 руб.	73 шт.
монетный ящик	10 руб.	на сдачу не выдается

285,00  
USD



## Монетные диспенсеры KCM-CD2000.

Для увеличения запаса монет  
на сдачу, к монетоприемнику  
могут подключаться от одного  
до четырех диспенсеров.

**Емкость диспенсеров:**  
**Монета      Емкость**

5 руб.	156 шт.
2 руб.	156 шт.
1 руб.	198 шт.

61,00  
USD

**JUICe**  
master

Эксклюзивный дистрибутор  
K.COM в России и странах СНГ

(095) 775-84-32, 782-18-78, 775-19-23  
[www.kcom.ru](http://www.kcom.ru)

ACCUSORTER CE