

+ SUPER SIZE

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКЕ

EXHIBITION GUIDE

PRO*fashion*

&

CPM

БОЛЬШИЕ РАЗМЕРЫ

16+

anathed
BY PARAKIAN

 **FASHION**
www.oz-fashion.ru



PIONIER®
LEANS & CASUALS

Bersaglio®

Россия, 117534, Москва,
Кировоградская ул. д. 23а стр. 1
8 (495) 988 44 80
www.bersaglio.ru



THOMAS RABE



КОЛЛЕКЦИЮ ВЫ МОЖЕТЕ ЗАКАЗАТЬ:

СРМ: 25.02. – 28.02.2014

ПАВИЛЬОН FORUM, FO-F11

ШОУ-РУМ THOMAS RABE

3.05 В HALLE 30, DERENDORFER ALLEE 12,
40476 DÜSSELDORF

C.E.D.E.R.
GmbH

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО НА
ТЕРРИТОРИИ РОССИИ И СТРАН СНГ**

TEL. +49 (0) 33056 41-000

FAX +49 (0) 33056 42-242

INFO@CEDER-GMBH.DE

WWW.CEDER-GMBH.DE

Рынок большого значения

Сегмент одежды больших размеров сегодня специалисты называют наиболее перспективным в модной индустрии. Подтверждение тому – данные Всемирной организации здравоохранения, которая утверждает, что избыточный вес в современном мире имеют 1,5 млрд человек. С каждым годом увеличиваются в объемах и россияне. Всего за десятилетие в среднем мы потяжелели на 2 кг. При этом в основном лишний вес имеют женщины. Так, россиянки сегодня – в тройке самых корпулентных женщин Европы.

А началось все с США, где, по общим оценкам, проживает самое тучное население Земли. Именно там местные производители и ритейлеры, борясь со средним уровнем продаж и вялой экономикой, открыли для себя цветущий рынок больших размеров. Они первыми столкнулись с изменившимися вкусами и поведением «весомых» покупателей и первыми же поняли, как лучше всего предлагать тем одежду размера плюс. По данным компании IBISWorld, в 2012 году сегмент одежды plus size в этой стране был оценен в \$7,5 млрд и с 2007 по 2012 г. его объем вырос на \$664 млн, что на 2,2% больше, чем за предыдущие годы. Более того, по прогнозам, к 2017 году оборот этой части рынка должен вырасти до \$9,7 млрд. Поэтому сегодня сегмент одежды больших размеров привлекает не только узкоспециализированные марки, работающие исключительно на аудиторию крупного телосложения, но и такие массовые и молодежные бренды, как H & M, Forever 21, добавившие в свою линейку модели plus size. По данным на 2012 год, в США работало более 6000 магазинов одежды big size. А пять лет назад там стартовала Неделя моды одежды больших размеров Full Figured Fashion Week, главная цель которой – дать возможность ритейлерам стать источниками трендов plus size, а также представить покупателю именитые дизайнерские лейблы. Ежегодно она проходит в Нью-Йорке и собирает более 20 дизайнерских марок. Все шоу доступны для зрителей, билеты находятся в свободной продаже. Многие американские ритейлеры сегодня понимают, что большинство крупных женщин не желают скрывать свои формы, напротив, причисляя их к собственным достоинствам. Законодателями этого тренда стали знаменитости – актрисы Кристина Хендрикс, Октавия Спенсер, певица Адель, сестры Кардашьян. Кстати, последние недавно выпустили собственную марку одежды plus size. Еще 10 лет назад нарушение общепринятых стандартов красоты казалось невозможным. А пышные актрисы и модели не появлялись в рекламе вплоть до середины 1990-х. В последнее же время специалисты с удивлением констатировали тот факт, что, глядя на знаменитостей, обычные полные женщины вдруг оказались более активными и рискованными потребителями, чем покупательницы одежды стандартных размеров. Сегодня они буквально требуют коротких юбок и ярких принтов. Поэтому в период кризиса, когда ритейлерам приходится закрывать одни магазины и уменьшать площадь других, они все же предпочитают сберечь ценное место, отведенное для одежды больших размеров, которую уже не

распикивают по углам где-то между хозяйственным и детским отделами, а презентуют в центральной части зала и отводят ей достойное место в витрине. Однако все это в США, где рынок больших размеров определенно развит лучше. Хотя и там от полных женщин исходит масса жалоб на недостаточно актуальный дизайн моделей plus size. В России же пока все скромнее. Наши женщины только-только обнаружили, что их размерами кто-то заинтересовался и стал предлагать наряду с традиционными цветастыми блузками, расшитыми стразами и пайетками элегантную деловую и вечернюю одежду. Яркий пример – бренд Elena Miro, работающий в категории pret-a-porter, или более демократичная Fiorella Rubino. Обе марки представляет в России компания Miroglio Group, и обе они доказывают женщинам крупной комплекции, что те могут оставаться привлекательными и модными, несмотря на размер одежды. Между тем в прошлом году аналитический холдинг «Ромир» провел опрос среди жителей крупных городов, насколько трудно тем приобрести нужную одежду. Оказалось, что очень непросто. Более 42% респондентов, из них 53% мужчин и 32% женщин, сообщили, что носят одежду 50-го размера и выше. Причем заинтересованность в нестандартных моделях высока и среди молодежи: в возрасте 18–24 лет из размерного ряда популярных брендов выпадают 15%; в возрасте 25–30 лет – 25%, а 36–40 лет – 51% опрошенных. Оказалось, что не работает и стереотип о «богатых и худых». В стандарты не вписывается 25% россиян, принадлежащих к сегменту с наиболее высоким уровнем достатка. Более того, выше всего доля потенциальных покупателей одежды от 50-го размера среди руководителей высшего (66%) и среднего звена (53%). Меньше всего – среди служащих (39%) и рабочих (32%). Возможно, это связано и с тем, что среди руководителей много людей старшего возраста. «Безусловно, рынок одежды больших размеров сегодня расширился благодаря увеличившемуся спросу. Однако что понимают производители под словосочетанием «большой размер»? Ведь все, что до 54-го, это стандарт. Big size начинается после, когда модели отшиваются уже по другим лекалам, – говорит Штефан Шиллинг, управляющий двух немецких марок big size Elena Grunert и Wille. – Различие типов фигур – еще один момент, который многие производители почему-то игнорируют. Между тем у полных, впрочем, как и у женщин стандартных размеров, выделяют три варианта силуэта: грушевидную форму, прямую и «песочные часы». Невозможно сделать так, чтобы одна и та же модель сидела одинаково хорошо на



Elena Grunert, весна-лето 2014

всех. Именно поэтому мы предлагаем несколько ее вариантов. Например, один и тот же жакет в нашем случае будет выполнен в двух длинах. Однако, по признанию г-на Шиллинга, российские байеры сразу несколько вариантов одной модели практически не заказывают, ограничиваясь каким-то одним. В итоге магазин для полной женщины превращается в лотерею, не гарантирующую результат. Между тем в собственной торговой сети компании в Германии ассортимент марки представлен полностью. Конечно, в российском случае все упирается в деньги. Средняя закупочная цена модели Elena Grunert – €90. И производители всеми силами стараются удержать ее на том же уровне, несмотря на то, что ткани с этого года вновь подорожали. «Недавно мы посетили выставку тканей в Мюнхене и отметили для себя новый рост цен. Так, нужное нам трикотажное полотно джерси сегодня стоит €40/м². Чтобы сшить из него модель 60-го размера, понадобится 2,80 м ткани, в то время как на 42-й – всего 1,30, – продолжает Штефан Шиллинг. – Затем нужно еще правильно раскроить ткань, особенно сложно с той, что имеет рисунок. Он должен совпадать в швах. Это тоже сказывается на цене, которая растет». «Российский рынок сегодня открыт для новых брендов plus size. В первую очередь это связано с дефицитом красивой одежды больших размеров. Поэтому с этой точки зрения для нас этот рынок очень перспективен, – говорит дизайнер итальянской марки Sophie Симон Севери. – Мы создаем женственные и при этом очень комфортные модели, которые могли бы носить покупательницы разных возрастов. Основной акцент мы делаем на трикотажные блузки. Они основа коллекций и пользуются неизменной популярностью у женщин». Производители отмечают, что наиболее выгодно производить одежду больших размеров для женщин возраста 40+. По словам менеджера по продажам итальянской марки GlodiModa Эстер Тразенте, это крайне благодарная и неизбалованная вниманием потребительская группа. «Мы долго думали над участием в российской выставке CPM. Приезжали сюда, изучали спрос, вкусы. В результате решили рискнуть. Табличку «Большие размеры» на стенд мы повесили на второй день работы выставки, и интерес к нашей продукции со стороны байеров сразу же вырос. Мы производим ходовые модели трикотажных топов и блузок. В этом сезоне их украшает изящное кружево. С брюками и юбками мы пока не работаем, хотя видим, что спрос на эту группу товаров большой. Это дало нам повод задуматься. Возможно, скоро они появятся в нашей линейке», – говорит Эстер. Все же не все производители ошущают резкое

увеличение спроса на одежду больших размеров. Существует и противоположное мнение, что весь этот ажиотаж создан искусственно. И подъем сегмента происходит не потому, что в России вдруг стало много полных людей, а благодаря формированию культуры потребления. «Я не думаю, что рынок одежды больших размеров кардинально отличается от остальной модной рынка», – говорит **Александр Шамсутдинов, владелец компании Fashion Service**, которая представляет на рынке французскую марку больших размеров Fred Sabatier. – Он растет и развивается по тем же принципам. В этом сегменте, как и во всех остальных, конкуренция так же высока. Производителей много, и есть среди них весьма достойные – те, что понимают: производить одежду plus size необходимо, учитывая в том числе и национальные особенности полной фигуры. Попасть в размер – главная сложность работы в этом сегменте. Чтобы пройма проходила по полноте, были соблюдены пропорции между объемом груди и объемом бедер и так далее. Этот сегмент, как и любой другой, имеет свои плюсы и минусы. И я не думаю, что при сегодняшней моде на спорт, правильное питание и здоровый образ жизни население Земли будет резко увеличиваться в размерах».

Полные женщины сегодня чувствуют себя более уверенно. Они учатся не комплексовать по поводу лишнего веса и уж тем более не лишать себя радостей жизни: выпускных балов, коктейльных вечеринок, торжественных ужинов и приемов. Все это требует уже не просто большой, но специализированной, роскошной одежды. Одной из первых это осознала английская компания Dynasty – игрок на рынке вечерней и свадебной моды. Она производит одежду под тремя марками, одна из которых – Viviana – для дам с формами. «Большое внимание в наших моделях мы уделяем крою, благодаря которому женская фигура будет представлена в лучшем виде. Однако в последнее

время возникли сложности с тканями. Раньше мы предпочитали работать только с натуральными материалами, например, шелком. Но когда он вырос в цене, мы перешли на качественный полиэстер, шифон. Сегодня мы уверенно стоим на ногах, так как у нас практически нет конкурентов. Плюс мы сохраняем невысокие цены. Средняя стоимость нашего платья в закупке – €100». Марка успешно продается в 40 странах мира: преимущественно в Европе и на Ближнем Востоке. Последний, конечно, для компании представляет наибольший интерес: полная женщина всегда там ценилась, да и праздничную одежду в этих странах часто носят как повседневную.

Много скромнее сегодня на рынке выглядит ситуация с мужской одеждой больших размеров. Компании, готовые заниматься ею, можно пересчитать по пальцам. И на это есть ряд причин, в частности, связанных со сложностями кроя. Так, в руководстве турецкой марки мужской одежды Polim Pier отмечают: «Далеко не все модели, представленные в нашей линейке, можно отшить в больших размерах. Сложнее же всего угадать с брюками. Каждый раз, когда мы увеличиваем размер талии, автоматически вырастает и длина штанин. При этом полный мужчина далеко не всегда высокого роста. Если же делать брюки короткими, то вещь получается бесформенной и крайне несимпатичной». Именно поэтому у марки нет отдельной линии plus size, но костюмы для крупных людей компания все-таки производит, правда, исключительно по настоянию байеров. Последние, в свою очередь, приходят с готовыми таблицами необходимых размеров и длин, на которые и ориентируется производитель.

Знать, как продать

Однако специалисты утверждают: мало произвести правильную одежду размера «плюс», нужно

ее грамотно преподнести в торговле. И вариантов здесь несколько: традиционный мультибренд, специализированный магазин или интернет-магазин. Выбирая второй вариант, нужно четко понимать, насколько важно месторасположение торговой точки. Лучше, если она будет находиться на первом этаже торгового центра, так как грузным людям зачастую тяжело подниматься по лестницам, если в здании нет лифта или эскалатора. Второе: стоит уделить особое внимание названию салона. Оно должно быть говорящим, но при этом не оскорбительным: «Миссис Каприз», «Большая модница», «Ваше Величие». Ну и, конечно, персонал должен быть соответствующим. Лучше, если он будет состоять из женщин той же комплекции, что и потенциальные покупательницы. Это в значительной степени упростит общение. Формируя пространство магазина, нужно помнить, что клиенты – люди полные, а значит, проходы и примерочные должны быть свободными, оставляя пространство для маневра. Хорошо, если в интерьере предусмотрены кресла или диванчики.

Сегодня ритейлерам рекомендуют задуматься и об открытии интернет-магазина, возможно, в параллель существующему в офлайне. В США пришли к выводу, что только в интернете люди могут совершать покупки, совершенно не стесняясь своих лишних килограммов. Онлайн-продажи одежды больших размеров там составляют примерно 11% от общего объема рынка и, по прогнозам, будут расти. Кстати, когда полные покупатели находят одежду, которая им нравится, они тратят вдвое больше, чем другие люди. В этом – огромные возможности для ритейлеров. Хорошую помощь в работе интернет-магазина могут оказать онлайн-примерочные, позволяющие задать манекену параметры клиента. Хотя, конечно, такая услуга увеличивает стоимость создания и обслуживания магазина. + Мария Востокова

Правила подбора гардероба plus size Советы стилиста Юлии Верма

Существует перечень «правильных» вещей, выбирая которые крупные женщины могут скрыть ненужные объемы и выгодно подчеркнуть достоинства. К ним относятся:

- Полуприлегающие платья А-образного силуэта. Это находка для женщин с пышными формами. Длина такого платья может доходить до колена или чуть ниже, скрывая лишний объем и увеличивая рост его обладательницы. При этом рукава могут быть как длинными, так и 3/4, а глубокий овальный вырез способен зрительно уменьшить объем плеч и подчеркнуть зону декольте. По фактуре лучше отдавать предпочтение трикотажу, отказавшись от излишне плотных тканей, которые придают дополнительный объем.
- Удлиненные кардиганы и жакеты отвлекают внимание от проблемных зон. В паре с блузкой или топом контрастного цвета они создают вертикальную линию, которая зрительно «вытягивает» силуэт. С джинсами или брюками уместны будут кардиганы из тонкой шерсти, вискозы, пиджаки из твида или хлопка. С платьями и юбками прекрасно сочетаются мягкие по фактуре пиджаки. Цвет изделий выбирается в зависимости от типа внешности. Примечательно, что в моду для полных входят светлые тона, в основном холодных оттенков. Вопреки сложившемуся мнению, они не только не увеличивают объем, но и освежают образ.
- Аксессуары в форме вытянутого овала (кулони или бусы) зрительно делают шею более тонкой и длинной, акцентируя внимание на зоне декольте. Рекомендуется сочетать их с однотонными платьями или блузками простого кроя. При этом украшения не должны быть слишком массивными и перегружать образ.
- Туфли-лодочки на устойчивом, широком каблуке стройнят ногу, придавая женственность и легкость любому образу. Для икр и лодыжек средней полноты можно выбирать туфли с ремешком на шиколотке.
- Пальто с отложным воротником и широким поясом – беспроегрывный вариант для уменьшения объемов и создания элегантного образа. V-образный вырез скрывает полноту плеч, а пояс придает фигуре правильные очертания. Хорошо, если изделие будет выполнено из гладкого драпа или сукна. Что касается цвета, то для верхней одежды желательно выбирать темные, сочные цвета, выгодно подчеркивающие внешность.

В целом, обладая информацией о подходящих фасонах и опираясь на индивидуальные особенности конкретного человека, следует выбирать вещи, которые позволят скорректировать фигуру и создать полноценный, красивый образ. +



Роскошь нового поколения



«Там, где многолетний труд встречается с талантливым дизайном, рождается настоящее волшебство», – именно так можно охарактеризовать коллекции марки Colb, которую с этого сезона представит в России шоу-рум OZ-Fashion. Бренд, известный в Италии и за ее пределами, не только предлагает неизменно стильные и качественные вещи, но и обладает богатой историей.



В новом сезоне шоу-рум OZ-Fashion привез в Россию еще одну успешную европейскую марку, которую так ждали на нашем рынке. Речь идет об итальянском бренде Colb. Компания была основана в 1963 году и неизменно сохраняет традиции марки, любимой многомиллионной аудиторией за потрясающее качество и превосходный дизайн. Colb стремится поразить женщину изысканными моделями, великолепными тканями и идеальной посадкой. Основатели компании Леонид Орсини и его жена Аргентина изначально делали ставку не только на знаменитый во всем мире итальянский дизайн, но и на качество одежды. Colb тщательнейшим образом соблюдает стандарты производства одежды и работает с самыми лучшими специалистами своего дела.

Еще один важный аспект успеха бренда – умелый выбор тканей и правильный подход к дизайну: на тончайший трикотаж с помощью современных технологий наносится уникальная вышивка. Именно этот дизайнерский прием позволил марке Colb стать коммерчески успешным и прибыльным брендом.

Клиентка Colb – настоящий модный эксперт: она ценит не только качественные ткани, но и оригинальный дизайн моделей, способных сделать ее ярче и при этом стать прекрасным дополнением к любому гардеробу. Эта одежда действительно легко комбинируется и разработана большой командой профессиональных дизайнеров, которые не следуют модным трендам, а сами задают их. А благодаря элегантным силуэтам вискоза, джерси, шелк и другие трикотажные полотна, обрамленные богатой вышивкой и женственными аксессуарами, полюбятся каждой женщине. Новая коллекция Colb – это не просто украшение для женского гардероба, а целая итальянская философия одежды на каждый день, в которой можно

Бренд идеально подойдет женщинам, которые любят мягкие и элегантные линии, натуральные материалы и тщательно подходят к вопросу качества одежды. Безупречная итальянская аккуратность и любовь к своему ремеслу делают коллекции Colb действительно особенными и привлекают внимание покупательниц.

быть самой яркой девушкой в офисе, а затем уверенно пойти на свидание. В России такую одежду очень ждали, и у Colb уже есть своя стратегия выхода на рынок: марку, безусловно, воспримут и полюбят в различных регионах страны, везде, где ценят красоту деталей и роскошь материалов. Colb выпускает по две коллекции в год и всякий раз удивляет утонченным дизайном, предлагая модели от 44 до 60 итальянского размера. Причем вся продукция марки производится только в Италии. Преимуществом же является то, что в одном изделии может сочетаться несколько видов ткани, таких как шелк, эластичные полотна и трикотаж, а этим может похвастаться очень мало брендов.

Заказы на марку Colb компания OZ-Fashion принимает на выставках в Париже, Дюссельдорфе, Москве, Киеве и Казахстане, а также в московском шоу-руме, что значительно облегчает жизнь байерам, давая возможность написать коллекцию практически в любое удобное время. Удивительно, как быстро этот бренд стал известен в самых разных уголках мира. Сейчас Colb продают не только в странах СНГ, но и в США, Канаде, ОАЭ, Кувейте, Юго-Восточной Азии, а также по всей Европе. При этом средняя закупочная цена составляет около € 100.

Бренд идеально подойдет женщинам, которые любят мягкие и элегантные линии, натуральные материалы и тщательно подходят к вопросу качества одежды. Безупречная итальянская аккуратность и любовь к своему ремеслу делают коллекции Colb действительно особенными и привлекают внимание покупательниц. ●



Colb, осень-зима 2014/15

РЕКЛАМА

PROfashion

Издательский Дом модного бизнеса № 1 в России и СНГ

Профессионализм – это...

Журнал
PROfashion



Ключевое издание ИД - аналитика, новости, обзоры, прогнозы для профессионалов моды 2 раза в месяц
Тираж: от 10 000 экз.

Журнал PROfashion
Kazakhstan



Все о модном бизнесе в Казахстане 3 раза в год
Тираж: от 2000 экз.

Журнал PROfashion
lingerie /Модное Белье



Обзор бельевого рынка + база производителей и дистрибьюторов 6 раз в год
Тираж: 7000 экз.

CPM PROfashion
Store Concept



Каталог франшиз и предложений по открытию магазинов 2 раза в год
Тираж: от 5000 экз.

PROfashion Большие
размеры/CPM Super size



Навигатор по выставке CPM и каталог компаний, представляющих одежду больших размеров 6 раз в год
Тираж: от 5000 экз.

PROfashion Меха &
Верхняя Одежда



Аналитика + обзор по отрасли + база контактов 1 раз в год
Тираж: от 15 000 экз.

Каталог
PROfashion Kids



Контакты производителей и дистрибьюторов, специализирующихся на товарах для детей 2 раза в год
Тираж: от 20 000 экз.

Каталог
PROfashion Guide



Профессиональная база контактов производителей и представителей fashion-компаний 2 раза в год
Тираж: от 15 000 экз.

Журнал
Regional Report



Гид по городам России и СНГ для иностранных предпринимателей На английском и итальянском языках 1 раз в год
Тираж: от 10 000 экз.

11 печатных изданий + специальные проекты + мастер-классы + отраслевая премия PROfashion Awards
Еженедельная новостная рассылка - профессиональная база - более 58 000 e-mail адресов

www.profashion.ru

ALLSIZE
COMPANY

GREYES
BY ALLSIZE COMPANY



REPLIKA
JEANS

GREYS, REPLIKA, AERO

Наименование компании: **GATEX**
Город: **Москва**
Адрес: **Березовая аллея, 5А, офис 304**
Телефон: **+7 495 221 52 08**
E-mail: **lf@gatex.ru**
Интернет: **www.allsize.net**

1. Бренд: GREYS, REPLIKA, AERO
2. Страна происхождения: Дания
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: комбиколлекции из натуральных, экологически чистых материалов
4. Размерный ряд продукции: XL – 8XL (с 58 по 78-й размер)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: без возрастных ограничений
6. В каких странах представлена марка: европейские страны, Россия, США, Канада, Новая Зеландия

7. В каких российских регионах представлена марка: Центральный округ, Урал, Сибирь
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: 2 монобрендовых магазина в Дании, мультибрендовые магазины, корнеры
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: в России – от 6000 до 8000 евро
10. Программа клиентской поддержки: есть, возможны различные формы вертикальной торговли.



AMAZONE

Наименование компании: **КоролеваXL**
Город: **Москва**
Адрес: **3-й пр. Марьиной рощи, 40, стр.1**
Телефон: **+7(495)225-21-11**
E-mail: **korolevaxl@mail.ru**
Интернет: **www.korolevaxl.ru**

amazone

1. Бренд: Amazone
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда больших размеров (туники, платья, блузоны, жакеты, юбки, брюки), нарядная и casual; каждый сезон – около 300 моделей, разные направления под любого клиента
4. Размерный ряд продукции: с 52 по 72 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 25 и старше, которые уделяют большое внимание модным вещам с небольшими изысканными деталями

6. В каких странах представлена марка: Россия, Франция, страны СНГ
7. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины формата Plus Size
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ от 50 000 рублей
10. Программа клиентской поддержки: каталоги



ANATHEA BY PARAKIAN

Наименование компании: **Didier Parakian, представитель OZ-Fashion**
Контактное лицо: **Ольга Загун**
Город: **Düsseldorf, Москва**
Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf / 115184, Москва, ул. Бахрушина, 13**
Телефон: **+49-211 40 58 243, +7 499 270 07 91**
E-mail: **info@oz-fashion.ru**
Интернет: **www.oz-fashion.ru, www.anatheabyparakian.com**

anathea
BY PARAKIAN

1. Бренд: Anatheia by Parakian
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда (платья, юбки, блузы), материалы продукции: шелк, вискоза, лен
4. Размерный ряд продукции: 38–54 французский
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 и старше

6. В каких странах представлена марка: Германия, Франция, Япония, Америка, Россия, Украина, Италия, Казахстан, страны Прибалтики
7. В каких российских регионах представлена марка: Центральный, Приволжский, Северо-Западный, Южный, Дальневосточный федеральные округа, Западная и Восточная Сибирь и Урал.
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины
9. Программа клиентской поддержки: пиар поддержка, складская программа, мерчандайзинг и концепт фирменного магазина

CPM
Пав. 8.1
Стенд В15

amazone

Королева XL



РЕКЛАМА

Москва, 3-й пр. Марьиной рощи,
д.40, стр.1
Тел. +7 (495) 225-21-11
korolevaxl@mail.ru
www.korolevaxl.ru

текстильлегпром
textilleprom

Павильон 69, 2-й этаж, стенд 456С

Angel Circle

ANGEL CIRCLE

Наименование компании: **ANGEL CIRCLE**
 Контактное лицо: **Tine Logager**
 Адрес: **Faaborgvej 41, 5683 Haarby, Denmark**
 Телефон: **+4564732476**
 E-mail: **info@angelcircle.net**
 Интернет: **www.angelcircle.net**

1. Бренд: ANGEL CIRCLE
2. Страна происхождения: Дания
3. Годовой оборот компании: 1 000 000 евро
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: блузки, пиджаки, платья больших размеров из ткани и трикотажа.
5. Размерный ряд продукции: с 44 по 66 (российские размеры)
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 30 лет
7. В каких странах представлена марка: во всех европейских странах
8. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах России
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: преимущественно в магазинах независимой розничной торговли
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: в Западной Европе - 3000 евро, в России – 6000 евро
11. Программа клиентской поддержки: отсутствует

CHALOU

Наименование компании: **CHALOU GmbH**
 Контактное лицо: **Вячеслав Алексеев**
 Город: **Москва**
 Адрес: **123610, Москва, Краснопресненская наб., 12**
 Телефон: **+7 (495) 7614901**
 E-mail: **v.alekseev@chalou.ru**
 Интернет: **www.chalou.de, www.chalou.ru**

1. Бренд: CHALOU
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров, учитывающая все особенности нестандартной фигуры
4. Размерный ряд продукции: 48–74 (российские размеры)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 25 лет, доход средний
6. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия и страны СНГ
7. В каких российских регионах представлена марка: Европейская часть России, Сибирь и Дальний Восток
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины формата Plus Size



CPM
Пав. 2.1
Стенд
С20

COLB

Наименование компании: **OZ FASHION**
 Город: **Moscow / Duesseldorf**
 Адрес: **ул. Бахрушина, 13 / Fashion House 2, Danzigerstrasse 111, Room A003**
 Телефон: **007 499 270 07 91, 0049 211 40 58 243**
 E-mail: **info@oz-fashion.ru**
 Интернет: **www.colb.it, www.oz-fashion.ru**

1. Бренд: COLB
2. Страна происхождения: Италия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: используется шелк в сочетании с трикотажем, или только трикотаж, в основном платья а так же, кардиганы, свитера, топы, юбки
4. Размерный ряд продукции: от 44 до 60 (итальянская шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 40 до 70 лет
6. В каких странах представлена марка: в России, Италии, Японии, Гонконге, США, Германии, Франции, Канаде, Нидерландах, Великобритании, Казахстане, Азербайджане, Чехии
7. В каких российских регионах представлена марка: Уральский округ, Центральный федеральный округ, Южный федеральный округ, Северо-Кавказский федеральный округ; города Санкт-Петербург и Москва
8. В магазинах какого формата продаётся марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 5 000 евро
10. Программа клиентской поддержки: координация заказов, организация поставок товара и его сертификация, предложение по складской программе, рекламная и PR-поддержка.



CPM THE COLLECTION DUE

Наименование компании:

Christa Probst fashion group

Контактное лицо: **Peter Wagner,**

Вячеслав Посадский

Адрес: **Deutschland, Россия**

Телефон: **+49 172 1678339 (Olga Goldberg),**

+7 985 7628983 (Вячеслав Посадский)

E-mail: **russia@christa-probst-group.com,**

sveta.m06@list.ru

Интернет: **www.christa-probst-group.com**

1. Бренд: CPM THE COLLECTION DUE

2. Страна происхождения: Германия

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: рубашки, трикотажные изделия

4. Размерный ряд продукции: 42–54

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 лет

6. В каких странах представлена марка: все европейские страны, Россия

7. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от 4000 до 5000 евро

10. Программа клиентской поддержки: в процессе разработки

CPM
Forum
Стенд
С33



DANATELLA OSCARIONI

Наименование компании: **Damex SP. Z O.O.**

Контактное лицо: **Lukasz Paw**

Адрес: **Nalkowskiej 17B,**

43200 Pszczyna, Poland

Телефон: **+48322101356**

E-mail: **damex@damex.pl**

Интернет: **www.danatellaoscarioni.com,**

www.damex.pl

1. Бренд: Danatella Oscarioni

2. Страна происхождения: Польша

3. Объем выпускаемой продукции: 30 000 – 50 000 единиц в год

4. Годовой оборот компании: 2 500 000 – 3 000 000 евро

5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская верхняя одежда (пальто, куртки), платья, юбки, брюки. Ткани из чистой или смешанной шерсти (альпака, верблюжья шерсть, кашемир, шиншилла, викунья).

6. Размерный ряд продукции: 36 – 52 (европейские размеры), 40 – 56 (российские размеры)

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 30 лет

8. В каких странах представлена марка: Польша, Германия, Финляндия, Литва, Казахстан, Украина, Кыргызстан

9. В каких российских регионах представлена марка: марка в России не представлена

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: монобрендовые и мультибрендовые магазины

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 12 000 евро

12. Программа клиентской поддержки: индивидуальные консультации.

CPM
Пав. 7.3
Стенд
В36



DORIS STREICH

Наименование компании: **Streich Bekleidungswerk GmbH & Co. KG, представитель в России – GUL Handels GmbH**

Контактное лицо: **Оксана Кирилова**

Телефон: **+49 89-693867-0**

E-mail: **info@gulhandel.de**

Интернет: **www.dorisstreich.de,**

www.gulhandel.de, www.angellik.ru

DORISSTREICH.

1. Бренд: Doris Streich

2. Страна происхождения: Германия

3. Объем выпускаемой продукции: примерно 400 000 единиц в год

4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: DorisStreich – один из ведущих специалистов в области больших размеров. Комби-коллекции отличаются прекрасными цветовыми комбинациями. Марка представляет одну коллекцию в сезон, состоящую из 250 моделей. Ассортимент – от особенно популярных платьев и туник до идеально подходящих к ним брюк различных посадок, а также леггинсы, трикотаж, юбки и др.

5. Размерный ряд продукции: с 36 по 56 (немецкие размеры)

6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 35 лет

7. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия, Канада, Ближний и Средний Восток

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах и магазинах с системой shop-in-shop

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 8000 евро

10. Программа клиентской поддержки: клиентам предлагается обширный набор рекламной продукции (проспекты, ручки, постеры, рекламные сувениры, каталоги)

CPM
Forum
Стенд
E37

EDUARD DRESSLER

Finest Menswear. Since 1929.

EDUARD DRESSLER

Наименование компании: **Dressler GmbH & Co KG**
 Город: **Grossostheim D-63762**
 Адрес: **Stockstaedter Str.43**
 Телефон: **+49 60265020**
+7 (495) 984 0277
 E-mail: **info@eduard-dressler.com**
showroom@muschel.tv
 Интернет: **www.eduard-dressler.com**
www.muschel.tv

1. Бренд: EDUARD DRESSLER
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужская одежда из высококачественных итальянских тканей: костюмы, пиджаки, брюки, а также верхняя одежда и аксессуары
4. Размерный ряд продукции: 46–72
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 до 75 лет
6. В каких странах представлена марка: все страны Евросоюза, Россия, СНГ
7. В каких российских регионах представлена

марка: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Красноярск, Самара, Ухта

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: корнеры, моно- и мультибрендовые магазины

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 15 000 евро

10. Программа клиентской поддержки: рекламные материалы, пакеты, чехлы, вешалки, логотип

ELENA GRUNERT



ELENA GRUNERT

Наименование компании: **Elena Grunert Fashion GmbH, представитель в России – GUL Handels GmbH**
 Контактное лицо: **Наталья Лапичева**
 Город: **Гроссвальштадт**
 Адрес: **Einsteinstr, 2, 63868 Großwallstadt**
 Телефон: **+49 89 69 38 67 0**
 E-mail: **info@gulhandel.de**
 Интернет: **www.elena-grunert.de,**
www.gulhandel.de

1. Бренд: ELENA GRUNERT
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская комби-коллекция, включающая в себя блейзеры, брюки, юбки, платья, блузы, футболки, топы и верхнюю одежду
4. Размерный ряд продукции: 42–56 по немецкой шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: состоятельная женщина среднего возраста
6. В каких странах представлена марка: в Канаде, в странах Европы, Ближнего и Дальнего Востока, СНГ

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: как в специализированных магазинах «больших размеров», так и в магазинах мультибрендового формата

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: в Европе – от 5000 до 8000 евро, для России нет регламентированного объема заказа



ETERNA

Наименование компании: **Шоу-рум Bersaglio**
 Контактное лицо: **Леонова Татьяна**
 Адрес: **Москва, Кировоградская ул., д.23а, стр.1**
 Телефон: **+7(495)988-44-80**
 E-mail: **info@bersaglio.ru**
 Интернет: **www.bersaglio.ru**



1. Бренд: Eterna
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 3,4 млн мужск. сорочек, 670 000 блуз
4. Годовой оборот компании: в 2012 году оборот составил 95 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужские сорочки, блузы женские
6. Размерный ряд продукции: сорочки – 37–54 ворот, блузы 34–48 (немецкий размер)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: все возрастные группы

8. В каких странах представлена марка: страны ЕС, Россия, Казахстан, Белоруссия, Украина, Япония, Канада

9. В каких российских регионах представлена марка: по всей России

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: как в Европе, так и в России марка представлена во всех форматах магазинов

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 6 000 – 10 000 евро

12. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов, руководство по продажам



EUREX

BY BRAX

EUREX BY BRAX

Наименование компании: **MTG Handels- und Consulting GmbH**
Город: **Münster, Germany**
Адрес: **An der Kleimannbrücke 13a**
Телефон: **+49 251 1337 183**
E-mail: **Alexander.fust@mtg-germany.de**
Интернет: **www.mtg-germany.ru**

1. Бренд: Eurex by Brax
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: около 685 000 брюк в год
4. Годовой оборот компании: 26 000 000 евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: брюки, джинсы
6. Размерный ряд продукции: 48–72-й
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: 35+
8. В каких странах представлена марка: во всех странах Западной Европы, в России, Китае, Канаде
9. В каких российских регионах представлена марка: практически во всех регионах страны
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в основном Eurex продается в мультибрендовых магазинах
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – 50 брюк

faber

finest fashion

FABER

Наименование компании: **Faber GmbH, представитель – OZ-Fashion**
Контактное лицо: **Ольга Загун**
Город: **Düsseldorf, Москва**
Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf / 115184, Москва, ул. Бахрушина, 13**
Телефон: **+49-211 40 58 243, +7 499 270 07 91**
E-mail: **info@oz-fashion.ru**
Интернет: **www.oz-fashion.ru, www.faberknitwear.de**

1. Бренд: Faber
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда (пуловеры, топы, кардиганы, блузы, брюки), материалы продукции: основной акцент на трикотаже высшего качества
4. Размерный ряд продукции: 38–52 немецкий
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 и старше
6. В каких странах представлена марка: Германия, Россия, Украина, Италия, Франция, Нидерланды, Бельгия
7. В каких российских регионах представлена марка: Центральный округ
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Программа клиентской поддержки: пиар-поддержка, складская программа, мерчандайзинг



FA

Concept[®]
by Franck Anna

FA CONCEPT

Наименование компании: **France Trade**
Город: **Paris**
Адрес: **22 rue de la Voie des Bans, 95100 Argenteuil**
Телефон: **+33139340341**
E-mail: **francetrade95@gmail.com**
Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: FA CONCEPT
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров из натуральных и смешанных тканей
4. Размерный ряд продукции: от 44 до 60
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: на любой возраст
6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Франция, Бельгия, Германия, Англия
7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, регионы
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: корнеры, мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: от 3000 до 8000 евро
10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, предоставление каталогов и лукбуков.



FAUBORG SAINT HONORE

Наименование компании:

FranceTrade Fashion Group

Город: **Paris**

Адрес: **Adresse 22 rue de la Voie des Bans**

95100 Argenteuil, France

Телефон: **+33139340341**

E-mail: **fracetrade95@gmail.com**

Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: Fauborg Saint Honore

2. Страна происхождения: Франция

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров, коктейльные платья и костюмы, брюки, юбки, блузы. Ткани – шелк, хлопок, лен, вискоза

4. Размерный ряд продукции: 44–64

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: 30 лет и старше

6. В каких странах представлена марка: Франция, Бельгия, Германия

7. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины, монобрендовые магазины, корнеры

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 100–200 единиц

10. Программа клиентской поддержки: рекламная продукция, каталоги, мерчандайзинг.

Felina



FELINA

Наименование компании:

Представительство фирмы “Фелина ГмбХ” ФРГ в г. Москве

Контактное лицо: **глава представительства – Лерман Михаил Львович, заместитель главы представительства – Ковалев Андрей Александрович**

Город: **Москва**

Адрес: **117335, Москва,**

ул. Вавилова, 69/75, оф. 326

Телефон: **+7499 134 10 35; +7495 938 23 40**

E-mail: **felina-moskau@mail.ru**

Интернет: **www.felina.ru**

1. Бренд: Felina, Conturelle, [un:usual]

2. Страна происхождения: Германия

3. Годовой оборот компании: около 50 млн евро

4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании:

женское белье из комбинированных материалов и эксклюзивного шитья и кружева

5. Размерный ряд продукции: А-Н; 65-115

6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: Felina – 45+, Conturelle – 30+, un:usual – 18+

7. В каких странах представлена марка: практически во всех за исключением Южной Америки, Центральной Африки, Японии и некоторых стран Юго-Восточной Азии (Вьетнама, Таиланда и др.)

8. В каких российских регионах представлена марка: практически во всех

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в России – в мультибрендовых магазинах. В Польше, Венгрии, Германии есть магазины с наименованием Felina, но и в них бренды фирмы с целью расширения предложения дополняются другими брендами.

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный первоначальный заказ из России – 3000 евро

11. Программа клиентской поддержки: совместные рекламные акции, обучение торгового персонала, бонусы лучшим продавцам, презентации, бесплатное обеспечение вешалками, баннерами, плакатами, совместное участие в выставках



FUEGOLITA & ANANKE

Наименование компании: **FUEGOLITA SAS**

Контактное лицо: **Lea Migliorini**

Адрес: **124 Traverse Le Mee – 13008 Marseille - France**

Телефон: **0033 4 91 16 05 05**

E-mail: **contact.fuegolita@orange.fr**

Интернет: **www.fuegolita.com, www.ananke-woman.com**

1. Бренд: FUEGOLITA & ANANKE

2. Страна происхождения: Франция

3. Объем выпускаемой продукции: 130 000 единиц продукции в год

4. Годовой оборот компании: 9 000 000 евро

5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда – свитера, брюки, джинсы, куртки, футболки, топы, платья

6. Размерный ряд продукции: FUEGOLITA – с 44 по 52, ANANKE – с 38 по 52

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 до 65 лет

8. В каких странах представлена марка: Франция, Италия, Испания, Швеция, Норвегия, Финляндия, Дания, Россия, Украина, Ливан

9. В каких российских регионах представлена марка: в Сочи, Москве, Ростове, Казани, Новосибирске, Владикавказе

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 4 000 евро



GIANI FORTE

Наименование компании:
Галерея Fashion Forum
 Контактное лицо:
Олеся Кучеренко,
ведущий аккаунт-менеджер
 Адрес: **123022, Москва,**
Расторгуевский пер., 1
 Телефон: **+7-495-649-98-02 (170)**
 E-mail: **account@fashionforum.ru**
 Интернет: **www.francemoda.ru,**
www.fashionforum.ru

1. Бренд: Giani Forte
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: производство элегантной женской одежды больших размеров
4. Размерный ряд продукции: от 42 по 54 (французские размеры); с 48 по 60 (в российских эквивалентах)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 до 60 лет
6. В каких странах представлена марка: Giani Forte – это компания с 25-летней историей и магазинами в более чем 25 странах мира

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва – галерея Fashion Forum
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в Европе – shop-in-shop, в РФ – корнеры и мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: в РФ – 200 000 руб.

CPM
Пав. 8
Стенд
A02



GIGI BY STEILMANN

Наименование компании:
Steilmann Osteuropa GmbH&Co.KG
 Город: **Berlin**
 Адрес: **Mariendorfer Damm 1-3**
 Телефон: **+49 30 76 28 91 100**
 E-mail: **stoe@steilmann.com**

1. Бренд: Gigi by steilmann
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 180 тыс. единиц
4. Годовой оборот компании: 5 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: businnes и casual, конфекция и верхняя одежда
6. Размерный ряд продукции: 38–56 (немецкий)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 45 до 50 лет

8. В каких странах представлена марка: Германия, Голландия, Франция, Бельгия, Польша, Чехия, СНГ
9. В каких российских регионах представлена марка: во всех
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: во всех возможных форматах
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 8000 евро
12. Программа клиентской поддержки: существует

CPM
Пав. Forum
Стенд
F22



GIOVANNI LIDANO

Наименование компании:
Lidano Fashion GmbH
 Контактное лицо: **Maxim Josefson**
 Адрес: **Busehof street 106,**
45144 Essen, Germany
 Телефон: **+49 (0) 201 50781716**
+ 49(0)173/ 6644026
 E-mail: **info@lidano.com**
 Интернет: **www.lidano.com**

1. Бренд: Giovanni Lidano
2. Страна происхождения: Италия
3. Годовой оборот компании 10 000 000 евро
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужская мода премиум-класса из высококачественных итальянских материалов (шерсть, хлопок, кожа)
5. Размерный ряд продукции: костюмы – от 44 до 58; рубашки – от S до 3XL, обувь – от 40 до 45
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мужчины от 18 до 60 лет

7. В каких странах представлена марка: Италия, Германия, Великобритания, Нидерланды, Россия, ЮАР, Китай, Дубай, США, Канада
8. В каких российских регионах представлена марка: на Кубани – в Краснодаре, Сочи, Ростове
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины
10. Программа клиентской поддержки: постоянная маркетинговая поддержка по всему миру

CPM
Forum
Стенд
B44



GLORIA ESTELLÉS BARCELONA

CPM
Пав. 8.1
Стенд
С48

GLORIA ESTELLÉS

Наименование компании: **GLORIA ESTELLES, SL**
Контактное лицо: **Екатерина Паукова**
Адрес: **Москва, ул. Тверская, 16, Галерея «Актер»**
Телефон: **007 903 722 25 66**
E-mail: **marium@yandex.ru**
Интернет: **www.gloriaestelles.com**

1. Бренд: EVENT-Gloria Estellés, GLORIA ESTELLÉS-Barcelona
2. Страна происхождения: Испания
3. Объем выпускаемой продукции: 15 000 единиц за сезон
4. Годовой оборот компании: 4 000 000 евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: EVENT-Gloria Estellés: коллекции повседневной одежды; GLORIA ESTELLÉS-Barcelona: прет-а-порте сегмента люкс
6. Размерный ряд продукции: от 38 до 52 (испанский размер) со специальными лекалами от 46 до 52 размера
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 40 лет

8. В каких странах представлена марка: все европейские страны, Ливан, Израиль, США, Китай, Россия
9. В каких российских регионах представлена марка: в Москве, Нижнем Новгороде, Иркутске и других городах
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в универсальных магазинах, мультибрендовых сетях и в магазинах независимых ритейлеров
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от 4500 до 8000 евро
12. Программа клиентской поддержки: поддержка на сайте и в социальных сетях, предоставление POS-материалов



HELMIDGE

CPM
Пав. 7.4
Стенд
В14

HELMIDGE

Наименование компании: **ГИЛФОРД ФЭШН**
Город: **Москва**
Адрес: **Большой Купавненский проезд, 1**
Телефон: **+7 (901) 510 0606**
E-mail: **info@helmidge.ru**
Интернет: **www.helmidge.ru**

1. Бренд: HELMIDGE
2. Страна происхождения: Великобритания
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: платья, жакеты, блузки, юбки, брюки, куртки, трикотаж
4. Размерный ряд продукции: 44–60
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 лет
6. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах
7. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: марка представлена в магазинах всех форматов
8. Программа клиентской поддержки: каталоги, постеры, плакаты

JUMS

CPM
Forum
Стенд
G45

JUMS

Наименование компании: **JUMS**
Контактное лицо: **Юлия Юрина**
Город: **Рига**
Адрес: **Maskavas str. 433. Riga, Latvia**
Телефон: **+3 716 718 9518**
E-mail: **info@jumsltd.com**
Интернет: **www.jumsltd.com**

1. Бренд: JUMS
2. Страна происхождения: Латвия
3. Объем выпускаемой продукции: 30 000 единиц товара
4. Годовой оборот компании: 4 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужская верхняя одежда, материал – функциональные ткани, шерсть, кашемир, хлопок, натуральный мех
6. Размерный ряд продукции: 46–64
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 до 70 лет
8. В каких странах представлена марка: Россия, Италия, Франция, Германия, Бельгия, Швейцария, Украина, Казахстан, Азербайджан
9. В каких российских регионах представлена марка: по всей России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 15 000 евро
12. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов



CPM
Forum
Стенд
G22

JUPITER

Наименование компании:

Jupiter Bekleidung GmbH

Контактное лицо: **Jolanta Golder**

Адрес: **Bielefelder Str. 236, D- 32051 Herford**

Телефон: **+49 5221 979 9349**

E-mail: **jupiter@jupiter.de,**

jolanta.golder@jupiter.de

Интернет: **www.jupiter.de**

1. Бренд: JUPITER

2. Страна происхождения: Германия

3. Объем выпускаемой продукции: 300 000 единиц

4. Годовой оборот компании: 19 млн евро

5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужская одежда

6. Размерный ряд продукции: 46–76, 23–40, 51–85, 98–126

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мужчины всех возрастов

8. В каких странах представлена марка: все страны Европы, Россия, страны СНГ

9. В каких российских регионах представлена марка: Центральная Россия, Северо-Запад, Юг, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 1000 евро

12. Программа клиентской поддержки: рекламные и учебные материалы



CPM
Forum
Стенд
B42

KARIN GLASMACHER

Наименование компании:

Strickerei Kilian Konrad GmbH & Co. KG

Контактное лицо: **Georg Konrad**

Адрес: **Talweg 49, D-51766 Engelskirchen**

Телефон: **+49 2263 9216-0**

E-mail: **info@karinglasmacher.com**

Интернет: **www.karinglasmacher.com,**

www.karinglasmacher.com

1. Бренд: Collection KARIN GLASMACHER

2. Страна происхождения: Германия

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: Collection KARIN GLASMACHER предлагает полную линейку женской одежды, включающую вязаные свитера, куртки, жилеты, юбки, брюки и блузки; материал – первоклассная смесь хлопка и акрила (50/50)

4. Размерный ряд продукции: от 38 до 56, в двух вариантах длины (нормальная и короткая)

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 40 лет

6. В каких странах представлена марка: страны Европы

7. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины

8. Программа клиентской поддержки: предоставляются рекламные материалы



CPM
Forum
Стенд
C35

KITARO

Наименование компании: **Romb GmbH**

Город: **Берлин-Москва**

Адрес: **Москва, Кронштадтский бульвар, 7**

Телефон: **+7 916 691 37 19 (Россия), + 49**

30 915 94 038 (Германия)

E-mail: **o.rom@t-online.de,**

t.b.bogdanova@gmail.com

Интернет: **www.romb-fashion.ru**

1. Бренд: KITARO

2. Страна происхождения: Германия

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужской трикотаж, летом преимущественно хлопок, зимой – хлопок и шерсть

4. Размерный ряд продукции: S-6XL (швейные изделия), S-8XL (трикотажные изделия), отдельная шкала на высокий рост LT-6-XLT

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мужчины от 25 лет

6. В каких странах представлена марка: Германия, Австрия, Швейцария, страны Бенилюкса, Франция, Греция, Финляндия, Россия, Казахстан, Украина

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Новосибирск, Екатеринбург, Тюмень, Омск, Томск, Кемерово, Хабаровск, Улан-Удэ, Сочи, Череповец и др.

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: Средняя цена единицы продукции на сезон осень-зима составляет 20–25 евро, на сезон весна-лето – 10–15 евро. Минимальный заказ – 100 единиц

10. Программа клиентской поддержки: рекламная продукция, тренинг для персонала



KJBRAND®

STYLE YOUR LIFE - FEEL HAPPY!

1. Бренд: KJBRAND
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 400 000 единиц
4. Годовой оборот компании: 10 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: джинсовая комби-коллекция, материалы – хлопок, лен
6. Размерный ряд продукции: от 38 до 58
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 до 60 лет

8. В каких странах представлена марка: европейские страны, страны третьего мира

9. В каких российских регионах представлена марка: в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Великом Новгороде, Воронеже, Екатеринбурге, Тюмени, Ростове-на-Дону

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: около 100 единиц товара в заказе

12. Программа клиентской поддержки: информационные брошюры и визуальные материалы (проспекты, плакаты)

KJBRAND

Наименование компании: **KJBRAND, Brand Bekleidungs GmbH**

Контактное лицо: **Anna Melcher**

Адрес: **Rücker Str. 8, 63820 Elsenfeld / Germany**

Телефон: **0049 – (0) 9371 / 989363**

E-mail: **a.melcher@brand-fashion.de**

Интернет: **www.kjbrand.de**



LEANDRO BUSTOS

LEANDRO BUSTOS

Наименование компании:

INDUSTRIAL PANTALONERA ESPAÑOLA, S.A.

Контактное лицо: **Miguel Bustos**

Адрес: **San Jose de Calasanz, 1, 45800 Quitanar de la Orden, Spain**

Телефон: **+34-925181057**

E-mail: **comercial@leandrobustos.com**

Интернет: **www.leandrobustos.com**

1. Бренд: Leandro Bustos
2. Страна происхождения: Испания
3. Объем выпускаемой продукции: 1,2 млн пар брюк
4. Годовой оборот компании: 20,6 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужские брюки
6. Размерный ряд продукции: от 36 до 78
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 до 65 лет

8. В каких странах представлена марка: Испания, Россия, Франция, Германия, Португалия, Австралия, Мексика

9. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах России

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах и универмагах

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от 1000 евро

12. Программа клиентской поддержки: действует



LIOLA

1. Бренд: ЛИОЛА
2. Страна происхождения: Италия
3. Объем выпускаемой продукции: 80 000 единиц в год
4. Годовой оборот компании: 10 млн евро в год
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: высококачественный трикотаж. В производстве используются натуральные ткани, такие как комбинация вискозы с шелком, хлопок, лен, шантунг, шерсть с шелком и др.
6. Размерный ряд продукции: 40–60
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет

8. В каких странах представлена марка: Италия, Бельгия, Германия, Испания, Венгрия, Франция, Швейцария, Великобритания, Бразилия, Китай, Япония, Уругвай, Россия

9. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Брянск, Новосибирск, Новый Уренгой, Петропавловск-Камчатский

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: корнеры, моно- и мультибрендовые магазины, формат shop-in-shop

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 8000 евро

12. Программа клиентской поддержки: возможность делать дозаказ в течение сезона

ЛИОЛА

Наименование компании: **ЛИОЛА СПА, представительство в России – шоу-рум Muschel**

Контактное лицо: **Елена Бирюкова**

Адрес: **г. Москва, улица 1905 года, 7, стр. 1, корпус Г, 4-й этаж**

Телефон: **+7 (495) 984 02 77**

E-mail: **biryukova@muschel-kg.de**

Интернет: **www.muschel.tv**

Liza Maccony



LIZA MACCONY

Наименование компании: **КоролеваXL**
 Город: **Москва**
 Адрес: **3-й пр. Марьиной рощи, 40, стр.1**
 Телефон: **8-495-225-21-11**
 E-mail: **korolevaxl@mail.ru**
 Интернет: **www.korolevaxl.ru**

1. Бренд: Liza Maccony
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда (домашние платья, халаты, купальники, палантины) из шелкового материала, трикотажа, шерсти европейского качества
4. Размерный ряд продукции: с 52 по 72 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: коллекция рассчитана на женщин от 14 лет и старше
6. В каких странах представлена марка: Россия, Франция, страны СНГ

7. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах России

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые специализированные магазины формата plus size

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 50 000 рублей

10. Программа клиентской поддержки: предоставление каталогов, постеров, баннеров, электронных материалов для собственной рекламы



mat.
FASHION

CPM
Пав. 7.3
Стенд
A31

MAT. FASHION

Наименование компании:
MAT. FASHION / G. MONEDAS & CO
 Город: **Афины**
 Адрес: **Аттики Одос и Посейдонос, район Метаморфоси**
 Телефон: **+30 2102836400**
 E-mail: **info@matfashion.com**
 Интернет: **www.matfashion.com**

1. Бренд: MAT. FASHION
2. Страна происхождения: Греция
3. Объем выпускаемой продукции: 485 000 единиц в год
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров, необычный крой изделий, яркие принты, сочетание гипюра и денима, объемных шерстяных тканей и тонкой вискозы
5. Размерный ряд продукции: от 42 до 54 (европейский размер)
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: на современных женщин любого возраста

7. В каких странах представлена марка: марка представлена в более чем 650 точках продаж по всей Европе, в России, Канаде, Греции, Казахстане, Саудовской Аравии, ОАЭ и на Кипре

8. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в shop-in-shops в универмагах, в мультибрендовых торговых точках и специализированных магазинах больших размеров

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный размер заказа составляет 100 единиц

11. Программа клиентской поддержки: каталоги, баннеры, промоакции



m e l l e m

CPM
Пав. 7.3
Стенд
A31

MELLEM

Наименование компании: **France Trade**
 Город: **Paris**
 Адрес: **22 rue de la Voie des Bans, 95100 Argenteuil**
 Телефон: **+33139340341**
 E-mail: **francetrade95@gmail.com**
 Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: MELLEM
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров из натуральных и смешанных тканей
4. Размерный ряд продукции: от 48 до 60
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: молодежь, стильные женщины
6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Франция, Италия, Испания, Германия, Англия

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, регионы

8. В магазинах какого формата продаётся марка в Европе и в России: корнеры, моно- и мультибрендовые магазины

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 5000 – 10 000 тысяч евро

10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, аксессуары для магазина, каталоги, лук-буки, пакеты, готовые проекты магазина для монобрендов и корнеров.



maxi FASHION®
maXiMa

CPM
Forum
Стенд
J19

MAXIMA

Наименование компании: **Maxima, представитель OZ-Fashion**
Контактное лицо: **Виктория Лазарева**
Город: **Düsseldorf,**
Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf**
Телефон: **+49-211 40 58 243, +7 499 270 07 91**
E-mail: **info@oz-fashion.ru**
Интернет: **www.oz-fashion.ru, www.maximafashion.com**

1. Бренд: Maxima
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: приоритетным направлением являются платья, туники, брюки, юбки, футболки, однако здесь можно найти и верхнюю одежду, и элегантные вечерние наряды
4. Размерный ряд продукции: от 44 до 66 российского размера
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: у марки нет возрастных ограничений
6. В каких странах представлена марка: в России, Украине, Казахстане, Бельгии, Нидерландах, Австрии, Германии, Чехии, Испании
7. В каких российских регионах представлена марка: в Алтайском крае, Центрально-Черноземном районе, Сибири, Краснодарском крае, Западном Забайкалье, Приволжском регионе, Башкирии, Республике Марий Эл
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в моно- и мультибрендовых магазинах
9. Программа клиентской поддержки: бренд постоянно снабжает своих клиентов всей необходимой рекламной продукцией



Mia-Mia

MIA-MIA, CAPRICE

Наименование компании: **ООО «Миа-Миа Рус»**
Контактное лицо: **коммерческий директор – Сергей Тарасевич, руководитель отдела продаж – Елена Агеева**
Город: **Москва**
Адрес: **2-й Хорошевский проезд, 7, корп. 1**
Телефон: **+7495 937-97-94, +7495 937-97-95**
E-mail: **contact@mia-mia.ru**
Интернет: **www.mia-mia.ru**

1. Бренд: Mia-Mia, Caprice
2. Страна происхождения: Италия, Польша
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: шелк, х/б, трикотаж, шифон, полиэстер, модал, вискоза
4. Размерный ряд продукции: Mia-Mia – до 56-го, Caprice – до 52-го
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: очень широкий ассортиментный ряд и разнообразие моделей позволяют удовлетворить запросы любой возрастной категории
6. В каких странах представлена марка: страны СНГ, Европы, США, Израиль
7. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 2500 евро
10. Программа клиентской поддержки: каталоги, плакаты, рекламные акции, информационная поддержка клиентов, участие в выставках, интернет-ресурсы

Monte Carlo
casualwear

CPM
Forum
Стенд
B26

MODE MONTE CARLO

Наименование компании: **Mode Monte Carlo von Ehr GmbH**
Контактное лицо: **Peter Schönbach**
Адрес: **Mumpferfährstr. 13**
Телефон: **+49 (0)7761 5607-0**
E-mail: **schoenbach@modemontecarlo.com**
Интернет: **www.modemontecarlo.com**

1. Бренд: Mode Monte Carlo
2. Страна происхождения: Германия
3. Годовой оборот компании: 10 млн евро
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: одежда для мужчин: пуловеры, куртки, свитшоты, поло, рубашки, футболки
5. Размерный ряд продукции: 48–70, S–7 XL
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мужчины от 30 лет и старше
7. В каких странах представлена марка: Россия, Канада, страны ЕС, страны Азиатского региона
8. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: формат shop-in-shop
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 5000 евро
11. Программа клиентской поддержки: поставка рекламных постеров, товарных знаков, логотипов, каталогов

maxi FASHION®
ma

РЕКЛАМА



www.maximafashion.com

CPM

Forum
Стена
J19

Представительство в Германии
FASHION HOUSE 2, Room 2 A 003
Danziger Straße 111, 40468 Düsseldorf
Tel.: +49 211 405-82-43
Tel.: +49 211 650-46-06
Fax: +49 211 405-82-45

Представительство в России
Showroom
115184 Москва, Ул. Бахрушина 13
Tel. & Fax: +7 499 270-07-91
Mobile 1: +7 925 738-44-32
Mobile 2: +7 965 245-99-93

www.oz-fashion.ru
info@oz-fashion.ru





CPM
Пав. 3.2
Стенд
D02

MAXFORT

Наименование компании:

Maxfort di Succ.ri Bernagozzi srl

Контактное лицо: **Andrea Seracchioli**

Адрес: **Via Scudai block 38/bis Centergross**

40050 Funo di Argelato Bo

Телефон: **0039051864520**

E-mail: **info@maxfort.it**

Интернет: **www.maxfort.it**

1. Бренд: Maxfort
2. Страна происхождения: Италия
3. Объем выпускаемой продукции: свыше 300 000 единиц товара
4. Годовой оборот компании: 15 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: casual total look, большие размеры
6. Размерный ряд продукции: 52–88, XL–10XL
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 до 60 лет

8. В каких странах представлена марка: европейские страны, Россия, Австралия, Новая Зеландия, страны Ближнего Востока

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 10 000 евро



MUREK

Наименование компании:

Murek International GmbH

Контактное лицо: **Tatjana Seidenzahl, Юлия Юрикова**

Адрес: **Wichmannstr.4/Gebäude 11, 22607 Hamburg**

Телефон: **+49 176 99 085 125**

(немецкий офис), +7 495 981-88-01;

+7 499 917-05-15

E-mail: **info@lms-mode.ru**

Интернет: **www.murek.biz**

1. Бренд: MUREK
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: праздничная, вечерняя одежда
4. Размерный ряд продукции: 36–60-й немецкий размер
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 40 лет

6. В каких странах представлена марка: Германия, Нидерланды, Франция, Россия, США, Кувейт, Египет, Сирия

7. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах

8. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: 8000 евро



NAUOVER

Наименование компании: **Naulover, S.A.**

Контактное лицо: **Michel Goffard**

Адрес: **Muntaner, 240-242, 2° 2ª**

08021-Barcelona

Телефон: **+34 934 877 318**

E-mail: **michel.goffard@naulover.com**

Интернет: **www.naulover.com**

1. Бренд: Naulover
2. Страна происхождения: Испания
3. Объем выпускаемой продукции: 250 000 единиц товара
4. Годовой оборот компании: 18 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: трикотаж
6. Размерный ряд продукции: 34–50-й (немецкие размеры), 40–56-й (итальянские размеры)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет и старше

8. В каких странах представлена марка: Испания, Португалия, США, Бельгия, Италия, Франция, Великобритания

9. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Владивосток, Магнитогорск, Грозный, Курган

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мульти- и монобрендовых магазинах, универмагах, в формате shop-in-shop

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: около 6000 евро

12. Программа клиентской поддержки: сезонные акции, скидки

CPM
Пав. 2.2
Стенд
D15

CPM

25.02-28.02.2014
ПАВИЛЬОН 3.2
СТЕНД D02

 **MAXFORT®**
OVERSIZE

ИТАЛЬЯНСКИЙ БРЕНД МУЖСКОЙ ОДЕЖДЫ БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ



**Официальный
представитель
в России и странах СНГ**

ШОУ-РУМ FREEVOLA
Москва, 123104
Б. Палашевский пер. 1, стр. 2
Тел.: +7 495 6971962,
+7 985 7849501
E-mail: jandersson.co@gmail.com,
tatiana.meln@gmail.com

ШОУ-РУМ В БОЛОНЬЕ
Via degli Scudai Blocco
38/Bis Centergross
40050 FUNO DI ARGELATO BO
E-mail: info@maxfort.it
Tel.: + 39 051 864520
Fax: + 39 051 8650175

www.maxfort.it

OAKMAN
BIG SIZES

OAKMAN & LIFE & LIMB

Наименование компании: **Saville Heaton / представительство в России Euro Fashion Showroom**

Город: **Dewsbury / Москва**

Адрес: **WF13 2EE England / 1-й Добрынинский п., 15/ 7**

Телефон: **+7 495 978 27 41**

E-mail: **wheaton@saville-heaton.co.uk, oakman@ef-eurofashion.com**

Интернет: **www.saville-heaton.co.uk, www.ef-eurofashion.com**

1. Бренд: Oakman / Life & Limb
2. Страна происхождения: Великобритания
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужская одежда классического (Oakman) и современного направлений (Life & Limb); сорочки, поло, футболки, брюки, пиджаки и другие товарные группы
4. Размерный ряд продукции: S – 7XL
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 до 60 лет

6. В каких странах представлена марка: в Германии, Англии, Франции, России, Австрии и многих других

7. В каких российских регионах представлена марка: в Новгороде, Казани, Кемерово, Волгограде, Москве

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: shop-in shop, мультибрендовые магазины

9. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, постеры, подставки для мужских сорочек, вешалки



LIFE & LIMB
LONDON

A British Company Since 1949

Представительство в России
Euro Fashion Showroom
Тел. +7 (495) 978-27-41

wheaton@saville-heaton.co.uk
oakman@ef-eurofashion.com
www.saville-heaton.co.uk
www.ef-eurofashion.com

CPM
Moscow
25.02. -28.02.2014
Павильон Forum, стенд G39



OAKMAN
BIG & TALL SIZES

A British Company Since 1949



OPEN END

CPM
Пав. 3.2
Стенд
B15

OPEN END

Наименование компании: **Non Stop Textilvertrieb GmbH, представитель на территории России – компания Euro Fashion**

Контактное лицо: **Екатерина Павлова**

Адрес: **22297 Hamburg, Hindenburg str. 160 / шоу-рум Euro Fashion, 1-й Добрынинский переулок, 15/7, 119049 Москва**

Телефон: **+49 2307 99 465 0, +7 495 978 27 41**

E-mail: **info@ef-eurofashion.com, moscow@ef-eurofashion.com**

Интернет: **www.nonstop-germany.de / www.ef-eurofashion.com**

1. Бренд: Open End
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 1,5 млн единиц продукции
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда, коллекция разбита на капсульные группы: деним, верхняя одежда, трикотаж и швейная группы, натуральные высококачественные материалы: шелк, хлопок
5. Размерный ряд продукции: от 42 до 54
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: коллекция рассчитана на женщин среднего возраста,

которые, несмотря на нестандартную фигуру, уделяют большое внимание модным вещам с небольшими изысканными деталями

7. В каких странах представлена марка: Германия, Бельгия, Нидерланды, Швейцария, Австрия, Россия, Казахстан, страны Прибалтики

8. В каких российских регионах представлена марка: марка представлена по всей России

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины

10. Программа клиентской поддержки: каталоги, постеры, видеоролики, реклама в специализированной прессе и т. п.



PAUSE CAFÉ

Наименование компании: **France Trade**

Город: **Paris**

Адрес: **22 rue de la Voie des Bans, 95100 Argenteuil**

Телефон: **+33139340341**

E-mail: **francetrade95@gmail.com**

Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: Pause Café
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров из натуральных и смешанных тканей; стильная классика, платья, костюмы для офиса, нарядная одежда
4. Размерный ряд продукции: от 42 до 60
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: это одежда для деловой женщины
6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Франция, Швейцария, Бельгия, Германия, Англия, Испания, Канада, Италия

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, регионы

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины, корнеры

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 3000 – 10 000 евро

10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, предоставление каталогов, лук-буков, пакетов, поддержка при мерчандайзинге, проекты магазинов и корнеров, плакаты.

pink & purple

CPM
Пав. 2.2
Стенд
E14

PINK & PURPLE

Наименование компании: **P&M FINAL FORMATION LTD.**

Контактное лицо: **Panayiotis Panayi**

Адрес: **28 Stratigou Timaya, Kyriakos Court 2, Appt 302-303, 6530 Larnaca Cyprus**

Телефон: **+357 24 821 088**

E-mail: **pandm001@logos.cy.net**

1. Бренд: PINK & PURPLE
2. Страна происхождения: Кипр
3. Объем выпускаемой продукции: 50 000 – 120 000 единиц продукции ежемесячно
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: формальная и повседневная одежда из отборных тканей, коллекции женской одежды на каждый случай
5. Размерный ряд продукции: от 48 до 64, модели большего размера – по запросу
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 лет
7. В каких странах представлена марка: Великобритания

8. В каких российских регионах представлена марка: марка в России не представлена

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в моно- и мультибрендовых магазинах

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от 10 000 до 60 000 евро в зависимости от категории продукта

11. Программа клиентской поддержки: предоставление баннеров и каталогов



PIONIER JEANS & CASUAL

Наименование компании:
шоу-рум Bersaglio
 Контактное лицо: **Татьяна Матюхова**
 Адрес: **117534, Москва, Кировоградская ул., 23а/1**
 Телефон: **(495) 988 44 80**
 E-mail: **info@bersaglio.ru**
 Интернет: **www.bersaglio.ru**



PIONIER®
 JEANS & CASUALS

1. Бренд: Pionier jeans & casual
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: Pionier jeans & casual – одна из ведущих фирм-производителей мужских брюк, отличающихся удобной посадкой, использованием натуральных тканей. Коллекция изготавливается из высококачественных материалов. В области больших размеров марка предлагает специальные модели, которые гарантируют идеальную посадку и высокую комфортность при ношении одежды. В коллекцию входят:

- джинсы, брюки, шорты, поло, сорочки, жилеты
4. Размерный ряд продукции: брюки – от 46 до 72, (3,4,5,6 рост), трикотаж, сорочки – от S до 7XL
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 18 до 80 лет
6. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия, страны СНГ
7. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: во всех форматах

CPM
 Forum
 Стенд
 G22



PIT.GAKOFF

Наименование компании:
ООО «Пит.Жакофф» (Pit.Gakoff Ltd.)
 Контактное лицо: **Елена Заварзина**
 Адрес: **197183, Санкт-Петербург, Сабировская ул., 37**
 Телефон: **+7 (812) 430-43-33, +7 (812) 702-76-60, +7 (812) 970-66-61, +7 (901) 370-66-61**
 E-mail: **sales@pitgakoff.ru, director@pitgakoff.ru**
 Интернет: **www.pitgakoff.ru**

Pit. Gakoff
 St. Petersburg

1. Бренд: Pit.Gakoff
2. Страна происхождения: Франция-Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 60 000 единиц в год
4. Годовой оборот компании: 100 млн рублей
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: верхняя женская одежда больших размеров XXXXXL для уверенных в себе, модных стильных женщин
6. Размерный ряд продукции: 50–86
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 лет

8. В каких странах представлена марка: Россия, Канада, Эстония, Финляндия
9. В каких российских регионах представлена марка: более 120 городов России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах, мультибренд +size
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 1 500 евро
12. Программа клиентской поддержки: рекламная продукция, каталоги на всю коллекцию по сезонам, пиар-поддержка, большая складская поддержка, рекламные материалы, плакаты.

RAPHAELA
 BY BRAX

RAPHAELA BY BRAX

Наименование компании:
MTG Handels- und Consulting GmbH
 Город: **Münster, Germany**
 Контактное лицо: **Алеся Майбер**
 Адрес: **An der Kleimannbrücke 13a**
 Телефон: **+49 251 1337 196**
 E-mail: **Alesja.meiber@mtg-germany.de**
 Интернет: **www.mtg-germany.ru**

1. Бренд: Raphaela by Brax
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: около 650 000 брюк
4. Годовой оборот компании: 21 200 000 евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: ассортимент марки Raphaela состоит исключительно из брюк. Коллекция очень разнообразна: хлопок, деним, шерсть
6. Размерный ряд продукции: 36–52 (европейские размеры)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины за 40 лет

8. В каких странах представлена марка: во всех странах Европы, а также в России, Китае и Канаде
9. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах страны
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: как в Европе, так и в России брюки Raphaela представлены в специальных магазинах для больших размеров, в магазинах женской одежды, а также в фирменных магазинах BRAX
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: средний бюджет заказа составляет порядка 2500–3000 евро в сезон

CPM
 Forum
 Стенд
 F29

Производство и продажа верхней женской одежды


Pit. Gakoff
St. Petersburg



197183, Санкт-Петербург,
Сабировская ул., д. 37
Тел.: +7 (812) 430-43-33
+7 (812) 702-76-60
+7 (812) 970-66-61
sales@pitgakoff.ru
www.pitgakoff.ru

Представительство в Москве:
Щелковское шоссе, д.3
ТЦ "Глобус", офис 507

Тел.: +7 (495) 509-36-13
+7 (495) 981-56-03
+7 (499) 966-88-05



SILVER-STRING

Наименование компании:
ООО «Серебряная нить Лтд»
 Город: **Москва**
 Адрес: **Новгородская ул., 38**
 Телефон: **+7 (495) 9261720**
 E-mail: **info@silver-string.ru**
 Интернет: **www.silver-string.ru**

1. Бренд: Silver-String
2. Страна происхождения: Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 40–50 моделей ежемесячно
4. Приоритетное направление в продукции марки: модная и стильная женская одежда больших размеров
5. Размерный ряд продукции: от 52 до 72
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 лет
7. В каких странах представлена марка: Россия и страны СНГ
8. В каких российских регионах представлена марка: Центральный, Северо-Западный, Южный, Приволжский, Дальневосточный, Уральский и Сибирский федеральные округа
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в монобрендовых и мультибрендовых магазинах
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 200 000 рублей
11. Программа клиентской поддержки: оказание полной клиентской поддержки.



TRIUMPH INTERNATIONAL

Наименование компании:
Triumph International
 Город: **Москва**
 Адрес: **Дербеневская набережная, 7, к.22, БЦ «Новоспаский Двор», 2 подъезд, 3 этаж**
 Телефон: **+7 495 287 96 30**
 E-mail: **info@triumph.com**
 Интернет: **www.triumph.com/ru**

1. Бренд: Triumph International
2. Страна происхождения: Германия
3. Годовой оборот компании: в 2011 году оборот компании составил 2,0 млрд швейцарских франков
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: нижнее белье из новейших инновационных материалов, таких как модал, лайкра, хлопок
5. Размерный ряд продукции: 42–54
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: на молодых женщин 25–45 лет
7. В каких странах представлена марка: в 120 странах мира, включая Россию, Украину и страны Балтии
8. В каких российских регионах представлена марка: продукция Triumph представлена в более 800 торговых точках на территории России. В Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Краснодаре, Екатеринбурге, Новосибирске и Хабаровске работают региональные менеджеры по продажам
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: продукция Triumph представлена в моно- и мультибрендовых магазинах, а также в корнерах

Пав. 2.4
Стенд
A08



TERRA EUROSTYLE

Наименование компании: **ООО «TERRA MOB»**
 Город: **Москва**
 Адрес: **Партийный пер., 1, корп. 10**
 Телефон: **+7 499 235 81 72, +7 (499) 235 82 27**
 E-mail: **terramd@mail.ru**
 Интернет: **www.terraxl.ru**

1. Бренд: TERRA eurostyle
2. Страна происхождения: Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 50 000 единиц
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров из тканей европейских производителей по эксклюзивным лекалам
5. Размерный ряд продукции: 52–70
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 18 лет
7. В каких странах представлена марка: Россия и страны СНГ
8. В каких российских регионах представлена марка: в крупнейших городах России, административных, региональных, районных центрах
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в корнерах, моно- и мультибрендовых магазинах
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от 100 000 рублей
11. Программа клиентской поддержки: постоянно обновляемый сайт, рекламные кампании и промо-акции, распространение рекламных материалов, консультации менеджеров

Silver string
LITH RABBIT



РЕКЛАМА

+ 7 495 926 17 20
Москва, ул. Новгородская, д.38
www.silver-string.ru

Женская одежда
больших размеров
52 - 72

VIA APPIA — DUE —

VIA APPIA DUE

Наименование компании: **C.E.d.E.R. GmbH**
 Контактное лицо: **Андрэ Баум**
 Адрес: **Am Hasensprung 1, 16567, Mühlenbeck, Germany**
 Телефон: **+49 (0) 33056/41000**
 E-mail: **info@ceder-gmbh.de**
 Интернет: **www.ceder-gmbh.de**

1. Бренд: VIA APPIA DUE
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: около 2 млн единиц в год
4. Годовой оборот компании: около 35 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: блузки и футболки, удобные леггинсы и брюки, а также платья и жилеты. Стиль для уверенных в себе, ведущих активный образ жизни женщин, ценящих индивидуальность и качество.
6. Размерный ряд продукции: 42–54 (европейский)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 30 лет

8. В каких странах представлена марка: Германия, Франция, Греция, Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды, Италия, Ирландия, Чехия, Венгрия, Страны Балтики, Украина, Россия
9. В каких российских регионах представлена марка: в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Перми, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Омске, Новосибирске и многих других городах
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: минимальный заказ составляет 100 единиц продукции
12. Программа клиентской поддержки: имиджевые фотографии, постеры, рекламные материалы

CPM
Forum
Стенд
F11



VIVIANA

Наименование компании:
АМГ Фэшн Трэйд & Консалтинг ГмбХ
 Контактное лицо: **Анжела Гляйх**
 Город: **Дюссельдорф**
 Адрес: **Danziger Str.101, Fashion House 1, R. 1047, 40468 Düsseldorf**
 Телефон: **+49 211 17148975**
 E-mail: **info@amg-fashiontrade.de**
 Интернет: **www.amg-fashiontrade.de**

1. Бренд: VIVIANA
2. Страна происхождения: Великобритания
3. Объем выпускаемой продукции: 1 000 000 изделий в год
4. Годовой оборот компании: 100 000 млн евро
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: вечерняя торжественная одежда
6. Размерный ряд продукции: 40–54 европейский размер (соответствует 46–60 русскому размеру)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 25 до 65 лет, обладающие пышными формами

8. В каких странах представлена марка: Великобритания, Германия, Голландия, Бельгия, Люксембург, Австрия, Швейцария, США, Россия, Канада
9. В каких российских регионах представлена марка: Центральный, Южный, Северный, Урал, Сибирь
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибренд
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: около 5000 евро
12. Программа клиентской поддержки: каталоги, фотографии, рекламная продукция

CPM
Forum
Стенд
F36



VLASTA

Наименование компании:
DOOSHION GARMENT CO., LTD.
 Контактное лицо: **Евгения Севостьянова**
 Адрес: **Chaoyang District, Ritan North st., 17, B area, Show room 30-35, 100020 Beijing, China**
 Телефон: **86 10 85690055**
 E-mail: **snowimage02@gmail.com**
 Интернет: **www.vlasta.com.cn**

1. Бренд: VLASTA
2. Страна происхождения: Китай
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: верхняя одежда для сезонов осень-зима и весна-лето
4. Размерный ряд продукции: от 48 до 58
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 25 до 50 лет
6. В каких странах представлена марка: Россия, страны СНГ, США, Испания
7. В каких российских регионах представлена марка: в большинстве российских регионов

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах, в формате корнера
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: минимальный заказ – 5000 евро, средний бюджет составляет 20 000 – 25 000 евро
10. Программа клиентской поддержки: система скидок от объема заказа, поддержка рекламных мероприятий и участие в выставочной деятельности партнеров, развитие концепции в рамках торговых пространств, помощь в оформлении пространства для продукции VLASTA в мультибрендовых магазинах

CPM
Пав.
Стенд
A72-A76
B71-B76

VIA APPIA — DUE —



КОЛЛЕКЦИЮ ВЫ МОЖЕТЕ ЗАКАЗАТЬ:

СРМ: 25.02. – 28.02.2014

ПАВИЛЬОН FORUM, FO-F11

ШОУ-РУМ VIA APPIA

3.05 В HALLE 30, DERENDORFER ALLEE 12,
40476 DÜSSELDORF

C.E.D.E.R.
GmbH

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО НА
ТЕРРИТОРИИ РОССИИ И СТРАН СНГ**

TEL. +49 (0) 33056 41-000

FAX +49 (0) 33056 42-242

INFO@CEDER-GMBH.DE

WWW.CEDER-GMBH.DE



VERPASS

VERPASS

Наименование компании: **Verpass,**
представитель **OZ-Fashion**

Контактное лицо: **Ольга Загун**

Город: **Düsseldorf**

Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf**
115184, Москва, Бахрушина ул., 13

Телефон: **+49-211 40 58 243, +7 499 270 0791**

E-mail: **info@oz-fashion.ru**

Интернет: **www.oz-fashion.ru,**

www.verpass.com

1. Бренд: Verpass

2. Страна происхождения: Германия

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: приоритетным направлением являются платья, туники, брюки, юбки, футболки, однако в ассортименте марки присутствует верхняя одежда и вечерние наряды

4. Размерный ряд продукции: у марки Verpass широкая размерная сетка от 44 до 66 российского размера

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: возрастных ограничений нет, но есть молодежная вторая линия Maxima. Продукция бренда предназначена для современной жительницы большого города, которая ценит комфорт и практичность, предпочитая

в повседневной одежде спокойную и элегантную эстетику

6. В каких странах представлена марка: в России, Украине, Казахстане, Бельгии, Голландии, Австрии, Германии, Чехии, Испании

7. В каких российских регионах представлена марка: в Алтайском крае, Центрально-Черноземном районе, Сибири, Краснодарском крае, Западном Забайкалье, Приволжском регионе, Башкирии, Республике Марий Эл

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины

9. Программа клиентской поддержки: пиар-поддержки, складская программа, мерчандайзинг

wille



WILLE

Наименование компании: **Elena Grunert Fashion GmbH,** представитель в России – **GUL Handels GmbH**

Контактное лицо: **Наталья Лапичева**

Город: **Гроссвальштадт**

Адрес: **Einsteinstr. 2,**
63868 Großwallstadt

Телефон: **+49 89 69 38 67 0**

E-mail: **info@gulhandel.de**

Интернет: **www.willefashion.de,**

www.gulhandel.de

1. Бренд: WILLE

2. Страна происхождения: Германия

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская комби-коллекция, включающая в себя блейзеры, брюки, юбки, платья, блузы, футболки, топы и верхнюю одежду

4. Размерный ряд продукции: женские размеры от 38 до 54 по немецкой шкале

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: успешные женщины среднего возраста, которые знают цену комфорту и идут в ногу со временем

6. В каких странах представлена марка: в Канаде, странах Европы, Ближнего и Дальнего Востока, СНГ

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Пенза, Томск

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: как в специализированных магазинах «больших размеров», так и в магазинах мультибрендового формата

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: в Европе – от 5000 до 8000 евро, для России нет регламентированного объема заказа



Совместный проект ИД PROfashion и выставки CPM

PROfashion Большие размеры / SUPER SIZE CPM – это ГИД по стендам компаний, представляющих одежду больших размеров на выставке CPM

ПЕРИОДИЧНОСТЬ: 2 раза в год, во время проведения выставки CPM

Тираж: 6000 экземпляров

Отпечатано в типографии «Петровский Парк»

115201, Москва, 1-й Варшавский проезд, д. 1А, стр. 5.

язык: русский

РАСПРОСТРАНЕНИЕ: бесплатно среди посетителей выставки CPM по базе компаний, представляющих одежду больших размеров

Электронная версия на сайте:

www.profashion.ru

www.cpm-moscow.ru

PRO *fashion*

IGEDO COMPANY

Следующий выпуск
PROfashion Большие
размеры / SUPER SIZE CPM
№3 – сентябрь 2014 г.

Заявки принимаются
до 5 августа 2014 года.
Контакты: Татьяна Белькевич
Тел. +7 (495) 626 30 20
director@profashion.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

123007, Москва,

Бизнес-центр «Бега»,

3-й Хорошевский пр., 1, стр. 1;

тел. +7 (495) 626 3020

www.profashion.ru

Издательский Дом PROfashion

главный редактор
Юна Завельская
editor@profashion.ru

ответственный секретарь
Надежда Платонова
foto@profashion.ru

арт-директор
Людмила Великанова
art@profashion.ru

корректор
Екатерина Ключникова

генеральный директор
Олеся Орлова
orlova@profashion.ru

заместитель генерального директора
Гульнара Бабич
deo@profashion.ru

коммерческий директор
Татьяна Белькевич
director@profashion.ru

директор по рекламе
Марина Ткаченко
reklama@profashion.ru

рекламный отдел
Анастасия Петрунькина
adv@profashion.ru

Юлия Попкова
adv1@profashion.ru

менеджеры по работе с зарубежными клиентами
Элина Бетиева (Турция)
adv3@profashion.ru

Дина Усманова (Италия)
adv2@profashion.ru

Ольга Анисьяна
adv-agency@profashion.ru

PR-директор
Алена Лобанова
agency@profashion.ru

директор по развитию
Юрий Гушин
expo@profashion.ru

PR-менеджер
Елена Пашаева
pr@profashion.ru

контент-редактор
Евгений Антонюк
online@profashion.ru

менеджер по распространению
Екатерина Пелипенко
sales@profashion.ru

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Перепечатка материалов без письменного разрешения редакции запрещена. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных текстов и модулей. Приложение к журналу PROfashion. Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-54588. Учредитель, издатель ООО «ПРОФэшн». Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-54588, выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) от 01 июля 2013 г. Выход номера из печати 17.02.2014 г. Подписной индекс 81441.

VERPASS

РЕКЛАМА



www.verpass.com

Представительство в Германии
FASHION HOUSE 2, Room 2 A 003
Danziger Straße 111, 40468 Düsseldorf
Tel.: +49 211 405-82-43
Tel.: +49 211 650-46-06
Fax: +49 211 405-82-45

Представительство в России
Showroom
115184 Москва, Ул. Бахрушина 13
Tel. & Fax: +7 499 270-07-91
Mobile 1: +7 925 738-44-32
Mobile 2: +7 965 245-99-93

CPM

Forum
Стенд
J19

www.oz-fashion.ru
info@oz-fashion.ru



СПАСИБО! | THANK YOU!

ПАРТНЕРЫ | SPONSORS

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ | MEDIA PARTNERS

Изменения возможны, февраль 2014 | Subject to modification as per February 2014



Ulla Popken

- немецкий бренд
- более 20 лет на международном рынке
- больше 300 франчайзинговых предприятий в Европе
- отточенная концепция
- узнаваемый бренд
- 12 коллекций и 12 поставок в год

СОТРУДНИЧАЯ С НАМИ НА УСЛОВИЯХ ФРАНЧАЙЗИНГА ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ:

- партнерство с фирмой, имеющей более чем 20-летний опыт работы на международном рынке
- эксклюзивный и широкий ассортимент на любой случай в жизни – от нарядной одежды до повседневной на все времена года
- модель франчайзинга, опробованную в разных странах
- компетентную поддержку опытной франчайзинговой команды

Всегда рады ответить на все Ваши вопросы!

Ulla Popken GmbH
 Am Waldrand 19 D-26180 Rastede
 Tel.: +49 (0) 4402 799 273
 Fax: +49 (0) 4402 799 298
 E-mail: Servicekonto.Franchising@popken.de
 marc.brocato@popken.de
<http://www.ullapopken.de/>

Улла Попкен МСК
 115172, Москва,
 ул. Народная, д. 14, стр. 3
 тел.: +7 (495) 649-92-92
info@ullapopken-moscow.ru
www.ullapopken-moscow.ru

РЕАЛЬНЫЕ
РАЗМЕРЫ

mat.

REAL SIZE

СРМ Павильон 7-3, Стенд А31

ГРЕЦИЯ Г. АФИНЫ, РАЙОН МЕТАМОРФОСИ, АТТИКИ ОДОС & ПОСЕЙДОНОС, ТЕЛ: +30
2102836400, SKYPE: MAT.FASHION, INFO@MATFASHION.COM, WWW.MATFASHION.COM