

# SUPER SIZE

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКЕ

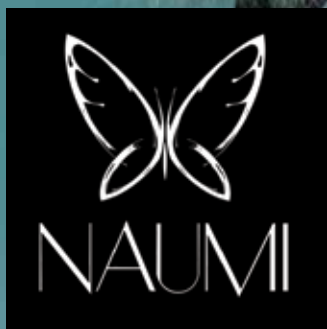
EXHIBITION GUIDE

**PRO***fashion* &

**CPM**

БОЛЬШИЕ РАЗМЕРЫ

НАДЕЖДА БАБКИНА  
for NAUMI



16+



РЕКЛАМА

**PRO***fashion*  
МЕДИАХОЛДИНГ

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

Медиахолдинг PROfashion: журнал о моде для профессионалов | организация мероприятий | PR-сопровождение брендов и отдельных проектов | интернет-проекты | образовательные программы | тренд-бюро | профессиональная Премия модной индустрии | конкурс для молодых дизайнеров

123007, Москва, Бизнес-центр «Бега», 3-й Хорошевский проезд, 1, стр. 1, офис 626  
телефон +7 (495) 626-30-20, [info@profashion.ru](mailto:info@profashion.ru)



# Нестандартным размерам – нестандартный промоушен

**Креативность, инновационность, оригинальность в продвижении своего fashion-проекта – это то, что дает возможность молодым российским дизайнерам одежды plus size завоевать рынок и найти своих лояльных покупателей. Выбор правильного канала коммуникации и стиля общения бренда с потребителями имеет большое значение в построении коммуникационного процесса.**

Наиболее эффективными средствами повышения известности и продвижения продаж товаров являются:

- реклама в медийном пространстве и в социальных сетях;
- прямой маркетинг;
- личные продажи;
- PR – совокупность мероприятий, направленных на формирование и поддержание репутации компании;
- спонсорство и другие.

Какие из этих инструментов лучше всего помогают продвигать одежду plus size?

## ПОЛНЫЙ FASHION

Сегодня в России существует несколько десятков производителей plus size, которые обеспечивают рынок этого сегмента качественной и модной одеждой. Тем не менее появление нового формата в этом сегменте стало своевременным предложением, ведь интерес к локальным дизайнерам растет. Идея объединить усилия и организовать единую онлайн-площадку для продаж и продвижения позволила модельерам уделить больше внимания созданию уникальных и качественных моделей, а продажи и продвижение делегировать онлайн-проекту, каковым стал специализированный интернет-магазин дизайнерской одежды больших размеров «Полный Fashion». Несомненно, одним из самых важных факторов, повлиявших на создание такой платформы, является бурное развитие брендов молодых российских дизайнеров в изменившихся экономических условиях. *«Проект «Полный Fashion» – это стартап и площадка для экспериментов в области продвижения plus size, – поясняет Лера Сова, создательница проекта, стилист-имиджмейкер и модный блогер. – Это не просто магазин одежды больших размеров, это желание дать возможность пышным женщинам выглядеть модно, красиво и стильно, а российским дизайнерам – продавать и продвигать продукт под собственным брендом в интернет-пространстве, где сосредоточена целевая аудитория».*

Уникальность такого проекта заключается в том, что он объединяет в себе интернет-магазин и интернет-ателье дизайнерской одежды больших размеров, а также предоставляет сопровождение профессионального стилиста-имиджмейкера. *«Моей целью является создание*



COLB

*специального пространства, где барышня размера «плюс» независимо от возраста сможет полностью собрать для себя гардероб – от нижнего белья до верхней одежды, от спортивного костюма до вечернего платья, – рассказывает Лера. – Разумеется, найдутся и аксессуары, сумки и обувь».*

## БРЕНДОВЫЙ ПОРТФЕЛЬ

Создание актуального портфеля брендов для онлайн-магазина – ключ к его успеху. Очень важно, чтобы линейка была разнообразной и соответствовала запросам целевой аудитории. Идея пригласить к сотрудничеству именно российских молодых дизайнеров довольно актуальна. Талантливые локальные модельеры находятся на острие тех изменений, которые происходят в индустрии моды; главные их козыри – понимание нужд современного потребителя и инициатив-

ный подход к их удовлетворению. Большая часть этих дизайнеров обладает редким сочетанием двух качеств – креативным мышлением и деловой интуицией.

Сейчас с интернет-магазином «Полный Fashion» сотрудничают такие марки как Nikolay Krasnikov, Nightingale, Natasha Kirichenko, Lis Fashion Studio, Lena Karnauhova, Danna Karimova и другие. Для того чтобы расширять линейку брендов и ассортимент, Лера Сова постоянно ведет поиск новых поставщиков среди локальных дизайнеров, готовых производить одежду plus size.

*«Я с удовольствием помогаю в создании дизайнерами индивидуальных вещей по меркам наших постоянных клиентов, максимально сокращая сроки и делая процесс легким и приятным, – комментирует Лера. – Дизайнерам такая помощь позволяет удовлетворить потребность клиента по максимуму.»*

*«Сейчас я очень много занимаюсь индивидуальным пошивом и получаю от этого большое удовольствие, – рассказывает **Евгения Соловьева**, дизайнер и основатель бренда Nightingale. – На мой взгляд, без этого опыта невозможно узнать и прочувствовать потребности клиента в сегменте plus size. Все полученные знания и опыт я переносу в массовое производство.»*

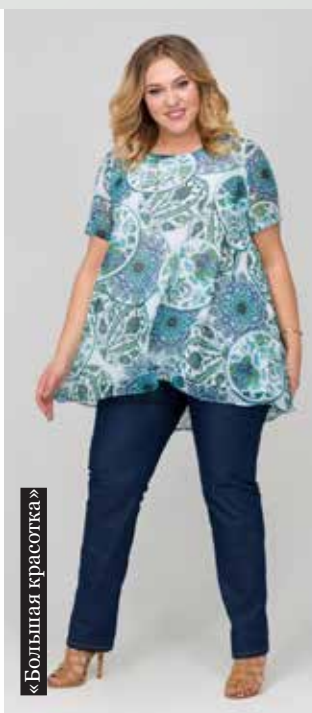
**Данна Каримова**, дизайнер и основатель одноименного бренда, рассматривает сотрудничество с «Полным Fashion» как возможность создавать авторскую одежду в сегменте plus size. *«Это не только площадка для дополнительных продаж, но и способ продвигать свой бренд практически без дополнительных инвестиций, – уточняет Данна. – Эффективность участия в проекте очень высока. Например, мой уникальный жилет-трансформер стал хитом продаж. Он пользуется невероятной популярностью у девушек plus size, потому что скрывает все недостатки фигуры и при этом выглядит элегантно и стильно.»*



Бюк, осень-зима 2016/17



Svesta, весна-лето 2017



«Большая красотка»

## ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Диверсификация предложений потенциальным клиентам – действенный способ расширения границ бренда. Создание новых проектов, связанных с основной деятельностью компании, приносит ей дополнительный доход и продвижение.

«Полный Fashion» предъявляет особые требования к качеству и стилистике фотографий, а также к профессионализму моделей. Визуальный материал – это инструмент для привлечения внимания к бренду, приглашение новых и постоянных клиентов к взаимодействию с ним. Профессиональная и качественная фотосъемка одежды plus size, которая используется в рекламных кампаниях и каталогах интернет-магазина, – очень важный в этом смысле канал. Для того чтобы обеспечить высокий уровень качества визуального рекламного контента, «Полный Fashion» решился на нестандартный шаг – создал собственную школу моделей Plus Size. Идея рекламных кампаний заключается в том, что любая девушка с пышными формами может выглядеть как модель, если над ее имиджем поработал профессиональный стилист. Такая стратегия мотивирует потребителей обновлять гардероб и стиль. Кроме того, модели – выпускницы школы, одетые в дизайнерскую одежду, – живая реклама интернет-магазина. Еще одна идея проекта «Полный Fashion» – запуск спортивной студии Plus Size, которая будет специализироваться на работе с девушками пышных форм.

## МАСТЕР-КЛАССЫ

Немаловажный канал для продвижения plus size – проведение различных открытых мастер-классов по стилю и имиджу, с привлечением дизайнеров, во время fashion-мероприятий, а также организация совместных событий с модельерами и шоу-румами, специализирующимися на создании моделей больших размеров.

Такая коммуникационная деятельность – процесс двусторонний: он заключается в обмене информацией между компанией и потребителями, и его обязательной составляющей является обратная связь с потребителями.

Например, мероприятие «Модный девичник «Без крайностей!», которое было проведено магазином дизайнерской одежды «Полный Fashion» и шоу-румом российских дизайнеров R.E.D., позволило расширить круг лояльных покупателей обоим участникам. Привлекают целевую аудиторию и такие события как цикл лекций, посвященных визуальной коррекции фигуры, цветотипам и гармонии цвета «Модный кофе», «Бизнес-девичник» с экспертами по свадебной моде, мастер-класс о типах фигуры на Фестивале российской моды, маркет в «Усадьбе Джаз» и благотворительные распродажи в рамках «Благотворительного фонда ОРБИ», для



# CPM ПОКАЗЫ МОД

ПАВИЛЬОН  
8<sub>3</sub>



Скачайте приложение CPM, чтобы быть в центре событий и не пропустить ни один модный показ! Информационный Инфо: Foyer, FY 12



## ПОНЕДЕЛЬНИК 20/2/2017

- 12:00 ч. Открытие выставки CPM
- 12:30 ч. CPM selected
- 14:30 ч. Elisa Cavaletti
- 15:00 ч. CPM kids
- 15:30 ч. DESIGNERPOOL
- 16:30 ч. Xenia Design
- 18:00 ч. GRAND DEFILE MODE LINGERIE & SWIM MOSCOW организатор ЖУРНАЛ LINGERIE

## ВТОРНИК 21/2/2017

- 12:00 ч. CPM selected
- 13:00 ч. Beatrice.B
- 14:00 ч. Caterina Leman
- 15:00 ч. CPM kids
- 15:30 ч. DESIGNERPOOL
- 16:30 ч. Elisa Cavaletti

## СРЕДА 22/2/2017

- 12:00 ч. CPM selected
- 13:00 ч. Vemina City Catwalk
- 14:00 ч. Школа дизайна ArtFuture Санкт-Петербург
- 15:00 ч. CPM kids
- 16:30 ч. CPM конкурс дизайнеров PROfashion MASTERS
- 17:00 – 19:30 ч. PROfashion Masters Get-Together

которого «Полный Fashion» предоставил товары интернет-магазина и где можно было получить индивидуальную консультацию по стилю от Леры Сова.

Одним из самых креативных решений в стратегии продвижения одежды plus size стало сотрудничество с «Центром снижения веса Доктора Гаврилова», в котором Сова в рамках своего мастер-класса рассказывает целевой аудитории о том, как корректировать фигуру с помощью одежды в процессе похудения, и лично проводит презентации коллекций из интернет-магазина.

Еще один важный PR-ход – флаеры, дающие возможность приобрести одежду со скидкой в 10%, которые распространяются вместе с журналом «Настроение стройности», выпускаемым Центром Доктора Гаврилова.

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Аккаунт в социальной сети – важный инструмент продвижения проекта, ведь он позволяет оперативно информировать подписчиков о новых поступлениях, скидках, приглашать на мероприятия, давать советы по стилю и имиджу непосредственно целевой аудитории.

Проведение различных конкурсов в соцсетях – дополнительная возможность привлечь внимание к бренду. Например, «Полный Fashion» проводил конкурс «В фокусе», где главным призом было дизайнерское платье, а первые три места – фотосессия в нарядах из интернет-магазина. Кроме того, всем принявшим участие в конкурсе предоставлялась скидка в 5% на первый заказ.

Важным инструментом для создания привлекательного имиджа проекта являются публичные положительные отзывы клиентов, рекомендации которых служат лучшей рекламой и мотивируют потенциальных покупателей совершить покупки.

## ТЕЛЕЭФИР

Так называемая скрытая реклама на телевидении чрезвычайно эффективна. Этот вид рекламы может одновременно информировать и развлекать зрителей, вызывать у них позитивные эмоции.

Комплексное сочетание визуальных образов, звука и динамики позволяет оказывать сильное влияние на потенциальных покупателей. Именно такой отклик вызвало участие проекта «Полный Fashion» в телепрограмме «Модный приговор». Все образы для девушек plus size были созданы из вещей, доступных к заказу в онлайн-магазине. А телеканал «МИР 24» снял репортаж о школе моделей Plus Size и об истории создания «Полного Fashion». Появление на телеэкране дает возможность укрепить имидж бренда, повысить его популярность и, кроме того, существенно расширить круг потенциальных клиентов.

## ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ

Индивидуализация – один из самых верных путей к лояльности покупателей, повторным покупкам и увеличению объемов продаж. Она



«Большая красotka»



Maxima

создает более тесные взаимоотношения с клиентами. Самый эффективный метод привлечения клиентов plus size – это предоставить им возможность приобрести модели, которые сшиты специально для них, с учетом особенностей вкуса и параметров фигуры, а также получить личную помощь стилиста в создании индивидуального образа.

*«Я обожаю делать женщин красивыми, обожаю видеть, как начинают блестеть их глаза после преображения!» – признается Лера Сова. – Женщины с формами – что может быть прекраснее? Только хорошо одетая женщина с формами. Каждый день стараюсь привнести в мир немного красоты и гармонии. Я создала этот проект, с каждым днем набирающий обороты, чтобы показать, что барышня любого размера и типа фигуры может и должна выглядеть красиво, модно и стильно».*

Достичь эффективности в продвижении на рынке больших размеров в условиях российского рынка возможно, используя следующие правила:

- найти оригинальную идею и мыслить инновационно;
- быть последовательным в представлении имиджа и личности бренда;
- точно определить свою целевую аудиторию и удовлетворять ее специфические потребности;
- анализировать стратегии конкурентов во избежание стратегических повторов и однообразия в своем секторе;
- подчеркивать уникальность бренда в рекламных сообщениях.

А главное правило – это оптимизм и вера в успех. +



«СЕРВИС, СКОРОСТЬ, УДОБСТВО И ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ – КЛЮЧЕВЫЕ  
ФАКТОРЫ УСПЕХА В ФЭШН-РИТЕЙЛЕ СЕГОДНЯ И ЗАВТРА»

## ВТОРНИК, 21/2/2017

10.00 – 18.00

- 10:00 **RFRF КОНФЕРЕНЦИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ**  
10:00 Приветственное слово Филиппа Кронена, управляющего партнера Igedo Company
- 10:15 Презентация «Динамика экспорта одежды из стран Евросоюза по категориям, 2016 год к 2015». Спикер: Райнхард Деппер, председатель Европейского совета по экспорту одежды и текстиля (EFTEC).
- 10:45 Презентация «Потребитель нового поколения: где, почему и как покупает и как ему угодить – новые стратегии розницы». Спикер: Анна Лебсак-Клейманс, генеральный директор Fashion Consulting Group
- 11:45 Вопросы и ответы
- 12:00 **WGSN ТРЕНД-ФОРУМ СЕЗОНА ОСЕНЬ-ЗИМА 2017/18**  
12:00 Презентация «Прогнозы и актуальные тренды для женских и мужских коллекций на осень-зиму 2017/18» Спикер: Ким Маннино, директор отдела по консультированию клиентов WGSN Live, Лондон, Великобритания.
- 13:45 Вопросы и ответы
- 14:00 **RFRF – СЕССИЯ СЕМИНАРОВ 1**  
Организатор: Fashion Consulting Group (FCG)  
14:15 Семинар «Три решения для оптимизации остатков: как управлять ассортиментом non-stop». Спикер: Галина Кравченко, руководитель департамента «Ассортимент» FCG, руководитель представительства международного онлайн тренд-бюро FCG – FashionSnoops.com в России и странах СНГ.
- 15:15 Вопросы и ответы
- 15:30 Семинар «Электронная коммерция в fashion: что нужно знать, чтобы это работало». Спикер: Алексей Салычев, куратор курса по E-commerce в Центре «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды», ВШЭ, экс-директор по электронной коммерции Love Republic, InCity.
- 16:30 Вопросы и ответы
- 16:45 Семинар «Уровень лояльности покупателей: как оценить, как повысить, и кто за это отвечает». Спикер: Наталья Чиненова, главный консультант FCG по бизнес-технологиям в ритейле.
- 17:30 Вопросы и ответы
- 17:45 Окончание первого дня конференций RFRF

## СРЕДА, 22/2/2017

10.00 – 18.30

- 10:00 **RFRF – СЕССИЯ СЕМИНАРОВ 2**  
Организатор: ИД PROfashion  
10:00 Семинар «Сервисные технологии для магазина одежды. Адаптация под российскую действительность» Спикер: Кирилл Волков, ведущий эксперт, «Академия Розничных Технологий»
- 10:45 Вопросы и ответы
- 11:00 Семинар «Системный маркетинг для fashion-производителей. Как грамотно привлечь, обслуживать и удерживать клиентов в бизнесе» Спикер: Ирина Бородавко, генеральный директор маркетингового агентства "ТОМ СОЙЕР"
- 11:45 Вопросы и ответы
- 12:00 Круглый стол «Инструменты в области сервиса и мультиканальных продаж с учетом ценового предложения и региональных особенностей» Модератор: Юлия Вешнякова, CEO «Академия Розничных Технологий»
- 13:15 Вопросы и ответы
- 13:30 **WGSN ТРЕНД-ФОРУМ СЕЗОНА ОСЕНЬ/ЗИМА 2017/18**  
13:30 Повторная сессия «Прогнозы и актуальные тренды для женских и мужских коллекций на осень-зиму 2017/18» Спикер: Ким Маннино, директор отдела по консультированию клиентов WGSN Live, Лондон, Великобритания.
- 15:15 Вопросы и ответы
- 15:30 **RFRF – СЕССИЯ СЕМИНАРОВ 2 (ПРОДОЛЖЕНИЕ)**  
15:30 Круглый стол «Возможности для российских брендов на рынке Германии: Северный Рейн-Вестфалия и г. Дюссельдорф – регион для ведения бизнеса» Организатор: Агентство экономического развития федеральной земли Северный Рейн-Вестфалия "NRW.INVEST"
- 16:15 Вопросы и ответы
- 16:30 Мастер-класс «Как увеличить конверсию торгового зала с помощью ароматизации». Спикер: Сергей Шабала, эксперт АромаМаркетинга в РФ и СНГ, CEO "Третье Чувство"
- 17:00 Вопросы и ответы
- 17:15 Семинар «Многогранность современных визуальных коммуникаций в магазине» Спикер: Марина Полковникова, Эксперт PROfashion Consulting, CEO VM-consulting
- 18:15 Вопросы и ответы
- 18:30 Окончание программы

Изменения возможны, январь 2017

Посещение всех сессий и докладов RFRF бесплатно при обязательном сканировании на входе бейджа посетителя выставки CPM.

Аудитория RFRF: владельцы и генеральные директора ведущих компаний, руководители и ведущие специалисты отрасли моды, коммерческие и финансовые директора, специалисты отделов продаж fashion-индустрии, сотрудники мультибрендовых и монобрендовых магазинов, онлайн-ритейлеры, студенты специализированных вузов, эксперты моды, журналисты, блогеры.

# БОЛЬШЕ – ЗНАЧИТ ЛУЧШЕ

**Шоу-рум OZ-Fashion – не просто дистрибьютор модной женской одежды. Это бюро, названное начальными буквами имени его основательницы Ольги Загун, всегда удивительно точно предсказывает коммерческий успех представляемых им брендов. Стратегия OZ-Fashion заключается в том, чтобы помочь всем женщинам независимо от возраста, внешности и образа жизни выглядеть стильно.**



Topline

**Р**аботая на рынке с 2000 года, OZ-Fashion считается крупнейшим в Восточной Европе эксклюзивным агентом женских брендов класса премиум и люкс. Постоянно изучая актуальные фэшн-тенденции, он предлагает восходящие и уже признанные на мировом рынке моды бренды повседневной и вечерней одежды, больших размеров и аксессуаров, заботясь об их эффективном позиционировании. Своей приоритетной задачей OZ-Fashion видит эффективное сотрудничество производителей и клиентов. Особое

место в портфеле OZ-Fashion занимают марки size plus европейского происхождения.

## ТОРЛИНЕ (ГРЕЦИЯ)

Topline – новый бренд в портфолио шоу-рума, который был представлен российским байерам на выставке The Gallery в Дюссельдорфе, сразу же получил очень высокие оценки и вызвал огромный интерес. В феврале марка представит свою коллекцию на выставке CPM в павильоне FORUM. Уже более 25 лет Topline создает коллекции для женщин размера size plus и за это время стал

одним из самых известных fashion-брендов Греции. Дизайнеры марки думают о потребностях, предпочтениях и требованиях своей целевой аудитории. Современная женщина нуждается в одежде, украшающей ее в любых ситуациях, при этом отличного качества и по доступной цене.

Ежегодно Topline разрабатывает две коллекции в стиле smart-casual, и в них, в отличие от многих других брендов, которые занимаются одеждой больших размеров, представлены также платья и костюмы в бизнес-стиле и вечерние наряды для светских мероприятий. Благодаря отличному качеству пошива и материалов, вдохновению и хорошему вкусу одежды Topline всегда соответствует последним тенденциям и завоевывает все новые рынки.

## DOMINA (ИТАЛИЯ)

На протяжении 40 лет существования итальянский бренд Domina ассоциируется с производством трикотажа высочайшего качества, с идеальным кроем, элегантностью и нестандартным подходом к размерам. Трикотаж, ведь не зря бренд носит название Domina Jersey, идеален: он практичен и долговечен, приятен на ощупь, легко стирается и долго носится. В коллекциях бренда Domina представлена модная и практичная одежда size plus в стиле smart-casual по доступным ценам. Это кардиганы и пальто из натуральной шерсти в элегантных цветовых решениях, стильные топы, повседневные и деловые платья и даже офисные костюмы. Дизайнеры очень



Domina





внимательно подходят к разработке лекала каждой модели, что позволяет скрыть недостатки фигуры и подчеркнуть ее достоинства. Женщина, выбирающая бренд Domina, в любых ситуациях будет выглядеть эффектно и элегантно.

### COLB (ИТАЛИЯ)

Мода для дизайнеров бренда COLB – это прежде всего роскошь по-итальянски. Именно за то, что в этой одежде они выглядят «на миллион», покупательницы ценят бренд, основанный в 1963 году в Болонье и находящийся в руках вот уже третьего поколения семьи Леонид. В коллекциях вы найдете лучшие ткани с уникальными принтами, выполненными на заказ, изящную отделку кристаллами и вышивкой, и, конечно, идеальный крой, который позволит «посадить» вещи на любую фигуру. Хит нового осенне-зимнего сезона от COLB – принт «фламинго». Изысканные платья, отороченные перьями, юбки и топы, выполненные из кашемира высочайшего качества в черной или пастельной розовой цветовой гамме, смотрятся стильно, нежно и свежо.

### MAXIMA FASHION (ГЕРМАНИЯ)

Этот бренд обращен к молодой и уверенной в себе женщине, которая не боится иногда быть немного дерзкой, совмещать стили и легко относится к своим особенностям. В коллекции можно найти как классические наряды: платья, топы, блузы, новинку этого сезона – юбки-плиссе, бархатные костюмы цвета марсала, и, конечно, брюки с идеальной посадкой, так и стильные спортивные модели: джинсы, свитшоты, футболки. На редкость яркие и современные коллекции нестандартных размеров уверенно заняли свое место на рынке моды благодаря широкому размерному диапазону – от 38 до 56-го. В этом целевом сегменте MAXIMA Fashion и продолжает развиваться, став одним из лидеров в России и странах СНГ. Команда дизайнеров бренда абсолютно уверена, что размер никак не влияет на вид той



или иной модели, а значит, женщина size plus должна иметь возможность носить ультрамодные вещи бескомпромиссного качества, выбирать яркие цвета, интересные принты и женственные модели.

### VERPASS (ГЕРМАНИЯ)

Дизайнеры Verpass считают, что общество больше не диктует правила на моду – настало время удобной одежды, соответствующей образу жизни активной женщины, живущей в ритме мегаполиса. Коллекция Verpass осень-зима 2017/18 предлагает подчеркнуть свою индивидуальность и внести свободу в повседневную жизнь. Verpass добивается баланса между женственной классикой и современным стилем. Коллекция наполнена множеством интересных и практичных деталей в виде молний и шнуровок, которые делают лаконичные вещи по-настоящему необычными. Образы выдержаны в стиле smart casual.

Верхняя одежда отличается универсальностью: это пальто свободного кроя, удлинненные кардиганы и облегченные жакеты. Модели объединяют в себе признаки street-style, одежды разных видов и элементы асимметрии. В коллекции нового сезона нашли отражение актуальные цветочные принты, вышивка и геометрический орнамент. Цветовая палитра богата роскошными оттенками глубокого синего, марсала (приглушенного бордового с коричневым подтоном), корицы и золота.

**CPM**  
Форум  
Стенд С25

## ALPACANA

Наименование компании:  
**Modemanufaktur Heilmann UG**  
Контактное лицо: **Bernd Heilmann**  
Адрес: **Bamberger Strasse 19, 96110 Schesslitz, Германия**  
Телефон: **0049 163-215-2207**  
E-mail: **alpacana@t-online.de**  
Интернет: **www.alpacana.com**

1. Бренд: Alpacana
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки: куртки и пальто из шерсти альпака и мохера
5. Размерный ряд продукции: 36–56
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 лет

7. В каких странах представлена марка: Германия, Швейцария, Австрия, Россия, Прибалтика
8. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
10. Программа клиентской поддержки: листовки, каталоги

## bestia donna

**CPM**  
Пав. 74  
Стенд В34

## BESTIA DONNA

Наименование компании:  
**ООО «Концепт Групп»**  
Контактное лицо: **Оксана Журбина**  
Адрес: **Санкт-Петербург, ул. Рентгена, 5/26**  
Телефон: **+7 (812) 322-11-22**  
E-mail: **info@bestia.cc**  
Интернет: **www.donna.bestia.cc**

1. Бренд: BESTIA DONNA (линейка Plus Size марки Bestia)
2. Страна происхождения: Россия
3. Приоритетное направление в продукции марки: трикотаж, платья, жакеты, блузки, джинсы, брюки, верхняя одежда, аксессуары
4. Размерный ряд продукции: 50–58 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: 25–35 лет
6. В магазинах какого формата марка будет продаваться в России: мультибрендовые магазины
7. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов (каталог, плакаты, имиджевые фотографии), методические материалы по мерчандайзингу, консультации при подборе ассортимента



## BLUE TWINS/ SCOTT DENIM

Наименование компании:  
**TCS (Textile consulting and service) GITEX GROUP**  
Контактное лицо: **Moez RHOUMA (+216 55-11-22-22 моб.)**  
Адрес: **513 Av Habib Bourguiba 8070 Korba, Тунис**  
Телефон: **+216 72 385 933**  
E-mail: **moez.rhouma@gitex-group.com**  
Интернет: **www.bluetwins.biz, www.scott-denim.com**



1. Бренд: Blue Twins/SCOTT denim
2. Страна происхождения бренда: Blue Twins (Тунис) SCOTT denim (Франция, Тунис)
3. Объем выпускаемой продукции: 500 000 изделий в год
4. Годовой оборот компании: €15 000
5. Приоритетное направление

- в продукции марки: джинсовая одежда: брюки, юбки, шорты, куртки, рубашки
6. Размерный ряд продукции: для детей от 4 до 14 лет и для взрослых, все размеры
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: на любой возраст
8. В каких странах представлена марка: Тунис, Алжир, Франция
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €50 000
12. Программа клиентской поддержки: редоставление сертификатов ISO и по стандарту Öko-Tex Standard 100





## CAROLINE BISS

Наименование компании: **Caroline NV**  
 Контактное лицо: **Bart Saelen**  
 Адрес: **Kouterbaan 44**  
**9280 Lebbeke, Belgium**  
 Телефон: **0032 52 41-26-11**  
 E-mail: **info@caroline-biss.com**  
 Интернет: **www.carolinebiss.com**

1. Бренд: Caroline Biss
2. Страна происхождения бренда: Бельгия
3. Объем выпускаемой продукции: 400 000 изделий
4. Годовой оборот компании: €38 000 000
5. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда
6. Размерный ряд продукции: 34–46
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: старше 35 лет
8. В каких странах представлена марка? Западная Европа и Россия

9. В каких российских регионах представлена марка: Одесса (Украина), Минск (Белоруссия), Тбилиси (Грузия), Екатеринбург, Оренбург, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Обнинск, Геленджик, Тюмень, Калининград, Москва, Одинцово
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: магазины с системой shop-in-shop, моно- и мультибрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: около €10 000
12. Программа клиентской поддержки: нет

**CPM**  
 Пав. 8.1  
 Стенд  
 А17



## CASA MODA, VENTI

Наименование компании: **Baum & Brands**  
 Контактное лицо: Андреас Баум  
 Адрес: **Ам Трептовер парк, 28-30,**  
**12435 Берлин**  
 Телефон: **+49 30-20847583**  
 E-mail: **casamoda@baumbrands.de**  
 Интернет: **www.baumbrands.ru**

1. Бренд: Casa Moda, Venti
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 3,8 млн единиц в год
4. Годовой оборот компании: €79 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки: сорочки с длинным и коротким рукавами, футболки, поло, пуловеры. Используемые материалы – трикотаж, хлопок, шерсть, шелк, полиэстер
6. Размерный ряд продукции: классические сорочки по воротнику от 36 до 58, остальной ассортимент – от S до 7XL
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет
8. В каких странах представлена марка: Бельгия, Дания, Финляндия, Франция,

- Греция, Великобритания, Ирландия, Италия, Канада, Нидерланды, Норвегия, Австрия, Польша, Россия, Швеция, Швейцария, Словения, Словакия, Хорватия, Сербия, Черногория, Босния, Испания, Чехия, Венгрия
9. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: магазины с системой shop-in-shop, корнеры, моно- и мультибрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €6000
12. Программа клиентской поддержки: NOS (склад), маркетинг (POS-материалы), семинары, мерчандайзинг

**CPM**  
 Форум  
 Стенд  
 F21

# CHALOU

## CHALOU

Наименование компании: **CHALOU GmbH**  
 Адрес: **Москва, Н. Красносельская ул., 40/12**  
 Телефон: **+7 (495) 761-49-01**  
 E-mail: **chalou.russia@gmail.com**  
 Интернет: **www.chalou.su**

1. Бренд: CHALOU, Sempre Piu, Aprico
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции: женская одежда больших размеров (plus size), учитывающая все особенности нестандартной фигуры
4. Размерный ряд продукции: 48–74 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция: 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: Россия и страны ближнего зарубежья

8. В магазинах какого формата продается марка в России: бутики plus size, мультибрендовые магазины и шоу-румы
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 50 единиц продукции
10. Программа клиентской поддержки: координация заказов, организация поставок, каталоги и промоматериалы, материалы для собственной рекламы, сезонные скидки

**CPM**  
 Форум  
 Стенд  
 С30



## COLB

Наименование компании: **OZ FASHION**  
 Город: **Moscow / Duesseldorf**  
 Адрес: **ул. Н. Сыромятническая, 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская») / 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 также кардиганы, свитера, топы, юбки
4. Размерный ряд продукции: 40–60 (итальянская шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 40 до 70 лет
6. В каких странах представлена марка: Россия, Италия, Япония, Гонконг, США, Германия, Франция, Канада, Нидерланды, Великобритания, Казахстан, Азербайджан, Чехия

7. В каких российских регионах представлена марка: Уральский, Центральный, Южный и Северо-Кавказский федеральные округа; города Санкт-Петербург и Москва
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: €5000
10. Программа клиентской поддержки: координация заказов, организация поставок товара и его сертификация, предложение по складской программе, рекламная и PR-поддержка

**CPM**  
Пав. 2.1  
Стенд D24



## ETERNA

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

1. Бренд: ETERNA
2. Страна производства: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: в 2014 было произведено около 4 млн единиц продукции
4. Годовой оборот компании: €97,3 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужские сорочки, блузы женские. Материал – хлопок
6. Размерный ряд продукции: мужская сорочка – 37–54 (по вороту), женская блуза – 34–50 (немецкая шкала)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: для всех возрастов

8. В каких странах представлена марка: страны ЕС, Россия, Казахстан, Беларусь, Украина, Молдова, Канада, Австралия
9. В каких российских регионах представлена марка: все регионы 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 вашей марки в Европе и в России: €4000–8000
12. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов, руководство по продажам

**CPM**  
Форум  
Стенд H15



## 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: 44–60 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: на любой возраст

6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Франция, Бельгия, Германия, Великобритания
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
10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, предоставление каталогов и лубкуков

**CPM**  
Пав. 82  
Стенд C02





## 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
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда – свитеры, брюки, джинсы, куртки, футболки, топы, платья
6. Размерный ряд продукции: FUEGOLITA – 44–52, ANANKE – 38–52
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: Сочи, Москва, Ростов, Казань, Новосибирск, Владикавказ

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

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €4000

**CPM**  
Пав. 82  
Стенд В17



## 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**

## KjBRAND®

STYLE YOUR LIFE – FEEL HAPPY!

1. Бренд: KjBRAND
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: около 400 000 единиц
4. Годовой оборот компании: около €10 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: джинсовая комбиколлекция из хлопка и льна
6. Размерный ряд продукции: 38–58 по российской шкале
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 до 60 лет

8. В каких странах представлена марка: в странах Евросоюза, в третьих странах

9. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Самара, Ростов-на-Дону, Тюмень, Великий Новгород, Екатеринбург, Воронеж

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 – 100 единиц

12. Программа клиентской поддержки: каталоги и имиджи (листочки и плакаты)

**CPM**  
Форум  
Стенд Е30

## select

— by Hermann Lange —

## select by HERMANN LANGE

Наименование компании: **Hermann**

**Lange GmbH & Co. KG,**

представитель **D&K Trading Ltd**

Город: **Berlin, Germany**

Адрес: **Dorfstraße 14c. 16341 Panketal**

Телефон: **+ 49 172 3923997**

E-mail: **dk-trading@gmx.de**

**info@modee.de**

Интернет: **www.hermannlange.de**

1. Бренд: SELECT BY HERMANN LANGE
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда – блузоны и юбки, нарядные платья, брюки, блузы, комбиколлекция. Нарядная одежда для особых случаев
4. Размерный ряд продукции: 38–54 (немецкая шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 и старше

6. В каких странах представлена марка: Европа, Ближний Восток, Казахстан

7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России

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: €4000

**CPM**  
Форум  
Стенд Е26

# JUPITER®



## JUPITER SHIRT

Наименование компании: **MTG Handels- und Consulting GmbH**  
 Контактное лицо: **Виталий Штремплер**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **Щелковское шоссе, 7**  
 Телефон: **+ 49 251 1337 0 (в Германии), + 7 495 849 22 73 (в Москве)**  
 E-mail: **info@mtg-germany.de**  
 Интернет: **www.mtg-germany.de**

1. Бренд: JUPITER
2. Страна производства: Болгария, Македония, Филиппины
3. Приоритетное направление в продукции марки: сорочки в стиле business и casual. Мужчины с удовольствием покупают и носят сорочки JUPITER из-за легких в уходе материалов (использование качества pop iron и easy care), широкого спектра различных посадок (regular, modern, slim fit) и цветов, а также из-за оптимального соотношения цены и качества
4. Размерный ряд продукции: 37-56 (по вороту), XS-7XL
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мужчины всех возрастов

6. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия, страны СНГ
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
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: €2000–4000
10. Программа клиентской поддержки: рекламные и учебные материалы, круглогодичная программа дозаказа со склада



**LADY SHARM**  
 — Classic —



## LADY SHARM

Наименование компании: **LADY SHARM**  
 Город: **Санкт-Петербург**  
 Адрес: **Шевченко ул., 6**  
 Телефон: **+7 (812) 426-15-25**  
 E-mail: **mia@ledisharm.com**  
 Интернет: **www.ledisharm.com**

1. Бренд: LADY SHARM
2. Страна происхождения: Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 200 000 единиц в год
4. Годовой оборот компании: 280 000 000 рублей
5. Приоритетное направление в продукции марки: полный ассортимент легкого женского платья (платья, юбки, брюки, костюмы, кардиганы, шорты, туники и т.д.), а также небольшие коллекции по верхней одежде. Для пошива изделий используются современные европейские ткани, предпочтение отдается натуральным и смесовым тканям
6. Размерный ряд продукции: 48–76

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет
8. В каких странах представлена марка: Россия, Республика Беларусь
9. В каких российских регионах представлена марка: многие регионы России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: монобрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальная партия – от 30 000 рублей
12. Программа клиентской поддержки: есть



**K I T A R O**

M E N

**KITARO**

Наименование компании: **RomB GmbH**  
 Город: **Берлин–Москва**  
 Адрес: **Москва, Кронштадтский бул., 7**  
 Телефоны: **+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**  
**www.kitaro-fashion.de**

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, на сезон весна-лето – €10–15. Минимальный заказ – €3000
10. Программа клиентской поддержки: рекламная продукция, тренинг для персонала

**CPM**  
**Форум**  
**Стенд**  
**B02**



# ViX & VOX

МОЛОДЕЖНАЯ ОДЕЖДА  
с 48 размера



РЕКЛАМА

Оптовые продажи  
Санкт-Петербург, ул. Шевченко, 6  
тел. (812) 426-15-25

[www.ledisharm.com](http://www.ledisharm.com) | [www.vixvox.ru](http://www.vixvox.ru)





## MAXFORT

Наименование компании:

**Succ.ri Bernagozzi srl**

Контактное лицо: **Andrea Seracchioli**

Адрес: **Via Scudai block 38/bis Centergross 40050 Funo di Argelato Bo**

Телефон: **00 390 51864520**

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
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

# mat.

## 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: 42–54 (европейская шкала)
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, 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



## MAXIMA

Наименование компании:

**Maxima, представитель OZ-Fashion**

Контактное лицо: **Ольга Загун**

Город: **Düsseldorf**

Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf 105120, Москва, ул. Н. Сыромятническая, 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская»)**

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

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: 44–66 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: у марки нет возрастных ограничений
6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Казахстан, Бельгия, Нидерланды, Австрия, Германия, Чехия, Испания

7. В каких российских регионах представлена марка: Алтайский край, Центрально-Черноземный район, Сибирь, Краснодарский край, Западное Забайкалье, Приволжский регион, Башкирия, Республика 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







 **MAXFORT**<sup>®</sup>  
SPRING SUMMER 2017

**Итальянский бренд мужской  
одежды больших размеров**

Официальный представитель в России и  
странах СНГ шоу-рум Freevola  
123104, Москва, Б. Палашевский пер., 1, стр. 2  
Тел.: +7 (495) 697-19-62, +7 (985) 784-95-01  
jandersson.co@gmail.com  
tatiana.meln@gmail.com



Павильон 2.1  
Стенд С17

Шоу-рум в Болонье:  
Succ.ri Bernagozzi srl  
Via Degli Scudai  
Blocco 38/bis centergross  
40050 Funo di Argelato (BO)

[www.maxfort.it](http://www.maxfort.it)



## MODE MONTE CARLO

Наименование компании:

**Mode Monte Carlo**

Контактное лицо: **Peter Schönbach**

Адрес: **Mumpferfaehrstr. 13, 79713**

**Bad Saeckingen, Germany**

Телефон: **+49 (0)7761 5607-0**

E-mail: **schoenbach@modemontecarlo.com**

Интернет: **www.modemontecarlo.com**

1. Бренд: MONTE CARLO CASUALWEAR
2. Страна происхождения: Германия
3. Годовой оборот компании: €10 млн
4. Приоритетное направление в продукции марки: одежда для мужчин: рубашки, рубашки-поло, футболки, свитера
5. Размерный ряд продукции: до 7XL
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 лет
7. В каких странах представлена марка: в 17 странах мира

8. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: магазины с системой shop-in-shop, мультибрендовые магазины
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от €5000
11. Программа клиентской поддержки: плакаты, стенды, рекламная продукция, каталоги

**CPM**  
Форум  
Стенд  
С21

## M O D E E

## MODEE

Наименование компании:

**MODEE GMBH,**

представитель **D&K Trading Ltd.**

Город: **Berlin, Germany**

Адрес: **Dorfstrabe 14c. 16341 Panketal**

Телефон: **+ 49 172 3923997**

E-mail: **dk-trading@gmx.de**

**info@modee.de**

Интернет: **www.modee.de**

1. Бренд: MODEE
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки: пиджаки, платья, юбки, брюки, трикотаж. Это комбиколлекция
4. Размерный ряд продукции: 36–48 (немецкая шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 и старше

6. В каких странах представлена марка: Европа, Ближний Восток, Казахстан
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
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: €4000

**CPM**  
Форум  
Стенд  
E26

## PAUSE CAFÉ

Наименование компании: **France Trade**

Город: **Paris**

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

**95100 Argenteuil**

Телефон: **+3313934-03-41**

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: 42–60 по российской шкале
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
  10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, предоставление каталогов, лубкуков, пакетов, поддержка при мерчандайзинге, проекты магазинов и корнеров, плакаты

**CPM**  
Пав. 8.2  
Стенд  
С07



CPM

Стенд Fo-F08  
павильон «Форум»  
ЦВК «Экспоцентр»  
Краснопресненская  
набережная, д.14

СALAMAR

hattric  
est. 1972

RABE  
— 1920 —

TR

*LeComte*

LUCIA

  
monari  
1960

VIA/APPIA

VIA APPIA  
— DUE —

frapp

passport

FRIEDA&FREDDIES'  
NEW YORK

  
just white

LOUIS & MIA

MICHÈLE

District

ERICH FEND

C.E.d.E.R.  
ОСЕНЬ-ЗИМА 2017

Т. +49 330 56-41-000  
Ф. +49 330 56-422-42  
info@ceder-gmbh.de  
www.ceder-gmbh.de

СПАСИБО

ЗА ПРОДУКТИВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО  
ВСЕ ЭТИ ПРЕКРАСНЫЕ 15 ЛЕТ!

МЫ С НЕТЕРПЕНИЕМ ЖДЁМ НАШЕЙ НОВОЙ  
ВСТРЕЧИ НА ВЫСТАВКАХ НОВОГО СЕЗОНА.



CPM  
7.4  
Стенд  
B22

## SILVER-STRING

Наименование компании:  
**ООО «Серебряная нить Лтд»**  
Город: **Москва**  
Адрес: **Новгородская ул., 38**  
Телефоны: **+7 (495) 601-27-27, 601-27-00, 601-25-00**  
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: 52–72 по российской шкале
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



## PIONIER JEANS & CASUAL

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

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: марка PIONIER jeans & casual зарекомендовала себя как одна из ведущих фирм – производителей мужских брюк, отличающихся удобной посадкой, использованием натуральных тканей.
4. Размерный ряд продукции: PIONIER – это мода для повседневной жизни с уникальной особенностью одежды, которая подходит к любой фигуре. Коллекция изготавливается из высококачественных материалов. В области больших нестандартных размеров PIONIER предлагает специальные модели, которые гарантируют идеальную посадку и высокую комфортность при ношении одежды

4. Размерный ряд продукции: брюки, джинсы 46–72 (3, 4, 5, 6-й рост)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: для всех возрастов
6. В каких странах представлена марка: страны ЕС, Россия, Казахстан, Беларусь, Украина
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: shop-in-shop, корнер, моно- и мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €2000–5000

CPM  
Форум  
Стенд  
G18



## SEE YOU / SEE YOU SILVER

Наименование компании:  
**Biggi M Mode GmbH, компания-представитель – RomB GmbH**  
Город: **Берлин, Москва**  
Адрес: **Москва, Кронштадтский бул., 7**  
Телефон: **8 (916) 691 3719 (Россия), + 49 30 915 94 038 (Германия)**  
E-mail: **o.rom@t-online.de t.b.bogdanova@gmail.com**  
Интернет: **www.romb-fashion.ru, www.biggi-m.de**

1. Бренд: SEE YOU / SEE YOU SILVER
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женский трикотаж преимущественно из натуральных тканей casual-business-elegant
4. Размерный ряд продукции: See You – 42–60, See You Silver – 38–56 (немецкая шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет
6. В каких странах представлена марка: Германия, Россия, Бельгия, Нидерланды, Италия, Франция, Испания, Австрия, Швей-

- цария, Великобритания, Венгрия, Чехия, Словакия, Канада
7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Урал, Сибирь, Дальний Восток, Кавказ
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: от €3000
10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, тренинг персонала

CPM  
Форум  
Стенд  
B02



*Silver string*  
СЕРЕБРЯНАЯ НИТЬ

Мода+

---

**ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА  
БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ**

---

**52-72**

**СРМ**

**Павильон 7.4, стенд В22**

**«Текстильлегпром»  
2 этаж, стенд С2-16**

+7 495 601-2727

+7 495 601-2700

+7 495 601-2500

Москва, ул. Новгородская, д. 38

[www.silver-string.ru](http://www.silver-string.ru)

## 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 (901) 370-66-61**

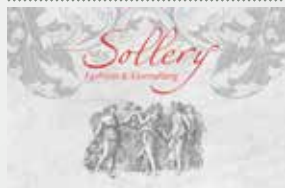
E-mail: **sales@pitgakoff.ru,**

**director@pitgakoff.ru**

Интернет: **www.pitgakoff.ru**

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: €1500
12. Программа клиентской поддержки: рекламная продукция, каталоги на всю коллекцию по сезонам, пиар-поддержка, большая складская поддержка, рекламные материалы, плакаты



**CPM**  
Пав. Фoyer  
Стенд  
02-06

## SOLLERY FASHION & CONSULTING

Наименование компании:

**Sollery fashion & consulting – официальный дистрибьютор на территории РФ и СНГ.**

Контактное лицо: **Капитонова Маргарита**

Город: **Москва**

Адрес: **ул. Академика Королева, 21**

Телефон: **+7 (495) 980 26 70**

E-mail: **info@sollery.ru,**

**marketing@sollery.ru**

Интернет: **www.sollery.ru**

1. Бренд: Cocon Commerz, IVAN GRUNDAHL, Praechtig Berlin, Grizas, Elisa Cavaletti, Cotton Candy, Trippen
2. Страна происхождения: Германия, Италия, Дания, Литва
3. Приоритетное направление в продукции марки: одежда и трикотаж из натуральных материалов
4. Размерный ряд продукции: 44–58 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 до 80 лет
6. В каких странах представлена марка: страны Евросоюза, США
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины



9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €100 000–200 000
10. Программа клиентской поддержки: проведение обучающих тренингов, показов. Бренды предоставляют всю необходимую рекламную продукцию. Наличие свободного склада в Москве



**CPM**  
Форум  
Стенд  
B02

## PREGIO COUTURE, ASSO DI CUORI

Наименование компании:

**Emme International Srl, компания-представитель – RomB GmbH**

Город: **Москва**

Адрес: **Кронштадтский бул., 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**

**www.pregiocouture.it**

1. Бренд: PREGIO COUTURE, ASSO DI CUORI
2. Страна происхождения: Италия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: коллекция верхней женской одежды различная по стилю (модерн и классика), наполнителю (пух и синтепон), назначению (куртка и пальто), с использованием различных мехов (лиса, енот, кролик, норка, горная коза)
4. Размерный ряд продукции: 34–50 (немецкая шкала), присутствует коллекция больших размеров 38–60

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: широкий возрастной диапазон – молодые девушки и зрелые дамы
6. В каких странах представлена марка: все страны Европы
7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Урал, Сибирь, Кавказ
8. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: в Европе – до €2000, в России – свыше €5000
9. Программа клиентской поддержки: предоставление рекламной продукции, тренинг для персонала



Производство и продажа верхней женской одежды

  
*Pit. Gakoff*  
St. Petersburg



197183, Санкт-Петербург,  
Саби́ровская ул., д. 37  
Тел.: +7 (812) 430-43-33  
+7 (812) 702-76-60  
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

**SOPHYA**  
CURVY

**CPM**  
Пав. 2.1  
Стенд  
С17

**SOPHYE**

Наименование компании: **SEVERI SILVIO SRL**  
Контактное лицо: **Simone Severi**  
Адрес: **VIA F.DE ROSA NR. 5**  
E-mail: **info@severisilvio.it, simone@severisilvio.it**  
Интернет: **www.sophyefashion.tumblr.com**

1. Бренд: SOPHYE
2. Страна происхождения: Италия
3. Объем выпускаемой продукции: 200 000 единиц товара
4. Годовой оборот компании: €4 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женские футболки стандартных и больших размеров
6. Размерный ряд продукции: от XS до XXXL
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 до 60 лет

8. В каких странах представлена марка: Италия, европейские страны, Япония
9. В каких российских регионах представлена марка: марка в России пока не представлена
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в универмагах, моно- и мультибрендовых магазинах
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: в Европе – от €10 000 до €12 000, начальный бюджет для России – от €3000



**TOPLINE**

Наименование компании: **PANORAMA MODA**  
Контактное лицо: **Дмитрий Хаустов**  
Адрес: **Москва, Спартаковский пер., 2, ДК «Платформа»**  
Телефон: **+7 (495) 640-22-75**  
E-mail: **info@topline.com.gr, info@panoramamoda.ru**  
Интернет: **www.topline.com.gr**

1. Бренд: Topline
2. Страна происхождения: Греция
3. Приоритетное направление в продукции марки: формальная и casual-одежда из высококачественных тканей. Компания предлагает женскую одежду на все случаи жизни
4. Размерный ряд продукции: от 48 до 64 (больше – по запросу)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 лет

6. В каких странах представлена марка: европейские страны
7. В каких российских регионах представлена марка: вся Россия
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: зависит от категории продукта, от €15 000 до €60 000
10. Программа клиентской поддержки: каталоги и баннеры

**CPM**  
Форум  
Стенд  
Н04



**CPM**  
Форум  
Стенд  
F27

**ULLA POPKEN**

Наименование компании: **Ulla Popken GmbH**  
Адрес: **Am Waldrand 19, D-26180 Rastede (Германия)**  
Телефоны: **+7 (495) 201-39-17 (Москва), +49 (0) 4402 799 273 (Германия)**  
E-mail: **marc.brocato@popken.de (Германия), info@ullapopken-moscow.ru (Москва)**  
Интернет: **www.ullapopken.de, www.ullapopken-moscow.ru**

1. Бренд: ULLA POPKEN
2. Страна происхождения: Германия
3. Годовой оборот компании: 2011/12 – €247,4 млн (брутто)
4. Приоритетное направление в продукции марки: продукция Ulla Popken GmbH соответствует высочайшим стандартам качества. К стандарту Ulla Popken GmbH относится предложение безупречной продукции с акцентом на бережное использование природных ресурсов. Безопасность продукции означает для Ulla Popken GmbH безопасность потребителей
5. Размерный ряд продукции: 48–72 по российской шкале или 42–66 (немецкая шкала)
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины любого возраста
7. В каких странах представлена марка: Германия, Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Франция, Чехия,

8. В каких странах представлена марка: Кувейт, Катар, Египет, Греция, Польша, Венгрия, Россия, Сирия, Саудовская Аравия, ОАЭ, Финляндия, Швеция, Босния и Герцеговина, Хорватия
8. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Тюмень, Новосибирск, Красноярск, Кемерово, Омск, Оренбург, Иркутск, Улан-Удэ, Барнаул, Уфа, Нижневартовск, Краснодар, Иваново, Ярославль, Кострома, Самара, Владивосток, Хабаровск
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в России – монобрендовые магазины (франшиза) в ТРЦ или отдельно стоящие магазины, площадь от 120 до 200 м<sup>2</sup>
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: зависит от размера магазина
11. Программа клиентской поддержки: существует





# SOPHIA

CURVY

**CPM**

Павильон 2.1  
Стенд С17

**Итальянский бренд женской одежды  
больших размеров**

Официальный представитель в России и странах  
СНГ шоу-рум Freevola

123104, Москва, Б. Палашевский пер., 1, стр. 2

Тел.: +7 (495) 697-19-62, +7 (985) 784-95-01

[jandersson.co@gmail.com](mailto:jandersson.co@gmail.com)

[tatiana.meln@gmail.com](mailto:tatiana.meln@gmail.com)

Шоу-рум в Болонье:

Succ.ri Bernagozzi srl

Via Dei Lanaioli, 50

Blocco 11, Centergross

40050 Funo di Argelato (BO)

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



## VERPASS

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

Контактное лицо:

**Ольга Загун**

Город: **Düsseldorf**

Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf 105120, Москва, ул. Н. Сыромятническая, 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская»)**

Телефоны: **+49-211 40 58 243, +7 (499) 270 0791**

Е-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 присутствуют верхняя одежда и вечерние наряды
4. Размерный ряд продукции: 44–66 по российской шкале
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: Россия, Украина, Казахстан, Бельгия, Нидерланды, Австрия, Германия, Чехия, Испания

7. В каких российских регионах представлена марка: Алтайский край, Центрально-Черноземный район, Сибирь, Краснодарский край, Западное Забайкалье, Приволжский округ, Башкирия, Республика Марий Эл

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

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

**CPM**  
Форум  
Стенд  
J09

## 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**

Е-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 €20 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки: модная одежда больших размеров с отличной посадкой из высококачественных материалов, высокая рентабельность продукта, индивидуальность и качество. Наша покупательница высоко ценит качество и крой, выгодно подчеркивающий ее фигуру. Это молодая женщина от 30 лет, и для нее уверенность в себе не зависит от размера одежды. Средняя цена: €27–29
6. Размерный ряд продукции: 42–54 (европейская шкала)
7. В каких странах представлена марка:

Германия, Франция, Греция, Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды, Италия, Ирландия, Чехия, Венгрия, страны Балтии, Украина, Россия

8. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Пермь, Ростов-на-Дону, Краснодар, Омск, Новосибирск и многие другие города

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: минимальный заказ – 100 единиц продукции

11. Программа клиентской поддержки: имиджевые фотографии, постеры, рекламные материалы

**CPM**  
Форум  
Стенд  
F08



## FUEGUINA

Наименование компании: **FUEGUINA**

Контактное лицо: **Isabel Lopez**

Адрес: **Theophila 35-37, 11145 Athens**

Телефон: **+30 210 8543035**

Е-mail: **fuegocompany@gmail.com**

1. Бренд: FUEGUINA
2. Страна происхождения: Греция
3. Приоритетное направление в продукции марки: повседневная одежда для женщин из высококачественных материалов всех возрастов и любого размера
4. Размерный ряд продукции: 48–44, больше по запросу
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: старше 25 лет
6. В каких странах представлена марка: Европа

7. В каких российских регионах представлена марка: вся Россия

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

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: зависит от категории товара, нет минимального заказа

10. Программа клиентской поддержки: листовки и баннеры

**CPM**  
8.2  
Стенд  
A19-A21



# VIA APPIA — DUE —



**C.E.d.E.R.**  
GmbH

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО  
НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ И СТРАН СНГ:  
TEL: +49-33056-41000  
FAX: +49-33056-42242  
INFO@CEDER-GMBH.DE

КОЛЛЕКЦИЮ ВЫ МОЖЕТЕ ЗАКАЗАТЬ:  
**СРМ 20-23 ФЕВРАЛЯ 2017**  
ПАВИЛЬОН ФОРУМ  
СТЕНД ФИРМЫ CEDER (FO-F08)  
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,  
КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ НАБ., 14



## VIKO

Наименование компании: **Viko**  
Контактное лицо: **Андрэ Баум**  
Адрес: **173501, Великий Новгород, дер. Трубичино, 92**  
Телефон: **+7 (8162) 74-13-78, +7 (951) 722-41-71, +7 (906) 203-55-06**  
E-mail: **td-viko@yandex.ru**  
Интернет: **http://td-viko.ru**

1. Бренд: Viko
2. Страна происхождения: Россия
3. Приоритетное направление в продукции марки: верхняя женская одежда больших размеров: дубленки, куртки, пальто, ветровки
4. Размерный ряд продукции: 52–78
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: старше 20 лет
6. В каких странах представлена марка: Россия
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в специализированных магазинах формата plus size
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от 30 000 тыс рублей
10. Программа клиентской поддержки: скидки, рекламная продукция

## Совместный проект ИД PROfashion и выставки CPM

PROfashion Большие размеры / SUPER SIZE CPM № 8, февраль 2017, – это ГИД по компаниям, представляющих одежду больших размеров

### Периодичность:

2 раза в год, во время проведения выставки CPM

**Тираж:** 5000 экземпляров

### Распространение:

бесплатное среди посетителей выставки CPM, по уникальной базе франчайзи сегмента розничной торговли

### Электронная версия на сайтах:

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

[www.cpm-moscow.ru](http://www.cpm-moscow.ru)

### Следующий выпуск – август 2017 г.

ИД PROfashion предлагает дополнительную возможность более эффективной рекламы концепций регионального развития, рассчитанной на байеров и потенциальных партнеров в сфере розничной торговли

### Заявки принимаются до 3 июля 2017 г.



NAUMI

### генеральный директор

Олеся Орлова  
[orlova@profashion.ru](mailto:orlova@profashion.ru)

### коммерческий директор

Татьяна Белькевич  
[director@profashion.ru](mailto:director@profashion.ru)

### рекламный отдел

Анастасия Петрунькина  
[adv@profashion.ru](mailto:adv@profashion.ru)

Юлия Попкова

[adv1@profashion.ru](mailto:adv1@profashion.ru)

### директор по развитию

Юрий Гуцин  
[expo@profashion.ru](mailto:expo@profashion.ru)

### распространение

[sales@profashion.ru](mailto: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. Учредитель, издатель ООО «ПРОФэшн».

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77 – 66509, выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) от 14.07.2016 г. Выход номера из печати 20.02.2017 г.

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР» – Москва, Электrozаводская ул., 20. [www.vivastar.ru](http://www.vivastar.ru)

### Контакты:

Адрес: 123007, Москва, Бизнес-центр «Бега»,  
3-й Хорошевский проезд, 1, стр. 1, офис 626  
телефон +7 (495) 626-30-20



The logo for 'Viko' features the brand name in a stylized, black, handwritten-style font. The letter 'i' is notably tall and thin. Behind the letters, there are three horizontal, red, brush-stroke-like bands that partially obscure the text.

РЕКЛАМА

**ПРОИЗВОДСТВО ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ:**

**52 – 78**

**www: [td-viko.ru](http://td-viko.ru)**

**ОТДЕЛ ОПТОВЫХ ПРОДАЖ**

173501, Великий Новгород, п. Трубичино, д. 92

Тел.: +7 (906) 203-55-06, +7 (965) 805-55-06

E-mail: [td-viko@yandex.ru](mailto:td-viko@yandex.ru)



В продаже  
с марта  
2017 года



РЕКЛАМА

ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ: **PRO***fashion*  
большая книга трендов от **CONSULTING**

# TRENDBOOK SPRING SUMMER 2018

**200** иллюстрированных страниц, **4** основных направления, **12** актуальных тенденций женской моды сезона осень-зима 2017/18

Главные источники вдохновения сезона, яркие подиумные образы, ключевые силуэты, детали, материалы и принты

Все для эффективной работы дизайнеров одежды, байеров, мерчандайзеров, обозревателей моды

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



## СПОНСОРЫ | SPONSORS


## ПАРТНЕРЫ | PARTNERS


## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ | MEDIA PARTNERS


30/8-2/9/2017



# CPM

International Fashion Trade Show  
Moscow

