

SPRING SUMMER 2014

# + SUPER SIZE

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКЕ

EXHIBITION GUIDE

**PRO***fashion*

&

**CPM**

БОЛЬШИЕ РАЗМЕРЫ



anathed  
BY PARAKIAN



[elenamiro.com](http://elenamiro.com)

**Miroglio Group Россия и СНГ**  
г. Москва, 4-й Лесной переулок  
e-mail: [franchising.ru@miroglio.com](mailto:franchising.ru@miroglio.com)  
тел.: +7 495 926 80 60

elena miro



*осень/зима 2013*

**Москва** Кузнецкий Мост, 7; ТРЦ Европейский; ТЦ Крокус Сити Молл  
**Санкт-Петербург** Большой проспект П.С., 4; Невский проспект, 166  
**Екатеринбург** ТЦ Европа **Казань** ТРЦ Suvar Plaza **Краснодар** ТРЦ Красная Площадь  
**Нижний Новгород** ТЦ Лобачевский Плаза



Old Navy, коллекция весна-лето 2013

# Большие перспективы

Годами для крупных женщин существовало всего два модных совета: надевать черное и избегать поперечных полос. Сегодня же, когда многие покупательницы смирились со своими формами, они требуют от ритейлеров особого внимания к себе. В свою очередь, спрос со стороны женщин с выходящими за рамки стандартной линейки размерами порождает отдельную категорию одежного ритейла: plus size.



Обложка журнала The Bold Italic, посвященного советам для полных женщин

**В** блогах и СМИ поколение Y – люди в возрасте от 18 до 34 лет – присвоили этому направлению название «мода для толстых», одновременно упрекая индустрию в том, что для показа и продажи изделий plus size она все еще использует худых моделей.

Среди немногочисленного ряда ритейлеров, предлагающих для крупных женщин столь же модную одежду, что и для их более худых сестер, Hot Topic Inc. и Fifth & Pacific Cos. с его маркой Lucky Brand.

Torrid, большемерный бренд от Hot Topic, в 2012 году представил облегающие фигуру экстра-растягивающиеся skinny-джинсы Stiletto, расширил ассортимент нижнего белья, а также добавил на свой сайт раздел «Look Book», где выделил тренды для полных женщин в деловой одежде и в подборке цветов. Ритейлеры ставили на то, что новые ткани и модели помогут поднять уровень продаж одежды больших размеров в США, которые, по данным нью-йоркской исследовательской компании NPD Group, уже выросли на 1% к июню 2012 г., до \$15,4 млрд, в то время как товарооборот женской одежды в целом за тот же период увеличился на 3%, до \$108 млрд.

«В течение очень долгого времени модная элита втолковывала таким женщинам, что они не могут надевать вещи в горизонтальную полоску, должны носить все свободное, ничего облегающего и пошитого на фигуру, – говорит Кэтрин Молринг, вице-президент Tobe, основанной в Нью-Йорке компании по fashion-консалтингу ритейла. – Но молодое поколение не собирается следовать этим правилам».

## КТО НЕ РИСКУЕТ...

У данного сегмента рынка имеется весьма завидный потенциал, так как средним размером одежды американских женщин является 14, а линейка больших размеров простирается от 14 до 34. Таким образом, согласно отчету хьюстонского маркетингового агентства Plunkett Research Ltd., потребительская аудитория данного сегмента моды охватывает до 67% населения. Так что ритейлеры, инвестирующие в перспективную категорию plus size, имеют достаточно свободное поле действий, чтобы взять на себя дополнительные риски.

Так, акции компании Hot Topic торгуются на 25% выше, чем среднее значение прибыли на акцию согласно расчетам компании Standard & Poor «500 Retailing Index», а ценные бумаги группы Hennes & Mauritz AB, представившей недавно линию H & M plus size, на 13% выше. Цена акций Fifth & Pacific также превосходит средние показатели индекса.

Признаки изменения отношения к полным женщинам довольно часто проявляются в поп-культуре. Лауреат премии Grammy Адель Адкинс и актриса Queen Latifah, обе дамы с формами, призывают своих поклонниц примириться со



Lucky Brand, коллекция весна-лето 2013



своими фигурами. С другой стороны, поп-звезда Леди Гага заработала признание у публики, сделав акцент на своей художественной внешности и выпустив альбом под названием «Born This Way» («Рожденная такой»).

## БОЛЬШАЯ ДЕВОЧКА

Каждый месяц модный журнал Marie Claire в своей колонке «Большая девочка в узком мире» предлагает вниманию 15 миллионов читателей материалы о таких новинках моды, как, например, стройнящие зимние куртки или «умная многослойность» одежды. А с октября 2012 года

другое издание, InStyle, включило в свои номера страницу под названием «У настоящего стиля нет размера».

Развитие культуры перепостов, где каждый может стать знаменитостью на час, является ключом к продвижению моды plus size и избавлению от предрассудков, связанных с большими размерами, считает Николетт Мейсон, 26-летняя девушка, ведущая колонку в Marie Claire. «Любой человек с iPhone или с аккаунтом в Instagram, или просто с доступом в Интернет может заложить основу тренда, – говорит Мейсон в своем интервью. – Это нормализует отношения и делает вещи более очевидными для простых людей».

Став главным исполнительным директором Hot Topic в прошлом году, Лиза Харпер первым делом избавилась от Mr. Pinkerton – клыкастого талисмана бренда Torrid. Собака в очках и костюме с бабочкой как бы говорила клиентам, что им следовало надевать, что абсолютно неприемлемо, по мнению Харпер.

### ПИКАНТНЫЕ КАРТИНКИ

Бренд, существующий уже 11 лет, сменил фирменный стиль мистера Пинкертон на слоган «I am Torrid» с целью репозиционирования сети и привлечения к ней внимания пышных сексуальных молодых женщин. В рекламной кампании использованы страстные черно-белые снимки роскошных женщин в нижнем белье, одетых в обтягивающие джинсы. На странице марки в Facebook они делятся с поклонниками бренда своим мнением о популярных трендах, например, топах из шифона или модных цветах сезона, не заостряя особого внимания на том факте, что одежда марки Torrid предназначена для женщин с размером больше 12.

«Девушки, которых мы находим и продвигаем независимы, у них есть своя точка зрения, им есть, что сказать, и они уже не хотят молчать, – говорит исполнительный директор Hot Topic Лиза Харпер. – Мы переработали концепцию бренда с целью сфокусироваться на моде, чистой и простой, без всяких недомолвок, без всех этих разговоров о полноте, типах фигур и т.д.»

Многие ритейлеры считают, что внедриться в данный сегмент рынка достаточно сложно, так как шить одежду на женщин больших размеров выходит дороже за счет того, что фигуры 14-го размера и выше подвержены большим изменениям, чем фигуры худеньких женщин. Чтобы создавать обычные модели, но соответствующие параметрам полных дам, требуется особая подготовка, проведение исследований, а также включение в технологическую цепочку дополнительных или совершенно иных по своим свойствам материалов. Например, на сайте Eloquii, бренда для полных женщин, запущенного в 2011 году компанией The Limited, предлагается выбор одежды, исходя из пяти разных форм тела: «бриллиант», «слеза», «сердечко», «бесконечность» и «изумруд».

### СОВРЕМЕННАЯ ОДЕЖДА

Поиск и изучение свойств материалов, подходящих для женщин с формами, – новая тема для дизайнеров современной одежды, так как у них меньше опыта в данной области, чем, скажем, у их коллег из компаний, производящих спортивную одежду, таких как LuluLemon Athletica Inc.,

считает Лиз Кристал, директор по маркетингу сети Lane Bryant. Эта сеть, которая уже давно продает коллекции plus size, в сентябре 2012 года запустила новую маркетинговую кампанию под названием «Fashion, Fit Right» («Мода правильной посадки»), чтобы утвердить свое лидерство по части предложения самых последних трендов и самых лучших форм. На сегодняшний день в сети Lane Bryant, основанной в 1904 году, насчитывается более 700 магазинов.

Размер талии в США растет уже давно, учитывая, что согласно данным Centers for Disease Control and Prevention (Центра контроля и предупреждения пищевых расстройств) из Атланты, более трети взрослого населения и 18% детей в стране страдают от ожирения. К 2030 году общее количество потенциальных потребителей одежды plus size может повыситься до 42%.

### ВОЗРАСТНОЙ ДИАПАЗОН

«15 лет назад, когда я только начинала, это была мода исключительно для пожилых женщин», – говорит Марита Айконен, которая руководит интернет-магазином единственной марки больших размеров марки Levi Strauss & Co. – Old Navy. «Теперь же полные люди есть во всех поколениях», – продолжает Айконен, которая начала работать над аналогичным проектом для Levi Strauss & Co. Все возрастающее число крупных женщин помогло Линде Хесли, генеральному директору

В этом сегменте огромные возможности для развития, поэтому наш посыл: будьте довольны собой и одевайтесь как можно лучше!

Eloquii, коллекция весна-лето 2013



Torrid, коллекция осень-зима 2013/14



The Limited, найти инвесторов под запуск Eloquii. Изначально изделия этой марки были представлены во всех магазинах сети, но бренд стал пользоваться такой популярностью, что в 2012 году было решено выделить под него отдельные торговые точки.

«Этот тип потребителей имеет мощный голос, к тому же усиленный прессой и социальными сетями», – говорит Линда Хесли. И в то время как потребители разных возрастов все чаще проявляют интерес к моде plus size, «есть замечательные молодые женщины, которые помогают обществу избавиться от предрассудков, связанных с ней», – продолжает она.

Компания Hot Topic, штаб-квартира которой расположена в промышленном парке штата Калифорния, планирует в этом году открыть 45 магазинов Torrid и повысить свое присутствие в модах. Сеть, закончившая 2012-й финансовый год со 192 магазинами, имеет все шансы превратиться в гиганта индустрии, насчитывающего более 600 точек продаж.

«Мы видим в этом сегменте огромные возможности для развития, – считает и Линда Хесли. – Исходя из этого, наш посыл: будьте довольны собой и одевайтесь как можно лучше!»

Материал подготовлен по статье

Сапны Махешвари (Sapna Maheshwari)

«Demand From Plus Sizes Women Spawns Fashion

Category: Retail» для онлайн-версии канала

Bloomberg, 2012 г.



Рекламная кампания Британского Plus size уик-энда, 2013 год

Интернет-магазин www.lanebryant.com, сентябрь 2013 года

Реклама белья plus size в интернет-магазине myboudoir.co.uk

# Под знаком женственности

Anathea by Parakian – марка известного французского дизайнера Didier Parakian из Марселя, который ярко представлен в индустрии моды с 1989 года. Его коллекции отличаются насыщенными красками, средиземноморскими мотивами и чувственным характером.



Anathea by Parakian



Anathea by Parakian

современные, модели сезона весна-лето 2014 созданы из разных по цветовой гамме и по характеру фактур. Коллекция впитала в себя последние модные тренды, которыми будет отныне руководствоваться дизайнер: энергичность, легкость, движение.

Anathea by Parakian нового сезона представляет собой сочетание теплых тканей и ярких расцветок, которых так не хватает зимой. От синего до оранжевого цвета, эта линия воплощает динамизм и побуждает к действию, не забывая при этом окружать женщину заботой и лаской. Для моделей характерны интересные принты и современный крой. В целом это традиционно очень женственная и радостная коллекция.

Женщина Anathea уникальна тем, что гордится своей индивидуальностью и нестандартной внешностью. Она отказывается быть вписанной в определенные рамки и жить по общепринятым стандартам. Богатство ее возможностей подчеркивается с большой долей чувственности и элегантности. В течение жизни женщина играет сотни ролей: возлюбленная, профессионал, жена, мать, наставница... По мнению дизайнера, она в любой ситуации должна оставаться женственной, потому что женственность всегда в моде. +

**A**nathea by Parakian – самая новая его марка, основанная в 2008 году. Она была создана для дам с пышными формами, начиная с российского размера 46 и заканчивая размером 62. Фактура тканей, крой и рисунок рассчитаны на визуальную коррекцию фигуры. В коллекциях представлены брючные и юбочные костюмы, платья, топы и рубашки. Названа же линия в честь двух дочерей мастера: Анны и Тэи. Паракян понимает, что для женщин нравиться себе – значит нравиться другим. Придерживаясь дизайнерского стиля, линия Anathea выражает чрезвычайную чувственность и удовольствие. Удовольствие оставаться самой собой и подчеркивать различия, выраженные в линиях и деталях. Все, как задумано природой, воплощено в элегантных и ярких туниках и платьях, брюках и манто. Восточные нотки, изысканные штрихи, много страсти и чувственности. Стиль, придуманный мужчиной, любящим праздники. Это взрыв цвета ради цвета, полет материи ради любви к впечатлениям, свободы форм и оригинальности ради удовольствия оставаться собой и абсолютное внимание к деталям как наследственное стремление к достижению совершенства. Anathea – это символ нежности, женственности и проявление индивидуальности. Это линия, которую Дидье Паракян создал, чтобы раскрыть прелести всех без исключения женщин, помочь им преподнести себя миру полными жизни и чувственности.

Коллекции Anathea отличает многоцветие красок. То мягкие и нежные, то стремительные и



Anathea by Parakian

# 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 Ukraine**



Все о модном бизнесе в Украине  
4 раза в год  
Тираж: от 4000 экз.

**Журнал PROfashion Kazakhstan**



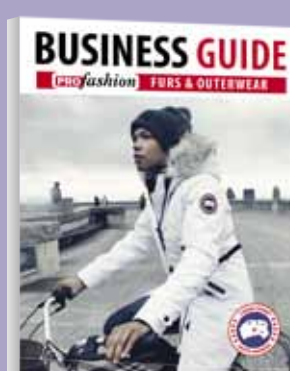
Все о модном бизнесе в Казахстане  
3 раза в год  
Тираж: от 2000 экз.

**Журнал PROfashion lingerie /Модное Белье**



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

**PROfashionMеха & Верхняя Одежда**



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

**CPM PROfashion Store Concept**



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

**Каталог PROfashion Kids**



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

**Каталог PROfashion Hats & Accessories**



База производителей и дистрибьюторов головных уборов и аксессуаров  
1 раз в год  
Тираж: от 15 000 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 45 000 e-mail адресов

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

**ALLSIZE**  
COMPANY

**GREYES**  
BY ALLSIZE COMPANY



**REPLIKA**  
JEANS

CPM  
Forum  
B04



## 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.**

**anathea**  
BY **PARAKIAN**

CPM  
8.1 B15



## 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**

1. Бренд: **Anathea 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**

### ОПИСАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Восточные нотки, изысканные штрихи, страсть и чувственность – все это о новой коллекции Anathea by Parakian. Стиль, придуманный мужчиной, который привык получать от жизни удовольствие и делать каждый день праздником. Это взрыв цвета ради эмоций, материи ради любви к впечатлениям, оригинальности и свободы форм ради удовольствия оставаться собой и абсолютное внимание к деталям как наследственное стремление к достижению совершенства. Женщина Anathea уникальна тем, что гордится своей многогранностью. Она отказывается быть вписанной в определенные рамки и играть заранее написанную роль. Базовой палитрой новой коллекции этого бренда для полных женщин неизменно становятся краски марсельского берега. Здесь синий и оранжевый смешиваются с песчаными и коричневыми элементами, а широкоформатные принты делают наряды очень выразительными. Летом именно такой одежды хочется полным женщинам, которые ценят комфорт и хотят удивлять и обращать на себя внимание мужчин.

**Angel Circle**

CPM  
Forum  
E47



## ANGEL CIRCLE

Наименование компании: **Angel Circle**  
Контактное лицо: **Елена Яскова**  
Город: **Москва**  
Телефон: **+7 917 542 02 42**  
E-mail: **elena\_yas@mail.ru**  
Интернет: **www.angelcircle.net**

1. Бренд: **Angel Circle**
2. Страна происхождения: **Дания**
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **женские костюмы из вискозы; батик, вышивка**
4. Размерный ряд продукции: **46 – 68, российские размеры**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 30 лет**
6. В каких странах представлена марка: **страны Евросоюза, Россия**

7. В каких российских регионах представлена марка: **во всех российских регионах**
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **независимые ритейлеры**
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **в Европе – 3000 евро, в России – 6000 евро**
10. Программа клиентской поддержки: **нет**



**ALLSIZE**  
COMPANY

THE WORLD'S LEADER OF

**BIG & TALL**

L-8XL // LT-4XLT

CPM: B04-04 PAVILION FORUM



РЕКЛАМА

**GREYES**  
BY ALLSIZE COMPANY



**REPLIKA**  
JEANS



## ATLANTIC

Наименование компании: **ООО ВИЗ РС**

Город: **Москва**

Адрес: **Малая Семеновская ул., д. 11, стр. 4**

Телефон: **+7 495 646 05 94**

E-mail: **info@atlantic-visrs.com**

Интернет: **www.atlantic-brand.ru**

**www.atlantic-shop.ru**

1. Бренд: **ATLANTIC**

2. Страна происхождения: **Польша**

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **женское нижнее белье, мужское нижнее белье, купальники, плавки, одежда для дома, футболки, детское белье, термобелье, носки**

4. Размерный ряд продукции: **A-G, 63-90**

5. В каких странах представлена марка: **Россия, Польша, Украина, Казахстан, Литва, Латвия, Эстония, Белоруссия, Румыния, Чехия, Молдавия**

6. В каких российских регионах представлена марка: **почти во всех**

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

8. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **от 1500 евро**

9. Программа клиентской поддержки:

приобретая франшизу магазина мужского, женского и детского белья ATLANTIC, вы получаете:

- право пользоваться товарным знаком ATLANTIC,
- максимально льготные условия закупки товара и «свободный склад» в Москве,
- консультации и техническую поддержку на стадии организации и запуска магазина,
- бесплатный индивидуальный дизайн-проект магазина,
- консультации и рекомендации при закупке товара,
- расчет товарного наполнения,
- бесплатное первоначальное обучение персонала магазина,
- консультации по визуальному мерчендайзингу,
- рекламную и маркетинговую поддержку,
- упоминание информации о Вашем магазине во всех проводимых компанией рекламных акциях в федеральных журналах и TV,
- образцы и макеты рекламных и POS-материалов

*новые*  
**БОЛЬШИЕ  
РАЗМЕРЫ**

ООО «ВИЗ РС» - официальный представитель Atlantic S.A. в России  
г. Москва, ул. Малая Семеновская, д. 11а, стр. 4  
(495) 646-05-94, (495) 661-87-56  
atlantic-brand.ru, info@atlantic-visrs.com

Интернет-магазин: [www.atlantic-shop.ru](http://www.atlantic-shop.ru)  
Тел: (495) 545-45-20, [info@atlantic-shop.ru](mailto:info@atlantic-shop.ru)



РЕКЛАМА

ATLANTIC®



## BLAEST BYLILLEBOE

Наименование компании:

**Bylilleboe/Amundsenshop**

Контактное лицо: **Тамара Кузнецова**

Адрес: **Artsadveien 4, 5009 Bergen, Norway**

Телефон: **+47 91308995, +7 9134236995**

E-mail: **info@blaest.ru**

Интернет: **www.blaest.ru**

1. Бренд: **Blaest Bylilleboe**

2. Страна происхождения: **Норвегия**

3. Объем выпускаемой продукции:  
**50 000 единиц в год**

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

5. Размерный ряд продукции: **от 42 до 56**

6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 25 до 60 лет**

7. В каких странах представлена марка: **Австралия, Канада, США, КНР, Греция, Германия, Ирландия, Италия, Япония, Нидерланды, Швейцария, Испания, Швеция,**

**Великобритания, Россия**

8. В каких российских регионах представлена марка: **Кемерово, Краснодар**

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

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **5000 евро**

11. Программа клиентской поддержки: **действует**



*Bestform*  
Lingerie

## BESTFORM

Наименование компании: **«Парижанка»**

Город: **Москва**

Адрес: **Варшавское шоссе, 125/1, подъезд 12**

Телефон: **+7 495 632 02 53**

Интернет: **www.bestform.fr**

1. Бренд: **Bestform**

2. Страна происхождения: **Франция**

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **бренд Bestform специализируется на производстве купальников, нижнего белья, корректирующего и корсетного белья**

4. Размерный ряд продукции: **широкий размерный ряд бюстов от 75С до 110F. Марка предлагает большой выбор размеров, от чашки В до чашки J. Диапазон размеров полностью адаптирован к потребностям рынка и к привычкам потребителя.**

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **женщины от 25 до 60 лет**

6. В каких странах представлена марка: **в 25 странах: Европа, Америка, Россия, Украина**

7. В каких российских регионах представлена марка: **во всех, где представлена сеть «Парижанка»**

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **сеть фирменных магазинов, мультибрендовые магазины, интернет-магазин**

**бip\*бip**



## BIP-BIP

Наименование компании: **«Парижанка»**

Город: **Москва**

Адрес: **Варшавское шоссе, 125/1, секция 12**

Телефон: **+7 495 632 02 53**

Интернет: **www.bip-bip.ru**

1. Бренд: **Bip-Bip**

2. Страна происхождения: **Франция**

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **бренд Bip-Bip специализируется на производстве купальников и других моделей пляжного гардероба. Купальники отшиваются из тканей лучших европейских производителей с использованием уникальной нити Xtra Life LYCRA, которая обеспечивает изделию особую долговечность**

4. Размерный ряд продукции: **широкий размерный ряд, в коллекции есть купальники размером до 52 (европ. 46) и чашкой бюстгальтера до G**

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **целевая аудитория купальника Bip-Bip – ухоженная яркая женщина любого возраста, любящая уделять время своей красоте**

6. В каких странах представлена марка: **Франция, Монако, Люксембург, Нидерланды, Бельгия, Германия, Австрия, Великобритания, Кипр, Мальта, Италия, Испания, Венгрия, Польша, США, Украина, Казахстан, Россия, Габон, ОАЭ, Оман**

7. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Воронеж, Санкт-Петербург, Сочи, Екатеринбург, Новосибирск, Белгород**

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **в магазинах фирменной сети «Парижанка», также в других мультибрендовых магазинах и в формате shop-in-shop**

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **средний заказ в Европе – около 2000 евро**



## 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**

40 40  
40 40  
40 40  
40 40  
40 40  
40 40  
40 40



CHALOU

aprico  
by CHALOU

Sempre più  
BY CHALOU

PaDy  
by Dagmar Barth

CPM  
Forum FO – B38

40 Лет CHALOU

www.chalou.de, Tel:+7(495) 761-49-01, Email: chalou.moscow@mail.ru

# 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-й 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**

### ОПИСАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Новая коллекция Faber – воплощение женственности. Модельеры марки делают доступными все современные модные тенденции и используют прекрасные материалы. Главная тема коллекции – правильное сочетание европейской элегантности и модных тенденций. Цветовая палитра очень широка и состоит из нескольких базовых тем. Это и гламурный красный, разбавленный цветами лосося и омара, и оттенки хаки с камышовым, и яркий желтый. Хлопок в сочетании с пряжей мериносо дополнен комбинацией активных веществ из витамина E и экстракта алоэ веры, что придает пряже эффект шелка, мягкость и повышает комфортность изделия. Все это говорит само за себя – вещи Faber станут незаменимыми и любимыми в гардеробе каждой девушки.



# FA

## Concept<sup>®</sup>

by Franck Anna

CPM  
8.2 C08

## FA CONCEPT

Наименование компании:  
**France Trade Fashion Group**  
 Город: **Paris**  
 Адрес: **22 rue de la Voie des Bains 95100 Argenteuil France**  
 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: **Стильная женская одежда больших размеров, платья, брюки, юбки, туники. Ткани – хлопок, лен, вискоза.**
4. Размерный ряд продукции: **42 – 62**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **30 лет и старше**
6. В каких странах представлена марка: **Франция, Бельгия, Германия, Италия, Россия**

7. В каких российских регионах представлена марка: **все 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: **100 – 200 единиц**
10. Программа клиентской поддержки:  
**рекламная продукция, каталоги, мерчандайзинг**

# FGL<sup>®</sup>

by FIGALOS

CPM  
8.2 C21



## FGL BY FIGALOS

Наименование компании:  
**Bros K. Stathopoli OE**  
 Контактное лицо: **Ioanna Stathopoulous**  
 Адрес: **Patroklou 119, Iliou 131 22 Athens Greece**  
 Телефон: **+30 210 2611097**  
 E-mail: **info@figalos.gr**  
 Интернет: **www.figalos.gr**

1. Бренд: **FGL by Figalos**
2. Страна происхождения: **Греция**
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **формальная и повседневная одежда из тщательно отобранных качественных тканей, коллекция женских платьев на каждый случай**
4. Размерный ряд продукции: **с 48 по 64-й, большие размеры – по запросу**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 25 лет**
6. В каких странах представлена марка: **Россия, США**

7. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **монобрендовые и мультибрендовые магазины**
8. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **от 15 000 до 60 000 евро, в зависимости от категории продукции**
9. Программа клиентской поддержки:  
**предоставление каталогов и баннеров**



## 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  
C33

## DORISSTREICH.



## 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**

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: **8 000 евро**

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

CPM  
Forum  
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**



EDUARD DRESSLER

Finest Menswear. Since 1929.

РЕКЛАМА

Адрес шоу-рума: Москва, ул. 1905 года,

д 7 стр 1 корп Г 4-й этаж

Тел.: +7 (495) 984 02 77

showroom@muschel-kg.de

[www.muschel.tv](http://www.muschel.tv)

Мы всегда открыты для соискателей!

**MUSCHEL**

## 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**

CPM  
Forum  
E43

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-й 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 5 000 до 8 000 евро, для России нет регламентированного объема заказа**

## eterna



### ETERNA

Наименование компании: **Шоу-рум Bersaglio**

Контактное лицо: **Татьяна Леонова**

Город: **Москва**

Адрес: **Москва, Кировоградская ул., 23а, стр. 1**

Телефон: **+7 (495) 988 44 80**

E-mail: **info@bersaglio.ru**

Интернет: **www.bersaglio.ru**

CPM  
Forum  
H23

1. Бренд: **Eterna**
2. Страна происхождения: **Германия**
3. Объем выпускаемой продукции: **в 2012 году было произведено 3,4 миллиона сорочек и 670 000 блуз**
4. Годовой оборот компании: **100 млн. евро**
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: **сорочки – ворот 37–54, блузы – ворот 34–48 (немецкий размер)**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **для всех возрастов**

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: **6000–10 000 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**

CPM  
Forum  
F29

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**





**EUREX**  
BY BRAX

**MTG**  
GERMANY

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В СНГ**

+ 49 251 1337 0 (Германия)  
+7 495 849 22 73 (Москва)  
e-mail: info@mtg-germany.ru  
www.mtg-germany.de

**РАЗМЕЩЕНИЕ ЗАКАЗА НА КОЛЛЕКЦИЮ ВЕСНА-ЛЕТО 2014**

**СРМ** Москва, ЦВК «Экспоцентр» Павильон Forum Fo-F29, с 04.09 - 07.09.2013  
**Showroom** Москва, Щёлковское шоссе д.7, до 13.09.2013

# 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 г.Москва,  
ул. Вавилова д.69/75 оф.326**

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

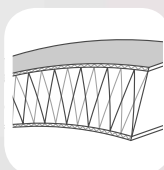
E-mail: **felina-moskau@mail.ru**

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: **A-H; 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**

# felina



**Материал 3D-Спасер**  
Легкий, эластичный и  
вместе с тем  
формоустойчивый  
дышащий материал.

**PURE BALANCE**  
**UP TO G CUP**



## GALY&GALIA

Наименование компании: **GALY&GALIA**  
 Контактное лицо: **Mr Jaouher Dammak**  
 Адрес: **Km1, Route de Sousse, 5016 Ksar Hellal**  
 Телефон: **00216 73 473 190/**  
**00216 73 472 126**  
 E-mail: **adm@sartex.com.tn**

1. Бренд: **GALY&GALIA**
2. Страна происхождения: **Тунис**
3. Объем выпускаемой продукции: **3 млн единиц товара в год**
4. Годовой оборот компании: **48 млн евро**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **одежда из денима (брюки, шорты, юбки, платья, куртки и т.д.)**
6. Размерный ряд продукции: **зависит от запроса заказчика**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **зависит от запроса заказчика**
8. В каких странах представлена марка: **ЮАР, Казахстан**
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **мультибрендовые магазины, формат shop-in-shop**



*Gigi*  
by steilmann

## 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: **business и casual, конфекция и верхняя одежда**
6. Размерный ряд продукции: **38–56-й (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**



## 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-й**
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.**

## HELMIDGE

CPM  
7.4 B14



### 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-й**
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  
F46



### 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-й**
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**

## JUPITER®

CPM  
Forum  
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-й**
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, и 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**



K I T A R O

M E N

CPM  
Forum  
C39



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**

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**

## 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**

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



K I T A R O

M E N



**CPM** Павильон Форум, стенд C39  
Romb GmbH  
Москва, Кронштадтский бульвар, д. 7  
Тел.: 8 (916) 691-37-19 (Россия),  
+49 30 915-94-038 (Германия)  
o.rom@t-online.de, t.b.bogdanova@gmail.com  
www.romb-fashion.ru

РЕКЛАМА

## KjBRAND®

STYLE YOUR LIFE - FEEL HAPPY!



### KJBRAND

Наименование компании: **Brand Bekleidungs GmbH**  
 Контактное лицо: **Frau Anna Melcher**  
 Адрес: **Rücker Str. 8 63820 Elsenfeld / Germany**  
 Телефон: **0049 (0) 9371 / 989363**  
 E-mail: **anna@brand-fashion.de**  
 Интернет: **www.kjbrand.de**

1. Бренд: **KjBRAND**
2. Страна происхождения: **Германия**
3. Объем выпускаемой продукции: **около 400 000 единиц**
4. Годовой оборот компании: **около 10 млн евро**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **смешанная коллекция из денима, хлопчатобумажной ткани и льна**
6. Размерный ряд продукции: **38–58-й**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки **от 30 до 60 лет**

8. В каких странах представлена марка: **в ЕС и странах третьего мира**
9. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Великий Новгород, Воронеж, Ростов-на-Дону, Тюмень**
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: **от 100 единиц продукции**
12. Программа клиентской поддержки: **каталоги и рекламные материалы (проспекты и плакаты)**

CPM  
Forum  
D46

## LB

### LEANDRO BUSTOS



### LEANDRO BUSTOS

Наименование компании: **Industrial Pantalonera Española S.A.**  
 Контактное лицо: **Miguel Angel Bustos**  
 Адрес: **C/ San José de Calasanz, 1, 45800 Quintanar de la Orden (Toledo) 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: **1 200 000 брюк в год**
4. Годовой оборот компании: **20,7 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 80**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 25 лет и старше**

8. В каких странах представлена марка: **Испания, Португалия, Франция, Мексика, Австралия, Россия**
9. В каких российских регионах представлена марка: **Москва**
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **моно- и мультибрендовые магазины, универмаги**
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **5000 евро**
12. Программа клиентской поддержки: **программа поддержки имеется**

CPM  
2.2 D05

## LIOLA



### ЛИОЛА

Наименование компании: **ЛИОЛА СПА, представительство в России – шоу-рум Muschel**  
 Контактное лицо: **Елена Бирюкова**  
 Адрес: **г. Москва, улица 1905 года, д. 7, стр. 1, корпус Г, 4-й этаж**  
 Телефон: **+7 (495) 984 02 77**  
 E-mail: **biryukova@muschel-kg.de**  
 Интернет: **www.muschel.tv**

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-й**
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**

CPM  
2.1 D57



CPM  
3.2 B29



## 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: **800 000 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**



## 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-го 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**

### ОПИСАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Новая коллекция Maxima воплощает блеск и красоту элитной одежды в сочетании с элегантностью и спортивными элементами, которые очень актуальны летом. Бренд ценят за простоту и комфорт, умение подчеркнуть красоту женской фигуры. Сложный крой, благородные материалы и яркие акценты коллекции подаются теперь просто и легко. Образы новой коллекции навеяны женственностью 50-х годов и свободным стилем 70-х. Здесь много принтов – и геометрические рисунки, и цветы, и яркие радужные полосы, и даже деграде. Новая Maxima – это гармоничная палитра цветов, которая делает каждую вещь индивидуальной. Базовые цвета – белый, черный, бежевый, цвет капучино и денима, но присутствуют и яркие акценты фруктовых оттенков: клубничный, вишневый, апельсиновый и другие.



## MELLEM

Наименование компании: **Франс Трейд**  
 Контактное лицо: **Юлия Ефремова**  
 Адрес: **22, rue de la voie des Bans, 95100, Argenteuil**  
 Телефон: **+33 1 39 340 341**  
 E-mail: **francetrade95@gmail.com**  
 Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: **MELLEM**
2. Страна происхождения: **Франция**
3. Объем выпускаемой продукции: **около 70 000 единиц в год**
4. Годовой оборот компании: **27,5 млн евро**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **женская одежда, все виды тканей, все виды стилей: рубашки, брюки, юбки, жилеты и т. д.**
6. Размерный ряд продукции: **44–54**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 35 до 55 лет**

8. В каких странах представлена марка: **Испания, Италия, Россия, Бельгия, Люксембург, Нидерланды, Украина**

9. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Московская область, Екатеринбург, Краснодар, Махачкала, Владивосток, Волгоград**

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

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **около 4000–5000 евро**

12. Программа клиентской поддержки: **реклама в точках продажи, постеры, оборудование**

# 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  
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**



## murek®

CPM  
Forum  
C38

### 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**

## Naulover

1957

CPM  
2.2 D15



### NAULOVER

Наименование компании: **Naulover,S.A.**  
Контактное лицо: **Michel Goffard**  
Адрес: **Muntaner, 240-242, 2º 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:



CPM  
Forum  
C47



## OAKMAN & LIFE & LIMB

Наименование компании: **Saville Heaton**  
 Контактное лицо: **William Heaton**  
 Адрес: **86 Bradford Road, Dewsbury, West Yorkshire WF13 2EE England**  
 Телефон: **00447831 388 888**  
 E-mail: **wheaton@saville-heaton.co.uk**  
 Интернет: **www.saville-heaton.co.uk**

1. Бренд: **OAKMAN & LIFE & LIMB**
2. Страна происхождения: **Великобритания**
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: **брюки, джинсы, рубашки, шорты, топы, куртки и костюмы**
5. Размерный ряд продукции: **стандартные и большие размеры**
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **Oakman – от 35 лет, Life & Limb – от 25 лет**

7. В каких странах представлена марка: **в Великобритании, Ирландии, Франции, Нидерландах, Гонконге, Новой Зеландии, Австралии, России, Швейцарии, Италии, Бельгии, Дании, Швеции, Норвегии, Финляндии и на Мальте**
8. В каких российских регионах представлена марка: **в Москве**
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **мультибрендовые магазины, универмаги**



CPM  
8.1 A31

## ODRI

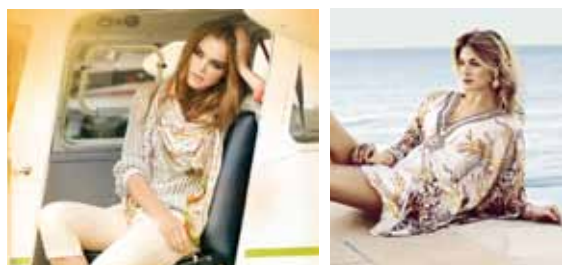
Наименование компании: **ООО «Фабрика Стиля»**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **Варшавское шоссе, дом 9, стр. 1Б**  
 Телефон: **+7 495 780 61 71**  
 E-mail: **d.giy@odrifashion.com**  
 Интернет: **www.odrifashion.com**

1. Бренд: **ODRI**
2. Страна происхождения: **Россия**
3. Объем выпускаемой продукции: **50 000 единиц**
4. Годовой оборот компании: **50 млн рублей**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **верхняя одежда для женщин, мужчин и детей, трикотаж**
6. Размерный ряд продукции: **женский 38–52-й, мужской 44–56-й, детский от 0 до 16 лет**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **все возрастные группы**

8. В каких странах представлена марка: **в странах СНГ, России, Италии**
9. В каких российских регионах представлена марка: **во всех значимых регионах РФ**
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **во всех форматах магазинов**
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **250 000 рублей**
12. Программа клиентской поддержки: **в поддержку бренда марка ODRI на регулярной основе проводит показы в рамках Volvo Fashion Week, поддерживает представительства печатной продукцией и промоакциями**

## OPEN END

CPM  
3.2 B19-  
C20



## 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 / шоурум 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-го**
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.**



femìs®

www.femidonna.it

PEKJAWA

CPM 04th - 07th SEPTEMBER 2013 STAND 2.1 - E38 / F37

**GIRONACCI ARDUINO**

Contrada Cavallino, 47 - Civitanova Marche - Italy



CPM  
8.2 C07

## RYVIA

Наименование компании: **Франс Трейд**  
 Контактное лицо: **Julie Gedeon (France), представитель в России – компания Франс Трейд**  
 E-mail: [julie.gedeon@ryvia.fr](mailto:julie.gedeon@ryvia.fr)  
[francetrade@wanadoo.fr](mailto:francetrade@wanadoo.fr)  
 Интернет: [www.pausecafe.fr](http://www.pausecafe.fr)

1. Бренд: **PAUSE CAFE**
2. Страна происхождения: **Франция**
3. Годовой оборот компании: **25 млн евро**
4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **коллекция одежды для полных женщин**
5. Размерный ряд продукции: **французские размеры от 36 до 54**
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 30 до 60 лет**
7. В каких странах представлена марка: **более чем в 25 странах на 3 континентах**

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

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **1500 партнеров, все форматы магазинов – 70 монобрендовых фирменных магазинов во Франции, мультибрендовые магазины в России**

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **средняя цена за изделие – 56 евро**

11. Программа клиентской поддержки: **зависит от формата торговой точки**



## POLIM PIER

CPM  
2.2 E46

## POLIM PIER

Наименование компании: **CAN-TEKS TEKSTIL TURIZM IC VE DIŞ TIC. LTD. ŞTİ**  
 Контактное лицо: **Ms. Rena Polat**  
 Адрес: **KERESTECILER SITESI SAVAS CAD. SILSUPUR HAN NO:41/2 MERTER – ISTANBUL – TURKEY**  
 Телефон: **+90 212 504 30 35, +90 212 556 13 82**  
 E-mail: [renapolat@polimpier.com.tr](mailto:renapolat@polimpier.com.tr),  
[info@polimpier.com.tr](mailto:info@polimpier.com.tr)  
 Интернет: [www.polimpier.com.tr](http://www.polimpier.com.tr)

1. Бренд: **POLIM PIER**
2. Страна происхождения: **Турция**
3. Объем выпускаемой продукции: **400 000 единиц продукции**
4. Годовой оборот компании: **500 000 евро**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **мужская одежда – брюки, куртки, рубашки, футболки, свитера, костюмы, пальто, трикотажные изделия, обувь, сумки и аксессуары**
6. Размерный ряд продукции: **футболки: S-M-L-XL, рубашки: S-M-L-XL-XXL, брюки: 30-31-32-33-34, куртки: 48-50-52-54, пальто: S-M-L-XL, костюмы: 48-50-52-54, трикотаж: M-L-XL**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **мужчины от 18 до 35 лет**

8. В каких странах представлена марка: **Турция, Россия, Македония, Австрия, Австралия, Египет, Грузия, Греция, Румыния, Украина, Германия, Франция, Литва, Латвия, Кипр, Албания, Италия, Иран, Азербайджан, Косово**

9. В каких российских регионах представлена марка: **Москва**

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **нашу марку можно найти в мультибрендовых магазинах, а также в ассортименте оптовиков**

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **5000 евро**

12. Программа клиентской поддержки: **мы поддерживаем наших клиентов в части объема заказа и условий оплаты в зависимости от их лояльности**

## RAPHAELA

BY BRAX



CPM  
Forum  
F29

## RAPHAELA BY BRAX

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

1. Бренд: **Raphaella 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 Raphaella состоит исключительно из брюк. Коллекция очень разнообразна: хлопок, деним, шерсть.**
6. Размерный ряд продукции: **36–52-й (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 Raphaella 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**



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В СНГ  
+ 49 251 1337 0 (Германия)  
+7 495 849 22 73 (Москва)  
e-mail: info@mtg-germany.ru  
www.mtg-germany.de

**RAPHAELA**  
BY **BRAX**



**PRENCIPE & CO**  
CAMICERIA SARTORIALE

CPM  
3.1 A20

## PRENCIPE & CO

Наименование компании: **POINTEX S.A.S.**  
Контактное лицо: **Davide Bonetti**  
Адрес: **VIA LAVORO E INDUSTRIA 3, 25030 COCCAGLIO (BS) ITALIA**  
Телефон: **+39 0307731616**  
E-mail: **pointexmail@alice.it**  
Интернет: **www.pointexcamicie.com**

1. Бренд: **PRENCIPE & CO. – Camiceria sartoriale**

2. Страна происхождения: **Италия**

3. Объем выпускаемой продукции:  
**39 340 рубашек по итогам 2012 года**

4. Годовой оборот компании:  
**92 9412 евро по итогам 2012 года**

5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **мужские рубашки, преимущественно 100%-ный хлопок**

6. Размерный ряд продукции:  
**38–46, или S–XXXL**

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **классика и повседневные модели на любой возраст**

8. В каких странах представлена марка:  
**Италия, Россия, страны СНГ**

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

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **преимущественно бутики и монобрендовые магазины**

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



PRIMAVERA

## PRIMAVERA

Наименование компании: **Официальный дистрибьютер на территории РФ и странах СНГ «Галант Холдинг»**  
Контактное лицо: **руководитель отдела маркетинга и рекламы Ульяна Ворона: +7 495 651 93 48**  
Город: **Москва**  
Адрес: **3-й Красносельский переулок, д. 19**  
Телефон: **+7 499 264 7554**  
E-mail: **marketing@primavera.production.com**  
Интернет: **www.primaveramoda.com**

1. Бренд: **PRIMAVERA**

2. Страна происхождения: **Италия**

3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **корсетное белье, предпостельное белье**

4. Размерный ряд продукции: **70AA–100E**

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки:  
**17–29; 30–45; 45+**

6. В каких странах представлена марка:  
**Италия, Россия**

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

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

9. Программа клиентской поддержки: **организация презентаций, показов, обучение продавцов, бесплатное предоставление рекламных материалов**



TERRA

## TERRA EUROSTYLE

Наименование компании: **ООО «TERRA MOB»**  
Город: **Москва**  
Адрес: **Партийный пер., д. 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-й**

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**

2013 | 2014  
autumn-winter  
**New collection**

# TERRA

big size 52-70



г.Москва  
м. Серпуховская  
Партийный пер., д.1, корп.10  
тел.: +7(499)235-81-72  
факс: +7(499)235-82-27

24-27 сентября 2013г.  
г.Москва  
ВВЦ, пав.69,2 этаж,539  
[www.terra1.ru](http://www.terra1.ru)  
e-mail: [terra1@mail.ru](mailto:terra1@mail.ru)

## RAX

CPM  
8.2 C21



### RAX

Наименование компании: **RAX Sportswear Ltd.**  
 Контактное лицо: **Anna Raxeovsky Ioannidou**  
 Адрес: **Souri 20, Peristeri 131 21 Athens Greece**  
 Телефон: **+30 210 5781303**  
 E-mail: **info@raxsportswear.gr**  
 Интернет: **www.raxsportswear.gr**

1. Бренд: **RAX**
2. Страна происхождения: **Греция**
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **повседневная и домашняя одежда из джерси и трикотажа**
4. Размерный ряд продукции: **от 48 до 64-го, размеры больше – по запросу**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 25 лет**

6. В каких странах представлена марка: **Россия**
7. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **моно- и мультибрендовые магазины**
8. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **от 10 000 до 50 000 евро, в зависимости от категории продукции**
9. Программа клиентской поддержки: **снабжение каталогами и баннерами**



### ROBINSON LES BAINS

Наименование компании:  
**ROBINSON LES BAINS**  
 Контактное лицо: **Julia Engström**  
 Адрес: **6, Rue Debelleyme 75003 PARIS FRANCE**  
 Телефон: **+331 42 77 60 39**  
 E-mail: **julia@robinsonlesbains.com**  
 Интернет: **www.robinsonlesbains.com**

1. Бренд: **ROBINSON LES BAINS**
2. Страна происхождения: **Франция**
3. Объем выпускаемой продукции: **20 000 единиц**
4. Годовой оборот компании: **1,2 млн евро**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **мужская пляжная одежда и аксессуары**
6. Размерный ряд продукции: **XS-XXXL**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 25 до 65 лет**

8. В каких странах представлена марка: **страны Евросоюза, Россия, Япония, Южная Корея, США, Мальдивские острова**
9. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Санкт-Петербург**
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **shop-in-shop, корнеры в универмагах, мультибрендовые магазины**
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **10 000 евро**
12. Программа клиентской поддержки: **существует**

## TUZZI nero

CPM  
Forum  
F29



### TUZZI NERO

Наименование компании:  
**Tuzzi Fashion GmbH**  
 Контактное лицо: **Лариса Орлова**  
 Город: **Fulda**  
 Адрес: **Edelzeller Str. 51**  
 Телефон: **+49 251 1337 154**  
 E-mail: **info@mtg-germany.de**  
 Интернет: **www.mtg-germany.de**

1. Бренд: **TUZZI NERO**
2. Страна происхождения: **Германия**
3. Объем выпускаемой продукции: **30 000 единиц в год**
4. Годовой оборот компании: **товарооборот марки TUZZI NERO составляет 15% от общего товарооборота компании TUZZI Fashion GmbH**
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **ультрамодежные женственные платья, юбки, брюки, блейзеры, блузы, трикотаж, футболки, аксессуары, а также верхняя одежда; средний ценовой сегмент big-size между сегментами премиум и масс-маркет**
6. Размерный ряд продукции: **с 42-го по 54-й европейский размер**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **дамам с пышными формами от 30 лет**
8. В каких странах представлена марка: **одежда TUZZI NERO представлена прежде всего в Германии и России, а также в Швейцарии,**

9. В каких российских регионах представлена марка: **практически во всех регионах – Москва, Центральная Россия, Поволжье, Урал, Южная Россия, Сибирь**
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **марка представлена в фирменных магазинах (shop-in-shop) и бутиках (corner), специализированных магазинах для продажи модной одежды больших размеров**
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **средний бюджет одного заказа в сезон составляет 3000–3500 евро**
12. Программа клиентской поддержки: **общее годовое планирование закупок, консультирование по закупкам и ассортименту, тренинг персонала, визуальный мерчандайзинг, снабжение рекламным материалом, оригинальный дизайн оформления торгового пространства**



Реклама



www.tuzzi.de



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В СНГ  
+ 49 251 1337 0 (Германия)  
+7 495 849 22 73 (Москва)  
e-mail: info@mtg-germany.ru  
www.mtg-germany.de

РАЗМЕЩЕНИЕ ЗАКАЗА НА КОЛЛЕКЦИЮ ВЕСНА-ЛЕТО 2014

Showroom Москва, Щёлковское шоссе д.7, с 19.08.-30.09.2013

TUZZI **nero**



## Triumph

CPM  
2.4 A06

### TRIUMPH INTERNATIONAL

Наименование компании:

**Triumph International**

Город: **Москва**

Адрес: **Дербеневская набережная, д.7, к.22, БЦ "Новоспасский 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-й**

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**



CPM  
Forum  
E03

### 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 евро**

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 евро, начальный бюджет для России – от 3000 евро**

## Ulla Popken



### ULLA POPKEN

Наименование компании: **Ulla Popken GmbH**

Адрес: **Ulla Popken GmbH Am Waldrand 19 D-26180 Rastede**

Телефон: **+49 (0) 4402 799 273, fax: +49 (0) 4402 799 298, mobile: +49 (0) 172 431 956**

E-mail: **Servicekonto.Franchising@popken.de, marc.brocato@popken.de**

Интернет: **www.ullapopken.de**

1. Бренд: **Ulla Popken**

2. Страна происхождения: **Германия**

3. Годовой оборот компании: **год 2011/12 – 247,4 млн. евро (брутто)**

4. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: **продукция Ulla Popken GmbH соответствует высочайшим стандартам качества. Для этих целей для всех поставщиков и партнеров установлены принципиальные условия закупки товара. Интенсивные и широко охватывающие усилия по управлению и контролю качеством сопровождают продукцию на всех стадиях, включая планирование, производство и отгрузку. Безопасность продукции означает для Ulla Popken GmbH безопасность потребителей.**

5. Размерный ряд продукции: **немецкие размеры с 42 по 66**

6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **женщины всех возрастных групп**

7. В каких странах представлена марка: **Германия, Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Франция, Чехия, 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, Новосибирск, Красноярск, Кемерово, Екатеринбург, Омск, Оренбург, Иркутск, Улан-Удэ, Барнаул, Уфа, Нижневартовск, Краснодар, Иваново, Ярославль, Кострома, Самара**

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **зависит от размера магазина**

10. Программа клиентской поддержки: **существует**



## 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-й 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**

*Полюбите себя такой, какая Вы есть!*



Viviana Plus — это настоящая, незыблемая красота, которая не мыслится категориями моды и моделей, навязанных средствами массовой информации.

В коллекции представлены шелковые платья, туники, топы, блузы, юбки, элегантные костюмы и коктейльные платья.

Приятной свежей ноткой звучат элегантные нежные платья, с чуть завышенной линией талии, которые идеально сидят на женщинах с рубеновскими формами, но при этом еще и выгодно подчеркивают роскошную грудь. А особая длина платьев и юбок чуть скрывает приятную округлость коленей, придавая их обладательнице шарм и загадочность.

Цветовая палитра коллекции сдержанна, как и сама женщина Viviana Plus – жемчужный серый, элегантный бежевый и песочный, строгий черный, яркий винно-окрасный.



## 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-го 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

**CPM**  
Forum  
J19

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**

#### ОПИСАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Для нового сезона бренд Verpass подготовил уже полюбившиеся женщинам немного небрежные силуэты, которые за счет своей зауженности снизу и объемности сверху идеально садятся по фигуре. Главный образ нового сезона – это простой спортивный стиль в сочетании с женственными формами. Акцент делается на комфорт и удобство одежды, а тянущиеся ткани позволяют визуально преобразить фигуру и подчеркнуть достоинства женщины. Фруктовые цвета коллекции отвечают всем модным тенденциям, а глубокий синий и песочный делают отсылку к морской романтике, которой так хочется летом. Также в коллекции Verpass активно используется и новое цветовое решение – это черно-белая гамма в сочетании со свежим и сочным вишневым цветом. Среди принтов преобладают полосы, различные графические узоры и цветы.

## 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-й (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**

**CPM**  
Forum  
F11

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**

## VLASTA



### VLASTA

Наименование компании: **DOOSHION GARMENT CO., LTD.**

Контактное лицо: **Евгения Севостьянова**

Город: **Пекин**

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: **основное направление в продукции VLASTA – зимняя и демисезонная верхняя одежда**
4. Размерный ряд продукции: **48 / 50 / 52 / 54 / 56 / 58**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **женщины от 25 до 50**
6. В каких странах представлена марка: **Россия, страны СНГ, США и Испания**
7. В каких российских регионах представлена марка: **во многих регионах России, Россия является главной площадкой для реализации продукции VLASTA**

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **в мультибрендовых магазинах в формате корнера**

**CPM**  
7.6,  
A72-B71

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **начальный минимальный заказ – 5000 евро, средний бюджет составляет 20 000 – 25 000 евро**
10. Программа клиентской поддержки: **система скидок (в зависимости от объема заказа), поддержка рекламных мероприятий, участие в выставочной деятельности партнеров, развитие концепта, помощь в оформлении витрин, мерчандайзинг**

# СПАСИБО! | THANK YOU!

## ПАРТНЕРЫ | SPONSORS


## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ | MEDIA PARTNERS


**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-го 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**



**PRO***fashion*

**IGEDO COMPANY**



Anathea by Parakian

**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: 7000 экземпляров  
 Отпечатано в типографии «Морозов принт»  
 123103, Москва, наб. Новикова-Прибоя, 14/1  
 тел. 8 (499) 720 26 80  
 факс: 8 (499) 199 33 66  
 язык: русский

**РАСПРОСТРАНЕНИЕ:** бесплатное среди посетителей выставки CPM по базе компаний, представляющих одежду больших размеров  
 Электронная версия на сайтах:

**www.profashion.ru**  
**www.cpm-moscow.ru**

Следующий выпуск  
**PROfashion Большие размеры / SUPER SIZE CPM №2 – 24 февраля 2014 г.**  
 Заявки принимаются до 5 февраля 2014 года.  
 Контакты: Татьяна Белькевич  
 Тел. +7 (495) 626 30 20  
 director@profashion.ru

**Издательский Дом PROfashion**

**главный редактор**  
 Юна Завельская  
 editor@profashion.ru

**и.о. шеф-редактора**  
 Мария Востокова  
 sub-editor@profashion.ru

**ответственный секретарь**  
 Надежда Платонова  
 foto@profashion.ru

**арт-директор**  
 Людмила Великанова  
 art@profashion.ru

**редактор новостей**  
 Наталия Егорова  
 moda@profashion.ru

**корректор**  
 Наталия Афанасьева

**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 Полкова  
 adv1@profashion.ru

**ассистент рекламного отдела**  
 Александра Потапкина  
 am@profashion.ru

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

Дина Усманова (Италия)  
 adv2@profashion.ru

Ольга Анискина  
 adv-agency@profashion.ru

**PR-директор**  
 Алена Лобанова  
 agency@profashion.ru

**директор по развитию**  
 Юрий Гуцин  
 expo@profashion.ru

**PR-менеджер**  
 Елена Крыкова  
 pr@profashion.ru

**контент-редактор**  
 Евгений Антоноук  
 online@profashion.ru

**менеджер по распространению**  
 Екатерина Пелипенко  
 sales@profashion.ru

**секретарь редакции**  
 Есения Русанова  
 info@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.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**  
 123007, Москва,  
 Бизнес-центр «Бега»,  
 3-й Хорошевский пр., 1, стр. 1;  
 тел. +7 (495) 626 3020  
 www.profashion.ru

# wille

Perfect styles for every size!



Павильон Forum,  
стенд E33-D42

## CPM

Тел. +49 89 69 38 67 0  
info@gulhandel.de  
www.willefashion.de,  
www.gulhandel.de



Ulla Popken

**СТИЛЬНАЯ ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА  
БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ**

- 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](http://www.ullapopken-moscow.ru)