



WorldFood Ukraine magazine —
професійне видання про учасників,
події, партнерів виставки



worldfood UKRAINE MAGAZINE №1

15 років лідируємо з вами

31 жовтня •
2 листопада 2012

Київ, МВЦ, пр-т Броварський, 15, (М) «Лівобережна»

XV Ювілейна міжнародна виставка продуктів харчування та напоїв



Запрошуємо на виставку! ПРИВІТАЛЬНЕ СЛОВО ОРГАНІЗАТОРІВ ВИСТАВКИ

Шановні друзі,

Ми щиро вдячні кожному з вас за інтерес до виставки WorldFood Ukraine.

В цьому році виставці виповнюється 15 років, і цю дату ми хотіли б позначити випуском видання WorldFood Ukraine Magazine. У ньому Ви знайдете інформацію про учасників, партнерів, новини і події виставки. До створення WorldFood Ukraine Magazine нас підштовхнули ідеї з розвитку виставки, про реалізацію яких ми хотіли б вам розповісти.

WorldFood Ukraine в сегменті продуктів харчування і напоїв по праву є найбільшою в Україні виставкою, як за площею експозиції, так і за

кількістю учасників та відвідувачів-фахівців. Як ви вже знаєте, WorldFood Ukraine — частина всесвітньо відомого виставкового бренду WorldFood, і є більше ніж виставкою. WorldFood Ukraine — це унікальна професійна подія зі своєю історією і традиціями.

Місія WorldFood Ukraine — сприяння розвитку ділових та економічних зв'язків і комунікації між виробниками, дистриб'юторами і ритейлерами шляхом надання якісних виставкових послуг не лише під час, але до і після виставки на найвищому міжнародному рівні.

Мета WorldFood Ukraine — насичення українського ринку новими, якісними продуктами харчування, виведен-

ня на міжнародний ринок продукції національних виробників.

Ми впевнені, що WorldFood Ukraine стане корисним інструментом для розвитку вашого бізнесу. WorldFood Ukraine живе і розвивається для вас, тому ми будемо вдячні не лише за ваші коментарі і пропозиції, а навіть критику і зауваження. Сподіваємося, що WorldFood Ukraine Magazine отримає відгуки у професіоналів продовольчої галузі і буде корисний: керівникам виробничих та комерційних підприємств, дистрибуторам, ритейлерам, менеджерам з розвитку, закупівель і збуту, категорійним менеджерам і всім, кому цікава як наша виставка, так і вся галузь.

worldfood
UKRAINE
в internet



www.facebook.com
worldfoodukraine

Виставка відкрита для відвідувачів

31 жовтня (середа) 10:00 — 18:00
1 листопада (четвер) 10:00 — 18:00
2 листопада (п'ятниця) 10:00 — 17:00

Організатори:

PREMIER EXPO



Одночасно
WinExpo WineTech
UKRAINE UKRAINE

Організатор: ВК «Експо-Юг-Сервіс»
http://expodessa.com

ОТРИМАЙТЕ ДОДАТКОВІ ЗАПРОШЕННЯ
НА ВИСТАВКУ

СПЛАНУЙТЕ СВІЙ ГРАФІК ВІДВІДУВАННЯ
ВИСТАВКИ ЗАЗДАЛЕГІДЬ.
СКОРИСТАЙТЕСЬ ПРОГРАМОЮ ОРГАНІЗАЦІЇ
ДІЛОВИХ ЗУСТРІЧЕЙ З ЕКСПОНЕНТАМИ

MatchMaking

Всеукраїнська практична конференція
з розвитку дистрибуційного бізнесу в Україні

DistributionMaster-2012

Як виконати план продажів та
забезпечити регіон максимальним
асортиментом ліквідного товару?

31 жовтня 2012р., м. Київ

Організатор: **TradeMaster**
портал розничної і оптової торгівлі
www.TradeMaster.UA

Партнер
з контрактного виробництва: **PrivateLabel**
www.private-label-tm.com

За участі **150** власників та топ-менеджерів провідних дистрибуційних компаній FMCG, компаній-виробників та роздрібних мереж

Ключові теми:

- Зміни «правил гри» на ринку послуг дистрибуції. Що визначить стратегію дистрибуційної компанії в найближчий рік?
- Клієнт-ритейлер: Як забезпечити мережу максимально широким асортиментом ліквідного товару?
- Клієнт – виробник: Які задачі стоять перед дистрибутором, яка його область відповідальності та як буде оцінюватись його робота?
- Транспортування продукції, повернення неликвідів, тари та відходів;
- Ефективні заходи щодо просування продукту та стимулювання продажів. Стратегія компанії по роботі з регіонами.
- Як створити ефективну команду торгового менеджменту. Розвиток професійних компетенцій учасників торгової команди;
- Особливості логістики для успішного дистрибуційного бізнесу.

Міжнародна виставка-партнер: **worldfood UKRAINE**

Інформаційні партнери: **FOOD UA** (продукти харчування), **FOOD** (технології та обладнання), **МІР продуктів**, **БРУТТО**

ВИ ЗАПРОШЕНІ!

Для реєстрації: тел. +380 (44) 383 50 34,
+380 (67) 505 25 24
st@trademaster.com.ua, www.trademaster.ua



Кондитерські вироби, солодоші	
PERFECT FOOD MANUFACTURING	Малайзія
BI BI ПІ КОНСАЛТИНГ	Арменія
ДВОРНАНСЬКА ХАРЧОСМАКОВА ФАБРИКА	Україна
Ласощі	Україна
СОЛОДКИЙ СВІТ, кондитерська фабрика	Україна
ФОРА ПЛЮС, ТОВ	Україна
М'ясо, м'ясопродукти, заморожені продукти	
Allanasons	Індія
BARTLINK INTERNATIONAL LTD	Болгарія
Böselers Goldschmaus	Німеччина
Fritz Windisch GmbH & Co. KG	Німеччина
Jinan Spirthman Commercial	Китай
Polagro Trade	Польща-Росія
RIZHAO PROLIFE TRADING CO.,LTD	Китай
VION International GmbH	Німеччина
Westfleisch	Німеччина
БРФ ФУДЗ	Бразилія-Росія
МИРАТОРГ АПХ	Росія
Молоко, молочні продукти, морозиво, сир	
HAREM SA	Італія
ITIMAT TD	Україна
KEVENTER AGRO LTD	Індія
PDO & PDI Products	Греція
STRAMONDO PRODUCTIONS	Італія
ЄВРО ФУУДС УКРАЇНА	Україна
ЧІЗ ТАУН	Арменія
Напої, вода, вино, пиво	
IQ 4 You	Німеччина
OKF CORPORATION	Корея
TULIP INTERNATIONAL	Корея
ВОСТОК АКБА	Україна
ЕДВАГ ГРУП	Арменія
КРИНИЦЯ ВАТ	Республіка Білорусь
МАРАН	Арменія
Р ЕНД Д	Арменія
Чай, кава, какао	
BASILUR TEA	Україна
COFFEE BOARD OF INDIA	Індія
EURO ASIA CORPORATION (PVT) LTD	Шрі-Ланка
Genium	Україна
HengTong	Україна
Hunan Tea company	Китай
Hunan Tea xiaohiang	Китай
Transmar Ukraine	Україна
ZICAFFE SPA	Італія
BIA KABA	Україна
ГЛОБАЛ ПРОДАКТС	Росія
Кавова компанія "Вокруг света"	Росія
Ройбос	Україна
Бакалея, снеки	
Achievement marketing int'l	Китай
KACZMAREK - KOMPONENTY	Польща
АРОМАТИКА	Україна
АРТ ФУДЗ	Україна
ВІП ПРОДАКТС	Україна
ЕЛІТФІТО, науково-виробнича фірма	Україна
ПОЛЬСЬКА ПАЛАТА МАКАРОНІВ	Польща
РАЙДУГА, ТЗОВ	Україна
Райзерленд	Україна
РОМАНОВСЬКИЙ О.Р., ФОП	Україна
ТАКІДА, ТМ	Україна
ТАС КОРОСТЕНЬ	Україна
ФАЕТОН-ГРУП	Україна
ФУДЕКО	Україна
Хатинка, ТМ	Україна
ЮГ РУСІ	Росія

Станом на 29-09-2012

Фрукти, овочі (свіжі та консервовані), соки на їх основі	
Agricultural Cooperatives	Греція
Union-Aeghion Greece	
ANATOLI(Cretan Vegetables)	Греція
AZIENDA AGRICOLA GALLUFFO	Італія
BLUE WHALE	Франція
Danish Agriculture & Food Council	Данія
Dimas	Туреччина
FPCO	Грузія
Fresh Cerry	
HELLAS BIO NET	Греція
JINAN SPEARTHMAN CO.,LTD	Китай
KAZZEN SRL	Італія
PRODCOM /SC LEGUME FRUCTE BUZAU	Румунія
Snapsnax	Філіппіни
THE FREMONT COMPANY	США
UNION OF HELLENIC CHAMBERS	Греція
VENUS GROWERS	Греція
АССОЦІАЦІЯ ГРИБОВИРОБНИКІВ УКРАЇНИ	Україна
ПЛАН, Габалинський консервний завод	Азербайджан
КАЛАМАТА	Україна
ЛЕВОН	Арменія
МЕГРІЙСЬКИЙ КОНСЕРВНИЙ ЗАВОД	Арменія
ПЛАТ ЛТД	Україна
SIC NATURAL	Арменія
ХЕЛЛЕНІК ПРОДАКТС ЕМПОРІОН ГРУП	Україна
Риба, рибні та морепродукти	
TURKISH SEAFOOD PROMOTION COMMITTEE	Туреччина
AVEKTRA Ltd.	Естонія
DEL CREDERE Ltd.	Естонія
DGM SHIPPING Ltd.	Естонія
EESTI KALALIIT	Естонія
HIIU KALUR LTD.	Естонія
JAPS AS	Естонія
KAABELTAU/VRHL	Естонія
KAJAX FISHEXPORT Ltd.	Естонія
KIRDERAND Ltd	Естонія
LAÄTSA KALATÖÖSTUS Ltd.	Естонія
MASEKO / MASEKONORD	Естонія
RAI GRUPP Ltd.	Естонія
SUBLAND LTD	Естонія
VOKA KT Ltd.	Естонія
AKBATEXAVTOMATIKA	Арменія
БАЛТИК ЕКСПОСЕРВІС	Латвія
ТОЧАС, ексклюзивний імпортер в Україну продукції компанії «MARKY'S»	Україна
Обладнання та упакування для харчової галузі. Послуги	
І С Україна	Україна
FOSHAN JIAN BANG MACHINERIES. LTD	Китай
THERMOHRAN ENGINEERING	Болгарія
UCON AG CONTAINERSYSTEME KG	Німеччина
UniversalBank	Україна
ЖИТОМИРСЬКИЙ КАРТОННИЙ КОМБІНАТ	Україна
Краснодар Експо	Росія
Рубіжанський картонно-тарний комбінат	Україна
ФОРІНТЕК-УКРАЇНА	Україна
Учасники національних та колективних стендів	
China Hunan Pavilion	Китай
Egypt Pavilion	Єгипет
ESTONIAN ASSOCIATION OF FISHERY	Естонія
GERMANY PAVILION	Німеччина
Indian group Apeda	Індія
АРМЯНСЬКЕ АГЕНТСТВО РОЗВИТКУ	Арменія
Фонд Економічного Розвитку Сільських Територій в Арменії (ФЕР-СТА/FREDA)	Арменія
TRAPANI CHAMBER OF COMMERCE	Італія
CAMERA DI COMMERCIO I.A.A. DI TRAPANI Ufficio Promozione ed Internazionalizzazione	Італія

Запитуйте путівник виставки на стійках реєстрації відвідувачів



На Вас чекають учасники виставки

Пивоварна **компанія «Крыница»** презентує широкий асортимент пива від світлих класичних сортів до темних міцних, а також нефільтроване і пшеничне пиво. Висока якість використаної сировини і новітніх технологій роблять смак пива яскравим і незабутнім.

Компанія «ITIMAT» познайомить відвідувачів з натуральними молочними продуктами, вперше представленими на українському ринку. На стенді компанії всі бажаючі зможуть спробувати турецький сир, айран, салатний йогурт, а також ознайомитися з іншим асортиментом продукції.

Компанія «Каламата» представить в асортименті оливкову олію — продукцію свого основного грецького партнера -

Союзу сільськогосподарських кооперативів області Мессіна, п-ів Пелопоннес.

Широкий асортимент м'ясних, ковбасних і молочних продуктів ви побачите на стенді компанії **ТОВ «Євро Фуудс Україна»**

Компанія ТЗОВ «Бук пак» — ПП Писаренко Ю.В. виробляє більше 50 найменувань продуктів харчування, таких як: борошно, крупи, снеки, та ін.

Фірма «ІС» займається розробкою, продажем, підтримкою комп'ютерних програм ділового, освітнього і домашнього призначення. Із власних розробок «ІС» — найвідоміші програми системи «ІС:Підприємство» для автоматизації управління та обліку на підприємствах різного масштабу і спеціалізації.

Компанія «Ароматика» пропонує високоякісні 100% натуральні рослинні олії (рафіновані та нерафіновані першого холодного віджиму), десертні соуси (топінги), варення, джем-желе та сиропи, вироблені із натуральної високоякісної сировини.

Спеціалізація **компанії «Елітфіто»** — виробництво натуральних олій високої якості за технологією першого холодного пресування, дієтичного борошна та сумішей.

ТОВ «Фаетон-Груп» спеціалізується на переробці, фасуванні та дистрибуції горіхів, насіння та сухофруктів.

Форінтек-Україна. Повний спектр обладнання для маркування та етикетуру-

вання продукції. Лазерні та каплеструйні маркіратори. Принтери етикеток та дати. Витратні матеріали та самоклеючі етикетки.

Кондитерська **фабрика «Сладкий мир»** випускає близько ста видів кондитерської продукції під ТМ «Солодкий світ», «Шоуду», «Колекція східні солодоші».

Господарська діяльність **ТОВ «ВОСТОК АКБА»** базується на виробництві продуктів харчування, а саме питної мінеральної бутильованої води, та подальшої її реалізації на внутрішній ринок України.

ТОВ «Житомирський картонний комбінат» — виробник високоякісної картонної тари та упаковки.

5 питань Робіну Джексона

1 листопада 2012 Робін Джексон вперше відвідає Україну.

Робін Джексон — відомий в Європі експерт із закупівель з більш ніж 25-річним досвідом практичної роботи. Сьогодні він очолює одне з найбільших у світі консалтингових агентств, що спеціалізується на побудові систем ефективних закупівель — ADR International

1. У Європі Ви вважаєтесь однією з найбільш значущих постатей в світі закупівель. Розкажіть докладніше про свою діяльність.

За багато років мені вдалося накопичити багатий практичний досвід закупівель, працюючи з клієнтами в більшості країн Європи і світу. Зокрема, в США, Південній Африці, Азійсько-Тихоокеанському регіоні, Китаї та Австралії.

Чим конкретно я займаюся? Проекту, розробляю і впроваджую стратегічну ресурсну базу, навчаю персонал відділів по закупівлях і оптимізую основні завдання закупівельної діяльності для широкого кола клієнтів.

Працюючи в якості консультанта по закупкам, мені вдалося реалізувати кілька десятків успішних проектів для таких компаній як Prudential, GE, Nokia, Novelis, Bodyshop, CRH, Oldcastle Materials Group, FKI, Marley and TJ Hughes, а також для великої кількості малих і середніх підприємств.

2. Чим займалися до ADR International?

У компанію я прийшов у 1988 році. До цього обіймав посади директора із закупівель в компаніях Ford Motor Company, Philips Electronics і Nissan.

Передбачаючи наступне питання — чому все життя присвятив сфері закупівель, — відповідаю. Ще в найближчій

чверть століття роль закупівель стане набагато значніші в ланцюзі поставок як приватного, так і державного сектора. З часом стає все більше складних закупівель: комплексних, спільних, глобальних, аутсорсингових. ADR сьогодні позиціонується як лідер цієї еволюції закупівель. А це значить, що і роботи нам на найближчі 25 років точно вистачить.

3. Ваша компанія будує системи ефективних закупівель по всьому світові для FMCG, для ритейлу, для виробників харчування і напоїв, дистриб'юторів і навіть для таких важких секторів як здоров'я, фінанси, машинобудування, хімія. Напевно, у Вас є сотні, а то й тисячі історій про те, яким чином Ви допомогли компаніям не просто «залишитися на плаву», але й стати лідерами у своєму сегменті ринку. Розкажіть найулюбленішу історію успіху?

Дуже складно виділити улюблену, так як, дійсно, таких історій дуже багато. Всі вони викладені на сайті ADR у вільному доступі. Ось з останніх пригадується історія як раз з області ритейлу і продуктів харчування.

Компанія Geest є найбільшим у Великобританії виробником продуктів харчування, що випускаються під власними торговими марками супермаркетів. Таким чином, клієнтом компанії є кожна велика роздрібна мережа в країні. Відділ поставок в Geest складається з невеликої цен-

тральної команди і мережі регіональних менеджерів з поставок. Мета нашого проекту полягала в тому, щоб оптимізувати і синхронізувати роботу поставальників, запровадити ефективні інструменти управління відділом і планування поставок. В першу чергу, ми вивчили, наскільки зручно закупникам працювати з Geest. Для цього проаналізували роботу онлайн і оффлайн закупівель як в регіонах, так і в центральному офісі. Усі ключові співробітники компанії пройшли навчання основним інструментам і методам управління базою поставок. Виходячи з аналізу, були впроваджені зміни в управління поставками та планування. Створено керівництво по розширенню послуг для закупівельників.

Нова система управління поставками дозволила компанії, в кінцевому рахунку, заощадити за рік 10,5 мільйонів фунтів стерлінгів. Ми досягли мети.

4. У листопаді Ви відвідаєте Україну на запрошення Національного тренінгового агентства. Зізнайтеся, погодилися на пропозицію відразу?

Відразу, як тільки дізналися всі подробиці проекту. Ідея організувати цикл майстер-класів в рамках масштабної міжнародної виставки продуктів харчування WorldFood Ukraine 2012 — досить оригінальна. До того ж, одним із пріоритетних напрямків роботи ADR International з часу мого призначення

на пост керівника в 1997 році, стало розширення на нові території при збереженні високої якості роботи. Нам цікава Україна, і, не приховую, надалі хотіли б працювати з українськими компаніями.

5. Розкажіть, що це буде за захід з Вашою участю?

Це буде своєрідна конференція, яка, на відміну від стандартних, буде складатися усього з трьох, але повноцінних доповідей — майстер-класів. Цикл майстер-класів «Ефективні закупівлі». Таким чином, у мене буде не 25 хвилин, як зазвичай, а цілі 1,5-2 години, щоб поділитися з українськими ритейлерами, дистриб'юторами та виробниками продуктів харчування своїм досвідом. Тема мого майстер-класу — «Правильний вибір поставальника на світовому ринку: мінімізація ризиків».

На майстер-класі будуть розглянуті кращі практики пошуку і закупівлі товарів, приклади ефективних ланцюжків поставок в харчовій і інших галузях. Доповідь буде охоплювати дослідження ринку поставок, рекомендації щодо пошуку та вибору поставальників, переговори, мінімізацію ризиків, а також такий важливий аспект, як укладення договору з поставальниками. Все це дозволить делегатам зрозуміти, як зробити сучасну ефективну систему закупівель на своєму підприємстві, спираючись на досвід світових виробників і ритейлерів.

Організатором заходу виступає Національне тренінгове агентство в партнерстві з оргкомітетом WorldFood Ukraine. З питань участі звертатись за телефоном: (044) 232-97-50, nta@nta.com.ua

Майстер-клас за участю Робіна Джексона відбудеться

в рамках Циклу майстер-класів «Ефективні закупівлі» (1 листопада, 11:00-17:00, конф. зал №14).

До уваги ритейлерів!



Організатори наймасштабнішої міжнародної виставки продуктів харчування та напоїв WorldFood Ukraine продовжують практику проведення Ритейл-Дистриб'ютор-Центру, започаткованого в минулому році.

Представники харчового ритейлу та дистрибуції мають спеціальні умови участі. Запитуйте у організаторів: Ольга Бодрова — тел.: 044 496 86 45 (# 246), e-mail: obodrova@pe.com.ua

www.worldfood.com.ua

Ритейл-Дистриб'ютор-Центр — це ділові зустрічі експонентів виставки з представниками продуктового ритейлу і дистрибуції.

Переваги участі:

- проведення прямих переговорів без посередників;
- переговори про ексклюзивні умови поставки;
- персональне робоче місце і комфортні умови роботи;
- реалізація рекламних проявів на виставці;

- збут продукції;
- оновлення і розширення асортименту торгової мережі, магазину;
- переваги участі у діловій програмі виставки.

Можливістю поповнити асортиментний ряд своїх магазинів на WorldFood Ukraine 2011 скористалися такі торгові мережі, як «Фуршет», «Еко-маркет», «Караван», «Абсолют», «Обжора», «Брусниця», «SPAR Луганськ», ManDarIn, «Таврія-В», «Барвінок» та ін.

Українська молочна індустрія

Для українських молочників 2012 виявився непростим. Недолік оборотних коштів, погіршення умов отримання кредитів, несприятлива кон'юнктура світових ринків, обмеження з постачань молочної продукції в Росію не дозволяють представникам бізнесу в повній мірі виконувати заплановані завдання. За багатьма напрямками молочної промисловості відзначається спад виробництва, слабо відбувається переозброєння галузі, немає стабільності в ціновій політиці.

Тим не менш, в поточному році в молочної галузі є й позитивні зрушення. Вперше за багато років збільшено виробництво молока сільгоспприємствами. В умовах зниження цін на сировину почало зростати споживання молокопродуктів. Урядом затверджено ряд програм з підтримки виробників молока. В операторів молочного ринку з'явилась надія на стабілізацію вітчизняної молочної галузі.

Про позитивні і негативні сторони стану молочної галузі України та перспективи її розвитку на Конференції розкажуть визнані фахівці молочної галузі, керівники профільних міністерств і відомств.

Глобальні тенденції світової молочної індустрії. У 2012 році на світовому ринку молокопродуктів відзначається рекордне за останні три роки зниження цін на молокопродукти. Аналітики пов'язують це з надвиробництвом молока і молочної продукції. Виникає питання — чи мають рацію ті експерти, які пророкують глобальну світову продовольчу кризу в перспективі?

Росія в 2012 році стала членом СОТ. Країна є найбільшим світовим імпор-

тером молокопродуктів, і таке членство може істотно змінити розстановку сил серед учасників ринку.

Білорусь не змінює своїх планів по збільшенню виробництва молока до 2015 року до 10 млн. т. Як буде розвиватися ринок білоруської продукції в умовах світового надвиробництва і прийнятих Росією рішень щодо імпорту молокопродуктів з РБ?

Кількість українських компаній-виробників молокопродуктів постійно скорочується. Сьогодні багато операторів різних рівнів пропонують вигідно продати свій молочний бізнес. Усіх цікавить: коли іноземні інвестори знову прийдуть в Україну?

На поставлені питання в ході конференції постараються відповісти провідні аналітики світового ринку та експерти з Росії, Білорусі, інших країн СНД і Європи.

Сировинна криза. У 2012 році українські сільгоспприємства продемонстрували істотне збільшення виробництва молока. Можливо, це вже не тільки гра цифр, а тенденція стабільного зростання валових надоїв. Але чи змо-

же великотоварний сектор компенсувати скорочення виробництва сировини в господарствах населення — поки велике питання.

Багато чиновників та переробники вирішення проблеми дефіциту якісної сировини бачать у створенні виробничих кооперативів на базі господарств населення.

Райдужні перспективи по швидкому збільшенню виробництва молока в Україні небагато затьмарилися через помітне зниження вартості молочної сировини в сезон «великого молока». Не виконуються повною мірою обіцянки щодо державної підтримки молочної галузі. Тому немає впевненості, що вітчизняна молочна промисловість в найближчі роки буде забезпечена якісною сировиною в достатніх обсягах.

Поділяться своїм баченням подальшого розвитку молочної тваринництва представники Міністерства аграрної політики і продовольства, виробники молока і молочної продукції, ініціатори створення кооперативів, експерти, керівники компанії суміжних галузей.

Стратегії, технології, кон'юнктура. В Україні кардинально змінюється структура переробки молока. Україну на світових ринках вже починають забувати як великого експортера молокопродуктів. Ціни на молочні продукти на внутрішньому ринку вище світових, що сприяє збільшенню їх імпорту. Росія — стратегічний партнер для українських сироварів — вводить нові обмеження по закупкам їхньої продукції. В таких умовах складно прогнозувати подальший розвиток ринків. Виникає питання — а чи потрібно Україні виробляти більше молока, чи зможуть молокопереробники продати більше продукції на внутрішній ринок і за кордон? Спікерами по цій темі будуть досвідчені представники бізнесу та аналітики галузі.

Кілька років застою дали можливість менеджерам підприємств молочної промисловості зрозуміти, що так далі тривати не може. **Настав час технічного переозброєння підприємств, щоб встояти у конкурентній боротьбі. Про нові технології та розвитку підприємств проінформують представники науки і суміжних компаній, що працюють на молочному ринку України.**

@ за матеріалами www.infagro.com.ua

Взяти участь у дискусії, зустрітися з колегами, обмінятися думками про ситуацію на ринку молока, обговорити першочергові та довгострокові заходи щодо стабілізації та розвитку вітчизняного молочного бізнесу ви зможете на V Всеукраїнській конференції «Молочний бізнес — 2012» (1 листопада, 10:00-18:00, конф. зал №13).

«Навіщо компанії ринку FMCG піар» — МІФ № 1: «Нас і так усі знають»

Останнім часом ми все частіше чуємо, що компанії ринку FMCG кажуть: «Нас і так усі знають». На наш погляд, така позиція хибна. Більшість компаній не приділяють належної уваги сучасним PR-технологіям та надто переоцінюють свої можливості. Запрошуємо керівників компаній і співробітників відділів маркетингу та реклами, а також інших зацікавлених фахівців для обговорення цієї теми. В ході семінару учасники зможуть оцінити, наскільки ефективна робота їх внутрішнього PR-відділу і навчитися антикризовому реагуванню на чорні PR-атаки в харчопромі, дізнаються, як потрапити на сторінки ділових і профільних видань, як наростити клієнтську базу,

працюючи зі ЗМІ. На семінарі звучатимуть доповіді експертів PR-сфери, представників компаній ринку FMCG і ЗМІ. У своєму вступному слові головний редактор аналітичного спеціалізованого журналу про харчову промисловість «FOOD UA. Продукти України» Анастасія Арасланова-Абраменкова розповість про те, як потрапити на сторінки ділових і профільних видань та освітити труднощі роботи ЗМІ з компаніями, у яких немає піару.

Експерт у галузі піару Аліна Чиж проінструктує, як визначити ефективність Вашого штатного фахівця з піару або керівника по зв'язках з громадськістю в

своїй доповіді «Штатний PR — вичавити все!». Спікер має досвід роботи в піар-відділі корпорації «Олімп» та в мережі «Велика Кишенька».

Менеджер проектів PR-агентства «Ньюсфронт» Данило МАСЛОВ розповість учасникам семінару про антикризове реагування та про те, як боротися з чорними піар-атаками в харчопромі. Клієнтами компанії «Ньюсфронт» є IDS, «МХП», «НАТ», Calve, Elite, Goodwine, «Оболонь», «Перно Рікар Україна».

Про те, як наростити клієнтську базу, працюючи з діловими і спеціалізовани-

ми ЗМІ, розповість Андрій КОЗАЧЕНКО, директор департаменту фінансового та аналітичного консалтингу компанії Priority Consulting.

А про практичний досвід галузевого PR-просування виноробної компанії на ринку України і за кордоном розповість Геннадій Кулжинський, керуючий партнер маркетингового агентства «Сайд», стратегічного партнера виноробної компанії ACOREX Wine Holding з брендингу та маркетингових комунікацій. Раніше спікер працював у Першому національному виноробному холдингу (ТМ «Інкерман», «Таврія»).

Семінар відбудеться: 1 листопада, 11:00—14:00, конф. зал №15

IBCONTACTS
INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT



Семінар

«Експортне і проектне фінансування під гарантії експортних кредитних агентств як інструмент залучення іноземних позикових коштів: особливості, механізми, вимоги до позичальників і проектам»

Анна Победимська, директор з розвитку бізнесу

Семінар відбудеться:
31 жовтня, 12:00-15:00, конф. зал №15



worldfood
UKRAINE
Дегустаційний конкурс

9 жовтня 2012 – Дегустаційний конкурс WorldFood Ukraine

Урочисте нагородження переможців відбудеться 31 жовтня 2012, у МВЦ, пав. 3, під час проведення виставки

Чекаємо на результати!

Цикл майстер-класів «Ефективні закупівлі»

1 листопада в рамках Міжнародної виставки WorldFood Ukraine 2012 в Києві пройде конференція нового формату — Цикл майстер-класів «Ефективні закупівлі».

Спеціальним гостем та топ-спікером на заході стане один з найбільш відомих і шанованих у Європі експертів із закупівель **Робін Джексон (Великобританія)**. Експерт з досвідом роботи в закупівлях великих міжнародних компаній відвідає Україну на запрошення Національного тренінгового агентства, яке виступає організатором Циклу майстер-класів «Ефективні закупівлі» в партнерстві з оргкомітетом WorldFood Ukraine.

Мета заходу — надати слухачам можливість перейняти досвід побудови систем ефективних закупівель для забезпечення максимального прибутку торговельного підприємства.

Крім відомого британського байєра, майстер-класи проведуть **Максим Голубєв (Київ)** з темою «Ключові показники ефективності при роботі з торговельними мережами» і **Олена Павлова (Москва)** з доповіддю «Управління запасами — збільшення прибутку і оборотних коштів компанії».

Організатором заходу виступає Національне тренінгове агентство в партнерстві з оргкомітетом WorldFood Ukraine. З питань участі звертатись за телефоном: (044) 232-97-50, nta@nta.com.ua

Представники харчового ритейлу та дистрибуції мають спеціальні умови участі. Запитуйте у організаторів. Ольга Бодрова - тел.: 044 496 86 45 (# 246), e-mail: obodrova@pe.com.ua



РОБІН
ДЖЕКСОН

Експерт міжнародного рівня в області побудови ефективних закупівель

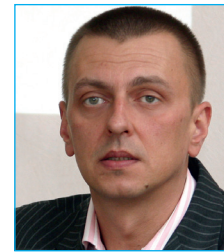
- власник та керуючий директор консалтингової компанії ADR International, яка спеціалізується на закупівлях.
- побудував системи ефективних закупівель в таких компаніях, як Prudential, GE, Nokia, Novelis, Bodyshop, CRH, Oldcastle Materials Group, FKI, Marley and TJ Hughes.
- 24 роки консультування провідних компаній у більшості країн Європи, а також по всьому світу і в США, Південній Африці, Азійсько-Тихоокеанському регіоні, Китаї та Австралії.
- автор методики управління закупівлями та поставками, яка дозволяє мінімізувати ризики і проблеми компанії.



ОЛЕНА
ПАВЛОВА

Провідний спеціаліст СНД в області оптимізації витратних частин бізнесу

- лауреат премії, заснованої компаніями DHL і Lufthansa, «Кращий менеджер Росії з логістики».
- генеральний директор консалтингової компанії «Тренд», Москва.
- досвід управління підрозділами західних і російських компаній: «Філіп Морріс», «Крафт Якобс Сушард», «Кодак», «Російський алюміній».
- член експертної ради при підкомітеті з митних питань та зовнішньоекономічної діяльності в Комітеті по бюджету в Державній Думі РФ.



МАКСИМ
ГОЛУБЄВ

Провідний спеціаліст України в галузі побудови ефективних продажів на ринку B2B

- власник групи компаній «Brain Energy», в яку входять компанії: «National Training Agency», «Soft Consulting System», «Тренд Україна»
- керівник групи управління дистрибуційного бізнесу ТМ «Ажур»
- співзасновник однієї з найбільших дистрибуційних компаній України — «Sale Production Ukraine»
- автор технології «Агресивні продажі», яка успішно впроваджена у всіх бізнесах Максима Голубєва і в бізнесах сотень українських компаній на ринку B2B.

ПРО он-лайн маркетинг у харчовій індустрії



В рамках ділової програми виставки відбудеться семінар «Он-лайн маркетинг у харчовій індустрії. Практична конференція, теорія і кейси». Власним досвідом з Вами поділяться провідні спеціалісти.

Он-лайн маркетингові комунікації в харчовій індустрії. Огляд існуючих тенденцій. *Ольга Сонцева,*

керівник Українського представництва універсального продуктового порталу GoodsMatrix.ru

Просування продуктів харчування у мережі інтернет. Вибір та планування стратегії у розрізі орієнтації на кінцевих споживачів та професіоналів галузі. Огляд он-лайн маркетингових інструментів, а саме SEO, креативної rich media реклами, галузевих каталогів, просування у соціальних мережах та блогах, огляд явища інтернет-марчендайзингу, формування цифрового досьє товару

на GoodsMatrix. Досвід, приклади, результати інтеграції оффлайн-сервісів з онлайн-комунікаціями.

Дедуктивний метод в он-лайн-маркетингу. Елементарно, Ватсон!

Возний Олександр Михайлович, к.т.н., сертифікований менеджер проєктів, фахівець, що поєднує теорію і практику в інтернет-проектах

Як спостережливість, експертні знання і здоровий глузд можна трансформувати в успішну маркетингову кампанію.

- Дедуктивний метод: від Шерлока Холмса до он-лайн маркетингу

- Докази і версії: як знайти ідею і сформулювати на її основі гіпотезу. Приклади успішних ідей і гіпотез
- Таємниця слідства. Перевірка гіпотез. Планування та проведення маркетингових кампаній. Успішний досвід.
- Оцінка отриманих результатів: викупити люльку або почати нову справу?

Айкідо в маркетингу харчових підприємств: від базових технік до вершин майстерності

Григорян Тигран Георгійович, к.т.н., сертифікований спеціаліст з систем управління якістю, систем моделювання бізнес-процесів, практик

Один з шляхів становлення Майстра в он-лайн маркетингу, починаючи від основ і закінчуючи високою майстерністю

- Як вам знайти свій шлях маркетинголога і йти по ньому;
- Як Ви можете стати справжнім Майстром он-лайн маркетингу;
- Як постійно підвищувати рівень своєї майстерності;
- Як зробити он-лайн маркетинг частиною свого життя.

Семінар відбудеться
31 жовтня о 14.00,
конф. зал №14

Програма заходів:

31 жовтня

9.30—18.00

DistributionMaster-2012. Як виконати план продажів і забезпечити регіон максимальним асортиментом ліквідного товару? **Конференц-зал 13.**

Організатор — TradeMaster
Міжнародна виставка-партнер — WorldFood Ukraine
Попередня реєстрація обов'язкова
Тел. +38 044 383 50 34
E-mail: st@trademaster.com.ua
Назвіть код для отримання знижки — WFU 3102.

14.00—17.00

Он-лайн маркетинг у харчовій індустрії. Практична конференція, теорія і кейси. **Конференц-зал 14.**
Співорганізатор — EdaB2B, GoodMatrix
Контактна особа — Ольга Бодрова
Тел. +38 044 4968645
E-mail: conference@pe.com.ua

15.00

Офіційна церемонія нагородження переможців Дегустаційного конкурсу WorldFood Ukraine 2012. **Павільйон 3.**

12.00—15.00

Експортне і проектне фінансування під гарантії експортно-кредитних агентств.
Анна Победимська, директор з розвитку бізнесу. **Конференц-зал 15.**

Організатор — IBcontacts
Міжнародна виставка-партнер — WorldFood Ukraine
Попередня реєстрація обов'язкова
Тел. +38 044 359 02 00
E-mail: pr@ibcontacts.com.ua

10.00—18.00

Презентації та професійні дегустації на стендах учасників. **Павільйон 3.**

1 листопада

9.00—18.00

Міжнародна конференція «Молочний бізнес 2012». **Конференц-зал 13.**
Організатори — Інфагро, Союз молочних підприємств України
Міжнародна виставка-партнер — WorldFood Ukraine
Попередня реєстрація обов'язкова
Тел. / Факс +38 044 258 25
E-mail: info@infagro.com.ua

11.00—17.00

Ритейл-Дистриб'ютор-Центр WorldFood Ukraine — ділові зустрічі експонентів виставки — виробників та постачальників продуктів харчування, напоїв з представниками продуктового ритейлу, дистрибуції
Організатор: Прем'єр Експо
Контактна особа — Ольга Бодрова
Тел. +38 044 4968645
E-mail: conference@pe.com.ua

11.00—17.00

Цикл майстер-класів «Ефективні закупівлі». **Конференц-зал 14**

Спікери:

- Робін Джексон, експерт міжнародного рівня в області побудови ефективних закупівель
 - Олена Павлова, провідний спеціаліст СНД в області оптимізації витратних частин бізнесу
 - Максим Голубев, провідний спеціаліст України в галузі побудови ефективних продажів на ринку B2B
- Організатори: Національна тренінгова агенція NTA, WorldFood Ukraine
Тел. +38 044 232 97 50
E-mail: nta@nta.com.ua

11.00—14.00

«Навіщо компанії ринку FMCG піар» — МІФ №1: «Нас і так всі знають». **Конференц-зал 15**
Організатор: Генеральний інформаційний партнер виставки WorldFood Ukraine журнал «FOOD UA. Продукты Украины»
Контактна особа — Юлія Науменко
Тел. 097 470 71 97
E-mail: reklama4@food.com.ua

10.00—18.00

Презентації та професійні дегустації на стендах учасників. **Павільйон 3.**

* За змінами та доповненнями слідкуйте на сайті www.worldfood.com.ua у розділі «Події»

2 листопада

10.00—16.00

Міжнародна конференція «Органічна переробка та збут»
Швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні». **Конференц-зал 14**
Організатори: Асоціація учасників органічного виробництва «БІОЛан Україна», Дослідний інститут органічного сільськогосподарства (FiBL, Швейцарія), Посольство Королівства Нідерландів в Україні і Посольство Франції в Україні.
Міжнародна виставка-партнер — WorldFood Ukraine
Менеджер проекту Наталія Прокопчук
Моб.: +38067 232 65 99
E-mail: natalie.prokopchuk@fibl.org
www.fibl.org/en

10.00—14.00

Міжнародна конференція «Грибна Індустрія. Харчові технології». **Конференц-зал 15**
Організатор ВГО «Асоціація грибовиробників України»
Міжнародна виставка-партнер — WorldFood Ukraine
Попередня реєстрація обов'язкова
Тел. +38 044 228 51 27, 050 242 27 87
E-mail: mushroomindustry@online.ua

10.00—16.00

Презентації та професійні дегустації на стендах учасників. **Павільйон 3.**

Про продукти харчування в упаковці

Ставлення до упаковки харчових продуктів показує, що споживачі переорієнтувалися з розкоші та кулінарних шедеврів на економію.

У період 2006-2008 років спостерігався ріст добробуту, що значно збільшило витрати населення на якісно упаковані продукти. Проте все змінилося після економічної кризи 2009 року, коли споживчі здібності українців різко знизилися. Це прискорило темпи розвитку простих і звичних упаковок, які використовуються в таких продуктах харчування, як печиво, сухі сніданки, вершкове масло і маргарин. 2010 і 2011 рік продемонстрували продовження тренда, тому що відновлення економіки проходило дуже повільними темпами. Роздрібна ціна грала ключову роль. Деякі виробники та імпортери вийшли з цієї ситуації за рахунок зменшення розмірів упаковки (і, відповідно, її змісту), тим самим знизивши якість інгредієнтів і вдавшись до використання стандартних типів упаковки продукції, звернувши особливу увагу на диференціацію каналів продажів.

Відродження економіки в 2011 році допомагає вижити всім видам упаковки продукції.

Стабільність макроекономіки повернулася в Україну в другій половині 2010 року і тривала протягом усього 2011. Це послужило причиною того, що українські споживачі почали відчувати більшу впевненість у своєму майбутньому. Це призвело до зростання споживання і збільшення обсягу та вартості продажів в більшості категорій упакованих продуктів. Однак серед самих категорій це зростання дещо варіюється.

Отже, очікується, що деякі категорії упакованих продуктів досягнуть докризового рівня продажів до кінця 2012 року, в той час як інші можуть не повернутися до таких результатів до 2014. Багато ж блукають між цими двома крайностями. Виробники упакованих продуктів харчування активно стимулюють зростання продажів, що в свою чергу призводить до переходу споживачів від однієї категорії до іншої, так як деякі менш популярні продукти виводяться з полиць супермаркетів, щоб бути заміненими на інші, більш популярні.

Увага місцевих виробників продуктів харчування все ще орієнтована на експортну діяльність.

Протягом всього 2011 року основні виробники продуктів харчування фокусувалися, в першу чергу, на експортних ринках. Це призвело до уповільненого

розвитку упакованих продуктів харчування в Україні, так як багато провідних виробників продовжують розглядати внутрішній попит як незначний, приділяючи основну увагу закордонним споживачам. Особливо це було видно в таких категоріях товарів, як рослинна олія, сири та кондитерські вироби. Проте наслідки такої ситуації були пом'якшені введенням експортного мита на насіння соняшнику та пшениці українським урядом.

Продукти для здорового харчування широко рекламуються в засобах масової інформації.

У 2011 році деякі виробники почали пропонувати продукти в органічній упаковці. Мабуть, саме це стало причиною уповільнення зростання попиту на продукти преміум-класу в деяких категоріях товарів. Проте, походження сировини і самі технології виготовлення так званих органічних упаковок виявилися під великим питанням, адже державне регулювання не дає достатніх гарантій того, що всі правила, необхідні для виробництва органічних харчових продуктів та їх упаковок, що підлягають маркуванню, були дотримані. На додаток до істинно органічної продукції в 2011 році багато торгових марок почали випускати звичайні продукти в упаковках, що імітують орга-

нічні, вдаючись до маркетингових стратегій, що дозволяє створити видимість і потрібне враження у споживачів. Однак органічний статус подібних продуктів не підкреслюється.

Обмеження імпорту призведе до проблем на ринку через відсутність конкурентоспроможних альтернатив.

Економічна політика в Україні в 2010 і 2011 роках була спрямована на стабілізацію платіжного балансу в країні. Основним засобом досягнення цієї мети була маніпуляція грошово-кредитними інструментами після зниження курсу національної валюти, в результаті чого імпорту упакованої продукції став малопривабливим. Більшість споживчих товарів, що продаються в Україні, імпортовані. Імпортери в свою чергу не зберігають свої фінансові активи в українській валюті, а обмінюють її на іноземну. Це підриває зусилля українського уряду в стабілізації економічної ситуації в країні. У той же час, значна частка імпортованих споживчих товарів в Україні може бути придбана за допомогою певних кредитних інструментів, які пропонуються, в основному, комерційними банками. Через це НБУ збільшує норму резервів для банків, роблячи тим самим кредити набагато дорожчими.

* Джерело: Euromonitor International

Партнери виставки:

Генеральний інформаційний партнер:
FOOD UA
продукти України
FOOD Technologies & Equipment
пищевые технологии и оборудование

Головний галузевий партнер:

TradeMaster

Інтернет-партнер:

oborud.info

Інформаційні партнери:

БРУТТО

EIN NEWS

КОМЕ&ЧАЙ

Бізнес

FRUCTIDOR.COM

АКАДЕМІЯ

Журнал

nta

АГЕНТСТВО НАЦІОНАЛЬНОГО ОБШЕВНІ

KazUpack

EUROMONITOR INTERNATIONAL

IBCONTACTS

WORLD'S NO.1 PORTAL

FOOD NOSPITALITY

EdaB2B

М'ясо портал

www.biznes-pro.ua

БІЗНЕС

Делікатес

Партнер

контрактного виробництва:

PrivateLabel