

# Арнест

*Бережно заботясь о природе, мы дарим красоту и комфорт человеку, создавая продукцию высочайшего качества и используя самые современные и эффективные технологии*

*Миссия «Арнест»*

Выходит с марта 2005 года

## ИНФОРМ

К О Р П О Р А Т И В Н А Я Г А З Е Т А

### Новомосковск в красках

ООО «Аэрозоль Новомосковск» набирает обороты контрактного производства.

Стр. 2

### Делай добро

Фонд «Моя Прелесть» в очередной раз стал спонсором праздника детства в Невинномысске.

Стр. 3

### Знание ассортимента - сила!

Как проходит курс молодого бойца продаж?

Стр. 4

### Объединение сил

Как решаются задачи по увеличению продаж в «Компании «Арнест».

Стр. 3

### Турецкая альтернатива

Станет ли Невинномысск центром производства жестяного баллона в России?

Стр. 4

### Флер в интерьере

Что пишут популярные СМИ о нашей компании

Стр. 6

### НАШИ ЛЮДИ!

## ОРИЕНТИР НА РЕЗУЛЬТАТ

### ЕЛЕНА УСТИНОВА

Елена Николаевна Федянина – заместитель начальника цеха наполнения ОАО «Арнест» - награждена грамотой Российской парфюмерно-косметической ассоциации. Именно на таких людях держится не только «Арнест», но и вся отрасль.

Елена начала работу на заводе 17-летней девочкой в должности сборщика продукции. Потом вышла замуж, родила дочь и уже в осознанном возрасте поступила в институт. В 2004 году, после получения диплома экономиста, ей предложили возглавить участок производства продукции в полимерной упаковке и в дополнение к нему - участок сборки и комплектации продукции. Сейчас на участке производства полимерной упаковки пять линий, работающих в три смены.

Когда меня назначили начальником цеха наполнения, - говорит Анатолий Иванович Десятниченко, ныне начальник производственно-диспетчерского отдела, - передо мной встал вопрос подбора специалиста, который бы занимался технологией, учетом сырья, материалов и комплектующих и, в то же время, правильно распределял работу персонала в цехе. Выбор пал на Елену Николаевну. Почему? Она очень ответственна в выполнении задач, умеет много и хорошо работать. Это человек, ориентированный на результат, а это - главная черта руководителя. Любую задачу она выполнит, причем, не обязательно любой ценой, как это у нас любят. Нет. Елена Николаевна может так организовать рабочий процесс, что все будут работать в гармонии, спокойно. Дело в том, что она умеет работать с людьми, найти к каждому подход и правильно настроить на решение задачи.

Сейчас Елена Николаевна - основной куратор в цехе наполнения при проведении аудитов и потенциальных, и существующих контрактных заказчиков. А для того, чтобы заказчик захотел изготов-



ливать продукцию именно в ОАО «Арнест», нужно уметь показать «товар лицом» - производство, технологии. Такие аудиты у нас проходят почти еженедельно, и Елена Николаевна мастерски совмещает и работу основного производства - а у нас и ассортимент громадный и планы немалень-

кие - и работу с заказчиками.

Сама же Елена Николаевна работу свою любит, чего нельзя не заметить, глядя на эту фотографию. Она всегда энергична, доброжелательна, и глаза у нее горят. А так бывает только у людей состоявшихся.

- Я люблю свой коллектив и веду себя с коллегами так,

чтобы они с желанием шли на работу и получали от нее удовлетворение - говорит Елена Николаевна. У нас много хороших, грамотных специалистов, с которыми легко работать, хотя сама работа не всегда бывает легкой. Но любые трудности преодолели, если человек этого хочет.

### СОБЫТИЯ И ФАКТЫ

Беспрецедентный прирост производства ожидается в июне в ОАО «Арнест». Выпуск продукции составит около 19 миллионов штук, что на 16% превышает максимальные месячные выпуски прошлых лет.

ООО «Аэрозоль Новомосковск» выпустило первую партию красок для волос для немецкой компании Schwarzkopf&Henkel.

ОАО «Арнест» произвел первый освежитель воздуха Ambi Pur для американской компании Sara Lee.

В цехе наполнения ОАО «Арнест» введены в эксплуатацию две дополнительные упаковочные машины с автоматической наклейкой этикетки.

ОАО «Компания «Арнест» вывела на рынок новые продукты торговой марки «Антураж» - муссы для укладки волос «Блеск цвета» и «Оптимальный уход» для различных типов волос.

Серия «Прелесть Био», совсем недавно обновившая линию дезодорантов, представит покупателю и средства стайлинга в обновленном дизайне.

С 25 по 30 июня в Москве состоялась конференция объединенного отдела продаж ОАО «Компания Арнест» и ЗАО «Гармония Плюс». Результатом стала презентация и обсуждение стратегии развития продаж компанией на 2 полугодие 2009 года.

ОАО «Компания «Арнест» выпустила на рынок новую пену для бритья «VIP» Energy тонирующая для нормальной кожи. Пена разработана с учетом всех особенностей мужской кожи, поэтому гарантирует безупречный результат. В состав продукта включен специальный комплекс морских минералов, который тонизирует кожу, восстанавливает ее и предотвращает раздражение.

Благотворительный детский фонд «Моя Прелесть» провел в спорткомплексе «Олимп» грандиозный праздник, посвященный Дню защиты детей. Основные участники праздника - воспитанники интернатов, реабилитационного центра для несовершеннолетних, сироты и дети, находящиеся на попечении, а также ученики школ, добившиеся успехов в спорте, учебе и творчестве.

В июне торговая марка «Прелесть Professional» стала спонсором юбилейного XX открытого Всероссийского турнира по художественной гимнастике на Кубок государственной телерадиовещательной компании «Ставрополье». Турнир прошел в Кисловодске на базе спорткомплекса «Олимпийский».

# НОВОМОСКОВСК В КРАСКАХ

**В ООО «Аэрозоль Новомосковск» успешно осуществлен проект по выпуску линии красок для волос для компании Schwarzkopf&Henkel. О том, как организовалось новое производство, рассказал генеральный директор ООО «Аэрозоль Новомосковск» Иван Сергеевич Рубан.**

## АНТОН ПАВЛОВ

- Иван Сергеевич, в связи с чем было принято решение развивать новое направление в производстве ООО «Аэрозоль Новомосковск»?

- Проект по наполнению красок для волос фирмы Schwarzkopf&Henkel получил своё начало в середине 2007 года. В тот момент для ООО «Аэрозоль Новомосковск» было очень важно получить долгосрочный контракт, способный стать импульсом в дальнейшем развитии предприятия. И, как нельзя лучше, для этого подходило предложение фирмы Schwarzkopf&Henkel о контрактном производстве красок для волос. Это предложение заинтересовало руководство компании по нескольким причинам. Во-первых, предприятие уже имело опыт наполнения, правда, ламинированных туб диаметром 35 мм, и, во-вторых, на заводе вполне успешно производились

т.к.помещение где располагались линии по производству жестяного баллона, великолепно подходили для размещения оборудования линии розлива красок.

- Как шли подготовительные работы, принимал ли заказчик производство после реорганизации?

- Надо сказать, что обманчивое представление о несложной технологии изготовления красок для волос развевается столь же быстро, сколь быстро открывается картонная коробочка, в которую она упаковывается. Неискушённому человеку довольно сложно понять назначение небольшого флакона, наполовину заполненного белой непрозрачной жидкостью. Это так называемая проявляющая эмульсия, без которой волосы невозможно покрасить. Для приготовления этого полуфабриката мы установили реактор и насосы специального исполнения, предназначенные для подачи всех ингредиентов эмульсии. Но

устанавливался и обвязывался реактор, монтировались необходимые коммуникации - всю эту тяжёлую и кропотливую работу почти год проводило энергомеханическое производство во главе с Александром Михайловичем Дерипалко без привлечения подрядчиков.

Весной 2009 года последним этапом стала установка оборудования по фасовке краски и автоматической комплектации коробки. На тот момент для выпуска первой партии красок было всё готово: завезены ингредиенты для приготовления эмульсии, закуплена сама краска и сформированы запасы комплектующих. Это было веским доказательством отличной работы всех звеньев предприятия и коммерческой службы, возглавляемой заместителем генерального директора по логистике Ольгой Михайловной Миронченко.

Теперь вопрос состоял в том, чтобы все части этого сложнейшего механизма под названием «Проект по наполнению красок для волос фирмы Schwarzkopf&Henkel», начали работать в одном ритме. Самой ответственной задачей было произвести монтаж и пусконаладочные работы оборудования в кратчайшие сроки и связать все цепочки: приготовления, фасовки эмульсии, розлива красок и расписать до мельчайших деталей технологию изготовления красок



Линия изготовления красок

алюминиевые тубы собственного производства. Мы поняли, что сможем решить эту задачу, поэтому было принято решение о заключении контракта.

- Что предшествовало выпуску?

- На первоначальном этапе необходимо было рационально распланировать производственные площади, найти их, оборудовать, привести в соответствие, согласовать с немецкими партнёрами планировку и всю документацию, но, самое главное, нужно было найти надёжного и опытного руководителя, который бы мог возглавить этот участок работы. И такой человек - Сергей Феликсович Бойко - оказался у нас на предприятии. Сергей Феликсович - хороший специалист, умелый руководитель, имеющий опыт работы с иностранными компаниями, так что лучшей кандидатуры искать и не пришлось. Было принято решение о переносе линии жестяного баллона из главного производственного корпуса в корпус цеха пластмасс,

самым сложным в этой цепочке было воспроизвести рецептуру и согласовать её с немецкой стороной. Все эти непростые вопросы легли на научно-технический отдел, отдел менеджмента качества и заводскую лабораторию, возглавляемые главным технологом предприятия Еленой Юрьевной Шишковой. Специалисты подошли к выполнению задачи ответственно, и скрупулезно проведённые немецкими коллегами анализы и тесты эмульсии прошли успешно.

- Иван Сергеевич, как происходило взаимодействие подразделений в ходе выполнения этого проекта?

- Параллельно с ремонтными и отделочными работами в главном производственном корпусе подготавливалось специальное помещение для хранения полуфабрикатов и сырья, устанавливались подъёмники, связывающие склады с производственными помещениями, находящимися на разных этажах. Подготавливалась необходимая документация,

и отгрузку готовой продукции. Со всеми этими задачами коллектив успешно справился под непосредственным руководством главного инженера Анатолия Ивановича Коновского. Благодаря его четким указаниям и распоряжениям уже 12 мая была получена первая партия красок для волос фирмы Schwarzkopf&Henkel, изготовленная в ООО «Аэрозоль Новомосковск».

- Какие проекты с Schwarzkopf&Henkel еще планируются?

- На данный момент проект наращивает силу, увеличивается производительность, формируется дружный коллектив работников. В ближайших планах завода - расширение ассортимента выпускаемых красок, выпуск новой линии красок, локализация закупок комплектующих. Мы видим здесь перспективу для развития и всем коллективом постараемся выполнить всё задуманное. Краски для волос для Schwarzkopf&Henkel - только начальный импульс к развитию.

# ТОРЖЕСТВО НАГРАД

**В последнее воскресенье мая коллективы ОАО «Арнест» и ООО «Аэрозоль» отмечали свой профессиональный праздник. Встретили праздник достойно, о чем красноречиво свидетельствуют успехи коллективов, о которых в своих поздравлениях говорили руководители.**

## ЕЛЕНА УСТИНОВА

На торжественный вечер во Дворец спорта «Олимп» поздравить коллектив «Арнеста»

пришли президент ОАО «Арнест» Алексей Сагал, первый вице-президент, председатель Совета директоров ОАО «Арнест» Анатолий Александров, генеральный директор ОАО «Арнест» Евгений Караулов, генеральный директор ОАО «Компания «Арнест» Елена Сагал, председатель профсоюзного комитета Николай Чайкин, а также именитые гости - депутат ГД СК Геннадий

Афонин, заместитель министра промышленности, энергетики и транспорта СК Дмитрий Саматов, председатель краевой организации профсоюза работников химических отраслей промышленности Наталья Гладкова, глава города Невинномыска Константин Храмов, председа-

Кубанского государственного технологического университета, но самые теплые слова и денежные премии получили ветераны производства.



Президент ОАО «Арнест» А. Э. Сагал вручает награду начальнику отдела труда Т.В. Жаворонковой

Затем участников вечера порадовали невинномысские и ставропольские артисты, но «гвоздем программы» стала уже любимица жителей нашего города Татьяна Назарова.

Зрелище продолжилось на площади возле «Олимпа» ослепительным фейерверком.



Генеральный директор ООО «Аэрозоль Новомосковск» И.С. Рубан вручает награду токарю С.А. Соболеву

тель Думы города Надежда Богданова, настоятель храма Серафима Саровского отец Игорь.

Много приятных поздравлений и пожеланий услышали арнестовцы в этот день, и все они звучали об одном: главное богатство предприятия - сплочённый коллектив, способный решить любые задачи. Лучшие сотрудники получили награды, а 27 молодых арнестовцев, которые влились в коллектив в течение года, были торжественно посвящены в рабочие. На сцену также были приглашены молодые специалисты - выпускники

В предпраздничный день в актовом зале ООО «Аэрозоль Новомосковск» состоялось собрание коллектива, посвященное профессиональному празднику. Генеральный директор ООО «Аэрозоль Новомосковск» Иван Сергеевич Рубан поздравил коллектив, познакомил с перспективами развития предприятия и обозначил основные

тенденции в работе. Главным итогом работы минувшего года он назвал новое направление в развитии завода - производство красок для волос по заказу компании Schwarzkopf&Henkel. Торжественная часть получилась скромной, но по-домашнему тёплой и уютной, ничуть не теряющей своей значимости для коллектива развивающегося предприятия. Лучшим работникам были вручены почётные грамоты и небольшие подарки от администрации города и руководства предприятия.

**Почти два года существует ЗАО «Гармония Плюс». За это время коллективу удалось достигнуть существенного роста продаж. О том, какие изменения произойдут в организации в ближайшее время, рассказывает управляющий ЗАО «Гармония Плюс» Михаил Голубь.**

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Михаил Николаевич, какие стратегические изменения произойдут в ближайшее время в структуре бизнеса?

- В конце мая на прошедшей в Москве сессии стратегического планирования группы компаний «Арнест» было принято важное решение, направленное на дальнейшее успешное и динамичное развитие бизнеса торговой группы компаний «Арнест» (ОАО «Компания «Арнест» и ЗАО «Гармония Плюс»). Планомерно мы будем двигаться к объединению компаний, и первым из шагов станет создание с 1 июля 2009 года единой организационной структуры отдела продаж. Региональные менеджеры «Гармонии Плюс» остаются на своих территориях, но переходят в подчинение руководителям дивизионов отдела продаж ОАО «Компания «Арнест».

- Как будет проходить процесс слияния и, в связи с этим, какие будут проведены изменения в «Компании «Арнест»?

Процесс слияния компаний связан с укрупнением, но при этом получившаяся в результате общая структура должна оставаться мобильной. Для оптимальной загрузки руководителей дивизионов и достижения максимально эффективной работы количество дивизионов в отделе продаж будет увеличено. Со 2-го полугодия происходит перераспределение регионов и выделяется в отдельный дивизион территория «Золотого Кольца», руководить которой будет ныне коммерческий директор «Гармонии Плюс» Виталий Александрович Черкасов, успешно справившийся с непростой

# ОБЪЕДИНЕНИЕ СИЛ

задачей по развитию «Гармонии Плюс».

Теперь перед ним будет стоять новый вызов, новые амбициозные цели и задачи. Особое внимание будет направлено на качественную «полевую работу». Продажи в условиях нарастающей конкуренции стимулирует именно профес-

года мы устремились в рост и сейчас «Гармония Плюс» представляет собой активно и динамично растущую компанию.

Скажем честно, нам очень приятно отмечать эти заслуги и, более того, они стоят того, чтобы их озвучить: прирост по России к сопоставимому периоду 2008 года

В-третьих, мы последовательно двинулись по направлению к выполнению целей и задач, установленных Советом директоров. В январе, когда мы начинали работу, наша клиентская база насчитывала чуть более 30-ти дистрибьюторов, далеко не все из которых отличались стабильно-

ют ошибки и возвращаются к нам, изменив свое мнение.

- Что ж, Михаил Николаевич, похвальные результаты. Ну, а что еще не успели сделать и что в перспективе?

Самая главная и основная перспектива – рост объемов продаж и доли рынка. Частично мы ее использовали, частично это еще предстоит сделать.

Благодаря работе выделенной структуры продаж «Гармония Плюс» мы хорошо развили клиентскую базу, но еще остаются незакрытые территории, работа по которым ведется и будет продолжаться. Это постоянный процесс – после освоения следует необходимость улучшения. В любом случае, войдя на территорию, нельзя останавливаться. Ситуация может меняться достаточно быстро. Одни дистрибьюторы развиваются, другие угасают. Нужно постоянно держать ситуацию под контролем и быть начеку.

Для достижения положительного результата мы должны действовать комплексно и быть компетентными. Мы объясняем дистрибьютору, куда необходимо продавать и где еще есть резервы, участвуем в переговорах, готовы грамотно расходуем деньги на ввод продукции в сети, проведение трейд-маркетинговых акций для дистрибьюторов, его клиентов, для конечных потребителей.

Очень важным является и фактор конкурентной борьбы. Стоит отметить, что за этот год 8 дистрибьюторов, начав работать с «Гармонией Плюс», уже отказались от контрактов с нашими прямыми российскими конкурентами. И это далеко не предел. Процесс продаж – двусторонний процесс. В нем необходима постоянная заинтересованность развивать и развиваться, как со стороны поставщика, так и со стороны дистрибьютора. Если дистрибьютор оценивает наши действия по развитию продаж, то более активно прикладывает свои усилия. Несомненно, если результаты работы и динамика будут такими же положительными, как и сейчас, то дистрибьюторы сделают правильный выбор, и мы существенно увеличим эти цифры.



Сотрудники офиса ЗАО «Гармония Плюс» в Невинномысске

сионализм персонала и личное общение с клиентами, торговыми точками – здесь еще скрыт большой потенциал для роста и развития.

Что касается бэк-офиса, то юридический департамент, дирекция по персоналу, дирекция по маркетингу у нас уже сейчас является общей и, по сути, в их работе ничего не изменится. Отдел логистики перестраивает организационную структуру в соответствии с проходящими изменениями в отделе продаж. Централизация функций будет и в финансово-экономическом департаменте и бухгалтерии.

- Теперь уже можно подвести итоги. Каких результатов удалось добиться «Гармонии Плюс» за время работы?

Во-первых, нам удалось построить компанию с нуля. Практически с чистого листа.

Во-вторых, нам удалось создать выделенную структуру продаж и переломить доставшуюся в наследство тенденцию падения продаж. После завершения договорной кампании в феврале 2009

в марте составил 32%, в апреле 62%, в мае 60%. В прошлом интервью, в марте этого года, я отмечал, что мы планируем достигнуть уровня максимальных продаж за всю историю компании. Мы добились этого! Более того, в мае мы установили новый рекордный показатель. А в июне сделаем все, чтобы обновить и его. На текущий момент есть уверенность, что нам удастся этого достигнуть и, тем самым, зафиксировать планку рекорда на новой, более высокой отметке.

Хочу выделить наиболее динамично развивающих свои регионы менеджеров отдела продаж «Гармонии Плюс»: Константина Филатова - регион «Кавказ», у которого прирост продаж за 5 месяцев 2009 года составил +70%, а в мае +83%, Владимира Дворницына - регион «Южный Урал». Здесь прирост продаж с марта 2009 года составил 42%, а в мае 210%. Это достойные результаты, и мы надеемся, что после организационных изменений в «Компании «Арнест» у них и у остальных сотрудников будут не меньшие достижения.

Ставилась первоочередная задача увеличения клиентской базы, расширения географии присутствия по всем территориям, с чем мы успешно справились. На текущий момент мы имеем 60 активных дистрибьюторов, а всего за 5 месяцев нам удалось подключить 29 новых клиентов!!! Почти половина из всей текущей клиентской базы. Мы изменили в лучшую сторону позиции «Гармонии Плюс» на российском рынке и у нашей компании в том же векторе менялась репутация, стал формироваться позитивный имидж – как у дистрибьюторов, так и торговых точек, в глазах конечных потребителей. Мы ощутили свои силы, у нас появилась уверенность.

В результате, нам удалось переломить существовавшее негативное представление и отношение дистрибьюторов к компании «Гармония Плюс», доставшееся в наследство от «ОМК-Трейд». Ранее отказавшись от сотрудничества, некоторые из них в тот момент не верили в будущее нашего ассортимента, теперь они призна-

## БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

# ДЕЛАЙ ДОБРО

**В четвертый раз лето в Невинномысске открылось грандиозным праздником во Дворце спорта «Олимп».**

**Благотворительный детский фонд «Моя Прелесть» не перестает радовать и удивлять ребятшек, большинство из которых – воспитанники интернатов, сироты и дети, находящиеся на попечении.**

ЕЛЕНА УСТИНОВА

В Международный день защиты детей лучшие танцевальные и вокальные коллективы города зажигали восторгом глаза 1 200 собравшихся детей - воспитанников школы-интерната, реабилитационного центра для несовершеннолетних, учеников школ, добившиеся успехов в спорте, учебе и творчестве. Каждый

участник праздника получил от фонда «Моя Прелесть» мороженое.

Поздравить детей с началом каникул и пожелать им счастливого летнего отдыха пришли президент благотворительного детского фонда «Моя Прелесть», депутат Государственной Думы Ставропольского Края Е.М. Сагал, председатель Думы города Невинномыска Н. М. Богданова,



первый заместитель главы администрации города Т. В. Васильченко, директор благотворительного фонда «Моя Прелесть» В. М. Петров и настоятель храма Сергия Саровского отец Игорь.

Благотворительный детский фонд «Моя Прелесть» выражает особую признательность и благодарность коллективам организаций, принявшим участие в проведении праздника, посвященному международному Дню защиты детей. Это: ОАО «Ком-

пания «Арнест» (Е. М. Сагал), ОАО «Арнест» (Е. И. Караулов), ОАО «Холод» (В.В. Соломко), ЗАО «Меркурий» (И. С. Кужба), ОАО «Дворец спорта ОЛИМП» (З. Д. Плотвина), ООО «Инпротех» (В. И. Калмыков), отделение №1583 Северо-Кавказского Банка СБ РФ (С. А. Комаров), профком Невинномысского ЛПУМГа (Н.И. Демиденко), ООО «Инжкомпроект» - С. В. Белоусов, ООО «Асстек» - Н. Н. Степаненко, ОАО «Железобе-

тон» (А. Н. Седельников), ООО «Промгражданстрой» (М.Х. Чачхалия), ООО «Невинномысскремстройсервис (А.С. Кондратьев), ЗАО «Невинномысский МЭЗ» (С. В. Нестеренко), ОАО «Невинномысский электромеханический завод» (В. Г. Ковалева), ПК «Электрик» (А. П. Евин), ООО «Тандем» (А. В. Кучеренко), ООО «Сантехстроймонтаж» (Ю.Л. Маламант), Управление жилищно-коммунального хозяйства (В. Н. Очеретько).

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Гаиб Рашидович, расскажите предысторию открытия производства жестяного баллона известным его производителем Sarten.

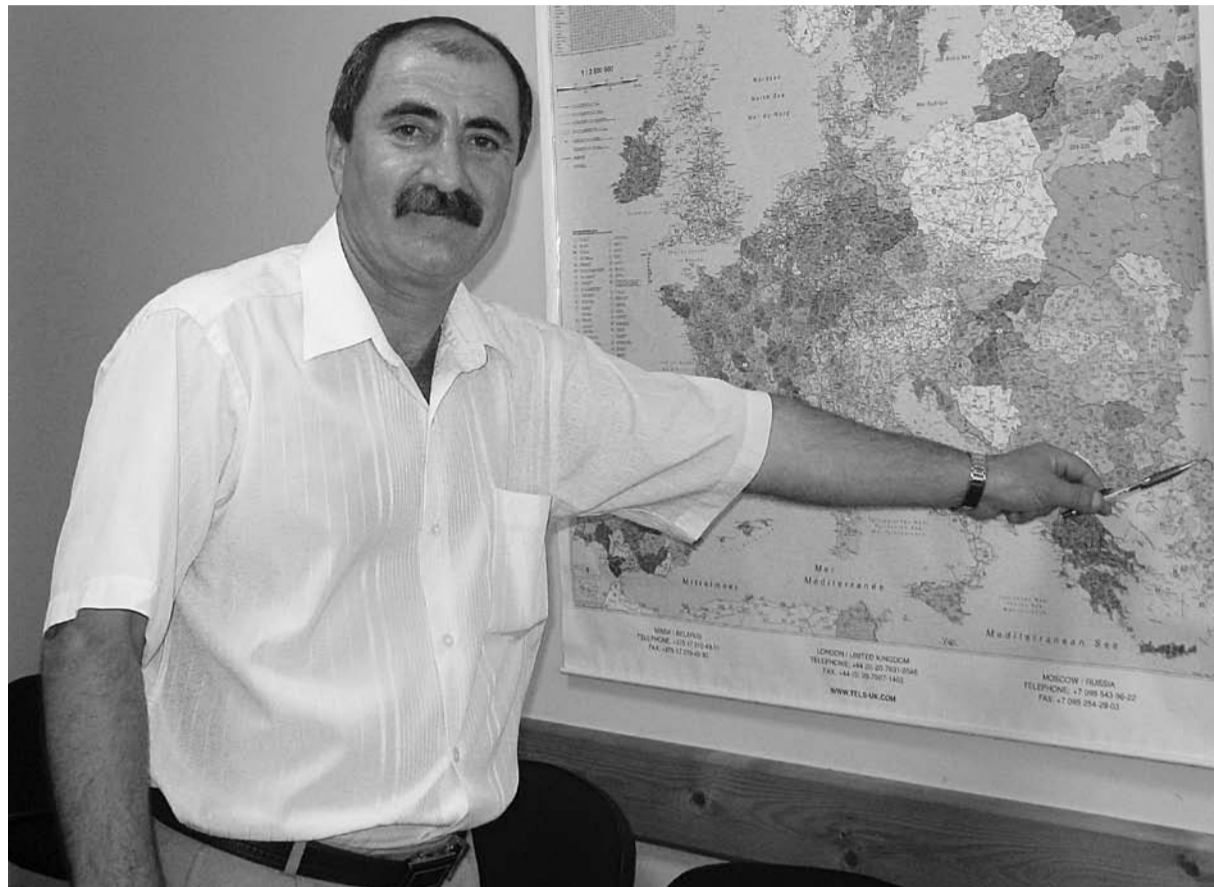
- Так как «Арнест» производит только алюминиевый баллон, жестяной баллон приходилось закупать у нескольких известных мировых фирм, среди которых была и турецкая компания Sarten. Ее продукция имела европейское качество, но была значительно дешевле других производителей, даже с учетом перевозки, таможенных пошлин и т.д. Правда, первый опыт работы с Sarten был несколько неудачным: баллоны были упакованы в паллеты и поэтому во время транспортировки потерпели некоторые механические повреждения. Мы обратили внимание поставщика на этот факт, и они это учли при последующих поставках.

При проведении очередных переговоров руководство Sarten высказало идею создания предприятия для производства жестяного аэрозольного баллона и жестяной банки для пищевых продуктов на территории России. «Арнест» же, в свою очередь, предложил для завода площадку в Невинномысске. В работе с этой фирмой нас устраивали и цена, и транспортная логистика, и мы начали работать над этим проектом. Первая делегация «Арнеста» посетила фирму Sarten в 2007 году. Это крупная турецкая компания по производству жестяного баллона расположена в городе Селибри, имеет заводы не только в Турции, но и в Европе. Завод в Селибри оказался современным, с ультрафиолетовой сушкой печати после нанесения литографии на жести и хорошей студией предпечатной подготовки. В планах Sarten было построить завод не только для производства аэрозольного баллона, но и жестяной пищевой банки под консервы. План логичный, так как обуславливался большим присутствием перерабатывающих заводов в южном регионе России.

Убедительным фактом строительства завода именно в Невин-

## ТУРЕЦКАЯ АЛЬТЕРНАТИВА

**Невинномыссск, благодаря «Арнесту», превращается в центр производства жестяного баллона в России. С февраля этого года к уже существующему немецкому предприятию Linar добавилось турецкое производство Sargak – о нем и пойдет речь в интервью начальника коммерческого отдела ОАО «Арнест» Гаиба Гаджиева.**



Прорубили «окно» в Турцию

номысске было и то, что «Арнест» – одно из крупных, стабильно развивающихся российских производств, работающее с крупными транснациональными компаниями. «Арнест» имеет свой таможенный склад временного хранения, таможенный пост в городе. Учитывая, что литографированный жестяной лист предприятие Sargak получает морскими 20-тонными контейнерами в количе-

стве 20 тысяч листов, из которых можно получить до 500 тысяч жестяных баллонов. Если доставлять теми же контейнерами баллон, то в контейнере их поместится максимум 125 тысяч. Получается, что до этого возили «воздух», на который транспортные составляющие занимали немалые затраты. Сыграл роль и тот факт, что наш крупный заказчик – концерн Калина – на момент наших перегово-

ров покупал аэрозольный баллон в Sarten. Баллоны для «Калины» не всегда доходили в идеальном состоянии, были издержки транспортировки – вмятины, сколы, потертости рисунки и т.д. Мы гарантировали Sarten постоянные заказы и предоставление производственной площадки под оборудование. Их представители побывали в «Арнесте», посмотрели площадки, просчитали логистику

и решили, что наше предложение для них выгодно. Вот так Sarten решил открыть свое производство в Невинномысске.

- Как это произошло?

- «Арнест» предложил под производство площадку ООО «Кампа». Мы помогли с регистрацией предприятия, таможенной очисткой оборудования, комплектующих, открытием счетов и с нового года линия по производству жестяного баллона работает на площадке ООО «Кампа». Производство называется Sargak. Турецкие специалисты запустили оборудование, обучили местный персонал, и сейчас здесь работают российские специалисты.

Печать на жести происходит на головном заводе в Турции. «Арнест» отсылает оригинал-макет требуемого дизайна, на головном заводе распечатывают пилотный экземпляр, присылают на утверждение и после нашего согласования рисунок баллона печатают на жести. Листы жести с рисунком поступают в Sargak, а уже здесь происходит раскрой листа, сварка и сборка 3-х составного жестяного баллона, соответствующего всем европейским требованиям. Цилиндрическая часть баллона изготавливается из жести европейских производителей, осуществляется внутренняя и наружная защита сварного шва. Линия включает в себя автоматический тестер высокого давления для проверки герметичности баллонов, а контролер «Арнеста» принимает баллоны из производства. Производительность линии – 5 баллонов в секунду.

- И что же «Арнест» выиграл в итоге?

- В итоге мы получаем баллоны чуть ли не с конвейера – логистика минимальна: день производства баллона в Sargak – день его завоза в «Арнест». Контракт «Арнеста» с фирмой Sargak на поставку жестяных баллонов заключен в рублях, исходя из долларовой эквивалента, что тоже весьма экономит бюджет Арнест. Качество баллонов европейское.

Стратегически это очень верный шаг, так как мы получили альтернативного поставщика жестяного баллона.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ НОВОСТИ

## ЗНАНИЕ АССОРТИМЕНТА – СИЛА!

**В целях повышения прибыльности компания «Арнест» использует один из маркетинговых инструментов, – ассортиментное обучение сотрудников своих дистрибуторов. Ведь знание продукта, который продаешь, – основа его успешного продвижения на рынок. Обучение проводят на местах региональные менеджеры отдела продаж компании, управляющие торговыми командами дистрибуторов, а также специалист по обучению и развитию персонала Алина Петенко, которая и поделилась подробностями этого проекта.**

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Алина, что сделано почти за три месяца обучения торгового персонала наших дистрибуторов?

- С апреля этого года, проведено более 40 тренингов по продукту и обучено более 260 человек. И это только половина от запланированного, данный проект мы рассчитываем завершить до конца июля. Я, в свою очередь, провела обучение в Краснодаре, Ульяновске, Челябинске, Ташкенте, Вологде, Казани.

В ближайшее время планируются обучение в странах зарубежье: Беларуси, Казахстана, Киргизии и Азербайджана.

- Из каких блоков состоит программа тренинга?

Программа обучения состоит из смысловых блоков, включающих важные факты из истории компании, цели, задачи, миссию компании «Арнест», информацию о продуктах. Также в рамках обучения мы рассказываем о необходимости использования клиентоориентированного подхода в продажах.

- В каком режиме проходит обучение?

- Процедура обучения происходит следующим образом: вначале проводится предтренинговая диагностика на знание ассортимента, после чего в течение 8-9 часов участники получа-

ют знания о продукте. В основе тренинга лежит информация о характеристиках, преимуществах и выгодах каждого продукта в составе бренда. В процессе обучения используются видеofilмы, презентации. Мы применяем интерактивные ролевые игры для отработки навыков презентаций и продажи продуктов в торговую точку. Далее, в течение 7-10 дней, когда торговые представители уже успели попробовать в работе полученные знания и навыки, мы проводим посттренинговую диагностику с использованием того же теста, что и до обучения. Таким образом специалист по обучению определяет дельту, т.е. разницу



Участники тренинга

между тем, какие знания были получены и какие сохранились в итоге. Средняя дельта (результат обучения) составляет 30% и мы считаем этот результат достаточно высоким. Таким образом, мы делаем вывод, что для 100% знания ассортимента такое обучение нужно проводить регулярно, как минимум раз в квартал.

- Стоит ли говорить, что данное обучение достаточно затратное, так как предполагает расходы на перелет, проживание тренера, аренду зала, проектора и другого оборудования?

- Да, и в связи с этим в ближайшее время компания плани-

рует перейти на дистанционную систему обучения, которая предполагает индивидуальный формат тренинга посредством видеокурса. Оценка такого обучения будет производиться путем прохождения промежуточного тестирования после изучения отдельного блока, а также итогового тестирования после прохождения всего курса обучения. И только в случае получения положительного результата сотрудник отдела продаж будет самостоятельно допускаться в торговую точку.

Такие видеокурсы мы планируем разработать по тематике ассортимента обучения и базовых навыков продаж.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

**В свое время в ОАО «Арнест» существовал музей истории, но в 2004 году, в связи с нехваткой офисных площадей, он был закрыт. Сегодня музей возрождается.**

Компания, занимающая ведущие позиции в косметическом бизнесе и планирующая долго работать на рынке, старается оставить свой след в истории и воспитывать персонал на хороших трудовых традициях. Поэтому решено воссоздать музей истории группы компаний «Арнест», который будет располагаться в конференц-зале ремонтно механической службы.

От предыдущей экспозиции музея «Арнеста» сохранилось большинство материалов, отражающих основные этапы строительства завода и производственные вехи предприятия. Первый юридический документ на проектирование Невинномысского завода бытовой химии был подписан заместителем Министра химической промышлен-

# СОЗДАЕМ ИСТОРИЮ

ности в 1966 году. Строительство завода началось 2 года спустя, а в 1971 году на прилавки страны поступил первый лак «Прелесть». Эта марка стала легендой косметической отрасли и до сих пор радует женщин России. С тех пор в жизни коллектива произошло много славных и знаменательных событий, да и сам завод теперь стал холдингом. Чтобы сохранить традиции и заслуги для будущих поколений, решено создать музей. Ответственной за создание музея назначена главный редактор «Арнест Информ» Елена Алексеевна Устинова.

Собирать информацию и экспонаты для корпоративного музея крайне сложно, поэтому мы обращаемся ко всем сотрудникам и ветеранам группы компаний «Арнест» с просьбой: если у вас сохранились фотографии, свидетельства прессы тех лет, аэрозольные баллоны со старым дизайном, рекламная продукция и другие материалы, способные наполнить содержанием и украсить музей, принесите, пожалуйста, их в редакцию корпоративной газеты «Арнест Информ», расположенную в здании АБК 3, кабинет №111, телефон 13-35.



Фрагмент экспозиции музея

## НАЗНАЧЕНИЯ

### ОАО «Арнест»

• С 1 июня 2009 года на должность начальника цеха наполнения назначен Сергей Игоревич Швецов, занимавший должность руководителя проектов по автоматизации в секторе технического перевооружения и надзора за производством.

• Заместителем начальника цеха наполнения по оборудованию назначен Сергей Николаевич Наконечников.

### ОАО «Компания «Арнест»

• К работе на позиции директора по маркетингу ОАО «Компания Арнест» приступила Елена Луканцева. Ранее Елена занимала должность руководителя группы средств по уходу за волосами: стайлинг и лаки для волос в компании «Schwarzkopf&Henkel».

• На должность руководителя дивизиона «Юг» отдела продаж назначен Константин Богданов. Ранее Константин работал дивизиональным менеджером по продажам в компании «SUN InBev».

• Руководителем дивизиона «Зарубежье» отдела продаж назначен Алексей Ермолаев. До этого Алексей был управляющим директором в компании «Eurokommerz commercial finance», Казахстан.

## ЗДОРОВЬЕ

# МАЛЕНЬКИЙ ИСТОЧНИК БОЛЬШОЙ ОПАСНОСТИ

**Реальность заражения крымской геморрагической лихорадкой на территории Ставропольского края и северокавказском регионе в целом все еще крайне высока.**

По материалам Ставропольского краевого клинико-диагностического центра

Геморрагическая лихорадка Крым-Конго - острое вирусное заболевание, относящееся к зоонозам с природной очаговостью. Характеризуется двухволновой лихорадкой, общей интоксикацией и выраженным тромбогеморрагическим синдромом.

Резервуаром вируса являются дикие мелкие млекопитающие: лесная мышь, малый суслик, заяц-русак, ушастый еж. Переносчиком и хранителем являются клещи, преимущественно из рода *Nyalotmna*. Заболеваемость в нашей стране характеризуется сезонностью с максимумом с мая по август. В 80% случаев заболевают лица в возрасте от 20 до 60 лет.

Воротами инфекции является кожа в месте укуса клеща или мелкие травмы при контакте с кровью больных людей (при внутрибольничном заражении). На месте ворот инфекции выраженных изменений не наблюдается. Вирус проникает в кровь и накапливается в клетках ретикулоэндотелиальной системы.

Инкубационный период длится от 1 до 14 дней (чаще 2-7 дней). Проромальных явлений не бывает. Болезнь начинается внезапно, больные могут назвать даже час начала заболевания. Температура тела быстро повышается, иногда с потрясающим ознобом и даже при легких формах болезни достигает 39-40°C.

В начальном периоде отмечаются лишь признаки общей интоксикации, характерные для

многих инфекционных болезней. Начальный период длится чаще 3 дня. В этот период на фоне высокой лихорадки отмечают слабость, разбитость, головная боль, ломота во всем теле, сильная головная боль, боли в мышцах и суставах. К более редким проявлениям начального периода относятся головокружение, нарушение сознания, сильные боли в икроножных мышцах, признаки воспаления верхних дыхательных путей. Лишь у некоторых больных еще до развития геморрагического периода появляются характерные для этой болезни симптомы - повторная рвота, не связанная с приемом пищи, боли в пояснице, боли в животе, преимущественно в эпигастриальной области.

В частности, при появлении геморрагического синдрома отмечается снижение температуры тела до субфебрильной, через 1-2 дня температура тела вновь повышается, что обуславливает характерную для этой болезни «двугорбую» температурную кривую.

Геморрагический период соответствует периоду разгара заболевания. Выраженность тромбогеморрагического синдрома определяет тяжесть и исход болезни. У большинства больных на 2-4-й день болезни (реже на 5-7-й день) появляется геморрагическая сыпь на коже и



слизистых оболочках, гематомы в местах инъекций, могут быть кровотечения (желудочные, кишечные и др.). Состояние больного резко ухудшается. Гиперемия лица сменяется бледностью, лицо становится одутловатым, появляются цианоз губ, акроцианоз. Сыпь на коже вначале петехиальная, в это время появляются энантема на слизистых оболочках ротоглотки, могут быть более крупные кровоизлияния в кожу. Возможны носовые, маточные кровотечения, кровохарканье, кровоточивость десен, языка, конъюнктив. Про-

гностически неблагоприятно появление массивных желудочных и кишечных кровотечений. Нормализация температуры тела и прекращение кровотечений характеризует переход к периоду выздоровления. У отдельных больных могут быть легкие формы болезни, протекающие без выраженного тромбогеморрагического синдрома, но они, как правило, остаются не выявленными.

Каждый третий человек, заболевший лихорадкой, заразился во время лесных прогулок, остальные - в гаражах, на стройках и на дачах. При первых признаках заболевания - ознобе и высокой температуре - необходимо обратиться к врачу.

Наиболее эффективной защитой от клещевого энцефалита является вакцинация. При посещении мест обитания клещей медики советуют надевать защитную одежду и пользоваться репеллентами.

**Примечание редакции.** В ассортименте ОАО «Компания «Арнест» представлены уникальные средства защиты от клещей *Picnic*.

## НОВИНКИ

### Биологичность — на первом плане!

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

К началу лета серия «Прелесть Био», совсем недавно обновившая линию дезодорантов, представит покупателю и средства стайлинга в новом усовершенствованном дизайне.

Новый дизайн решает сразу несколько важных задач. Во-первых, очень точно подчеркивает одно из самых главных уникальных преимуществ продукта — наличие в составе исключительно натуральных компонентов. И важную роль здесь играют усовершенствованный логотип и вынесенные на лицевую часть баллона графические природные элементы. Яркие красивые оттенки фона, как и прежде разделяющие серию по линейкам, отлично гармонируют друг с другом и эффектно выделяют продукты серии среди конкурентов. Ведь внешний вид — это один из важнейших инструментов, позволяющих решить эту задачу. Именно он должен привлечь внимание покупателя на товаре и «заставить» положить его в корзину для покупок.



В новом дизайне средства для укладки «Прелесть Био» стали выглядеть более женственно и современно. На сегодняшний день они занимают практически половину ассортимента серии «Прелесть Био». Стайлинг — один из самых насыщенных на российском косметическом рынке сегментов и борьба за полки в нем достаточно жесткая. Но, несмотря на это, средства для укладки «Прелесть Био» входят в десятку самых покупаемых брендов.

# ФЛЕР В ИНТЕРЬЕРЕ

По материалам журнала  
«Новости торговли» №5 май, 2009 г.

«Новости торговли» – всероссийский информационный журнал для профессионалов в области розничной торговли. Тираж 25000 экз. Распространяется во всех регионах России

Российский рынок освежителей и ароматизаторов воздуха в прошлом году стабильно рос: по данным исследования розничных продаж, проведенного «Nielsen Россия» в городах России с населением свыше 10 тыс. человек, в 2008 году рост розничных продаж освежителей воздуха составил 8% в в штуках и 22% в стоимостном выражении. Рост категории в январе-феврале 2009 года по сравнению с аналогичным периодом годом ранее составил порядка 1% в натуральном выражении (шт.). Однако пока еще рано говорить, что это долговременный тренд», - отмечает менеджер по работе с клиентами подразделения аудита розничной торговли компании «Nielsen Россия» Юлия Шулепова. При этом аналитики отмечают постепенное изменение структуры рынка.

## Интерес к ароматизации

Как отмечает бренд-менеджер группы товаров бытовой химии компании «Арнест» Ольга Кузнецова, одним из основных трендов на рынке освежителей воздуха можно назвать изменение ситуации потребления. «Потребители стали использовать освежители воздуха не только в туалетных комнатах, но также на кухне и в жилых помещениях», - утверждает эксперт. По данным «Nielsen Россия», выросли доли таких сегментов категории продуктов длительного действия, как декоративные (более чем в 2 раза: 25,5% в физическом выражении в 2008 году по сравнению с 11,5% в 2007 году; доля от общего объема продаж продуктов длительного действия) и саше (с 0,2 до 0,5% в физическом выражении).

Видя перспективность сегмента, компания Уресо вывела свою марку Deliss для ароматизации жилых помещений. Коллекция ароматов Deliss создана для использования в доме: в гостиной, спальне, гардеробной. «Мы изначально не позиционировали продукт как стандартный освежитель, а сразу вышли в сегмент ароматизаторов», - поясняет бренд-менеджер ТМ Deliss компании Уресо Екатерина Вольф. Ароматы для ТМ Deliss производят ведущие парфюмерные дома мира, европейские и японские. «В большинстве продуктов содержатся ароматические масла, что делает композиции более стойкими и многогранными», - добавляет Екатерина Вольф.

Компания «Арнест» в 2008 году предложила освежители воздуха Symphony Aroma, также с содержанием натуральных эфирных масел. «Входящие в их состав смеси масел в правильно подобранных соотношениях оказывают положительное влияние на организм человека, - говорят в компании. - В серию входят четыре продукта, каждый с определенным назначением и ароматами: «Цветочная фантазия» настроит на волну удовольствия и создаст романтическую атмос-

**Наряду с ростом рынка освежителей воздуха меняется структура потребления. Это касается как выбора средств, так и мест их использования: потребители все чаще предпочитают освежителям ароматизаторы воздуха, применяя их для жилых помещений и кухни.**

феру, «цитрусовый всплеск» с ярким ароматом сочного апельсина и легкой ноткой грейпфрута создаст атмосферу доброжелательности и гармонии, «Лаванда и ромашка» - спокойную и расслабленную атмосферу, «Белый чай и фрукты» подарит хорошее настроение и заряд бодрости на длительное время.

Предпочтение потребителей, по данным «Nielsen Россия», пока что отдается простым и давно знакомым ароматам. Так, на долю пяти самых популярных запахов в 2008 году приходилось 39% в натуральном выражении и 38% - в стоимостном: морской (13% в физическом и 12% в стоимостном объеме), антитабак (по 10%), цитрус (6 и 7% соответственно), ландыш и лаванда (по 5%).

мент освежителей длительного действия. Такая же тенденция прослеживается в странах Западной Европы, но там этот сегмент рынка по своим объемам практически равен традиционному сегменту освежителей моментального действия. В России до сих пор этот сегмент рынка слишком мал, чтобы уделять ему пристальное внимание», - рассказывает Ольга Кузнецова. «Динамично развивается потребление новых современных форм продуктов, таких как электрические ароматизаторы. Именно поэтому мы делаем на них коммуникационный акцент», - отмечает Екатерина Вольф. По данным количественного исследования, проведенного исследовательским агентством IMCA в октябре 2008 года (Москва, 400

сегмента продуктов длительного действия на них приходится уже почти пятая часть продаж. Микроспреям, которые вышли на рынок несколько раньше, удалось уже набрать долю в 5% от общего объема продаж продуктов краткосрочного действия».

## Элемент дизайна и интерьера

Стремление потребителей к инновациям всячески поддерживается производителями. «Японские производители используют в своем производстве только передовые технологии и инновационные методики. Поэтому схема действия нейтрализаторов и ароматизаторов направлена не столько на ароматизацию воздуха, сколько на устранение

оригинальной формы - в виде яйца, разных цветов и ароматов. Компания Уресо при разработке ароматических свечей пошла нестандартным путем и использовала не просто парафин, а композицию двух видов воска. «Парафин дал нам функциональность, а применение пального воска позволило сделать изысканный дизайн: воск покрыл часть свечи нежным как будто морозным узором», - поясняет Екатерина Вольф. Также компания уделяет большое внимание упаковке как части дизайна продукта. «Если посмотреть на наши упаковки электрических и декоративных ароматизаторов, сменные флаконы, то уникален не только дизайн в обычном понимании этого слова, то есть графическое решение, но и дизайн самих конструкций: изысканные линии, создающие «силуэт упаковки», привлекают внимание потребителя ничуть не меньше, чем картинки», - утверждает Екатерина Вольф. - О том, что мы не ошибаемся, свидетельствуют высокие оценки дизайна наших продуктов, полученные в ходе количественного исследования IMCA в 2008 году в Москве. 94% респондентов отмечают престижность дизайна, а 92% декларируют желание купить подобный продукт». Однако Ольга Кузнецова считает, что не форма баллона, а аромат отдушки главным образом влияет на выбор потребителя.

## Качество - вопрос безопасности

В наметившемся уже было стремлении к потреблению более дорогой продукции в сегменте освежителей воздуха и средств для ароматизации помещений отмечается возврат назад, к более дешевым продуктам. «Самыми перспективными сегментами являются средний и верхнеценовой. Но кризис скорректировал ситуацию на рынке. Очевидно, что спрос стал смещаться в нижний ценовой сегмент», - отмечает Ольга Кузнецова. Однако полностью опуститься в нижний ценовой сегмент рынок освежителей не может, так как отдушки, как правило, закупаются производителями за границей, и важным критерием, помимо запаха, является безопасность компонентов для человека. «Найти отдушки российского производства с аналогичным качеством компонентов крайне затруднительно», - поясняет Ольга Кузнецова. «Мы принципиально не работаем в низком ценовом сегменте, так как уважаем своего потребителя и не можем предлагать ему продукцию недостаточно высокого уровня качества, - говорит Екатерина Вольф. - Мы всегда работаем с лучшими мировыми производителями, такими как Zobebe, Tosvar, Coster, поэтому география производства достаточно широка. Электрические и декоративные ароматизаторы производятся в Испании, интерьерные аэрозоли - в Италии и Турции». Кроме того, хотя кризис и замедлил рост рынка, но не остановил его. Так что не стоит опасаться, что некачественные освежители воздуха заполнят рынок.

НАТАЛИЯ КУЗНЕЦОВА



## Свежесть надолго

Растет потребление освежителей длительного действия. По данным «Nielsen Россия», их доля выросла с 3,4 до 5% в физическом объеме и с 5,5 до 9% - в стоимостном. Соответственно, доля продуктов краткосрочного действия, среди которых лидирует спрей, немного снизилась. Хотя в абсолютных показателях сегмент продукции длительного действия небольшой, динамика у него многообещающая. «Быстрее всего растет сегмент освежителей длительного действия: свечи, гели, пластины, автоматические освежители», - отмечает Ольга Кузнецова. К тому же в этом сегменте появляется большое количество инноваций, что также привлекает потребителей. «Основное развитие рынка в плане появления новых продуктов также приходится на сег-

мент освежителей длительного действия. Намерены в будущем использовать такие продукты, как электрические ароматизаторы, значительно больше (22%), чем используют сейчас (7%). Намерение использовать стандартные аэрозольные освежители сокращается (на 11%: 79% используют сейчас и только 68% намерены продолжать использовать подобные продукты в будущем).

«Одна из ключевых тенденций рынка - рост интереса потребителей к «удобным» инновациям: электрическим системам, которые относятся к продуктам длительного действия, а также к микроспреям - в сегменте продуктов краткосрочного действия, - утверждает Юлия Шулепова. - Новинкам уже удалось «отъесть» небольшую долю от самого крупного сегмента - спреев. Так, по данным на январь-февраль 2009 года доля систем составляла порядка 1% от общего объема продаж в категории. На уровне

неприятного запаха, - рассказывает директор по маркетингу «Ниппон Косметик» Галина Яшина. - Распыление ароматической жидкости с высокоэффективной системой абсорбции OM-Еда 4 позволяет одновременно поглощать существующие запахи и уничтожать вызывающие их микроорганизмы. «В 2008 году мы заключили уникальное для этого рынка соглашение об эксклюзиве на новую серию отдушек Neofresh с немецкой компанией Symrise. Уникальность отдушек заключается в том, что благодаря им происходит нейтрализация неприятных запахов, а аромат освежителя остается в воздухе более часа. Эти отдушки мы используем только для бренда Garden», - говорит Ольга Кузнецова.

Кроме того, производители стремятся сделать освежители элементом дизайна, интерьера. Компания Kobayashi выпустила серию освежителей Sawada

## ЭКСПЕРТЫ О РЫНКЕ ОСВЕЖИТЕЛЕЙ ВОЗДУХА

Юлия Шулепова, менеджер по работе с клиентами подразделения аудита розничной торговли компании «Nielsen Россия».

В 2008 году рост розничных продаж освежителей воздуха составил 8% в физическом выражении (в штуках) и 22% в стоимостном. В то же время, как в целом ряде других категорий непродовольственных товаров повседневного спроса, в конце 2008 - начале 2009 года в категории освежители воздуха наблюдалось замедление динамики развития. Рост категории в январе-феврале 2009 года по сравнению с аналогичным периодом годом ранее составил порядка 1% в натуральном выражении. Однако пока еще рано говорить, что это долговременный тренд. В числе ключевых тенденций рынка - рост интереса потребителей к «удобным» продуктам: электрическим системам, которые относятся к продуктам длительного действия, а также к микро-спреям в сегменте продуктов краткосрочного действия.

**Екатерина Вольф,**  
бренд-менеджер ТМ Deliss  
компании Уресо.

Сегмент ароматизаторов пока недостаточно развит в отличие от стран Западной Европы и США. Но это лишь вопрос времени - спрос начал формироваться, особенно наглядно мы это увидели в осенний период 2008 года. Вероятно, кризис несколько и ненадолго снизит темпы развития, однако тем активнее будет посткризисный рост сегмента. Если говорить о тенденциях, то динамично развивается потребление новых современных форм продуктов, таких как электрические ароматизаторы. Растет доля инновационных форм продуктов, в то время как доля стандартных освежителей для туалета снижается.

**Ольга Кузнецова,**  
бренд-менеджер группы  
товаров бытовой химии  
компании.

Рынок освежителей воздуха, безусловно, является растущим. Быстрее всего увеличивается сегмент освежителей длительного действия: свечи, гели, пластины, автоматические освежители. Основное развитие рынка в плане появления новых продуктов также приходится на сегмент освежителей длительного действия. Такая же тенденция прослеживается в странах Западной Европы, но там этот сегмент рынка по своим объемам практически равен традиционному сегменту освежителей моментального действия. В России этот сегмент рынка слишком мал, чтобы уделять ему пристальное внимание.

# ПЕРЕХОДЯЩИЙ КУБОК – НАВЕЧНО

**По установившейся традиции, в начале июня каждого года в Новомосковске и области проводятся городские и районные соревнования санитарных постов объектов экономики, осуществляющих свою деятельность на территории муниципального образования.**

**ИГОРЬ КРЕНИЦКИЙ**

начальник штаба ГО и ЧС  
ООО «Аэрозоль Новомосковск»

Наполовину обновленная команда ООО «Аэрозоль Новомосковск» с честью и чувством высокого достоинства защитила звание лучшего санитарного поста 2007 и 2008 годов и вновь, уже третий год подряд, заняла почетное 1-е место. В ее состав вошли инженер по таможенному оформлению грузов цеха № 10 Павел Косинов - командир отряда, литейщик пластмасс цеха № 12 Светлана Черепенькина, старший инженер отдела МК цеха № 10 Татьяна Юрова, сортировщик жести и изделий цеха № 12 Елена Кузовкина.

На всех четырех этапах соревнований участники показали высокие теоретические знания и практические навыки в применении приемов оказания первой медицинской помощи в очагах поражения, использовании инди-



видуальных средств химической защиты, точности и быстроты выноса пострадавших из зараженных участков.

Высокий командный дух, чувство товарищества, понимание важности решения стоящих перед ними задач не оставили никаких шансов участникам дружной команд в борьбе за самый высокий результат. Команда санитарного поста ООО «Аэрозоль Новомосковск» в истории соревнований поставила новый рекорд, заработав всего 2 штрафных очка, оставив далеко позади других призеров: команды Новомосковской ГРЭС и филиала «Тулэнерго», занявших соответственно 2 и 3 место.

Еще одно новшество было введено в этом году в ходе под-

готовки и проведения соревнований: каждая организация должна была представить на суд судейской коллегии свой санитарный бюллетень по установленной филиалом Новомосковского отделения Красного Креста теме. А тема была не из легких: «Калифорнийский (свиной) грипп». И здесь редакция общественной коллегии постаралась на славу. Санитарный бюллетень общества единогласным решением всех участников соревнований был признан самым полным, эстетично оформленным и соответствующим всем требованиям.

При подведении итогов соревнований на общем построении судейская коллегия приняла решение об изменении «Поло-

жения о переходящем кубке за победу в городских и районных соревнованиях санитарных дружин и санитарных постов объектов экономики», и переходящий кубок за победу в течении трех лет подряд был передан на вечное хранение команде ООО «Аэрозоль Новомосковск»! Кроме первого приза, санитарный пост общества был награжден Главой администрации муниципального образования города Новомосковска двумя Дипломами 1-й степени за победу на соревнованиях и лучший санитарный бюллетень, а так же почетной грамотой Председателя Новомосковского отделения Красного Креста как лучший санитарный пост муниципального образования 2009 года.

## ВАХТА ПАМЯТИ

# МЫ ПОМНИТЬ ДОЛЖНЫ

**АЛЕКСЕЙ ЖУКОВ**

механик ЦХ и ГП  
ОАО «Арнест»

В рамках мероприятий «Вахта Памяти», посвященных 64-й годовщине Победы советского народа в Великой отечественной войне, прошел традиционный VI туристический слет в Архызе, в котором в числе 14 невинномысских команд участвовала и команда «Арнеста».

По традиции перед началом соревнований все участники турслета торжественно возложили цветы к могилам солдат, погибшим при защите перевалов Кавказа.

Турслет включал несколько этапов: туристический, перетягивание каната, футбол, волейбол, пейнтбол, дартс, художественную самодеятельность, смотр туристического быта.

По условиям соревнований в театральном конкурсе «Мы помнить должны» участники должны были изобразить один из эпизодов битвы за Кавказ. Наша команда показала урок в школе, на котором учитель рассказывает об операции «Эдельвейс». В конце мы акцентировали внимание на том, что благодаря таким вахтам памяти наше поколение не забудет того, что сделали для нас наши деды.

Быт нашей команды «Партизаны» был признан самым лучшим, а в конкурсе полевой кухни, на который мы представили блюдо «Софийская поляна», мы заняли второе место.

В спортивных состязаниях против «Арнеста» играли очень сильные команды «Азота», УВД, администрации города. К сожалению, в этих видах спорта нам не удалось занять передовые позиции. В итоге наша команда заняла 4 место.



Возложение венков

## СПОРТ



Команда «Арнест 1»

# ВСЕ – ПЕРВЫЕ!

**ИГОРЬ НЕСМЕЛЬЦЕВ**

21 июня прошел городской турнир по уличному баскетболу (стритболу), посвященный международному Дню борьбы с наркоманией. В нем приняли участие 10 мужских команд в возрастной подгруппе 1991 года рождения и старше и 10 команд до 1992 года рождения, а также 3 женских команды.

«Арнест» третий год подряд

выставляет три команды: две мужских и одну женскую.

Игра в стритбол проводится на половине баскетбольной площадки, но игра эта намного динамичнее и жестче баскетбола классического. Жеребьевка развела мужские команды «Арнест-1» и «Арнест-2» в разные подгруппы.

В итоге 2 наших команды - «Арнест-1» и женская заняли первое место.

Молодцы! Поздравляем!

# ПРОСИМ К СТОЛУ!

ООО «Арнест-Сервис» улучшил обслуживание наших сотрудников и с июня включил в свое меню комплексные обеды.

Теперь каждый желающий может взять на выбор один из предложенных комплексных обедов, стоимость которого не превышает 50 рублей. По желанию обеды могут доставить в комнаты приема пищи.

# Мы вас любим, ценим, уважаем! От всей души поздравляем с Днем Рождения!

Наши коллеги, родившиеся в июле

## ОАО «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Гололобов Виталий Николаевич	наладчик ЦН	01.07.
Мартынов Юрий Геннадьевич	слесарь ЦН	01.07.
Арганов Андрей Евгеньевич	наладчик ЦБ	02.07.
Маглатов Артем Сергеевич	наладчик ЦБ	02.07.
Демченко Любовь Николаевна	шлифовщик РО	03.07.
Новохацкая Елена Ивановна	машинист ЦБ	03.07.
Димитриченко Олег Николаевич	водитель погрузчика - грузчик ЦХ и ГП	03.07.
Рудковская Тамара Владимировна	сменный мастер ЦБ	03.07. Юбилей
Горошинская Ксения Алексеевна	лаборант ОМК	04.07.
Симоненко Анжелла Николаевна	сборщик продукции ЦН	04.07.
Еременко Дмитрий Иванович	развесчик химсырья ЦХ и ГП	04.07.
Макарова Юлия Владимировна	кладовщик ЦХ и ГП	04.07.
Рыжова Мария Васильевна	оператор ЭФМ ЦХ и ГП	04.07.
Соколова Оксана Николаевна	сборщик продукции ЦН	05.07.
Боркут Николай Петрович	наладчик ЦБ	06.07.
Логвинов Владимир Николаевич	наладчик ЦБ	06.07.
Васюкова Мария Борисовна	сборщик продукции ЦК	06.07.
Скорикова Татьяна Викторовна	специалист КО	07.07.
Найденев Александр Борисович	слесарь РО	07.07.
Ивахненко Геннадий Анатольевич	наладчик ЦБ	07.07.
Сероштанова Елена Николаевна	наладчик КИП и А ОЭ и РО	07.07. Юбилей
Черевиченко Владимир Викторович	наладчик ЦБ	08.07.
Маракулин Эдуард Владимирович	начальник ОДП	09.07.
Качанова Надежда Васильевна	ведущий инженер ПДО	09.07. Юбилей
Федоскина Татьяна Валентиновна	сборщик продукции ЦН	10.07.
Юрченко Вячеслав Леонидович	наладчик ЦБ	11.07.
Удодова Нина Анатольевна	сборщик продукции ЦН	12.07.
Зозуля Татьяна Васильевна	кладовщик ЦХ и ГП	12.07.
Черненко Наталья Николаевна	лаборант ОМК	13.07.
Пеляк Галина Ивановна	сборщик продукции ЦН	13.07.
Новак Ирина Николаевна	экономист ОТ и З	13.07. Юбилей
Литова Наталья Ивановна	бухгалтер I кат.	14.07.
Урумова Елена Евгеньевна	контролер ОМК	14.07.
Кушталь Сергей Леонтьевич	наладчик ЦБ	14.07.
Шурупин Андрей Владимирович	наладчик ЦК	14.07.
Шабунина Марина Юрьевна	сборщик продукции ЦН	14.07.
Кравцов Сергей Алексеевич	инженер электроник ОЭ и РО	15.07.
Приходько Анна Александровна	машинист ЦБ	15.07.
Цолуковская Светлана Анатольевна	сборщик продукции ЦК	15.07.
Гореславец Евгений Николаевич	грузчик ЦН	15.07.
Морозова Лариса Лябибовна	специалист службы ГИ	16.07.
Касминов Алексей Викторович	аппаратчик ЦН	16.07.
Плис Светлана Алексеевна	сборщик продукции ЦН	16.07.
Захарова Светлана Андреевна	ведущий экономист ОЭ и СП	17.07.
Зайцев Александр Алексеевич	слесарь-инструментальщик РО	17.07.
Аржевкина Эвелина Анатольевна	укладчик-упаковщик ЦБ	17.07.
Рагулина Наталья Александровна	сборщик продукции ЦК	17.07.
Колотюк Светлана Викторовна	сборщик продукции ЦН	17.07.
Мельник Таисия Николаевна	сборщик продукции ЦН	17.07.
Кириченко Сергей Юрьевич	водитель погрузчика - грузчик ЦХ и ГП	17.07.
Веревкин Григорий Геннадьевич	контролер ОМК	18.07.
Гугуев Олег Геннадьевич	ведущий инженер ОЭ и РО	18.07.
Сдобников Василий Александрович	специалист ОР	19.07.
Свистухина Виктория Юрьевна	машинист ЦБ	19.07.
Гаджиев Гаиб Магомед-рашидович	начальник КО	20.07.
Нуждина Лариса Васильевна	печатник по жести ЦБ	20.07.
Сердюкова Наталья Егоровна	сборщик продукции ЦК	20.07.
Ушакова Надежда Анатольевна	сборщик продукции ЦК	20.07.
Калугин Иван Николаевич	грузчик ЦН	20.07.
Липий Елена Валерьевна	сменный инженер-технолог ПДО	21.07.
Николайчук Александр Николаевич	наладчик оборудования ЦБ	21.07.
Поляхова Людмила Александровна	оператор ЦН	21.07.
Ермолов Вадим Васильевич	развесчик химсырья ЦХ и ГП	21.07.
Зорина Татьяна Александровна	ведущий бухгалтер	23.07.
Александров Анатолий Борисович	первый вице-президент	23.07.
Дмитриев Анатолий Алексеевич	водитель погрузчика ЦХ и ГП	23.07.
Войтко Евгений Анатольевич	инженер - конструктор СТП	24.07.
Безлюдная Елена Юрьевна	машинист ЦБ	24.07.
Гореликова Ирина Николаевна	оператор ЭВМ ЦК	25.07.
Розанова Анастасия Евгеньевна	специалист ОК	26.07.
Антинов Роман Александрович	замначальник ОКН	26.07.
Жуков Алексей Владимирович	механик ЦХ и ГП	26.07.
Ткаченко Татьяна Михайловна	ведущий бухгалтер	27.07.
Десятниченко Анатолий Иванович	начальник ПДО	28.07.
Герашенко Сергей Юрьевич	аппаратчик ЦН	28.07.
Миронова Екатерина Александровна	сборщик продукции ЦН	28.07.
Почекаев Андрей Геннадьевич	инженер электроник ОЭ и РО	29.07.
Немыкин Сергей Витальевич	сменный мастер ЦБ	29.07.
Рыбаков Сергей Иванович	наладчик ЦБ	29.07.
Ильясов Айдын Рамис Оглы	аппаратчик ЦН	29.07.
Гречкин Владимир Александрович	наладчик ЦБ	30.07.
Петренко Ануш Михайловна	сборщик продукции ЦК	30.07.
Короткова Ольга Александровна	оператор ЭВМ ЦН	30.07.
Раkitина Юлия Константиновна	ведущий технолог ЦН	31.07.

## ОАО «Компания «Арнест»

Работник	Должность	Дата рождения
Моргунова Наталья Ивановна	специалист сервисной службы	01.07.
Шимановская Наталья Алексеевна	логист	02.07.
Каплюк Елена Петровна	ведущий юрист	03.07.
Федотова Анна Александровна	территориальный менеджер	08.07.
Громченко Владислав Анатольевич	директор по персоналу	09.07.
Сидоренко Татьяна Валентиновна	трейд-маркетолог	18.07.
Епикова Ирина Сергеевна	бренд-менеджер	22.07.
Голубь Михаил Николаевич	управляющий ЗАО "Гармония Плюс"	24.07.
Новиков Константин Александрович	территориальный менеджер	25.07.
Щербина Светлана Владимировна	логист	25.07.
Воропинова Татьяна Валентиновна	руководитель группы АХО-специалист по работе с персоналом	27.07.
Малик Александр Анатольевич	механик	29.07.
Бабшин Валерий Дмитриевич	водитель-экспедитор	29.07.
Поповкин Алексей Иванович	региональный менеджер	30.07.

## ООО «Аэрозоль Новомосковск»

ФИО	Должность	Дата рождения
Маслов Константин Иванович	инженер-программист	02.07.
Главинский Сергей Иванович	техник АСУ	03.07.
Зайчиков Виталий Иванович	наладчик оборудования ЦПТ	04.07. юбилей
Васильев Андрей Николаевич	начальник ОКП	06.07.
Гусева Ольга Петровна	сборщик продукции ЦПТ	07.07.
Кузовкина Елена Александровна	сортировщик жести ЦПТ	07.07.
Мизорова Ирина Юрьевна	кладовщик ЦХ и ГП	07.07.
Титов Евгений Владимирович	водитель автомобиля ЦХ и ГП	07.07.
Черкашин Роман Валерьевич	аппаратчик ЦПАП	07.07.
Демидова Ольга Владимировна	оператор ж/б оборудования ЦПТ	09.07.
Калмыков Игорь Иванович	машинист компрессорных установок ЦПАП	13.07.
Кузнецов Сергей Иванович	слесарь КИП и А РИЦ	13.07.
Морозов Вячеслав Николаевич	зам. Гл. инженера по ПБ и ОТ	13.07. юбилей
Тамбова Христина Николаевна	сборщик продукции ЦПТ	13.07.
Пронина Анна Юрьевна	комплектовщик ЦПТ	14.07.
Ломакина Светлана Евгеньевна	лакировщик туб ЦПТ	15.07.
Трегуובה Елена Алексеевна	лакировщик туб ЦПТ	15.07.
Куликова Екатерина Валерьевна	ведущий инженер ОП	16.07.
Русанова Кристина Валерьевна	литейщик пластмасс ЦПТ	16.07.
Балакин Алексей Юрьевич	водитель погрузчика ЦХ и ГП	17.07.
Карпов Максим Сергеевич	аппаратчик ЦПАП	17.07.
Трофимова Юлия Викторовна	сборщик продукции ЦПАП	17.07.
Сливко Маргарита Викторовна	литейщик пластмасс ЦПТ	18.07.
Тезикова Жанна Николаевна	сборщик продукции ЦПАП	18.07.
Шитиков Александр Сергеевич	инженер по ремонту ЦПТ	18.07.
Абрамов Алексей Алексеевич	фрезеровщик РИЦ	19.07.
Нестеров Владимир Николаевич	наладчик оборудования ЦПТ	19.07.
Кулиничев Александр Иванович	водитель погрузчика ЦХ и ГП	22.07.
Кабанова Татьяна Евгеньевна	комплектовщик ЦПАП	23.07.
Кухарева Ольга Александровна	комплектовщик ЦПАП	23.07.
Кухтанова Вера Ивановна	комплектовщик ЦПАП	24.07.
Тельшев Сергей Семенович	слесарь-ремонтник РИЦ	24.07. Юбилей
Шнарская Наталья Ивановна	сборщик продукции ЦПАП	25.07.
Красовский Олег Германович	инженер-электроник РИЦ	30.07.
Лескова Анастасия Сергеевна	лакировщик туб ЦПТ	30.07.

## ЗАО «Гармония плюс»

Работник	Должность	Дата рождения
Чихонадская Наталья Вячеславовна	логист	16.07.
Чайкина Юлия Николаевна	логист	21.07.

## Представительство в Москве

Работник	Должность	Дата рождения
Гаврилин Константин Владимирович	заместитель директора по продажам ключевым клиентам	15.07.
Губенко Игорь Вадимович	бренд-директор	16.07.

Учредители:  
ОАО «Арнест»  
ОАО «Компания «Арнест»  
Главный редактор Елена УСТИНОВА

Адрес и телефоны:  
г. Невинномысск, ул. Комбинатная, 6,  
Пресс-служба ОАО «Арнест».  
Тел./факс (86554) 5-43-35

Корпоративная газета сверстана  
25.06.2009 г.  
Отпечатано в ООО «Эль-Квест Принт»  
г. Москва, Малая Семеновская, 3.

Номер подписан в печать 25.06.2009 г.  
Тираж 999 экз. Заказ №  
Распространяется бесплатно  
только среди сотрудников ГК «Арнест»