

Ждем работы на благо Невинномысска

Трое сотрудников ГК «Арнест» вошли в состав Думы Невинномысска IV созыва

Стр. 2

Мечты сбываются

Фонд «Моя Прелесть» в очередной раз порадовал многодетных мам

Стр.3

«ЕВРОПА» нацелена на мировые продажи!

За счет чего растут продажи компании «Арнест»?

Стр. 5

Репутация производителя – лучшая реклама

Так считают в ООО «Аэрозоль Новомосковск»

Стр.3

Повысили мастерство

Растим профессиональные кадры

Стр. 4

Профсоюзная студенческая стажировка

Чему научились студенты у профсоюза «Арнеста»?

Стр. 6

НАШИ ЛЮДИ!

СОБЫТИЯ И ФАКТЫ

НАГРАДА В КОНКУРСЕ

ЕЛЕНА УСТИНОВА

Механик участка подготовки и хранения химвсырья цеха наполнения ОАО «Арнест» Евгений Войтко стал лауреатом Всероссийского конкурса «Инженер года-2010» по версии «Инженерное искусство молодых» в номинации «Машиностроение».

В ОАО «Арнест» Евгений Войтко работает с 2002 года, сначала инженером-конструктором отделения капитального строительства энергомеханического производства, а с 2009 года - механиком на участке подготовки и хранения химвсырья цеха наполнения.

Евгений, еще участь в Северо-Кавказском государственном техническом университете, а затем будучи аспирантом кафедры «Теоретической и общей электротехники» по специальности «Приборы и методы измерения по видам измерений», показал свой пылкий ум, участвуя в конференциях разного уровня, вплоть до международных. В это время было опубликовано несколько его научных работ, касающихся теплообменных процессов. Евгений окончил аспирантуру и сдал кандидатский минимум, будем надеяться, что и диссертацию Евгений защитит с присущей ему целеустремленностью.

У Евгения настойчивый характер, который и является решающим звеном в реализации карьерных устремлений. Без его участия не обошлось несколько крупных проектов, осуществленных в ОАО «Арнест» в последние годы: разработка схем электроснабжения для вводимого в эксплуатацию оборудования, разработка схемы управления для машины смазки алюминиевых дисков производства аэрозольных баллонов, модернизация схем управления линий наполнения аэрозольных баллонов, модернизация равномерного парка складов ЛВЖ и СУГ; автоматизация подачи активного действующего вещества при производстве муссов



для укладки волос из реакторного отделения на линию наполнения; модернизация системы управления машиной обрезки линии производства алюминиевых баллонов с заменой главного приводного двигателя постоянного тока асинхронным двигателем с векторным управлением.

На вопрос, что он чувствовал, когда получил известие о том, что стал лауреатом такого престижного конкурса, Евгений ответил, что «это чувство трудно описать, но однозначно было приятно. Потому что в любом случае, когда человек подтверждает свою профессиональную

компетентность - это приятно для самолюбия. Мои домашние очень обрадовались и поздравляли все, включая родственников ближнего зарубежья.

Мы, коллеги, тоже рады за Евгения, и желаем ему и дальше стремиться в высоком результате.

ОАО «Компания «Арнест» в очередной раз завоевала медали во всероссийском конкурсе «100 лучших товаров России». В номинации «Продукция косметическая» «Золотой знак» получили лаки и муссы серии «Прелесть Professional»: «Эффект памяти» и «Эффект ламинирования». В номинации «Средства для борьбы с насекомыми» «Серебряный знак» получили средство репеллентное «Picnic Super» в аэрозольной упаковке и крем-репеллент «Picnic Family» в аэрозольной упаковке.

В марте ООО «Аэрозоль Новомосковск» выпустил рекордное количество аэрозольной продукции - 4 миллиона 250 тысяч баллонов, при обычном среднем месячном заказе в 3 миллиона единиц. Для мотивации персонала на один месяц было объявлено соревнование с премированием самой эффективной смены.

ОАО «Компания «Арнест» выпустила новинку: лак, мусс, шампунь и бальзам для волос ORGANIC POWER. Средства укладки являются идеальным средством для создания максимального долговременного прикорневого объема, а средства по уходу за волосами оказывают мощное укрепляющее действие, тонизируя волосы и наполняя их энергией, силой и блеском.

ООО «Аэрозоль Новомосковск» совместно с компанией «Биогард» работает над проектом релонча аэрозольной обувной косметики «Твист». Успешная реализация проекта позволит расширить ассортимент, увеличить объемы заказов этой категории продукции и повысить ее привлекательность для потребителей.

В ОАО «Арнест» двенадцать лаборантов отдела менеджмента качества прошли курсы повышения квалификации по теме «Методы газовой хроматографии». Преподавание вели специалисты Дзержинского института подготовки и переквалификации кадров.

В ООО «Аэрозоль Новомосковск» запущено производство нового продукта - репеллентного средства от мошек и комаров Gardex extreme super для компании UPECO. Сейчас предприятие готовится к наполнению спрея от комаров Gardex в полимерной упаковке. На новой линии наполнения жидких продуктов №7 успешно прошли первые испытания по наполнению полимерной упаковки.

В ООО «Аэрозоль Новомосковск» на линии №4 по наполнению жидких продуктов начато производство проявителя для красок для волос компании Henkel.

В ОАО «Компания «Арнест» с 1 апреля 2011года начинает работу новый отдел - Customer Service, который призван улучшить сервис для клиентов, а также сократить бизнес-процессы внутри компании.

ЖДЕМ РАБОТЫ НА БЛАГО НЕВИННОМЫССКА

ЕЛЕНА УСТИНОВА

13 марта в Невинномысске прошли выборы депутатов Думы города IV созыва, которым пять лет предстоит отстаивать интересы своих избирателей.

По данным избирательной комиссии Ставропольского края в голосовании приняли участие 31,1% избирателей Невинномысска. Из 27 избранных депутатов 13 – депутаты Думы города III созыва, которым избиратели вновь доставили право отстаивать их интересы на уровне города. Это Борис Антохин, Виталий Пономарев, Владимир Кислухин, Надежда Богданова, Галина Жуковская, Сергей Фролко, Наталья Остроумова, Дмитрий Толмачев, Светлана Глушко, Иван Кондуб, Иван Шарбаров, Александр Демин, Вера Третьякова.

Еще 14 депутатов впервые будут представлять своих избирателей в городской Думе. Это Анатолий Александров, Ирина Иванова, Алексей Жуков, Евгений Жмайлов, Сергей Пластун, Владимир Погорелов, Николай Лавриненко, Владимир Шевченко, Меджид Хатков, Сергей Мальченко, Владимир Ворожейкин, Константин Демишев.

Из всего состава вновь избранной Думы два человека – самовыдвиженцы, один выдвинут региональным отделением партии ЛДПР и двадцать четыре – невинномысским отделением Ставро-

польского регионального отделения Всероссийской политической партии «Единая Россия».

Отрадно отметить, что трое новых думовцев – сотрудники группы компаний «Арнест». Это Анатолий Александров, Ирина Иванова и Алексей Жуков, которые во время предвыборной кампании проявили себя как активные бойцы. Верим, что они также будут работать и в Думе. На первом заседании Думы Анатолий Александров избран заместителем председателя, руководителем контрольно-счетной палаты Думы, а также руководи-

телем фракции партии «Единая Россия» в Думе.

Победа наших кандидатов в предвыборной борьбе – это высокая оценка той роли, которую играет сегодня «Арнест» в жизни города. Наше предприятие воспринимается как мощная промышленная структура, которая не только производит лучшие в России средства для волос, освежители и средства бытовой химии, но и формирует стабильный трудовой коллектив, обеспечивает платежи в бюджеты всех уровней и в целом способствует процветанию города, края и страны.

Анатолий Александров:

«РАБОТА С ЛЮДЬМИ - САМАЯ ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА!»

- Анатолий Борисович, как проявили себя кандидаты «Арнеста» во время предвыборной борьбы?

- В максимальной степени проявили свои бойцовские качества, главной в предвыборной борьбе была прямая работа, контакт с избирателями в округах. Встречи проводились на улице, а так как предвыборная компания пришла на январь-февраль, то пришлось испытать и холод, и ветер, но избиратели проявляли активность, ибо им не безразлична судьба нашего города.

Особо хотел бы отметить бойцовские качества Алексея Жукова, т.к. ему пришлось выдержать очень мощный напор конкурента, который использовал незаконные методы агитации. По информации избирательной комиссии были выявлены подкуп избирателей и другие нарушения, возможно по этим фактам будут возбуждены уголовные дела.

- Как Вы себя ощущаете в

роли избранного депутата? Кто был рядом с вами в предвыборной компании?

- Большую помощь в работе с избирателями оказал Территориальный совет №3, возглавляемый Романом Бутыко. Члены совета очень хорошо знают жителей микрорайона, проблемы домов, детских площадок, и их помощь неоценима.

Огромную благодарность выражаю старшим домов, ведь эти люди – в основном, женщины, не получая никакого вознаграждения за свою работу, тянут этот воз и поныне. Одной из первых своих задач в новом составе Думы ставлю решение вопроса об оплате труда этой категории трудящихся.

- Как Вы видите свою работу в Думе города?

- Главная работа – это систематизация всех наказов и пожеланий избирателей (а их более четырехсот), которые были высказаны на встречах и, естественно, включение наказов в общегородские программы.

Как я информировал в своих агитационных материалах, своими приоритетными целями вижу активизацию промышленного развития города, прежде всего через индустриальный парк, а также более активное решение вопросов капитального ремонта жилых домов, благоустройство территории округа, строительство детских площадок, расширения околodомных площадок для стоянки автотранспорта и т.д.

Особое внимание уделю выполнению наказа по завершению в этом году строительства Храма Серафима Саровского. Я обещал на рождественской службе прихожанам, что следующее Рождество Христово мы будем отмечать в новом храме.

И, пожалуй, самая важная для депутата – не потерять для избирателей в суматохе дел. Буду вести регулярный прием избирателей, слушать и слышать наших невинномысцев. Работа с людьми – это самая главная задача!



Позвольте сказать слова искренней благодарности нашим работникам группы компаний «Арнест», работавшим в составе участковых избирательных комиссий. Вы сделали все для нашей победы!

Алексей Жуков:
«БУДУ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЕ УДЕЛЯТЬ ОКРУГУ»

- Какие чувства Вы испытываете после победы в выборах в городскую Думу?

- Ну конечно чувство радости! Борьба была очень тяжелой, и, можно сказать, в некоторых моментах подло со стороны отдельных оппонентов. Конечно, очень благодарен жителям, которые не «купились» и проголосовали за меня.



- Кто был рядом с вами в предвыборной компании?

- Со мной рядом были мои друзья, близкие, родные, коллеги. Спасибо им.

- Какие планы будете реализовывать в роли депутата, как видите свою работу в Думе города?

- В первую очередь буду больше внимание уделять округу, чтобы до конца разобраться во всех его проблемах и выстроить для себя четкий график работы.

И, конечно же, очень важной считаю работу, направленную на привлечения федеральных программ в город, как для молодежи, так и для всего населения.

Ирина Иванова:

«ЖЕЛАЮ ВСЕМ ЗДОРОВЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ!»



- Какие чувства Вы испытываете после победы в выборах в городскую Думу? Как вам вкус победы?

- Я пока не поняла вкуса победы. Радует, что жители моего территориального округа №5 оказали мне доверие, отдав 60% голосов. Это высокий результат. Множество проведенных встреч помогли мне обозначить проблемы и заботы, которые волнуют жителей, а их, поверьте, накопилось великое множество. Там дел непочатый край. Здорово, что весна пришла. Лично я ассоциирую ее с обновлением и настроена к переменам к лучшему.

- Кто был рядом с вами в предвыборной компании?

- Со мной в предвыборной компании рядом был очень на-

дежный человек, работающий в службе спасения нашего города – Георгий Тащивев. Он выступал моим доверенным лицом и сопровождал меня при публичных встречах и встречах в домах.

Благодарю очень многих, прежде всего – свой коллектив ЗАО «Меркурий» за понимание и поддержку, благодарю штаб, обеспечивающий информационное сопровождение предвыборной компании, благодарю работников «Арнеста» и «Компании «Арнест», благодарю ветеранов «Азота», которые были моими учителями на производстве и в управлении, когда я пришла молодой специалистом, а узнав о моих намерениях баллотироваться – поддержали. Не могу

не отметить, что поддержку мне оказали многие старшие домов, хотя с некоторыми из них разговор начинался сложно и, конечно, мои друзья, и друзья нашей семьи. Искренне благодарю всех!!!

- Какие планы будете реализовывать в роли депутата, как видите свою работу в Думе города?

- Планов много, а продиктованы они жителями. Это то, что касается проблем округа. В части проблем города я не готова сказать, в каком из комитетов Думы буду работать. Все эти вопросы будут решаться в рабочем порядке. Важно, чтобы от работы был хороший результат.

Желаю всем здоровья и благополучия!

В ООО «Аэрозоль Новомосковск» запущено производство нового продукта - репеллентного средства от мошек и комаров GARDEX EXTREME SUPER для компании UPECO. Рассказывает начальник отдела контрактного производства Андрей Васильев.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Андрей, как давно «Аэрозоль» работает с компанией UPECO?

- Нам посчастливилось подписать контракт с UPECO в октябре 2009 года. Слово «посчастливилось» я употребил не случайно. Компания UPECO является владельцем крупнейших брендов, известных далеко за пределами России и занимающих действительно лидирующие позиции на рынке в категориях «репелленты» (Gardex), «инсектициды» (Raptor), «обувная косметика» (Salton). Инновации UPECO в категории «освежители» - Deliss и Breesal - достойны оправ-

РЕПУТАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ – ЛУЧШАЯ РЕКЛАМА

данного восхищения многих потребителей, и потому не скрою свою гордость за наше предприятие, являющееся производителем всего ассортимента аэрозолей в этой группе.

Компания UPECO не просто активна - она агрессивна в продажах и неистощима на новые идеи. Это закладывает огромный потенциал для дальнейшего развития нашего сотрудничества за счет расширения ассортимента в рамках уже производимых групп продукции, освоения новых товарных категорий (например, обувной косметики) и продуманной нацеленности клиента на значительный рост продаж.

Выпуск GARDEX EXTREME SUPER - один из кирпичиков, из

которых впоследствии складываются миллионы штук продукции в год и конечный успех нашего предприятия.

- В чем новизна этого проекта? Какие еще из российских аэрозольных заводов выпускают продукцию аналогичного формата?

- Действительно, это новая, ранее не применявшаяся у нас, комплектация баллона. Продукт с повышенной степенью защиты от комаров предназначен для профессиональных спортсменов и туристов, для которых в их рюкзаках и поклаже при продолжительных походах каждый грамм веса является критичным. Поэтому он наполняется в один из самых маленьких (в рамках существующих между-

народных стандартов) баллонов - объемом 50 мл, диаметром 35 мм и высотой 88 мм. Хочется также отметить, что это лишь первенец среди таких миниатюрных баллончиков серии EXTREME. В ближайшие дни ожидается выпуск еще нескольких похожих новинок. В товарной линейке UPECO GARDEX EXTREME SUPER существует уже не первый год и ранее выпускался в Италии в компании Tosvar. В сезоне 2011 его производство доверили Новомосковску.

- Где изготавливается сам баллон?

- Сам баллончик производится в Италии в компании Alltub. Во время посещения представителями «Арнеста» аэрозольного конгресса в Риме в сентябре 2010 года удалось завязать контакт с этим производителем, оказавшимся на поверку весьма удачным.

- Есть ли сложности с наполнением продукта в такой баллон? Велась ли специальная настройка линий?

- Честно говоря, мы ожидали сложности. Любая новинка подразумевает риски, которые необходимо заранее определить: а вдруг не пойдет такая маленькая доза? А не будут ли падать баллоны с линии? Сможем ли настроить оборудование на механическое надевание такого колпачка?

В глубине души всегда страшно начинать что-то новое. Но... кажется, нам уже не привыкать. И всегда наградой за все эти расчеты, переживания является нескончаемая вереница симпатичных, ярких, узнаваемых по рекламе и теперь уже производящихся у нас (!!!) баллонов, весело бегущих по линии.

- Как долго шла подготовка этого проекта?

- Проект стартовал в октябре прошлого года. Традиционно в этот период совместно с клиентами подводятся итоги прошедшего сезона и формируются планы на будущий год. И самая лучшая положительная оценка от клиента - это проявление доверия к нам как производителю, получение новых заказов на новые продукты.

- Какие структуры и сотрудники участвовали в подготовке проекта и в наполнении самого продукта?

- Абсолютно все. Вся команда нашего завода. А как же иначе? Разве можно что-то сделать без участия разработчиков, дизайнеров, экономистов, производственного и коммерческого отдела, отдела технического контроля, ремонтно-механического производства и, конечно, персонала цеха наполнения.

- Что дает заводу выпуск такого продукта?

- Удивительно, но это - подтвержденный практикой факт: указанные мелким шрифтом на оборотной стороне баллона реквизиты производителя на хорошо известном брендовом товаре не остаются незамеченными. Это - наша визитная карточка, пропуск к новым интересным проектам и заказам. Репутация производителя - это лучшая реклама, но она всегда идет рука об руку с повышенной ответственностью за качество и необходимостью на 200% оправдать доверие и пожелания клиента.

- Что ж, пожелаем удачи и новых успешных проектов!



Фото: Сборщик готовой продукции Татьяна Николаевна Ягодина, начальник участка Ольга Александровна Мельникова, сборщик готовой продукции Наталья Петровна Ламзина, наладчик цеха по производству аэрозольной продукции Александр Кузьмич Егоров.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ

В связи с праздником 8-е Марта благотворительный детский фонд «Моя прелесть» провел акцию поддержки малообеспеченных многодетных семей Невинномысска и сделал щедрые подарки 30 многодетным семьям.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

Накануне женского праздника в обществе многодетных семей «Защита семьи» состоялась встреча директора благотворительного детского фонда «Моя Прелесть» Татьяны Воропиновой с многодетными матерями Невинномысска. На праздник были приглашены женщины, родившие и воспитавшие не менее пятерых детей.

Накануне у этих женщин узнали, что бы они хотели получить в подарок, и - мечты сбываются - они это получили! Каждой семье фонд «Моя Прелесть» подарил что-то полезное - кухонную бытовую технику, обеденные сервизы, наборы кастрюль и сковородок - те предметы, которые делают каждый дом уютным.



Ирина Михайловна Машкова

Конечно же, женщины были тронуты такой заботой, благодарили Татьяну Воропинову и одна из многодетных мам - Ирина



Татьяна Воропинова вручает подарки многодетным мамам.

Михайловна Машкова, у которой пятеро детей, сказала, что «это очень важная работа - помогать многодетным семьям, которые часто оказываются беззащитными, а фонд «Моя Прелесть»

всегда делает хорошие и нужные подарки».

Татьяна Воропинова пожелала всем женщинам терпения и мудрости, «чтобы ваши дети вас всегда радовали и вырос-

ли хорошими людьми. И как бы вам ни было тяжело в жизни, никогда не забывайте, что вы самые настоящие женщины, которые достойны великого уважения».



АЛЕКСАНДРА СТРУЧКОВА
ТАТЬЯНА КАРПОВА

ПОДТВЕРЖДАЕМ - КАЧЕСТВЕННО!

Компания «Арнест» рада сообщить отличную новость! По результатам ежегодного Национального конкурса «100 лучших товаров России» наши флагманские бренды отмечены наградами.

11 марта в Ставропольском центре стандартизации и метрологии в торжественной обстановке состоялось награждение победителей Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России». Наш край вновь вошел в пятерку лидеров в России по количеству завоеванных побед!

Открывая церемонию, генеральный директор ФГУ «Ставропольский ЦСМ» Валерий Ге-

оргиевич Зеренков подчеркнул важность борьбы за качество как краеугольного камня развития конкурентоспособной экономики. Заместитель председателя Правительства Ставропольского края Георгий Георгиевич Ефремов высоко оценил работу предприятий, добившихся успеха в одном из самых престижных конкурсов страны.

В церемонии вручения награды приняли участие пред-

седатель комитета Думы Ставропольского края по природопользованию, экологии, курортно-туристической деятельности, член комитета по физической культуре, спорту и делам молодежи Михаил Владимирович Кузьмин и председатель комитета Думы Ставропольского края по аграрным вопросам и продовольствию Александр Акимович Шиянов.

ОАО «Компания «Арнест» в который раз получила заслуженные награды за высокое качество продукции.

По результатам конкурса «100 лучших товаров России» наши флагманские бренды были отмечены наградами.

В номинации «Продукция

косметическая» стали лауреатами и получили «Золотой знак» лаки и муссы серии «Прелесть Professional»: «Эффект памяти» и «Эффект ламинирования».

В номинации «Средства для борьбы с насекомыми» диплом и «Серебряный знак» получили средство репеллентное «Picnic Super» в аэрозольной упаковке и крем-репеллент «Picnic Family» в аэрозольной упаковке.

Компания «Арнест» и в дальнейшем планирует принимать активное участие ежегодном конкурсе «100 лучших товаров», поддерживая имидж производителя и поставщика качественной и высококонкурентной продукции.



НОВИНКА

«ПРЕЛЕСТЬ PROFESSIONAL» - КОСМЕТИКА БУДУЩЕГО



АЛЕКСАНДРА СТРУЧКОВА

Сегодня каждый день появляются средства ухода, созданные на основе высоких технологий, которые обещают заменить инъекции и пластические операции. Однако, несмотря на такое развитие науки, все больше сторонников приобретает органическая косметика. Органическая косметика - косметика будущего. Еще лет десять назад мы, не задумываясь, покупали одежду из синтетических тканей, сегодня предпочитаем натуральные. Стали более образованы в вопросах своего здоровья. То же понимание приходит и в вопросе косметики. Органическая косметика необходима всем, кто следит не только за красотой, но и за своим здоровьем.

«Прелесть Professional» представляет вашему вниманию но-

винку весны 2011 года – линию ORGANIC POWER! В нее входят лак и мусс для волос, а также средства по уходу за волосами – шампунь и бальзам.

Средства укладки ORGANIC POWER оказывают мощное укрепляющее действие, тонизируя волосы от корней и наполняя их энергией, силой и блеском, а также являются идеальным средством для создания максимального долговременного прикорневого объема.

Средства по уходу за волосами богаты экстрактами морских минералов, благодаря которым оказывают мощное укрепляющее действие, тонизируя волосы от корней и наполняя их энергией, силой и блеском. Также в состав входит экстракт ройбуша, который оказывает антиоксидантное действие, сохраняя молодость, здоровье и красоту волос.

ПЕРСОНАЛ

ПОВЫСИЛИ МАСТЕРСТВО

Двенадцать лаборантов отдела менеджмента качества ОАО «Арнест» прошли курсы повышения квалификации по теме «Методы газовой хроматографии».

ОЛЬГА ПОПОВА

Преподавание вели специалисты Дзержинского института подготовки и переквалификации кадров, с которым у «Арнеста» заключен договор на подготовку сотрудников.

Современные методы аналитической химии проникают во все аспекты жизнедеятельности человека. Они помогают получать крайне важную и разностороннюю информацию о качестве выпускаемых парфюмерно-косметических изделий и бытовой химии в аэрозольной и полимерной упаковках, а также позволяют оценивать воздействие этой продукции на окружающую среду и человека. Наиболее перспективным физико-

химическим методом исследования является хроматография – метод разделения веществ. С первых дней выпуска продукции в ОАО «Арнест» хроматография позволяет быстро и эффективно с большой степенью надежности и воспроизводимости решать сложные аналитические задачи.

Проведение хроматографических анализов на современных газовых хроматографах «Хромос ГХ-1000», в которые внедрены новейшие достижения в области микроэлектроники и цифровых технологий, потребовало подготовки высококвалифицированных специалистов. Поэтому лаборанты химического анализа отдела менеджмента качества Алеся Библикова, Татьяна Криворучкина, Юлия Остапенко, Анна Попхадзе,

Любовь Штрейх, Оксана Гельманова, Елена Смирнова, Любовь Закотнова, Яна Таболова, Марина Пащенко, Анжела Большакова и специалист по охране окружающей среды Лариса Морозова без отрыва от производства прошли курс повышения квалификации по курсу «Методы газовой хроматографии» и успешно освоили тонкости проведения анализа на современных хроматографах. В результате лаборанты изучили виды хроматографов и их особенности, узнали тонкости методик проведения хроматографического анализа, научились подбирать под методику комплектующие для анализа.

Сегодня качественно оснащенная лаборатория предприятия - показатель высоких технологий не только нашего производства, но и контроля качества продукции. А коллектив лаборатории – сплоченная и дружная команда, в которой каждый разделяет общие цели и участвует в их достижении.



Лаборанты химического анализа Любовь Штрейх, Юлия Остапенко и Марина Пащенко, прошедшие курс «Методы газовой хроматографии».

«ЕВРОПА» НАЦЕЛЕНА НА МИРОВЫЕ ПРОДАЖИ!

ИРИНА КРАМЕР

- Как расшифровать слово «ЕВРОПА»?

Олег Синякин, коммерческий директор: Изначально мы ежемесячно собирались на совещания отдела продаж. И данная аббревиатура образовалась от этих слов – Ежемесячная Встреча Руководителей Отдела Продаж «Арнеста». Впоследствии мы стали подключать на наши совещания руководителей других служб, но название прижилось, и я решил его не менять. «Европа» проводится вот уже два года и является действенным инструментом в управлении бизнеса компании «Арнест».



- Цель проведения этих совещаний:

Олег Синякин: Любой бизнес – это механизм, который требует постоянного контроля, отладки, с тем, чтобы получить желаемый результат. Бизнес делают люди, а значит, всегда есть необходимость собирать вместе и обсуждать на каком этапе мы находимся, что в механизме работает, что нет, и как мы будем двигаться дальше. Совещания необходимы именно для этого – сделать срез текущего положения дел, наметить ближайшие планы, обсудить накопившиеся проблемы или выработать новую позицию в том или ином аспекте.

- Каких результатов удалось достичь с начала года?

Олег Синякин: Начало года получилось непростым. Больших достижений пока нет. Но год только начинается, мы полны решимости выполнить все поставленные задачи. У нас очень много планов по запуску новых продуктов, по расширению линейки существующих, мы инвестируем в различные программы для стимулирования как покупателей так и торговли. Все это будет, безусловно, вести к росту продаж и увеличению нашей доли на рынке России и стран СНГ.

- Какие доли на российском и зарубежном рынках занимает продукция компании?

Елена Луканцева, директор по маркетингу: Бренды группы компаний «Арнест» – это бренды с историей, бренды сильные, развивающиеся и растущие, любимые потребителями в России и за рубежом. «Арнест» является лидером российского рынка стайлинга с общей долей рынка 27%. На рынке освежителей воздуха «Арнест» является уверенным игроком №2 с долей рынка в 18%.



На ежемесячных совещаниях топ-менеджеров «Компании «Арнест», имеющих интригующее название «ЕВРОПА», обсуждаются итоги продаж, ставятся цели и вырабатываются пути их достижения. О чем шла речь на мартовском совещании «ЕВРОПА», рассказывают руководители компании.

В портфеле группы компаний также много молодых брендов, охватывающих широкий спектр сегментов рынка косметики, бытовой химии, инсектицидов и репеллентов.

- Какой продукт наиболее популярен на зарубежных рынках?

Андрей Хван, руководитель дивизиона «Зарубежье»: Самыми объемными продуктами на рынках Центральной Азии и Закавказья являются лак «Прелесть» объемом 160см³ и продукт производства «Аэрозоль Новомосковск» - лак OWK B5. До 30% всех отгрузок в данные регионы составляют именно эти два бренда.



Качественная дистрибуция этих лаков – до 90-95% от всей АКБ. Это связано с тем, что в странах Центральной Азии (Узбекистан, Таджикистан и Туркмения) прожиточный минимум составляет 2\$ в день на человека, поэтому именно наши продукты пользуются наибольшим спросом, т.к. находятся в доступном ценовом диапазоне.

- Какова сегодня дистрибуторская политика компании?

Юрий Багдасарян, директор по продажам: В плане работы с нашими дистрибуторами в 2011г. мы ставим несколько приоритетов. Во-первых, сокращение количества дистрибуторов. Это увеличит наши возможности по контролю над работой дистрибуторов, позволит увеличить доли продаж нашей продукции в общем портфеле, даст более качественное деление, а, соответственно, и покрытие территорий.



Мы также очень плотно работаем над механизмом единой ценовой модели. Не секрет, что на сегодняшний день имеются многочисленные факты ценового демпинга, особенно это касается дивизионов «Запад» и «Золотое Кольцо». При помощи новой коммерческой политики, а также более плотной и качественной работы с нашими дистрибуторами с прозрачностью отчетов, мы планируем к концу первого полугодия полностью искоренить эту проблему, тем самым мы сделаем наш продукт более маржинальным и выгодным для дистрибуторов. Это повлечет за собой их большую заинтересованность в продажах именно нашего това-

ра, и, соответственно, увеличение продаж.

- Какие основные тенденции развития дистрибуции вы видите? Какие планы экспансии нашей продукции?

Юрий Багдасарян: Существует несколько направлений развития дистрибуции.

Нами на сегодняшний день охватываются такие сегменты рынка как федеральные и локальные сети, независимая розница и оптовый канал.

С каждым годом рынок становится более цивилизованным, что приводит к сокращению доли опта и независимой розницы и увеличению доли сетевых продаж. Поэтому развитие нашей представленности именно в каналах федеральных и локальных сетей является одним из приоритетов развития бизнеса в 2011году. Наша цель – присутствие в 100% федеральных и локальных сетей, существующих на территории России и в странах СНГ.

Отдел маркетинга разработал рекомендованный ассортимент для всех форматов сетей, и мы, согласно этим рекомендациям, день за днем увеличиваем свое присутствие в каждой отдельно взятой сети. При этом, если говорить о качественной дистрибуции, то основной упор мы делаем на представленность именно наших ключевых категорий - стайлинга, освежителей и очистителей воздуха, инсектицидов и репеллентов. Также активно мы листуем и быстро развивающиеся категории – уход за волосами, VIP, «Няня» и другие.

Кроме того, сейчас мы серьезно работаем над развитием альтернативных каналов сбыта – это аптечные сети, HoReCa и магазины детских товаров. Основная работа ведется именно по аптечному сегменту, т.к. нам очень важно уже в этом сезоне попасть в аптеки с брендом Рісіп. По предварительным прогнозам это может принести нам не менее 100 миллионов годового оборота уже в первый год.

- С какими федеральными сетями сотрудничает компания? Расскажите об их плюсах и минусах.

Наталья Шмелева, руководитель дивизиона «Сети»: Мы работаем со всеми федеральными сетями, как с ТОП10 («Ашан», X5 retail group, «Магнит», «Метро», «Реал», «Лента», «О'кей», «Дикси», «Виктория», «Квартал»), так и с крупными региональными сетями.



Плюсы этих сетей - стабильный канал сбыта, показывающий

постоянный рост продаж. Так в 2009 - 2010 годах «Арнест» увеличил продажи в этом канале на 150%. Это канал, который развивается за счет территориальной экспансии (федеральные сети захватывают все новые территории в регионах); сделок по слиянию/поглощению; за счет использования современных технологий торговли.

Дальнейший рост будет происходить также за счет расширения представленности продукции на полках, активной трейд-маркетинговой поддержки.

К минусам федеральных сетей можно отнести тот факт, что рентабельность работы с данным каналом ниже, чем при работе с традиционной розницей, т.к. для работы с ними необходимы значительные инвестиции. Очень высокая конкуренция на полках также является минусом в работе с федеральными сетями.

- В каких регионах наиболее сильно присутствие компании «Арнест»?

Юрий Багдасарян: Традиционно сильно мы присутствуем на Юге России и в Свердловской области, во многих областях дивизиона «Золотое Кольцо», части регионов дивизиона «Восток», в Ленинградской области и Санкт-Петербурге. Но сейчас ведется активная работа по улучшению ситуации во всех регионах России.

К сожалению, на сегодняшний день мы очень слабо представлены в Москве и Московской области. Этому есть ряд объективных и субъективных причин. С целью исправления ситуации с 1 апреля 2011года производится реорганизация отдела продаж, которая существенно повлияет на улучшение ситуации в данном регионе.

- Какова рекламная и мерчандайзинговая политика?

Александр Дрожников, начальник отдела трейд-маркетинга: Сегодня компания использует самые передовые методы продвижения продукции:



- локальные акции – для увеличения оттока с полок в сетях и решения оперативных задач;
- торговое оборудование (стойки 5 брендов);
- федеральные акции, направленные на одновременное продвижение фокусных брендов силами всего отдела продаж;
- последние тенденции в POS материалах;
- средства коммуникации – газета «Арнест Навигатор» и

ежемесячное информационное письмо;

- глобальная мотивационная программа «Звездные войны» направленная на выкладку продукции в основных сегментах в ключевых торговых точках

- Каковы итоги прошедшего совещания и планы на будущее?

Олег Синякин:

1. Создан новый отдел - Customer Service, который начнет работу с 1 апреля 2011года.

Цель создания отдела:

- улучшение сервиса для клиентов (скорость, доступность, ориентированность);
- сокращение бизнес-процессов внутри компании;
- создание понятных, быстрых и простых бизнес-процессов.

Улучшение сервиса для клиентов:

- принцип одного «окна». За каждым клиентом будет закреплен один сотрудник;
- знание сотрудником всех бизнес-процессов компании приведет к оперативному реагированию на все «входящие» запросы;
- ориентация на клиента. Вежливость, доброжелательность, умение выслушать клиента, умение выявлять потребность клиента.

Задача нового отдела:

- налаживание новых бизнес-процессов. Безболезненный переход на новые маршруты. Оперативное реагирование на возникающие «пробелы» в процессах;
- ориентированность на клиента. Изменение подхода к клиенту. Повышение качества обслуживания клиента. Оперативное решение возникающих проблем.

2. Презентована новая кредитная политика и новый процесс управления дебиторской задолженностью.

Цель:

- увеличение объемов реализации продукции при соблюдении уровня прибыльности;
 - предоставление эффективного кредитного лимита для оптимального запаса;
 - ограничение роста просроченной дебиторской задолженности.
3. Работа с локальными сетями.

Основные направления деятельности:

- выявление и использование всех возможностей увеличения объема продаж продукции ОАО «Компания «Арнест» через локальные сетевые структуры;
- поддержание оптимального запаса продукции в каждой торговой точке ЛС;
- создание выкладки продукции, договоренности о предоставлении наиболее выгодного полочного пространства, контроль и поддержание;
- контроль ценообразования;
- организация, проведение, контроль рекламных мероприятий (акции, размещение POSM и т.д.).

Студенты ведущих ставропольских ВУЗов и ССУЗов посетили ОАО «Арнест» в рамках ежегодной стажировки в Федерации профсоюзов Ставропольского края.

ТАТЬЯНА ФЕДОРОВА

Знакомство ребят с работой Федерацией профсоюзов Ставропольского края началось со встречи с ее руководством, на которой красной нитью прошла мысль о том, что профсоюзная молодежь – это кадровый резерв краевого профсоюзного движения, без которого не решить проблем модернизации российских профсоюзов. Особенно много добрых слов было сказано о деятельности Молодежного совета Федерации профсоюзов Ставропольского края, который зарекомендовал себя надежным помощником в реализации всех профсоюзных дел, и в частности, в работе по защите прав молодых членов профсоюзов.

На следующий день стажеры посетили одну из лучших первичных профсоюзных организаций крайкома профсоюза работников химических отраслей промышленности - ОАО «Арнест», чтобы посмотреть, как работают профсоюзы на производстве. В добрый путь их проводила председатель краевой организации «Росхимпрофсоюза» Наталья Викторовна Гладкова, которая пожелала студентам внимательно ознакомиться с опытом этой образцовой первички и взять на

ПРОФСОЮЗНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ СТАЖИРОВКА

вооружение лучшее для своей профсоюзной деятельности в дальнейшем.

Приветствуя ребят, начальник департамента по управлению персоналом ОАО «Арнест» Светлана Николаевна Кичигина отметила результативность социального партнерства с первичной профсоюзной организацией Росхимпрофсоюза и ее активную позицию в защите прав членов профсоюза, а председатель профкома ОАО «Арнест» Николай Борисович Чайкин рассказал обо всех направлениях многогранной деятельности своей профсоюзной организации. Солидные результаты, которых ей удалось добиться в социальной защите членов профсоюза, так впечатлили стажеров, что они буквально засыпали председателя профкома вопросами и получили исчерпывающие ответы, которые, по их собственному признанию, пригодятся в дальнейшей профсоюзной деятельности.

Интересный рассказ и видеопрезентация о достижениях предприятия был дополнен экскурсией по заводу. Стажеры, облачившись в спецодежду и колпаки в соответствии с санитарными требованиями технологического производства, отправились в путешествие по заводу, где они собственными глазами увидели, как производится знаменитая продукция «Арнеста», и какие условия



труда, благодаря эффективному социальному партнерству созданы для сотрудников предприятия.

Напоследок ребят накормили вкуснейшим обедом в столовой предприятия, а также вручили подарки с продукцией «Арнеста». По дороге в Ставрополь стажеры наперебой делились полученными впечатлениями. Например, Светлана Коврижных из Сев-КавГТУ так охарактеризовала свои ощущения от обучения:

- Отличная стажировка. Очень воодушевила деятельность профсоюзного комитета ОАО «Арнест». Отличный председатель профкома, серьезный профактив - сразу видно, что все профессионалы своего дела, а в результате - сильный профсоюз. Профсоюзная стажировка не

оставила равнодушным и Дмитрия Ермоленко из Ставропольского строительного техникума:

- Все было просто замечательно, за что большое спасибо организаторам. Узнал много нового и интересного, о чем обязательно расскажу нашему студенческому профактиву. После такой стажировки сразу становится видно, к чему стремиться.

А мы от всей души желаем ребятам, чтобы эта стажировка дала им путевку в жизнь и пополнила профсоюзное движение края молодыми и инициативными профсоюзными лидерами, способными достойно защищать права членов профсоюзов в условиях рыночной экономики и решать задачи модернизации российских профсоюзов.

В ПОИСКАХ БЕЗОПАСНОСТИ



ОБЕСПЕЧИМ ПОЖАРНУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ

ОЛЬГА ПОПОВА

При выпуске аэрозольной продукции существует опасность выделения взрывоопасных газов. В парфюмерно-косметической продукции не допускается присутствие посторонних запахов, для чего газы, которыми наполняется аэрозольный баллон, очищаются и, в результате этого, не имеют ни запаха, ни цвета. В ОАО «Арнест» с целью обеспечения безопасности взрывопожароопасного объекта установлены газоанализаторы, предупреждающие о повышении концентрации газов.

С целью проведения профилактических мероприятий и повышения ответственности в вопросах промышленной безопасности и охраны труда в ОАО «Арнест» пересмотрено и введено в действие «Положение о системе управления охраной труда» (СУОТ). Также в целях обеспечения безопасности на взрывопожароопасном производстве введены талоны безопасности для работников предприятия и сторонних организаций.

Система пожарной безопасности в структурных подразделениях ОАО «Арнест», во вспомогательных цехах и участках, в административных зданиях и в складах соответствует требованиям, изложенным в техническом регламенте о требованиях пожарной безопасности.

Существующая система противопожарной защиты производственных зданий исключает возможности быстрого распространения пожара и обеспечивает возможность эвакуации людей в безопасную зону до наступления предельно допустимых значений опасных факторов пожара. Точная работа систем раннего обнаружения концентраций горючих газов и паров легковоспламеняющихся жидкостей и очагов пожара обеспечивается своевременным техническим обслуживанием газоанализаторов и автоматических средств пожаротушения.

Технические средства раннего оповещения и управления эвакуацией, установленные в соответствии с требованиями пожарной безопасности, обеспечивают снижение социальных пожарных рисков на предприятии при эксплуатации производственных корпусов и административно-бытовых зданий.

С целью подготовки персонала к действиям в аварийных ситуациях на предприятии проводятся учебно-тренировочные занятия согласно плану ликвидации аварийных ситуаций. Проводятся пожарно-технические конференции по основным проблемам и задачам, стоящим перед руководством и специалистами ОАО «Арнест».

В цехах и производствах ОАО «Арнест» созданы и действуют добровольные пожарные формирования. Ежегодно проходят традиционные соревнования среди звеньев добровольных пожарных формирований «Арнеста», которые показывают высокую степень подготовленности членов добровольных пожарных формирований предприятия.



ИГОРЬ НЕСМЕЛЬЦЕВ

ПОБЕДЫ ЕЩЕ ВПЕРЕДИ!

Три года назад полностью обновился состав волейбольной команды ОАО «Арнест» и капитаном стал Виктор Величко (на фото - с грамотой). Обновление команды пошло ей на пользу, т.к. после долгих неудач и поражений наша волейбольная сборная снова в тройке лидеров!

В городских соревнованиях среди предприятий и учебных заведений в напряженнейшем финальном матче против команды Невинномысского государственного гуманитарно-технологического института наши спортсмены стали вторыми.



«АРНЕСТ» - ЧЕМПИОН!

В соревнованиях по баскетболу на кубок города команда «Арнеста» одержала победу, выиграв в финале у своего традиционного соперника за высшую ступень - команды «Азот».

СПОРТ

КРАСОТА И ГРАЦИЯ

В марте в Невинномысске прошли традиционные соревнования среди женских команд предприятий и учебных заведений города, посвященных празднику 8-е Марта.

Среди 28 команд города нашим девчонкам не было равных! Они заняли 1-е общекомандное место. Так держать!



Женская команда «Арнеста» «Красота и грация»

РЫНОК

ШТРИХ-КОД

Все уже давно привыкли видеть на упаковках товара штрих-код, но многие до сих пор не знают, что он означает. Прольем немного света на этот вопрос.

<http://kosmetikaoptom.ru>

Штрих-код - это компьютерный тип счисления, где комбинация полосок разной толщины и с разным расстоянием между ними соответствует определенной цифре. Цифры от 0 до 9 записываются в двух или трех вариантах (сетях). Во всех штрих-кодах (за очень редким исключением) в начале, середине и конце присутствуют пары тонких параллельных линий, чуть длиннее остальных. Это так называемые «полосы безопасности».

Штриховой код является графическим изображением международного товарного номера EAN/UCC-13 в виде, пригодном для автоматического считывания. Сам же этот номер дублируется арабскими цифрами в нижней части штрих-кода. Такой код называется EAN-13.

Номер товара EAN/UCC-13 уникален: в мире не существует двух товаров с одинаковыми номерами. За этим следит Международная Ассоциация товарной нумерации EAN International. Она состоит из 101 Национальных организаций, действующих в 103 странах мира.

EAN/UCC-13 состоит из 13 цифр и имеет следующую структуру:

- 3 цифры** - это код (префикс) Национальной организации-члена EAN International (например, 460-469 - EAN России 482 - EAN Украина, 540-549 - EAN Бельгия-Люксембург и т.д.),
- 6 цифр** - это уникальный регистрационный номер предприятия, присвоенный Национальной организацией,
- 3 цифры** - это порядковый номер продукции внутри предприятия,
- 13-я цифра** - контрольное число, которое вычисляется из предыдущих двенадцати.

Контрольное число вычисляется по следующему алгоритму:

1. надо сложить все цифры, стоящие на четных местах,
2. полученную сумму умножить на 3,
3. сложить все цифры, стоящие на нечетных местах (без контрольной цифры),
4. сложить результаты пп. 2 и 3,
5. из полученной суммы оставить только единицы (десятки и сотни убираем),
6. вычитаем из 10 цифру, полученную в п. 5.

Необходимо отметить, что в США и Канаде действует другая система кодирования - EAN/UPC. Штрих-код состоит из 12 знаков и называется UPC-12 или UPC-A. Правила построения графического изображения очень близки к EAN-13 и считываются одинаковыми моделями сканеров. Однако, так как EAN-13 появился позже, UPC-A американские торговые сети не работают с европейским кодом, поэтому предприятиям, экспортирующим товары в США и Канаду, необходимо было маркировать свою продукцию кодами UPC-A. Но с 1 января 2005 года Международная Ассоциация товарной нумерации (EAN International) и Аме-

риканский Совет по единому коду (UCC) объединились в единую систему EAN UCC, и все торговые компании США и Канады принимают и UPC-A, и EAN-13.

Итак, за Россией закреплен диапазон кодов 460-469. Однако, используется пока только 460, остальные же номера пока заблокированы. Они могут быть введены в действие только EAN Россия, только при полном израсходовании номеров текущего префикса 460 и только по обязательному согласованию со штаб-квартирой EAN International. Таким образом, если вы встретите штрих-код, начинающийся с префиксов 461-469, но этот код однозначно является поддельным.

Следует отметить, что нанесение штрих-кода на упаковку не является обязательным и требование о его наличии не может быть юридически подтверждено. Но на практике многие предприятия оптовой и розничной торговли требуют, чтобы на товаре штрих-код все-таки был, так как он позволяет автоматически распознавать товар.

цу товарного знака (бренда) или спецификации на производство товара вне зависимости от того, где и кем он произведен. В качестве примера можно привести этикетки пластиковых бутылок Coca-Cola. Несмотря на то, что продаваемая в Москве Coca-Cola производится в Московской области, на бутылках стоит «бельгийский» штриховой код, принадлежащий владельцу технологии и бренда. Однако если по каким-либо причинам владелец торговой марки штриховой код не нанес, то это может сделать изготовитель. Если и изготовитель товара не нанес штриховой код, то это может сделать поставщик (импортер). На этикетке указывается «ПОСТАВЩИК: наименование компании-поставщика» и его штриховой код.

И третий миф - это то, что в штриховом коде есть скрытая информация о потребительских свойствах товара (например, изготовитель, фасон, цвет модели, срок годности и др.). Штриховой код - это всего лишь уникальный номер, по которому в элек-



Существует несколько «мифов» относительно штриховых кодов. Самый распространенным заблуждением является то, что по первым трем цифрам штрих-кода можно определить страну происхождения товара. На самом деле эти цифры указывают всего лишь на Национальную организацию, в которой было зарегистрировано предприятие-изготовитель. А предприятие само определяет, в какую Национальную организацию вступить. Например, российское предприятие, поставляющее мебель в Данию, на законных основаниях может стать членом EAN Дании и маркировать свою продукцию штрих-кодами, начинающимися с цифр 570 (EAN Дания). А немецкое предприятие, экспортирующее товар в Финляндию и Россию, может быть зарегистрировано сразу в трех Национальных организациях: Германии, Финляндии и России, и первые три цифры кода будут различаться в зависимости от того, для какой страны предназначен товар.

Второй миф связан с мнением, что штриховой код на упаковку может наносить только изготовитель товара. Но это не так. В соответствии с правилами EAN International приоритетное право штрихового кодирования продукции принадлежит владель-

тронном каталоге организации-изготовителя можно отыскать данные об указанной продукции. Без доступа к этому каталогу ничего узнать нельзя.

Однако по штрих-коду можно узнать производителя товара. В 1999 году была образована единая информационная система глобального регистра GEPIR, которая позволяет через Интернет получить информацию о принадлежности штриховых кодов. Для этого необходимо только зайти на российскую или главную страницу GEPIR в интернете и ввести интересующий вас код. Но обращаем ваше внимание, что отсутствие введенного штрих-кода в базе данных не является свидетельством его поддельности. Например, это может быть результатом принятого во многих странах законодательства о раскрытии информации, в соответствии с которым компания в некоторых случаях по своему желанию выбирает, предоставлять данные или нет.

В настоящее время членами GEPIR являются более 60 Национальных организаций, что составляет около 600 тысяч предприятий. Всего в настоящее время штриховыми кодами EAN-13 пользуются свыше 900 тысяч компаний в 128 странах мира.

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

www.intercharm.net

ЕЩЕ РАЗ О ПОДДЕЛКАХ

По количеству косметического и парфюмерного контрафакта Россия занимает одно из лидирующих мест в Европе.

Экспертов особенно поражает «наглая кустарщина», видимая во всем: от упаковки из некачественного картона, неряшливых логотипов до криво наклеенных стикеров и полного отсутствия информации об изготовителе и сроке годности.

Как показывают последние проверки органов Федеральной таможенной службы и Роспотребнадзора - на подделку можно нарваться как на мелкооптовом рынке, так и в дорогом торговом центре. По самым приблизительным подсчетам каждая третья упаковка парфюмерно-косметической продукции в России - контрафактная.

РЫНОК МУЖСКОЙ КОСМЕТИКИ И УСЛУГ РАСТЕТ

Ошеломляющими темпами растет рынок мужской косметики и услуг во всем мире. Показательно, что среди лидеров - страны, где традиционно был культ мужественности. Так, австралийские мужчины тратят на косметику 44,2 млн долларов в год, в Пакистане представители сильного пола вытесняют женщин-клиенток из салонов, в Объединенных Арабских Эмиратах, где традиционно под запретом мужская декоративная косметика, стали открываться салоны для мужчин, в Индии на косметику клиентами мужского пола тратится 7,9 млрд долларов.

Компании по производству косметики выпускают для мужчин линии препаратов для окрашивания волос, специальные средства для эпиляции, отбеливающие кремы, а также декоративную косметику - накладные ресницы, губную помаду и пудру.

Общественное мнение постепенно отходит от стереотипов, и косметика перестает быть уделом лиц нетрадиционной ориентации. Рекламируют ее настоящие мачо, а пользуются ею вполне мужественные клиенты.

БРЕНД XXI ВЕКА

Натуральная косметика - это бренд XXI века. Все больше компаний-производителей предлагают продукцию, заявленную как натуральная. Салоны красоты и косметологические клиники подхватывают эстафету. Растет число салонов, которые придерживаются лозунга «натуральность» в интерьере, цветах форменной одежды, меню фито-баров, а также в названии процедур. Благожелательный отклик у клиентов салона вызывают любые акции, связанные с охраной окружающей среды - от употребления средств, не

тестируемых на животных, до использования расходных материалов, которые утилизируются без нанесения вреда окружающей среде.

Производители косметики работают над препаратами, которые готовы решать эстетические проблемы совместно с аппаратными методиками. Данные косметические средства, как предполагают разработчики, будут утверждаться совместно с методикой аппаратного воздействия и представлять в комплексе единую медицинскую технологию.

Некоторые компании, производящие косметологические аппараты для индустрии красоты, уже заявили о том, что в ближайшее время выведут на рынок косметические средства, главной задачей которых будет: усиление положительного эффекта интенсивных/агрессивных косметологических процедур; уменьшение побочных реакций таких процедур; защита кожи от повреждающего действия ультрафиолетовых лучей и внешней среды в до- и после-процедурном периоде.

БРЕНДОВ БУДЕТ МЕНЬШЕ

Так считают маркетологи, наблюдающие за процессом развития рынка косметологической продукции в мире. Многие компании сокращают число брендов, объединяя под одним именем большие группы продуктов. Этот процесс активизируется также за счет того, что продолжается слияние и поглощение компаний, которые традиционно поставляли продукцию на рынок индустрии красоты.

НОВОЕ В УПАКОВКЕ

Новые открытия ждут индустрию красоты в области упаковки косметических препаратов. Создание средств, в которых практически нет консервантов, заставляет производителей искать новые способы упаковки и хранения продукта. Кроме того идет поиск новых возможностей соединения отдельных ингредиентов прямо перед употреблением. Так на рынке представлен флакон-вакуумный миксер для косметики, который смешивает ингредиенты в вакуумном пространстве прямо перед употреблением.

Можно предположить, что в ближайшее время не столько состав продукта будет его конкурентным преимуществом, а возможность сохранить все качества ингредиентов в полной мере до момента нанесения на кожу клиента.

ОДЕЖДА ИЗ БАЛЛОНЧИКА

Новое слово в дизайне хорошо сказали испанский модельер Манель Торрес и британский профессор-химик Пол Лакхем. Вместе они создали уникальную жидкую ткань. Ее можно просто распылить из баллончика прямо на тело и моментально получить футболку, брюки или комбинезон.

