



Новости
компании
2 СТР.



Интервью:
Иван Лисовец
5 СТР.



Слово –
лидерам
6 СТР.

март • 2016 год

AMBASSADOR



MINSK GRAPE WINES FACTORY
МИНСКИЙ ЗАВОД ВИНОГРАДНЫХ ВИН

Семь наград «ПродЭкспо»

Семь, говорят, число счастливое, приносящее удачу. Можно не сомневаться, что удача всегда будет способствовать в делах предприятию, которое привозит с самой престижной выставки- дегустации сразу семь наград! А ведь именно таким оказался итог участия продукции ЗАО «Минский завод виноградных вин» в московском форуме «ПродЭкспо-2016».

Звезда, две золотые и четыре серебряные медали на счету одного предприятия – более чем веское доказательство позиций, которых добились мы на рынке.

Напомним, что 8-12 февраля в Москве проходила 23-я выставка продуктов питания «ПродЭкспо-2016» – важнейшее бизнес-мероприятие продовольственной отрасли в СНГ и Восточной Европе.

Продукция ЗАО «Минский завод виноградных вин» приняла участие в дегустационном конкурсе. Строгое жюри тщательно оценило качество и органолептические свойства

каждого выставленного образца продукции. Образцы оценивались методом слепой дегустации.

И вот результат – Звезду «ПродЭкспо» завоевала водка «Сваяк. Стандарт»!

Золотыми медалями награждены «Советское Шампанское» полусладкое и настойка «Налибокi. Хатняя».

Серебряные медали получили новинка предприятия – граппа «Кардинал», вино виноградное натуральное сухое красное марочное «Мерло», «Советское Шампанское» брют и «Советское Шампанское» полусухое.



Милые женщины!

Позвольте передать вам наше искреннее мужское поздравление с замечательным праздником весны, красоты и любви – Днем 8 Марта! И пусть слова признания и восхищения вами стары, как вино в подвалах Молдовы, и терпки, как слезы лозы Грузии, они честны и откровенны, как нектары Нового Света! Мы любим вас! Мы вами восхищаемся! Мы знаем, каким бесцветным был бы мир без ваших улыбок! Так пусть будет крепким, как коньяк, ваше здоровье! Игривым, как шампанское, – ваше настроение! Пусть яркой, как молодое вино, будет ваша жизнь! И богатым, как выдержанные напитки, будет ваше материальное состояние! Мы желаем вам удачи и успехов в делах, мира и любви в ваших семьях, исполнения ваших желаний и осуществления ваших мечтаний! Пусть теплое и ласковое солнце согревает ваши души, как лелеет оно гроздья винограда на южных склонах итальянских холмов! И пусть свежим и веселящим будет букет вашего праздничного настроения!

Генеральный директор
ЗАО «Минский завод виноградных вин»
Иван ТРОЦКИЙ



Звезда по имени «СВАЯК»

Водка «Сваяк. Стандарт»
отныне – обладатель
Звезды «ПродЭкспо».

Звезда дегустационного состязания – это уникальная награда за выдающиеся качества в номинации «водка». Ведь эта награда авторитетным жюри присуждается только самым достойным продуктам уникального качества и выдающейся органолептики. Более 300 водок было продегустировано в нынешнем году строгими ценителями. И абсолютная победа – у белорусского «Сваяка»!

Это не первая награда «Сваяка». В 2013 году водка «Сваяк. Стандарт»

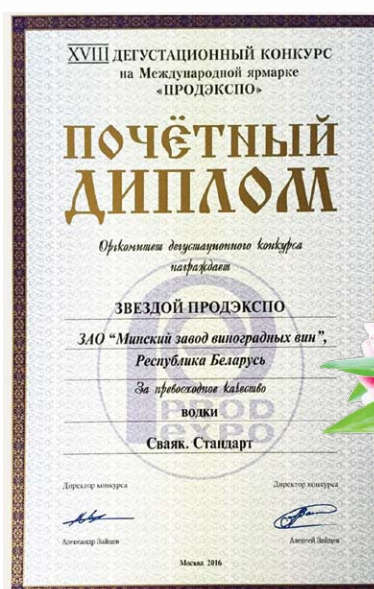
получила золотую медаль авторитетного конкурса International Spirits Challenge в Лондоне. А в 2014 году на международном конкурсе World Spirits Competition «Сваяк. Стандарт» завоевал золотую медаль в Сан-Франциско.

Секрет успеха белорусского продукта производства ЗАО «Минский завод виноградных вин» совершенно прост в понимании и безумно сложен в достижении – высочайшее качество. Именно эта характеристика выделяет «Сваяк. Стандарт» на рынке среди огромного количества водок.

«Звезда московского конкурса для любого производителя – как «Оскар» в киноиндустрии, и победа «Сваяка»

по этой причине глубоко символична. Это абсолютно заслуженная победа, поскольку мы постоянно работаем над качеством нашей продукции, стремясь предложить белорусским покупателям только лучшие напитки», – отметил генеральный директор МЗВВ Иван Троцкий.

Производственные этапы создания водки «Сваяк» объединены в единую технологию с названием «100% Pure Quality»™. Это комплекс технологических процессов, систем контроля входящего сырья, очистки воды и фильтрации, позволяющий производить чистую водку на качественно новом уровне, превышающем существующие стандарты (ГОСТы и СТБ). Лучшие ингредиенты, натуральные экстракты, чистейшая вода и мультифильтрация создают «звездный» вкус «Сваяка».



in vino veritas

НОВОСТИ КОМПАНИИ

Медальный блеск «Советского Шампанского»

«Советское Шампанское» получило золотую медаль «ПродЭкспо». Еще два вида «Советского Шампанского», произведенного ЗАО «Минский завод виноградных вин», завоевали серебряные медали – брют и полусухое.

Таким образом, практически все из выпускаемых видов «Советского Шампанского» ТМ AMBASSADOR получили высокую оценку жюри.

Стоит отметить, что в конкурсе-дегустации принимали участие крупные компании-производители, в том числе и из традиционных винодельческих стран – Франции, Италии и Португалии.

«Советское Шампанское» ТМ AMBASSADOR производится по традиционной технологии, известной еще с 1937 года, – резервуарным

методом из тщательно отобранных, лучших сортов винограда совиньон и шардоне.

Успеху продукта способствует несколько факторов.

Во-первых, огромное значение имеет опыт и профессионализм команды технологов ЗАО «Минский завод виноградных вин», работающей над данным проектом. Во-вторых, прекрасные виноматериалы, которые не оставляют шанса сделать продукт некачественным. В-третьих, важную роль играет современное европейское оборудование, приобретенное предприятием в 2008 году для хранения и шампанизации продукции. Мощности МЗВВ по выпуску игристых вин существенно возросли, а качество шампанского стало неизмеримо выше.

«Советское Шампанское» вобрало в себя весь опыт наших специалистов и наше стремление предлагать покупателям только лучшее», – отметил генеральный директор МЗВВ Иван Троцкий.



К слову, руководитель нашего предприятия – доктор наук в области виноделия. Докторская диссертация, защищенная им в минувшем году и посвященная технологии производства белых игристых вин, имеет

практическую ценность: результатом данной работы стали совершенствование технологии производства и выпуск сортового «Советского Шампанского», а также получение соответствующего патента.

Лучшие товары Республики Беларусь

Сразу три продукта производства ЗАО «Минский завод виноградных вин» стали победителями престижного республиканского конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь 2015 года».

В номинации продовольственных товаров чести называться лучшими в стране заслужили:

- водка «Налібокі. Крынічная»;
- водка «Свяак.Стандарт»;
- вино виноградное натуральное полусладкое белое «Старая келья».

Отметим, что покупатели высоко оценили продукты-победители – именно они являются лидерами продаж нашего предприятия.

Так, к примеру, полусладкое вино «Старая келья» торговой марки AMBASSADOR в нашем портфеле продаж – на первом месте. Только за минувший год было продано около 3 млн единиц этой продукции! Потребителям пришелся по вкусу легкий свежий вкус вина. Ведь его купаж состоит из отборных сортов винограда совиньон и шардоне – сортов, которые традиционно считаются лучшими среди белых.

К слову, в активе «Старой кельи» уже есть несколько громких побед – вино завоевывало две золотые и две серебряные медали на международных конкурсах-дегустациях в Минске и в Москве. Так что звание «Лучший

товар 2015 года» – вполне объективная и заслуженная оценка!

Напомним, что республиканский конкурс «Лучший товар» с 2002 года проводит Государственный комитет по стандартизации. Его главная цель – проинформировать общественность о качественных и наиболее конкурентоспособных отечественных товарах.

Сведения о товарах-лауреатах и их изготовителях размещаются на сайте Госстандарта и в ежегодном иллюстрированном каталоге «Лучшие товары Республики Беларусь», который рассылается в представительства нашей страны за рубежом.



НОВИНКИ



«Налібокі Gold»: время рестайлинга

В декабре в магазинах страны появились образцы обновленной линейки бренда «Налібокі Gold». Новый гармоничный образ «Налібокі Gold» – это воплощение сплава белорусских традиций и современных технологий приготовления продукта.

Напомним, что дизайн «Налібокі Gold» не менялся с 2011 года. Сейчас этикетка стала более лаконичной и стильной, а вкусовая визуализация водок и настоек теперь находится только на лицевой этикетке. На горлышке бутылки появилась дополнительная этикетка с изображением логотипа «золотой фильтрации» – фирменной технологии нашего предприятия.

Кроме того, дизайн колпака освежился традиционным белорусским орнаментом с золотым горячим тиснением.

Чистота линий упаковки, узнаваемый белорусский орнамент и, конечно, неповторимый и богатый вкус делают «Налібокі Gold» по-настоящему белорусской маркой.

«Бочковая традиция»: обновление облика

Декабрь отмечен выпуском обновленной линейки вин под ТМ «Бочковая традиция».

Торговая марка выпускается с марта 2015 года. И буквально за год вино заняло вполне определенную нишу в продуктовом портфеле ЗАО «Минский завод виноградных вин». Пришло время внести в линейку новые освежающие черты.

Рестайлингу подверглась как форма бутылки, так и этикетка. Бутылка приобрела более устойчивые основательные формы. На лицевой части выгравирован оригинальный логотип – бочка. В нижней части бутылки появилась надпись «Бочковая традиция». Пусть все напоминает о традиционном способе созревания вина!

Значительным изменениям подверглась и этикетка. При сохранении всех основных элементов (рисунка бочек, логотипа), этикетки приобрели более сочные яркие тона и горизонтальную вытянутую форму.



Проблемы, требующие решения



В пресс-центре БЕЛТА в начале февраля состоялся круглый стол, во время которого были обсуждены актуальные вопросы сферы производства и продажи алкогольной продукции в нашей стране. В разговоре участвовали представители Министерства торговли, концерна «Белгоспищепром», интернет-магазина «Евроопт», а также производители спиртного, в том числе генеральный директор нашего предприятия Иван ТРОЦКИЙ. Предлагаем читателю выдержки из выступлений нашего руководителя.

О ситуации в отрасли

– В последние годы рынок крепкого алкоголя в нашей стране неуклонно сокращается в объемном выражении. В основном это связано с серьезным увеличением акцизов на ликеро-водочную продукцию. Для потребителя стоимость легального алкоголя существенно возросла, и объемы продаж стали падать. Не стал исключением и 2015 год. Объем продаж ликеро-водочных изделий, по данным трех кварталов, снизился на 13%.

Проблему заметили, и в настоящий момент появилась тенденция к снижению

акцизов. На государственном уровне появилось понимание угрозы для развития отрасли со стороны контрафактной и поддельной продукции.

Ответ на вызовы

– На любые вызовы времени наше предприятие старается найти адекватные ответы. Мы считаем, что наша задача – регулярно повышать планку в усложняющихся условиях. Предприятие постоянно работает над повышением качества продукции и развитием ассортимента. Только в 2015 году мы вывели на рынок около 45 новинок, регулярно проводился рестайлинг уже существующих торговых марок, чтобы сделать их более привлекательными и интересными для покупателей.

Опыт коллег

– Для наращивания экспорта важно личное общение производителей с представителями торговых и закупочных организаций, необходима действенная презентация выпускаемой продукции. И ничего лучше специализированных выставок в этом направлении еще не придумано. Однако участие в выставке – весьма недешевое мероприятие с негарантированным эффектом на ближайшую перспективу. На наш взгляд, здесь имеет смысл перенять опыт наших европейских коллег, которым 50% стоимости участия в выставке и обустройства стендов компенсирует государство. Расчет простой – поддержка отечественного производителя на внешних

рынках помогает эффективнее продвигать национальную продукцию на экспорт. Выгода для страны очевидна, но в понимании этих тенденций мы, к сожалению, пока отстаем от Европы.

Защита от контрафакта

– Наиболее действенные меры по защите как потребительского рынка, так и покупателя – экономические. Когда цены на продукцию на внутреннем рынке будут восприниматься потребителями как приемлемые, тогда и потребность приобретать контрафактную и поддельную продукцию у них упадет.

Новые каналы сбыта

– Совершенно согласен с Президентом в том, что любые запреты на легальном рынке лишь способствуют деятельности серых поставщиков и черных продавцов. И поэтому мы, белорусские производители, будем поддерживать открывающиеся возможности для сбыта нашей продукции. В том числе считаем важнейшей задачей снятие запретов на торговлю алкоголем в сети интернет, как это сделано в большин-

стве стран Европы и практически у всех наших ближайших соседей.

Здесь нужно понять, что речь не идет об алкоголизации населения, о доступности спиртного для несовершеннолетних или поблажках в соблюдении общественного порядка в публичных местах. Все же культуру потребления алкоголя в обществе должен воспитывать не милиционер на пороге магазина, а семья, школа, общественные правила и взаимоотношения. На мой взгляд, гораздо более позитивный эффект для экономики страны и для общественных интересов в целом заключается в том, чтобы предоставить взрослому человеку возможность цивилизованным путем приобрести качественный продукт по приемлемой цене.

Барьеры на пути продажи спиртного совершеннолетним быть обязаны. Препятствие между добросовестным производителем и правомочным покупателем быть не должно.

Торговля алкоголем в онлайн

– Мы, белорусские производители алкоголя, сильно ограничены в возможностях продвижения наших товаров на потребительском рынке, а в интернете у нас появляется возможность предоставить потребителю полную и исчерпывающую информацию о товаре. Согласитесь, что у каждого есть право знать, какую именно продукцию он приобретает.

Кроме того, должная представленность в виртуальном пространстве – это еще и прямые возможности для увеличения числа потенциальных оптовых покупателей нашей продукции. Во-первых, мы были бы не связаны с ними региональными рамками, во-вторых, они могли бы торговать нашей продукцией, не привязываясь к стационарным магазинам.

Поэтому снятие ограничительных мер на торговлю алкогольной продукцией в интернете однозначно пошло бы на пользу всем – как белорусским производителям, так и государству.

Участники круглого стола сошлись во мнении, что производителям необходимо открывать новые каналы сбыта, снимая ненужные ограничения на продажу спиртного. Важным шагом в этом направлении могла бы стать и легализация лицензированной торговли алкоголем в интернете. Проблема получит дальнейшее обсуждение – как в обществе, так и в регулирующих органах. Будем надеяться, это поможет найти верное решение и отменить тормозящий развитие экономики запрет.

НОВИНКИ

«SKAMEЙКА» на любой вкус

Брестским филиалом ЗАО «Минский завод виноградных вин» выпущен новый продукт – серия слабоалкогольных напитков ТМ «SKAMEЙКА». Это продукт крепостью 6% на основе артезианской воды и натуральных вкусоароматических добавок.

В настоящий момент слабоалкогольный напиток ТМ «SKAMEЙКА» представляет собой самую широкую на рынке линейку коктейльных вкусов. Их шесть – наиболее популярных во всем мире сочетаний: джин-тоник, мохито, текила-лайм, пина-колада, виски-кола, ром-кола. Каждый выберет свой вкус!



НОВОСТИ КОМПАНИИ

Лаборатория ароматов и вкусов

В минувшем году наше предприятие начало производство собственных растительных спиртовых настоев и ароматных спиртов. Тем самым МЗБВ поднял уровень своих продуктов на новую ступень качества – самостоятельный контроль качественных показателей производимых настоев и ароматных спиртов позволяет существенно улучшить конечные свойства выпускаемых алкогольных продуктов.



На заводе был введен в эксплуатацию новый цех по производству настоев и ароматных спиртов, для приготовления которых используется исключительно натуральное растительное сырье: почки березы, цветки липы, имбирь, кора дуба и многие другие виды.

Специально для нашего производства были разработаны и произведены экстракционные установки, в которых и происходит весь основной процесс настаивания растительного сырья. Они позволяют контролировать основные качественные параметры в процессе экстрагирования сырья – объем залитого и получаемого настоя, регулировку температуры настаивания, скорость перемешивания настоя. Соответственно, появилась возможность выбора периода экстракции растительного сырья. В комплексе эти технологические операции позволяют получить ароматный растительный настой. Абсолютно натуральный, он привносит вкусовые и аро-

матические изюминки в готовые водочные продукты.

Готовый растительный настой заливается в специальный дистилляционный аппарат (аламбик), который также был специально разработан и произведен для нашего предприятия. Это оборудование позволяет контролировать основные процессы приготовления ароматного спирта – уровень залитого сырья, температурные режимы всего процесса дистилляции, скорость сгонки спирта. А самое важное, аламбик позволяет получать пофракционный отбор примесей ароматного спирта, что делает его более легким, прозрачным, ярким.

Отдельно следует заметить, что все оборудование и трубопроводы для производства спиртовых настоев и ароматных спиртов изготовлены из пищевой нержавеющей стали, что также позитивно влияет на качество производимого продукта.

Таким образом, введение в строй цеха ароматных спиртов

на нашем предприятии позволило существенно снизить себестоимость готового продукта. Важно, что теперь МЗБВ не зависит от поставщиков и обеспечивает собственное постоянно контролируемое качество. Продукция МЗБВ вышла на новый уровень – для ее ароматизации действительно используются исключительно натуральные пищевые ингредиенты. Наконец, предприятие получило возможность расширить ассортимент выпускаемой продукции за счет инновационных видов напитков, ингредиенты для которых производятся в новом цехе.

Стратегическое значение введения в эксплуатацию цеха по производству ароматных спиртов и настоев заключается в том, что на ЗАО «Минский завод виноградных вин» отныне создан заверченный цикл производства, на всех этапах которого обеспечивается контроль и высокое качество продукта. И менее чем за год эксплуатации цех ароматных спиртов окупил вложенные затраты.

Создан профсоюз

В жизни коллектива нашего предприятия произошло событие, которое должно на новый уровень поднять корпоративную солидарность сотрудников.

Речь идет о том, что 3 февраля на ЗАО «Минский завод виноградных вин» состоялось собрание трудового коллектива предприятия, на котором

было принято решение о создании первичной профсоюзной организации. Отныне на МЗБВ появился профсоюз! И в определенном смысле наш коллектив выступил в авангарде инициативы, выдвинутой Президентом страны, – ведь процесс создания профсоюзных организаций на предприятиях с частной формой собственности только разворачивается.

Первичка МЗБВ вошла в состав Минской городской организации профсоюза работников агропромышленного комплекса, входящего в Федерацию профсоюзов Беларуси.

Первичная профсоюзная организация зарегистрирована в Администрации Октябрьского района Минска.



НОВИНКИ

Граппа «Cardinal» – напиток итальянских кровей

В декабре на Брестском филиале ЗАО «Минский завод виноградных вин» начато производство граппы «Кардинал».

Граппа – это виноградная водка, произведенная методом дистилляции, особенно уважаемая в южных областях Италии. А «Кардинал» – молодая невыдержанная граппа из винограда сорта шардоне с оригинальным выразительным вкусом и ярким фруктовым ароматом. Именно молодость придает граппе особый букет в стиле «итальяно». Граппа прежде всего дижестив – многие итальянцы употребляют ее после ужина. Обычно напиток пьют охлажденным и в чистом виде, смешивается он редко. Температура подачи молодой граппы 8-12 градусов.



ИНТЕРВЬЮ

Иван Лисовец: «На страже законных интересов ЗАО «Минский завод виноградных вин»



Документооборот крупной компании-производителя – это тысячи и тысячи экземпляров ежегодно: договоры, претензии, иски, лицензии, письма и множество других документов. И практически каждый документ проходит через юридическую службу компании, которую возглавляет заместитель генерального директора по экономическим и правовым вопросам Иван Лисовец.

– Иван Александрович, расскажите, когда вы начали работать на МЗВВ и давно ли юридические вопросы оказались в вашей компетенции?

– Пришел я на предприятие в 2006 году на должность юриста. До этого стаж юридической работы у меня был десять лет – в 1996 году окончил юридический факультет Белорусского государ-

ственного университета. Работал в различных отраслях, а параллельно обучался в Белорусском государственном экономическом университете, получил экономическое образование по специальности экономист-менеджер. В 2008 году был назначен заместителем генерального директора по экономическим и правовым вопросам.

– Как вкратце очертить сферу проблем, которыми вы занимаетесь?

– В круг обязанностей нашей службы входит достаточно широкий спектр вопросов. Мы ведем договорную работу, претензионную, судебное взыскание долгов, решаем проблемные вопросы предприятия по снижению дебиторской задолженности, неплательщиков. Товарные знаки полностью курируются нашей службой, вопросы регистрации, сопровождения, судебных споров. Кроме того, корпоративное право также находится в нашей компетенции.

Лицензионная работа – лицензия на производство алкогольной продукции, лицензия на оптовую торговлю алкоголем, лицензия в области охранной деятельности, лицензия в области промышленной безопасности.

В общем, наша служба обеспечивает юридическое сопровождение всей деятельности предприятия.

– Можно предположить, что работа с товарными знаками отнимает у вас достаточно много сил. Ведь у предприятия не один десяток ТМ?

– Товарных знаков действительно много, около ста пятидесяти зарегистрированных на территории Республики Беларусь, плюс более тридцати имеют расширение на другие страны. Известные в нашей стране и за рубежом марки «Амбассадор», «Сваяк», «Налибок» – это все знаки, охраняемые законом и принадлежащие нам на законных основаниях.

Много товарных знаков существует в виде этикеток – ведь товарные знаки могут регистрироваться как в словесном виде, так и в форме изображений.

Случаются вокруг товарных знаков и судебные споры. Это на сегодняшний момент подвижная сфера, в которой происходит постоянно множество изменений, и нужно отслеживать, чтобы наши права не были нарушены. Мы преследуем незаконное использование тех товарных знаков, которые зарегистрированы за нашим предприятием.

– Преследование проводится в судебном порядке?

– В том числе. Вместе с тем, стараемся не доводить дело до суда, ведь это экономит и время, и средства. Поэтому, прежде всего, направляем претензионные документы нарушителю, просим устранить имеющиеся нарушения в добровольном порядке. Объясняем нарушителю, чем ему это может обернуться и, как правило, субъекты хозяйствования, сознавая свое положение, устраняют имеющиеся нарушения.

– Насколько сложно работать с зарубежными партнерами?

– В большинстве случаев наши иностранные партнеры дисциплинированные и исполнительные. Сложности бывают, прежде всего, с контрагентами в Российской Федерации. Например, мы в белорусском суде выигрываем спор, получаем приказ и отправляем его для исполнения в службу судебных приставов города Москвы. Несмотря на то что между Республикой Беларусь и Российской Федерацией имеется Соглашение о порядке взаимного исполнения судебных актов хозяйственных судов Республики Беларусь и арбитражных судов Российской Федерации, добиться возбуждения исполнительного производства и его реального исполнения весьма затруднительно.

– Иван Александрович, расскажите о ваших сотрудниках.

– Юридическая служба состоит из ведущего юрисконсульта и двух юрисконсультов.

Диана Жечко ведет претензионную работу. Претензионные документы идут сплошным потоком – на должников до обращения в суд в обязательном порядке готовятся претензии, включающие в себя расчет штрафных санкций, процентов за пользование чужими денежными средствами. Претензия – действенный способ взыскания долгов, ведь определенная часть предприятий не хотят судебных разборок и после получения претензии опла-

чивают имеющийся долг. Диана занимается также договорной работой – договоры на поставку нашей продукции, договоры на оказание транспортных услуг, на покупку сырья, комплектующих, материалов и многие другие.

Анатолий Немененок занимается судебной работой – готовит исковые заявления и направляет в суд документы на тех должников, с которыми не удалось договориться и решить проблему на досудебном этапе. Сейчас эта работа проводится все активнее – многие предприятия испытывают финансовые трудности, и проблема неплательщиков начинает обостряться. Анатолий также занимается товарными знаками – регистрация, сопровождение, продление. Отдел маркетинга постоянно разрабатывает новые бренды, поэтому работы здесь хватает.

Сергей Верлыго – ведущий юрисконсульт, самый опытный сотрудник. Он работает с документами корпоративного права, готовит запросы в государственные инстанции, сопровождает более сложные договоры, заключаемые предприятием, а также консультирует работников по различным вопросам, возникающим в процессе деятельности предприятия.

Мы плотно и активно сотрудничаем со всеми подразделениями нашего предприятия, на котором на сегодняшний день работает около тысячи человек, и отстаиваем законные интересы ЗАО «Минский завод виноградных вин».

НОВИНКИ



«Белая река» в новых берегах

В конце августа выпущена первая партия водки «Белая река» обновленного дизайна.

Напомним, что марка появилась на белорусском рынке в 2011 году, и впервые за эти годы ее дизайн серьезно изменился. Этикетка стала более

концептуальной и заметной, изменился логотип. Кроме того, усилена вкусовая дифференциация. На данный момент в продажу поступили водки «Белая река», «Белая река. Клюквенная», «Белая река. Лимонная» – самые популярные сочетания искреннего вкуса водки и ароматов клюквы и лимона.

«Ркацители»: возвращение легенды

Белым сухим вином «Ркацители» пополнился ассортимент сухих вин ЗАО «Минский завод виноградных вин».

Легкий и свежий букет «Ркацители» запомнился многим еще со времен Советского Союза – трудно было придумать напиток более популярный среди ценителей сухих вин.

Новое вино нашего предприятия – продолжение тех славных традиций на современном технологическом уровне. Это изящное вино светло-соломенного цвета приготовлено из популярного грузинского сорта винограда Ркацители, выращенного в Молдове. В аромате угадываются тона чайной розы и фруктовые нотки. Дополняет картину цветочно-пряный аромат с легким медовым оттенком. Вино обладает полным гармоничным вкусом с приятной мягкой терпкостью в послевкусии.



НОВОСТИ КОМПАНИИ

Рекордсмены активных продаж

Нет нужды долго объяснять, сколь важную роль играют торговые представители нашего предприятия в регионах. Они находят клиентов, они знают, где нашу продукцию ждут, анализируют, какие именно алкогольные напитки пользуются повышенным спросом. В общем, они организуют продажу нашей продукции конечным потребителям.

И именно они должны сделать все, чтобы товар с маркой «Сделано на Минском заводе виноградных вин» не потерялся в регионе и не уступил в жесткой конкурентной борьбе с десятками других производителей. Так что повышенное внимание к показателям их работы вполне очевидно и объяснимо!

Владимир Наймович: «Рост обеспечивают проверенные клиенты»



Владимир – руководитель торгового представительства ЗАО «МЗВВ» в Гродненской области. И именно его подразделение показало самый лучший результат – в последнем квартале минувшего года по отношению к аналогичному периоду предыдущего года продажи на Гродненщине возросли на 17,8%! За счет чего?

– За счет слаженности работы всей нашей команды – каждого агента, супервайзера, мерчандайзера, координатора, дебиторщика. Я хочу отметить всех ребят,

которые действительно вложили душу в свою работу. К слову, по возврату дебиторской задолженности мы тоже в тройке лидеров, и, опять же, это достигается толь-

ко благодаря слаженной работе нашей команды.

Кроме того, не могу не отметить, что рост продаж удалось обеспечить за счет правильной организации системы реализации и грамотной акционной политики нашего предприятия. Руководство Минского завода виноградных вин понимает важность этой работы и очень разумно, взвешенно действует в непростых экономических условиях. Проведение акций и требования встречных снижений, на мой взгляд, и обеспечили прирост

продаж в нашем регионе, да и в целом по стране.

Клиентская база у нас уже расширена до 99%, поэтому наращивание продаж сейчас происходит не за счет привлечения новых клиентов. Да, если незнакомый участник появляется на рынке, мы его подключаем к работе с нашим предприятием, но в целом рост, конечно, обусловлен не новичками, а работой с проверенными клиентами.

Интересный был период, когда после требования Мин-

торга обеспечить наличие отечественных алкогольных напитков на предприятиях общественного питания в регионе начался настоящий ажиотаж – все хотели приобрести белорусское спиртное.

А наибольшим спросом в Гродненской области пользуется весь «топ» нашего предприятия – водки и настойки «Налібокі», белое и красное вино «Старая келья», а также прошлогодняя новинка Минского завода виноградных вин – вино торговой марки «Бочковая традиция».

Сергей Шкатула: «Хороший продукт хорошо продавать!»



Сергей руководит торговым представительством в Витебской области. Под его руководством продажи в четвертом квартале 2015 года по отношению к четвертому кварталу 2014 года выросли на 13,6%. Как удалось достичь столь замечательного результата?

– Действительно, у нас получилось нарастить объем продаж, и мы довольны тем, что сумели сделать.

Я всегда говорю, что если продукт хороший, продавать его легче. В этом отношении продукция ЗАО «Минский завод вино-

градных вин» выгодно отличается на фоне продукции других производителей. Мы берем и качеством алкогольных напитков, и приемлемой ценой. Именно поэтому покупатель делает выбор в нашу пользу.

А с другой стороны, в сегодняшней экономической ситуации со скрипом продается любой, даже самый прекрасный товар. Поэтому важна инициативная и слаженная работа всей команды нашего региона, и именно благодаря нашему

взаимодействию и искренней, честной работе каждого у нас что-то получается. Я хочу поблагодарить каждого своего сотрудника, ведь его труд вложен в общий результат предприятия.

В минувшем году нам удалось привлечь нового интересного клиента – сеть магазинов «Витебские продукты», плодотворно сотрудничать с которым ранее по разным причинам не удавалось. Надеемся, это партнерство получит дальнейшее

развитие. А в целом область охвачена нами теперь практически полностью в части платежеспособных клиентов.

Наибольшей популярностью в регионе пользуются виноградные вина, особенно в упаковке «тетра-пак» объемом один литр, а также водки нашего предприятия, которые покупатель распробовал, оценил и целенаправленно ищет на прилавках. И ничего удивительного, есть за что любить такую продукцию!

«Бессарабия»: вино добрых традиций

В феврале на нашем предприятии выпущена новая линейка вин – «Бессарабия».

Название линейка получила в честь исторической области, ограниченной Черным морем и реками Дунай, Прут и Днестр. Сегодня она входит в состав Молдовы и Украины. Область исключительно щедра на природные богатства, и не случайно с глубокой древности там процветает виноградарство. Местные вина высоко котируются на рынке, ведь делать напиток из слез лозы здесь умеют и любят.

В линейку вошло четыре вида полусладких вин объемом 0,7 литра:

- белое полусладкое «Монастырская изба»;
- красное полусладкое «Монастырская изба»;
- белое полусладкое «Домашнее»;
- красное полусладкое «Кадарка».

Бутылка темно-оливкового цвета снабжена гравировкой. Этикетки сочные и яркие, как и сами вина, вызревшие на юге.

Бессарабия. Доброе вино, добрые традиции!

