



Корпоративная газета
ОАО «Красный пищевик»
основана в июле 2014 года
Выпускается ежеквартально



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

В гостях – партнеры по франчайзингу

с. 2



Zefir NEWS

Грузия, Латвия, Китай

с. 3



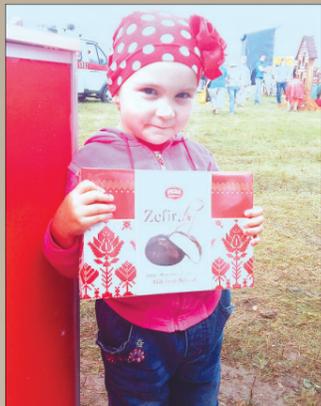
ВЕРНОСТЬ ТРАДИЦИЯМ

Сохраним историю

с. 4



Zefir NEWS



Александрия собирала друзей

С 9 по 10 июля в агрогородке Александрия Шкловского района Могилевской области прошел ставший традиционным и очень любимым праздник «Купалье» («Александрия собирает друзей - 2016»). Этот яркий праздник белорусского лета – один из самых романтических праздников славянских народов.



Не осталось в стороне от него и наше предприятие. На празднике «Купалье» любой желающий мог купить продукцию ОАО «Красный пищевик», поиграть в беспроигрышную лотерею и попробовать на дегустации сладкую продукцию предприятия.



АКТУАЛЬНО



В союзе традиций и инноваций

Наше предприятие – один из признанных лидеров белорусского «сладкого рынка». Доля продукции в общем объеме производства кондитерских изделий организациями отрасли концерна «Белгоспищепром» достигает 20 процентов. Бренд «Красный пищевик» узнаваем и любим как в Беларуси, так и далеко за ее пределами. В нынешних непростых экономических условиях предприятие не только не снижает, но и постепенно наращивает объемы производства и реализации, активно инвестирует в модернизацию производства, выходит на новые экспортные рынки. Сохранять такие крепкие позиции в условиях жесткой

конкуренции, когда полки магазинов заполнены сладостями от ведущих мировых производителей – задача не из простых. Секрет успеха бобруйских кондитеров – в разумном, обоснованном рыночными реалиями союзе традиций и инноваций.

Сегодня «Красный пищевик» занимает стабильную позицию в ряду лидеров кондитерской отрасли Беларуси и является одним из крупнейших производителей зефира и мармелада на постсоветском пространстве. В интернет-обзоре новостей кондитерского рынка русскоязычного сегмента фабрика присутствует среди признанных российских, украинских и других брендов как полноправный партнер. До 20 % продукции

компании уходит на экспорт в разные уголки мира. Помимо России, на которую приходится более 80 процентов всех экспортных поставок, бобруйские лакомства поставляются в Азербайджан, Грузию, Казахстан, Литву, Латвию, Эстонию, Германию, Канаду, США, Израиль и другие страны. В ближайших планах – подписание контракта с Китаем. Отгрузка начнется в ближайшее время.

Кондитерские изделия не относятся к продуктам первой необходимости, а потому экономические катаклизмы довольно больно бьют по спросу на них. И тем не менее в нынешней непростой ситуации бобруйские сладости по-прежнему востребованы как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

– С 2014 года у нас идет планомерный рост объемов производства. В 2015 году фабрика произвела 13,8 тыс. тонн продукции, в 2016-м планирует выйти под 14 тысяч. Первое полугодие сработало на уровне прошлого года, во втором нацелены показать рост. Неплохие показатели и по объемам продаж. В 2014 году было реализовано 13,3 тыс. тонн продукции, в 2015-м – 13,7 тыс., в 2016-м прогнозируем превышение уровня прошлого года, – отмечает заместитель директора ОАО «Красный пищевик» по экономике, финансам и развитию **Сергей НЕКРАШЕВИЧ**.

Комментируя другие экономические показатели деятельности предприятия, Сергей Некрашевич отмечает рост рентабельности продаж и чистой прибыли. Так, в первом полугодии текущего года достигнута рентабельность продаж более 12%, хотя планировалась она по году в размере 10,8 %. По чистой прибыли к концу года планируется выйти на отметку в 30 млрд рублей (до деноминации). Важно отметить и тот факт, что на предприятии наблюдается устойчивый рост заработной платы. Если в 2015 году среднемесячная заработная плата по предприятию составляла порядка 7,8 млн рублей, то сегодня – уже более 8 миллионов (до деноминации).

Понятно, что стабильность и успехи в работе не приходят сами собой, за каждым, даже самым маленьким шагом вперед стоят грамотно расставленные приоритеты и упорный труд. Один из основных факторов, на который делает ставку «Красный пищевик» – инновационное развитие.

Продолжение – стр.2



АКТУАЛЬНО

В союзе традиций и инноваций

Продолжение. Начало – стр. 1
Уже сегодня фабрика представляет собой современное высокотехнологичное производство, оснащенное производственным оборудованием, поточными линиями по выпуску зефира, халвы, мармелада, ириса, драже. Однако руководство предприятия считает своей прямой обязанностью осуществлять активную реконструкцию и модернизацию производства, что позволяет предприятию идти в ногу со временем, оперативно откликаясь на требования рынка.

С каждым годом инвестиции в технологическое переоснащение предприятия растут. Так, если в 2014 году инвестиции в основной капитал составили 16,7 млрд рублей, то в 2015-м эта сумма увеличилась до 46,6 млрд. В 2016 году инвестировать планируется еще больше, порядка 51,5 млрд рублей.

Основные инвестиционные проекты фабрики, осуществление которых запланировано на 2016-2017 годы, нацелены на наращивание объемов производства, снижение затрат на процессинг, оптимизацию логистической системы. Часть из них уже находится в стадии реализации: налажено производство

импортозамещающей продукции – козинак; запущена новая мармеладная линия «Апельсиновые дольки»; завершается установка новой линии глазированного зефира объемом производства до 2 тыс. тонн. Каждый инновационный проект открывает перед кондитерской фабрикой новые актуальные возможности.

– Наша новая зефирная линия позволяет увеличить и разнообразить ассортимент выпускаемой продукции. Планируется выпуск зефира в шоколаде с посыпкой арахиса, в шоколаде с карамелью, в белой глазури с арахисом и других.

Преимущества новой линии заключаются также в возможности использовать дополнительные комплексы оборудования, которые позволят решить ряд насущных проблем. Так, подключение комплекса, обеспечивающего эффективную вторичную переработку воды, будет способствовать повышению экологичности производства и ресурсосбережению. А введение в строй фасовочно-упаковочного комплекса значительно расширит возможности по упаковке продукции, что является для динамично развивающегося предприятия насущной потребностью. К примеру, новые форматы

упаковки необходимы «Красному пищевику» для работы в сегменте общественного детского питания. Сегодня бобруйский зефир востребован в школах, детских садах, других образовательных учреждениях Минской, Могилевской и Гомельской областей. Сейчас для этих целей реализуется весовой зефир, но с введением в строй нового фасовочно-упаковочного комплекса появится возможность выпускать по одной или двум зефиркам в упаковке. Это позволит добиться лучшей сохранности продукта, увеличит сроки годности.

Своевременным решением стала и установка на предприятии новой мармеладной линии «Апельсиновые дольки». Мармелад занимает второе, после зефира, место в структуре производства и реализации кондитерских изделий «Красного пищевика». «Апельсиновые дольки» на протяжении уже многих лет является одним из самых известных и любимых мармеладных лакомств потребителей. Однако прежняя мармеладная линия, верой и правдой отслужившая не одно десятилетие, уже исчерпала свой ресурс. Сменившая ее современная линия нового поколения значительно превосходит свою

предшественницу по ряду параметров. Она задействует меньше ручного труда, дает более широкие возможности для регулирования производственного процесса и возможность работы в три смены.

Важно отметить, что осуществляемая модернизация производства и внедрение высокотехнологического оборудования не ведет к сокращению численности работников. Более того, численность увеличивается. В 2014 году коллектив «Красного пищевика» увеличился на пятьдесят человек, в 2015-м – почти на 80. Рабочие места создаются в основном за счет расширения производства и освоения новых видов продукции.

В числе планируемых инвестиционных проектов значится также приобретение второй могульной линии по производству мармелада, строительство и ввод автоматизированного логистического центра. Грамотная логистика – один из ключевых этапов в работе современного предприятия. Собственный логистический центр позволит сократить путь товара к потребителю, ускорит и оптимизирует доставку кондитерских изделий в регионы страны и за ее пределы, а также разгрузит цеха, высвободив дополнительные производственные площади.

Яркие новые бренды появились и в других продуктовых линейках – мармелад «Feel Fruit», драже «Sweet@fit», «Vot etti», «CHOCONEL», ирис «Хватай-ка» и так далее. Драже «Vot etti» – настоящее маркетинговое хулиганство, русско-английская игра слов и букв. Трудно не заметить на полке и ирис «Хватай-ка» в стилизованных мультяшных упаковках сочных цветов. Что же касается линейки натуральных драже «Sweet@fit», то это – подарок предприятия сторонникам здорового образа жизни. Активная работа по обновлению ассортимента продукции, основанная на регулярном исследовании потребительского спроса, конкурентной среды и тенденций развития мирового кондитерского рынка – одна из важнейших составляющих стратегии предприятия.

А вот что остается неизменным долгие годы, выгодно отличая «Красный пищевик» от других предложений на рынке, так это исключительная натуральность его продукции. Понятно, что использование натуральных компонентов делает конечный продукт дороже, но зато покупатель может быть уверен, что покупает не только вкусное, но и качественное, полезное лакомство.



ФРАНЧАЙЗИНГ

От ритейла до франчайзинга



Грамотную, продиктованную рыночными реалиями стратегию выбирает наше предприятие в сфере продаж. «Красный пищевик» активно сотрудничает с ведущими ритейлерами. Раз-

вивает сеть фирменной торговли, которая на данный момент представлена более 20 фирменными магазинами, павильонами и секциями. И – одним из первых среди белорусских

производителей кондитерских изделий внедрил в сферу своих продаж франчайзинг.

– Мы провели широкую рекламную кампанию, и многие предприниматели откликнулись на нашу

инициативу по развитию франчайзинга. Первая франчайзинговая торговая точка открылась 28 декабря прошлого года в Бресте. На сегодняшний день их в разных регионах страны уже десять, на пороге открытия еще четыре, – рассказывает начальник сектора франчайзинга ОАО «Красный пищевик» **Анна ГАЦКО**.

В нынешних экономических реалиях развитие франчайзинговой сети как нельзя более своевременно, отмечает Анна Гაცко. Эта модель выгодна обеим сторонам – и предприятию, и частному капиталу. Вследствие изменений правил сертификации, а также сужения российских рынков немало белорусских предпринимателей испытывают сложности с работой. И предоставляемая им возможность открыть свой частный магазин под известным брендом «Красный пищевик», стать франчайзи – это хороший шанс начать новое дело. Тем более, что фабрика предоставляет

франчайзи выгодные условия и необходимую поддержку на всех этапах создания и функционирования магазина. Девиз франчайзинга – «Мы поможем вести свой бизнес и не быть в нем одиноким!»

Многие ведущие бренды продают право работать под своим торговым знаком (франшизу) за приличные деньги, а также берут за это регулярную плату (роялти). Так, вступительный взнос за франшизу «Макдональдса» составляет 45 тыс. долларов, роялти – от 12,5%, российской сети кофеен «Шоколадница» – 37,5 тыс. долларов и 7% соответственно. Однако «Красный пищевик» не взимает вступительный взнос, а роялти составляет одну базовую величину, что облегчает частному капиталу вхождение в бизнес. Более того, франчайзи предоставлено право работать по принципам ценообразования, принятым для фирменной розничной сети, т.е. с 10-процентной скидкой на продукцию. А в качестве бонуса им бесплатно предоставляется фирменное рекламное оборудование.

Продолжение – стр.3



ФРАНЧАЙЗИНГ

От ритейла до франчайзинга

Продолжение. Начало – стр.2

Выгоды, которые получает фабрика от новой формы ведения бизнеса очевидна. Франчайзинг позволяет расширить свое присутствие в регионах, нарастить продажи, не неся при этом затрат по открытию магазинов, поскольку их берет на себя франчайзи. «Сейчас у предприятий торговли нередко возникают проблемы с платежеспособностью, особенно это касается региональных операторов, таких как «Белкоопсоюз», что затрудняет попадание нашей продукции к покупателю. А франчайзинговые точки в небольших городах позволяют донести до покупателя наш ассортимент, причем в полном объеме, поскольку по франчайзингу представляется практически вся продукция, которую мы выпускаем», – отмечает Анна Гацко.

Немаловажно и то, что по внешнему оформлению франчайзинговые объекты торговли практически не отличаются от фирменных магазинов «Красного пищевода», и это работает на его имидж. Кроме того, у производителя появляется дополнительная возможность иметь прямой контакт с покупателем, чтобы знать его мнения и пожелания.

По словам Анны Михайловны, с начала года во франчайзинговых точках продано около 80 тонн продукции, и это только начало. Планируется, что уже в ближайшее время продажи в динамично развивающейся франчайзинговой сети увеличатся как минимум в два раза. «Предприниматели в различных регионах оценили преимущества франшизы и находятся в активном поиске мест под новый торговый объект. Так, в Барановичах уже открыто три магазина по системе франчайзинга. Понятно, что неприбыльное дело так бы не развивалось. До 2018 года мы планируем открыть по франчайзингу порядка 60 торговых объектов, в том числе за пределами Беларуси», – делится планами специалист.

Стать частью большой и дружной семьи фабрики

12 сентября гостями ОАО «Красный пищевик» стали партнеры предприятия по франчайзингу, представители концерна «Белгоспищепром», Министерства торговли, Главного управления потребительского рынка Мингорисполкома.

В программе мероприятия были презентация ОАО «Красный пищевик», дегустация сладкой продукции предприятия. Гостям был представлен полный ассортимент выпускаемой продукции. На сегодня в ассортименте представлено более 140 наименований сладостей. Кроме того участники встречи могли ознакомиться с широким ассортиментом сувенирной продукции.

Во время экскурсии по цехам предприятия, наши партнеры смогли увидеть полный цикл производства замечательных сладостей, которые производятся уже

много лет, и завоевали любовь потребителей, а также познакомиться с новинками ОАО «Красный пищевик».

После экскурсии состоялся круглый стол, на котором наши гости поделились своими успехами и наработанным опытом в открытии кондитерских магазинов под маркой ОАО «Красный пищевик». Были озвучены важные темы, волнующие как давних партнеров, так и тех, кто только присоединился к ОАО «Красный пищевик». Обсуждалась работа предприятия, где гости имели возможность обсудить работу предприятия, внести свои предложения и пожелания, а также обсудить дальнейшие перспективы. За день пребывания на предприятии гости получили массу положительных эмоций.

Отзывы после встречи:

Галина ЯРОМИЧ,
ООО «ДП Интерпрайзис»

– В первую очередь хочу выразить огромную благодарность всей команде «Красного пищевода» за организацию и проведение такого высококлассного мероприятия. Спасибо, что собрали вместе людей, которые всей душой любят то, что делают. За день пребывания в Бобруйске я получила массу положительных эмоций. На меня огромное впечатление оказало посещение фабрики. Хотя я и знала, что большинство продукции производится вручную, увидеть это все своими глазами – совсем другое дело. Только видя все это, начинаешь осознавать ценность производимых товаров и уникальность традиций, которые один единственный во всем мире сохраняет «Красный пищевик». Меня поразило, как все собравшиеся любят свою работу, как горят их глаза, когда они говорят о ней, – такое не часто встретишь в современном мире. Благодаря этому в воздухе царил легкая и непринужденная атмосфера, сопутствующая общению и обмену опытом с руководителями «Красного пищевода», франчайзерами и франчайзи. Я получила уникальную возможность обсудить работу предприятия, внести свои предложения и пожелания, обсудить дальнейшие перспективы. Отдельное спасибо организаторам за проведение неформальной части. Там я смогла поближе познакомиться с ведущими специалистами фабрики. Именно там я ощутила себя частью большой и дружной семьи «Красного пищевода».

Вячеслав СМОЛЬСКИЙ (Жодино):

– Идея открыть магазин по франчайзингу посетила меня еще 10 лет назад. Однако в то время в нашей стране сфера франчайзинга не была развита. Конечно, в первую очередь я отдавал бы предпочтение тем производителям и компаниям, которые территориально расположены недалеко для обеспечения бесперебойной поставки товара и продукции. К моменту, когда я узнал, что ОАО «Красный пищевик» приглашает партнеров для развития розничной сети фирменных магазинов по франчайзингу, у меня уже было сформировано видение

работы по франшизе. И после изучения условий сотрудничества, я увидел, что они максимально учитывают как интересы франчайзера, так и франчайзи. А с учетом узнаваемости бренда и высокого качества продукции ОАО «Красный пищевик» решение об открытии магазина было хоть и обдуманное, но принято быстро. Несомненным плюсом является наличие обратной связи с фабрикой, сотрудники которой оперативно реагируют на пожелания и предпочтения, что в итоге идет только на еще большее признание продукции ОАО «Красный пищевик» со стороны покупателей. Тем, кто планирует начать свое дело по франчайзингу с ОАО «Красный пищевик», хочу посоветовать в первую очередь обратить внимание на подбор места и площади, а также на требования, предъявляемые для открытия магазина.

Виталий (Гродно):

– Отлично организованный и крайне познавательный семинар. Активные дискуссии с возможностью оперативного решения возникающих вопросов, благодаря современному и нацеленному на успех руководящему составу предприятия. И конечно же «вкусная» экскурсия по производственным цехам самого завода. Прекрасное сочетание ручного труда и вековых традиций с новыми технологически-сложными линиями производства, это впечатляет!

Основным мотивом выступлений стала мысль о том, что основой для успешного функционирования и развития франчайзинговой сети ОАО «Красный пищевик» является сильный бренд, широкая известность и хорошая репутация у миллионов потребителей, а также богатый ассортимент и высочайшее качество продукции, удовлетворяющее потребности самых взыскательных покупателей.

Посещение фирменного магазина №1 ОАО «Красный пищевик», стало ярким и запоминающимся финалом встречи с нашими партнерами, ставшими верными друзьями и поклонниками предприятия.



Zefir NEWS

Расширяя границы сотрудничества



Насыщенным на выставочные мероприятия для нашего предприятия выдался сентябрь текущего года. С 1 по 4 сентября ОАО «Красный пищевик» приняло участие в национальной выставке Республики Беларусь в Грузии (Тбилиси), с 7 по 10 наши специалисты посетили международную выставку «Riga Food 2016», проходившую в столице Латвии – Риге, а с 20 по 25 сентября мы покоряли Китай, где проходила международная выставка ЭКСПО – «Китай-Евразия-2016». И так...

Тбилиси посетили начальник отдела маркетинга Елена Курмаз, менеджер по розничной торговле Юлия Катарская и заместитель начальника отдела маркетинга Денис Белянцев. В рамках выставки наш контрагент ООО «Синтезомег» (Тбилиси, Грузия) реализовывал продукцию предприятия. Здесь же было подписано соглашение о дальнейшем сотрудничестве «Красного пищевода» и «Синтезомег» до 31 декабря 2017 года. Была достигнута договоренность о том, что наш контрагент получает эксклюзивное право, по которому может вести переговоры по вводу, поставке, продвижению и распространению продукции торговой марки ОАО «Красный пищевик» на территории Грузии. На переговорах также обсуждался вопрос об открытии до конца 2016 года в Тбилиси нашего фирменного магазина по системе франчайзинга.

Продолжение – стр.4


Zefir NEWS

Продолжение. Начало – стр.3

Не обошли стороной и следующие вопросы: увеличение ассортимента продукции, а именно

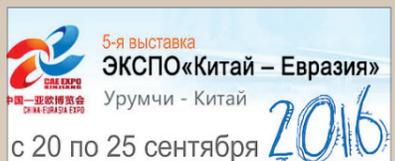


разработка для грузинского рынка диабетической продукции, условия оплаты, качество продукции, сроки годности, маркетинговый бюджет.

В результате удалось достигнуть согласия почти по всем обсуждавшимся вопросам.



«Riga Food 2016» – широчайшая продовольственная выставка Балтии, подводящая итоги и обозначающая развитие отрасли, выделяющая новинки и предоставляющая возможность знакомства с серьезными и надежными отраслевыми предприятиями. В открытии и осмотре экспозиций выставки приняли участие первые лица государства и руководители ряда посольств. В этом году здесь были представлены экспозиции 715 компаний из 37 стран и 14 национальных стендов. На общем стенде ООО



«Белпищепром» были предложены рекламные, сувенирные и информационные материалы и нашего предприятия. Дополнительно на протяжении всех дней выставки проводилась дегустация продукции «Красного пищевода». Заранее сотрудниками фабрики были направлены приглашения потенциальным партнерам с указанием места встречи и организации выставки для проведения переговоров о предпочтении потребителей Латвийской Республики по кондитерской отрасли. В настоящее время продолжаются переговоры с компаниями на предмет взаимовыгодной работы, определяются ассортиментный перечень и направления двустороннего сотрудничества на ближайшую перспективу. Для проработки вопросов по закупке кондитерских изделий представители компаний получили образцы продукции, каталоги, с ними были оговорены условия поставок, по которым работает ОАО «Красный пищевик».


НАША ИСТОРИЯ

Музею быть!

Как известно, история «Красного пищевода» начинается с 1870 года, когда бобруйский 2-й гильдии купец Хонн Райцин основал в городе на Березине дрожжевой завод. После революции 1917 года предприятие было национализировано и преобразовано в фабрику «Красный пищевик». Она начала свою работу с выпуска мармелада, затем было налажено производство других кондитерских изделий. Все мирные планы нарушила Великая Отечественная война. Захватчики разграбили и вывезли в Германию оборудование фабрики, а во время отступления в 1944 году подожгли ее здание.

Послевоенный коллектив предприятия, а на тот момент это было всего 34 человека, приложил титанические усилия для его возрождения. Меньше чем через месяц здесь уже наладили производство сиропов и повидла! А с января 1945 года снова начали выпускать кондитерские изделия, по которым так истосковались люди за годы войны. Сила коллектива, сплоченного одной целью, осознающего ответственность за поручен-

ный участок работы поистине огромна – это 146-летняя история предприятия не раз подтверждающая и продолжает подтверждать. В послевоенные годы «Красный пищевик» активно развивался, наращивал объемы производства, приумножал ассортиментный ряд, постепенно превратившись в любимый миллионами кондитерский бренд. Именно в эти годы были наработаны поистине золотые рецептуры, заложены традиции высокого качества и натуральности продукции, которые покорили сердца детей и взрослых, простых советских граждан и властной элиты. Ведь, как известно, набор бобруйского зефира «Роза» входил в сувенирный набор для Кремля наряду с «Киевским тортом» и другой «топовой» продукцией ведущих советских производителей. Рецептуры, созда-

ваемые на предприятии в те годы, использовались в качестве эталонного ГОСТа в разных уголках Советского Союза. Такие традиции дорогого стоят!

И вот нашими специалистами было решено создать в столовой предприятия своеобразный музей. В его экспозиции будут представлены образцы упаковок, в которых выпускалась продукция «Красного пищевода» в различные времена – 10, 20, 50 лет назад... И даже сейчас взглянув на фото, вы, возможно с ностальгией, вспомните когда-то любимые лакомства...


НАША ПРОДУКЦИЯ

Козинаки – прекрасный выбор тех, кто предпочитает полезную продукцию

В настоящее время на нашем предприятии налажено производство новой, импортозамещающей продукции – козинаков.

Козинаки – восточная сладость, которая благодаря своему особенному, неповторимому вкусу считается одним из самых любимых лакомств. Линейка представлена четырьмя вкусами, и теперь о каждом чуть подробнее.

«Козинак подсолнечный», в состав которого входят семечки подсолнуха, содержит массу полезных витаминов: А, В, С, D, Е – это самые важные и значимые биологически активные вещества для организма, влияющие на работу органов зрения, оказывающие омолаживающий эффект, влияющие на состав крови и усвоение кальция организмом.

В козинаке **«Арахисовый»** главным составляющим является арахис, который чрезвычайно богат антиоксидантами, что делает его очень эффективным средством в профилактике сердечно-сосудистых заболеваний. А после поджаривания содержание полифенолов в арахисе увеличивается на 20-25 процентов, то есть орехи становятся еще полезней.

В состав козинака **«Подсолнечный с фундуком и изюмом»** входят семечки подсолнуха, фундук и изюм. О полезных свойствах

семечек мы уже рассказали, а вот какими полезными компонентами обладают фундук и изюм: фундук содержит витамины А, В, С, Е, РР, минералы: калий, кальций, фтор, фосфор, магний, марганец и другие. Такой богатый и сбалансированный состав биологически активных веществ благотворно воздействует на весь организм человека, улучшает работу головного мозга, кровеносной системы. И каждая изюминка в этом козинаке, является ценным источником нужных и крайне полезных веществ.

Козинак **«С фундуком, миндалем и курагой»**. Миндаль, входящий в его состав, является богатым источником полезных витаминов группы В, которые способствуют строению новых клеток, нормализуют обмен веществ. Витамин Е и его полезные антиоксидантные свойства предотвращают вредное воздействие свободных радикалов на организм, препятствуя разрушению клеток. Витаминный состав кураги также разнообразен, в ней содержится каротин, аскорбиновая кислота, никотиновая кислота и витамины группы В. Курага – исключительная пища для «сердечников».

Сладости от ОАО «Красный пищевик» – это прекрасный выбор всех, кто отдает предпочтение достойной, качественной и здоровой продукции!

Тот самый зефир советской эпохи

ТМ «Выставочный» включает традиционные вкусы – ванильный, бело-розовый, со вкусом крем-брюле, со сливочным вкусом, а также с ягодными вкусами – малиновый, клюквенный. В новую линейку включены абсолютно новые вкусы – это земляничный и яблочный. В зефир с ягодными вкусами добавляются натуральные протертые ягоды.

Верность традициям качества продукции сохраняется и сегодня, ведь традиции – это самое дорогое наследие, они, в первую очередь, удовлетворяют духовное начало.

За основу концепции разработки дизайна упаковки ТМ «Выставочный» взято советское время, история фабрики, история развития и становления нашего производства, ведь это и память об устремленных людях, преданных своему делу. Мы и сегодня верны традициям, которые создавались разными поколениями. Кондитерские изделия, выпускаемые на фабрике, изготавливаются по классической технологии с использованием натурального сырья, поэтому и обладали уникальными вкусовыми качествами и признанием потребителей во многих странах мира еще во времена существования СССР, обладают ими и сегодня.

Упаковка ТМ «Выставочный» выполнена в изысканном и лако-



начном дизайне с использованием нежных бежевых оттенков в стиле советского времени с изображением одного из множества архитектурных шедевров ВДНХ-Выставки Достижения Народного Хозяйства и это не просто так. ОАО «Красный пищевик» не раз принимало участие в значимом событии советского времени, где было неоднократно удостоено высоких наград, ведь путь к наградам нелегкий и тернистый, и лишь тот, кто перед собой имеет ясную и определенную цель может достичь признания. Поистине название ТМ «Выставочный» соответствует продукту, отличие лишь в том, что сегодня мы можем спокойно приобрести лакомство в торговой сети, а не только видеть в красивых выставочных павильонах!

На фабрике ОАО «Красный пищевик» работают в основном женщины, и все тепло, вся доброты женских рук отдана нашим изделиям, поэтому они получают такими вкусными, полезными, воздушными, и приносят в каждый дом только радость и хорошее настроение!