

**В ЗАО «АВТО» ТРЕБУЮТСЯ:**

- ♦ водители (вахта, Север);
- ♦ слесари по ремонту автомобилей;
- ♦ водитель автобуса.

Обращаться по тел.: 24-73-34, 24-73-41.

**Мебель+**

кухни  
корпусная мебель на заказ по индивидуальным размерам компьютерный дизайн бесплатно (шкафы-купе, стенки, горки, спальни, детские, прихожие) матрасы «Конкорд» в наличии и на заказ

НИЗКИЕ ЦЕНЫ

**ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО**  
«Гостинный двор», цокольный этаж, пав. № 3, телефон 8-909-095-73-77.

Требуется переводчик с турецкого языка. Обращаться в управление кадров ОАО «ММК», ул. Кирова, 84 а, каб. 215. Телефон 24-15-61, с 10.00 до 16.00.



**RENAULT LOGAN**

**от 9499 \$**



**ГАРАНТИЯ  
КРЕДИТ  
ЛИЗИНГ 0 %**

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР RENAULT ООО «КРИСТИНА-АВТО»  
455000, Г. МАГНИТОГОРСК, УЛ. ДОМЕНЩИКОВ, 5.

АВТОСАЛОН / СЕРВИС ТЕЛ. (3519) 29-75-54, 35-19-56.  
ФАКС: (3519) 30-35-77, E-MAIL: KRIS1@MGN.CHEL.SU

**Илиас Циоплиакис, владелец сети меховых салонов «Дионис»:  
«Наш семейный бизнес – воплощать мечты, этим мы заняты 35 лет»**

Зачем шьют шубы в Греции, если там тепло? Мне, как и многим, этот вопрос просто не давал покоя. Особенно с наступлением холодов. Когда городские модницы начинают щеголять в меховых обновках или кто-нибудь из подружек радостно сообщает, что теперь у нее есть «мечта всей жизни» – норковая шуба. И вот наконец выдался случай высунуть все на встрече с настоящим греком, владельцем сети меховых салонов «Дионис» Илиасом Циоплиакисом. Удержаться и не задать этот вопрос первым я не смогла.

– Об этом спрашивает практически каждый, – улыбаясь, говорит Илиас. – Почему-то думают, что в Греции всегда тепло. Это на самом деле не так. В горах, например, как и в Челябинске, сейчас холодно. При этом почти вся греческая меховая отрасль сосредоточена в Кастории – горной провинции, находящейся на высоте около полутора тысяч метров над уровнем моря. Вот и ответ на вопрос – шубы в Греции начали шить по той же причине, что и везде – из-за холода. Кстати, говорят, что Кастория своим названием обязана тому же меху. По-гречески «касторос» – это бобер. Их здесь водилось много, из них и шили шубы. Первая появилась еще в XIV веке. Затем, когда мех стал считаться показателем социального статуса, греческие меховщики начали шить для европейской знати. Передавали свои секреты из поколения в поколение, поэтому сейчас меховое производство – это, в основном, семейное дело.

– Тогда вопрос: а как же вы оказались в России и откуда появилась марка «Дионис»? – Это тоже семейное. (Улыбается.) Я сам в меховом бизнесе с детства. Мой отец

Дионисиос Циоплиакис основал собственную меховую фабрику еще в 1972 году, ее он возглавляет до сих пор. А началось все с меха лисы, который тогда был очень востребован в Европе. Из него мы отшивали полуфабрикаты – воротники, манжеты, которые покупали итальянцы. В 80-е годы отец решил организовать конечное производство и шить шубы полностью. При фабрике мы открыли магазин, в котором стали продавать шубы Tsiopliakis Quality Furs, потом они появились в греческом центре готовых меховых изделий – начала расширяться география. К тому моменту мы работали уже не столько с мехом лисы, сколько с мехом енота и норки. Что оказалось очень кстати. Из России тогда хлынул поток туристов-покупателей, которые хотели приобрести норковые шубы. Кстати? в этом году нашему семейному производству исполняется 35 лет, поэтому наши покупатели имеют уникальную возможность приобрести любую понравившуюся шубу со скидкой до 35% в любом из наших салонов.

А с Россией меня связывает жена Екатерина. Ее стараниями в 1999 году, то есть 7 лет назад, мы открыли здесь первый меховой салон «Дионис», назвав его так в честь моего отца. Сейчас это семейный бизнес. Моя жена в меховом бизнесе уже 15 лет, благодаря ему я с ней и познакомился. Организация розничной сети «Дионис» – это ее заслуга. Она стояла фактически у истоков современного челябинского мехового бизнеса и знает, как это лучше всего сделать в местных условиях. В результате, сейчас у нас очень удачный тандем – собственное производство и собственная розничная сеть. Это нам

дает важные конкурентные преимущества – гарантирует высокое качество изделий, а также позволяет несколько снижать цены за счет отсутствия наценки и быстро реагировать на потребности клиентов и изменение спроса.

– Как формируете ассортимент?

– Несколько раз в год мы посещаем мировые выставки меховых изделий. Там черпаем идеи как для собственного производства, так и для других поставщиков, с кем мы сотрудничаем. Также постоянно проводим различного рода маркетинговые исследования, чтобы понять, что нравится нашим потребителям.

– И что же предпочитают русские женщины?

– Однозначно, норку. С одной стороны, это объективно один из самых легких, качественных, теплостойких и носких мехов. С другой, мечта о норковой шубе в крови у всех российских женщин – молодых и немолодых, богатых и небогатых. Для большинства это атрибут красивой жизни, частица роскоши. Например, в отличие от соболя меха, который считается самым дорогим, норку себе позволить могут многие, хотя это тоже один из наиболее дорогих мехов. К тому же считается, что коротковорсовые меха – такие, как норка, соболь, шиншилла – подчеркивают в облике женщины благородство.

В городе мы прочно занимаем нишу классики. У нас, конечно, есть эксклюзив, но его функция, скорее, в том, чтобы привлечь внимание покупателя. Все-таки эксклюзивом должны заниматься бутики, компенсируя его невысокую продаваемость большой наценкой. А наша концепция продаж изначально более демократична, по-

этому мы стараемся держать адекватные цены.

– Получается, что, в основном, люди покупают недешевые меха. Тогда встает вопрос, а как же правильно выбрать вещь?

– Дело в том, что при покупке нужно учитывать особенности меховой отрасли. К примеру, здесь есть бренды меха и аукционов, на которых он продается, но, в отличие от любой другой одежды, нет брендов производителей шуб. Модные дома, конечно, продают меховые вещи, но купить десяток-другой шуб от известного модельера не получится, потому что большинство марок работает по принципу – или сотрудничаешь с ней в целом, или берешь мех в бутике как обычный покупатель. Поэтому, в основном, шьют шубы такие фабрики, как наша. Они же изготавливают вещи и для модных домов.

Понятно, что шуба – дорогое удовольствие, поэтому обычно они шьются небольшими партиями на заказ. А это значит, что в отрасли нет такого понятия, как «сток». Нельзя приехать и купить по более низкой цене модели шуб прошлых сезонов – их просто нет. Любая скидка делается продавцом только за счет себя, поэтому если у него нет собственного производства, а его шубы в два раза дешевле аналогов в других магазинах, то покупателю не стоит тестить себя иллюзиями – эти вещи насколько дешевле, настолько и хуже. Даже если у продавца есть свое производство, то качественные шубы не могут быть дешевыми – хороший мех покупается на аукционах.

– Кстати, многие считают, что шубы дороги, потому что из России увозят сырье, а привозят уже готовые изделия. Это правда?



– На самом деле это миф. На мировых аукционах российские меха, за исключением соболя и куницы, не ценятся. Причина простая – предприятия, разводившие пушного зверя, уже более десяти лет находятся в запустении. Поэтому сейчас хороший качественный мех можно купить на аукционах в Скандинавии и Северной Америке. Но самому покупателю определить, из качественного ли сырья сделана шуба, очень сложно. Здесь много нюансов. Например, соотношение объема шубы и ее веса. Шуба не должна быть ни излишне тяжелой, ни чересчур легкой. Первое просто неудобно, а второе означает, что мех был искусственно растянут. Подобная уловка встречается довольно часто. Производитель, с одной стороны, экономит на сырье, с другой – создает у нетребовательного покупателя иллюзию качества. Многие до сих пор считают, что исключительная легкость шубы ни о чем другом свидетельствовать не может. А в результате такая шуба не

только быстро потеряет вид, но и не будет греть, как настоящая.

– И как тогда определить, качественный это мех или нет?

– Просто покупать вещи у тех, кто дорожит своим именем. В принципе, наличие хорошего салона – это если не гарантия, то, по крайней мере, заявка на серьезный подход к делу. Просто нет смысла вкладывать деньги в аренду помещения, обустройство магазина и рекламу, а потом пытаться продать дешевую вещь подороже. Шуба не предмет первой необходимости, поэтому каждый обманутый клиент – это клиент потерянный. Мы, например, гордимся тем, что треть наших потребителей пришли в «Дионис» за повторной покупкой, что нас советуют друзьям, близким. Большое количество лояльных покупателей – это важный показатель, если учесть, что нам всего семь лет, а ежегодная покупка новой шубы пока все-таки редкость.

СВЕТЛАНА НИКИТИНА.

Адреса салонов меха и кожи «Дионис»:  
г. Магнитогорск, пр. Металлургов, д.18, т. 22-00-40,  
г. Уфа, ТРК «Иремель», ул. Менделеева, 137 т. (3472) 92-14-66,  
г. Челябинск, пр. Ленина, 24, пр. Победы, 192-а,  
т. (351) 775-42-72.