

ЖУРНАЛ



ИНФО

ПОСУДА

2011/1

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

НОВОСТИ

УКРАИНА

СОБЫТИЯ

Еще раз про покрытия!

СОВЕТЫ

ПРОФЕССИОНАЛОВ

Как привлечь инвестора?

УЛЫБНЕМСЯ

ВМЕСТЕ

СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

Экспансия юаня

ДИЗАЙН

Тенденции формы
и цвета – 2011

РОЗНИЦА

Как повлиять
на покупателя?

СПОРНЫЙ ВОПРОС

«Антипригарная»
разборка

ИДЕИ

Посуда для утки

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



БОЛЕЕ 800 НАИМЕНОВАНИЙ ИЗДЕЛИЙ
WWW.ALTERNAT.RU



**НОВОСТИ**

Дальнее зарубежье 8
Россия и СНГ 12

УКРАИНА

18

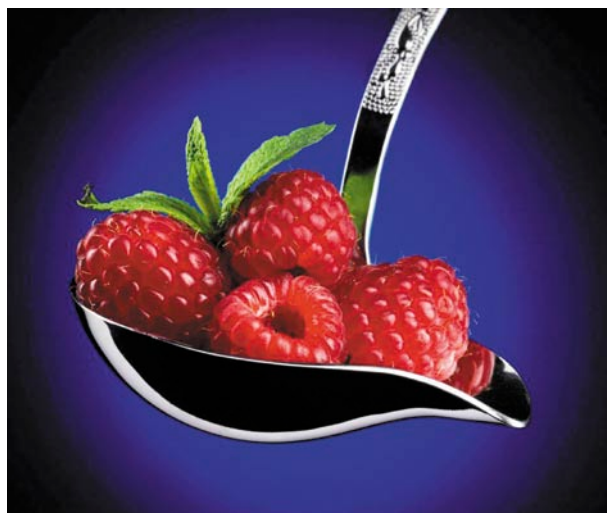
СОБЫТИЯ

Еще раз про покрытия! 24

Teflon® считается самым популярным в мире анти-пригарным покрытием. Исследование, проведенное в разных странах мира, показало, что торговая марка Teflon® пользуется широким признанием и доверием среди потребителей.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Века проходят,
традиции остаются 29

**СОВЕТЫ ПРОФЕССИОНАЛОВ**

Как привлечь инвестора? 30

Профессиональные инвесторы имеют надежную систему отсева проектов на ранней стадии, и высоко-рискованные проекты редко имеют возможность реализации.

УЛЫБНЕМСЯ ВМЕСТЕ

В новый год – с улыбкой! 32

**ПОЗДРАВЛЕНИЯ
С НОВЫМ ГОДОМ**

34

НОВИНКИ – 2011

Французский «Топ Стил» 42

Особая отделка и прекрасный дизайн столовых и чайных сервизов, гладкая блестящая поверхность в композиции с традиционными восточными, а также современными формами, прекрасная подарочная упаковка делают ассортимент фарфора Longda необычайно красивым и востребованным на рынке.

МЕРОПРИЯТИЯ

Таблица выставок

по посудной тематике 44

44

**СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ**

Экспансия юаня 46

Не все китайское означает – некачественное. Европейские посудные бренды часто размещают в Китае свои производственные цеха и отслеживают качество выпускаемой в них продукции. Известные марки, дорожащие своей репутацией, всегда продемонстрируют документы, в которых подтверждается безвредность реализуемых изделий.



С Новым **bodum**® !

ДОМОСТРОЙ

+7 (495) 225-25-96 +7 (812) 334-96-34

www.domos.ru

Редакция:**Главный редактор:** Татьяна Ковшова**Выпускающий редактор:**

Алексей Трещицкий

Копирайтер: Евгения Максимова**Работа с сайтом:** Андрей Макаров**Отдел рекламы и PR:**

Елена Меджитова – руководитель отдела рекламы и PR

Юлия Борисова – PR-менеджер

Наталья Соленкова – PR-менеджер

Подписка: Евгения Максимова**Корректор:** Татьяна Беляева**Корреспонденты:** Евгения Сулицкая,

Евгения Максимова, Татьяна Комарда,

Наталья Журавлева, Наталья Кузнецова,

Полина Григорьева, Александра Гуркова

Дизайн и верстка: Алексей Барсуков**Фото:** Алексей Усачев**Телефоны:****+7 (495) 718-66-11****+7 (495) 780-24-53****E-mail:**posuda7862091@yandex.rureklamaposuda@mail.rupochtaposuda@mail.ru**www.posuda.info**
www.posudainfo.ru

Тираж 10 000 экз.

ПОДПИСКА – 2011

Оплату подписки необходимо произвести не менее чем за 20 дней до выхода подписного номера.

Подписка открыта для всех желающих, проживающих на территории РФ, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья. Стоимость подписного издания (кроме дальнего зарубежья) включает почтовую доставку бандеролью.

Для осуществления оплаты вырежьте заявку, заполните и вышлите на адрес редакции. После получения заполненного бланка мы перешлем вам счет, который оплачивается как по безналичному расчету, так и наличными средствами в любом отделении Сбербанка. Напоминаем, что с 2006 года журнал выходит 6 раз в год.

При заполнении разборчиво укажите название своей организации (получателя), ИНН, КПП, юридический адрес, адрес доставки и количество номеров.

Стоимость одного номера – 180 руб. для подписчиков РФ.

Для жителей дальнего зарубежья стоимость подписки одного номера 450 руб. Оплата производится в рублях, доставка наложенным платежом.

Юридическим лицам, оформившим подписку, в обязательном порядке высылаются отчетные документы.

На все вопросы, связанные с получением журнала, вам с удовольствием ответят по тел.:

+7 (495) 718-66-11**+7 (495) 780-24-53**

Журнал издается с 2004 года. Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-35054 от 22 января 2009 года.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. При перепечатке материалов и их использовании в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, ссылка на журнал «ПОСУДА» обязательна.

ДИЗАЙН**Тенденции формы и цвета – 2011****50****ПОСУДА БУДУЩЕГО****Конкуренты могут****отобрать рынок.****Новая посуда –****новые правила игры!****52****РОЗНИЦА****Как повлиять****на покупателя?****54****СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА**

Продавец без особых усилий может подтолкнуть покупателя к совершению покупки. Прежде всего это возможно в силу того, что продавцу не сложно выстроить логическую цепочку, в которой он отразит не только преимущества продаваемой посуды, но и убедит покупателя в необходимости совершаемой покупки, причем именно здесь и сейчас!

СПОРНЫЙ ВОПРОС**«Антипригарная»****разборка****56**

Первая антипригарная посуда была несовершенной, покрытие легко повреждалось металлическими предметами и не выносило чрезмерного нагрева. С тех пор прогресс шагнул далеко вперед, и современная посуда лишена этих недостатков.

ИДЕИ**Посуда для утки****58**

Как известно, в каждом доме есть свои фирменные блюда, рецепты которых могут передаваться из поколения в поколение. Поэтому вполне уместно будет рассказать о той утвари, которая требуется для приготовления любимых кушаний.

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ**60**

Если Вы хотите регулярно получать журнал, вышлите заполненную заявку по факсу: (495) 718-66-11

Заявка на подписку журнала «Посуда»

Наименование организации _____

ИНН/КПП _____ Юр. адрес: _____

Адрес доставки журнала:

Индекс

Обл./Край _____

Город _____

Улица _____

Корп., дом/офис _____

ФИО получателя _____

Тел. _____ факс _____

Количество экземпляров _____ перечень номеров _____

Способ получения счета: Факс E-mail

Стоимость одного номера для России и стран СНГ 180 руб. (включая НДС)

Кукмара

Сделано в России

Тел./факс: (84364) 2-84-74, 2-62-43, 2-74-92

E-mail: kzmp@mail.ru

www.kukmara.com



*Современная экологическая посуда
с керамическим покрытием линии "Гармония"*

изготовлена по современной немецкой технологии

Nespresso и плагиат!

Французская компания **Silodesign** обвинила в копировании дизайна стеклянной кофейной чашки компанию Nespresso, принадлежащую корпорации Nestle. Silodesign утверждает, что Nespresso украла дизайн кофейной чашки, после того как Silodesign не смогла вовремя выполнить заказ из-за производственной проблемы. В иске, поданном в суд Парижа, компания обвиняется в нарушении прав на торговую марку и нарушении прав конкуренции.

Речь идет о чашках с двойными стеклянными стенками, которые позволяют не обжечься, если в них налит горячий напиток. Защита Nespresso утверждает, что Silodesign сама нарушила контракт, не поставив чашки вовремя, а «двойное стекло» не является такой идеей, которая сама по себе пользуется защитой.

Silodesign потребовала 350 тыс. евро в качестве возмещения ущерба, а также еще 35 тыс. евро – в качестве вознаграждения конкретному автору уникального дизайна.

Nespresso подала встречный иск, назвав претензии французской стороны злоупотреблением правом и требуя 10 тыс. евро. Судебное разбирательство по этому делу назначено на 14 января.

По материалам www.pravo.ru

Ядовитые стаканы!

В стаканах с изображением героев популярных комиксов и фильмов обнаружены токсичные вещества. Эти изделия были произведены в Китае по заказу **Warner Brothers Studios** и продавались в официальных магазинах этой компании. Как сообщает Associated Press, лимиты содержания токсичных веществ и металлов в декоративной эмали стаканов превышены в тысячу раз. Согласно нормам США, установленным после аналогичных независимых исследований в 2008 году, содержание свинца в сувенирных товарах не должно превышать 0,03%.

Среди фирм, которые используют эти стаканы: **Coca-Cola**, **Walt Disney**, **Burger King** и **McDonald's**.

Как только агентство Associated Press опубликовало результаты анализа, Coca-Cola добровольно отозвала 22 тыс. фирменных стаканов, в которых была превышена допустимая концентрация кадмия.

По материалам

www.americaru.com и www.aolnews.com

Подарок к Новому году от Kitchen Craft

Компания Kitchen Craft представила рождественскую коллекцию, которая включает широкий ассортимент специально разработанных изделий для праздничного сезона.



КОНСТРУКТОР ИЗ ПОСУДЫ!



денцию для королевской семьи.

Каждое фарфоровое строение из Palace Porcelain состоит из шести приборов, которые можно использовать как вместе, так и по отдельности.

По материалам www.novate.ru

ПОДНОС С «ГНЕЗДАМИ»



Дизайнер **Mark McClean** спроектировал необычный поднос для суши – **Random sushi tray**. Он представляет собой керамическую пластину, усеянную так называемыми «гнездами», в которые можно помещать разнообразную пищу: роллы, кусочки рыбы, салаты – или ставить керамические емкости для супа, соуса, чая или саке.

По материалам www.novate.ru

РОЖДЕСТВО ОТ VERSACE

Дом моды Versace представляет коллекцию «Рождество-2010». Это элегантная посуда из фарфора, а также украшения с разнообразной цветовой гаммой,



выполненные из различных материалов. Порхающие снежинки, рубиновые ягоды и позолота украшают праздничные шары, подсвечники, расписные тарелки, подставки, чашки и блюдца.

По материалам www.libymax.ru

ЕСЛИ МЕЛАМИН В ПОСУДЕ...

Исследователи из Центра по безопасности пищевых продуктов Гонконга (Hong Kong's Center for Food Safety), изучив образцы посуды из меламина, пришли к выводу, что при правильном использовании она не представляет угрозы для здоровья человека. В образцах посуды, взятых на экспертизу из местных торговых точек питания, уровень миграции меламина оказался ниже норм, установленных Европейским союзом.

Специалисты, однако, предупреждают, что меламин в сочетании с формальдегидом является токсичным соединением при непосредственном попадании в организм. Поэтому не следует использовать изделия из меламина с поврежденной поверхностью. Посуду из меламина нельзя подвергать воздействию высоких температур, использовать в микроволновой печи. Горячую пищу, прежде чем поместить в такую посуду, необходимо охладить. Кроме того, следует избегать использования абразивных моющих средств и приборов, которые могут повредить поверхность изделия.

Чтобы обезопасить свое здоровье от недобросовестных производителей, лучше всего покупать посуду от известных поставщиков, добавили гонконгские исследователи.

По материалам www.housewareslive.net



CALVE®

Premium Quality



ИСПАНСКОЕ КАЧЕСТВО ПОСУДЫ И АКСЕССУАРОВ

www.calve-group.ru

(495) 783-34-00

info@calve-group.ru

ЕС ужесточает контроль!

После многочисленных жалоб от государств – членов Европейского союза (ЕС) было принято решение ужесточить контроль над импортом пластиковой посуды из Китая. Мера была одобрена Комитетом ЕС по продовольствию и здоровью животных – **SCOFCAH** 25 ноября текущего года. Продовольственные и ветеринарные службы ЕС говорят, что есть существенные недостатки в китайской системе, контролирующей экспорт пластмассовой посуды.

Ужесточение контроля, которое будет сопровождаться надлежащим регулированием конкретных условий импорта китайской посуды из полимеров, должно вступить в силу в июле следующего года.

Пока ЕС предусматривает, что пластиковая посуда из Китая должна быть импортирована с декларацией, подтверждающей согласие с ограничениями ЕС на первичные ароматические амины и формальдегид.

По состоянию на июль следующего года государства – члены ЕС будут делать документальные проверки поставок китайской пластмассовой посуды, увеличивая дополнительные аналитические проверки грузов на 10%.

По материалам www.plastinfo.ru

Эти сковороды могут сидеть сложа ручки!

В Новый год компания **Skeppshult** радуется всех поклонников чугунной посуды новой уникальной разработкой: впервые в мире у высококлассной чугунной посуды появляются складные ручки. Уникальный механизм для чугунных сковород со складными ручками разработан шведским дизайнерским агентством **Carl&Carl**. Такие сковороды и сотейники не занимают много места на столе, легко убираются в любой шкафчик, а при желании точно так же, как и весь ассортимент чугунных сковород, вешаются на крючок. Более того, встроенные в ручку магниты не позволяют двум частям ручки болтаться в самый ответственный момент, надежно удерживая их вместе. В серии, названной Excellence, представлены две позиции: сковорода и сотейник.

Крути новую мельницу!

Швейцарская компания **Kuhn Rikon** («Кун Рикон») выпустила очередную новинку – серию мельниц для специй **Spice**. Изделия отличаются элегантным дизайном и высоким качеством помола. В основе мельниц – керамический механизм.



Справка.

Kuhn Rikon была основана 70 лет назад. Занимаясь производством посуды и аксессуаров для кухни, компания акцентирует внимание покупателя на эргономичном дизайне и современных технологиях.

По материалам www.kuhnrikon.com

КЕРАМИЧЕСКИЕ НОЖИ VODUM



Нож – это поварской фетиш. Спросите у повара: какая самая большая ценность на кухне? Нож, – не задумываясь ответит любой шеф. Нет предмета, к которому повара относятся более трепетно. Нож – персональный инструмент и почти священный. От ножа зависит все: вкус и красота блюда.

Керамический нож **Vodum** – это идеальный нож. Он острее, чем стальной. Он легче. Прочнее его лезвия только алмаз. И острым он остается в 10 раз дольше металлических ножей.

Технология производства керамических клинков сложна: несколько суток оксид циркония спекают в специальных печах.

В результате получается лезвие необычайной прочности. Керамика – химически нейтральный материал. В отличие от стальных, керамический нож не будет окислять ни яблоки, ни картофель, а значит, не будет изменять их вкус. Повара, готовящие суши, пользуются такими ножами не только поэтому, но еще и потому, что керамический нож за счет своей феноменальной остроты может отрезать тончайшие, таящие во рту кусочки рыбы.

Но есть и еще одно обстоятельство: посмотрите, как красивы эти керамические ножи. Только что, в декабре этого года, на конкурсе **iF Product Design Award** они получили международную дизайнерскую премию.

www.domos.ru

ЗАВЕРНЕМ РОСТЕР!



Дизайнерская студия **Compeixalaigua** из Барселоны разработала серию уникальных гибких емкостей для приготовления пищи на пару. Вместе с тем уникальные силиконовые ростеры прекрасно подходят и для простого хранения еды. Паровой ростер, созданный специально для производителей силикона **Lekue**, представляет собой удобную миску, которую можно легко превратить в теплостойкую емкость для пропаривания пищи. Достаточно «завернуть» в ростер сырую еду, закрепив его края нехитрым приспособлением, а затем поместить емкость в печь. По бокам ростера остаются отверстия, благодаря которым происходит циркуляция горячего воздуха, равномерно пропаривающего пищу. Предмет элементарно моется, да и места занимает немного. Ведь гибкий силикон можно свернуть любым удобным образом.



По материалам www.novate.ru

РОЖДЕСТВЕНСКИЕ НОВИНКИ VILLEROY&BOCH

Компания **Villeroy&Boch** представила сразу две рождественские коллекции фарфоровой посуды и аксессуаров. Обе они посвящены старинным праздничным традициям.

Коллекция **Christmas Bakery** (англ. – «рождественская пекарня») несет в себе идею домашнего, уютного праздника. Источником вдохновения послужил обычай выпекать на Рождество печенье, пироги и другие сладости. Поэтому серия включает посуду, в которой можно замесить тесто для праздничной выпечки. Нет ничего приятнее, чем вместе с друзьями наслаждаться самостоятельно выпеченными десертами. Коллекция продолжает прошлогоднюю серию посуды и аксессуаров с аналогичным названием.

Линия **Winter Collage** (англ. – «зимний коллаж») вобрала в себя декоративные предметы и посуду. Внешний вид фигурок, подсвечников и елочных игрушек был навеян немецкими народными промыслами из Рудных гор: этот регион известен традиционными рождественскими украшениями ручной работы. А глубокие блюда четырех видов и небольшие чаши заимствовали свою форму у булавочных тарелок.



По материалам www.4living.ru





tescoma®

sound *of* kitchen

www.tescoma.com

Зеленая серия Pensofal в компании «МКД Посуда»

Компания «МКД Посуда» расширила ассортимент алюминиевой посуды Pensofal. Это серия зеленого цвета **Green** с антипригарным покрытием серии **BIOCERAMIX Classic**.

BIOCERAMIX® – новое антипригарное покрытие, специально разработанное с применением технологии Pensofal. Несколько слоев антипригарного покрытия, армированных керамическими материалами, составляют гладкий и совершенно непроницаемый спрессованный защитный слой.

Новинки «Дулевского фарфора»

В ближайшее время от завода «Дулевский фарфор» поступят в продажу восстановленные скульптуры «**Березка**» и «**Русский чай**», а также чайный сервиз на 6 персон (21 предмет) с рисунком «**Летняя симфония**».

Сковорода по просьбам покупателей

Учитывая просьбы покупателей, **ОАО «КЗМП» (ТМ Kukmara)** изготовило круглую сковороду 260/35 мм без ручек с антипригарным покрытием. Литой толстостенный корпус изделия (толщина дна 4 мм, толщина стенок до 3,8 мм) позволяет избежать деформации посуды от перегрева, падения и долгого использования. Благодаря алюминиевому основанию изделия посуда быстро и равномерно нагревается.

Круглая сковорода 260/35 мм без ручек с антипригарным покрытием идеальна для ежедневного использования. Прекрасно подходит для приготовления пирогов, пиццы, оладьев, глазуньи, котлет и т.д.

Поступления ТД «Велес»

В торговом доме «Велес» – новое поступление товаров. Ассортимент пополнился посудой с керамическим покрытием **TM TVS** и алюминиевой посудой с антипригарным покрытием **TM TimA**.

Еще один Metro Cash&Carry в Московской области

Международный лидер в области мелкооптовой торговли – компания Metro Cash&Carry открыла четвертый торговый центр в Московской области (Солнечногорский район, деревня Черная Грязь). На торговой площади в 9 тыс. кв. м компания делает эксклюзивное предложение своим профессиональным клиентам: отелям и ресторанам, а также представителям розничной торговли малого и среднего форматов.

REAL СОБИРАЕТСЯ ОТКРЫВАТЬ ДО 10 ГИПЕРМАРКЕТОВ В ГОД!

Группа Real рассчитывает открыть 100 гипермаркетов в России, из них 30 – в Москве, в течение 10-15 лет. Об этом заявил Антониу Баптишта, генеральный директор «реал, – Гипермаркет» (входит в состав Metro Group), пишут «Ведомости».

– У российского рынка очень большой потенциал для развития качественного ритейла, – рассказал Баптишта на пресс-конференции, посвященной открытию гипермаркета Real около Зеленограда.

В 2011 году «реал, – Гипермаркет» откроет «больше чем один гипермаркет», осторожно оценил перспективы Ральф Гиссер, директор по развитию «реал, – Россия», «сейчас идет обсуждение, сколько магазинов мы сможем открыть».

– «реал, – Россия» – главный приоритет Metro Group, – заключил Антониу Баптишта; в 2010 году объем продаж в гипермаркетах Real увеличился в два раза по сравнению с прошлым годом.

– Москва остается в десятке топовых розничных рынков мира, – заметил Гиссер.

Обороты розницы, как показывают исследования Real, растут, но удовлетворенность покупателей падает, что объясняется возросшими требованиями клиентов и нехваткой качественного ритейла, предложение значительно ниже спроса.

– Хорошо структурированные торговые центры и ритейл-парки – зона безрисковых инвестиций, – уверен Гиссер.

По материалам www.torgrus.com

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РФ ВЫРОС НА 4,4%

Оборот розничной торговли в России за январь–ноябрь 2010 года составил 14 трлн 671,4 млрд руб., что в товарной массе на 4,5% больше результата аналогичного периода прошлого года. Такие данные приводит Федеральная служба государственной статистики (Росстат).

В ноябре 2010 года оборот розничной торговли достиг 1 трлн 463,4 млрд руб., что в товарной массе на 4,6% превышает показатель ноября 2009 года.

Как отмечает Росстат, в ноябре нынешнего года оборот розничной торговли на 86,8% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 13,2% (в ноябре 2009 года соответственно 85,7 и 14,3%).

В структуре оборота розничной торговли в ноябре 2010 года удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 48,2%, непродовольственных товаров – 51,8% (в ноябре прошлого года – 48 и 52% соответственно).

Напомним, что оборот розничной торговли в России за 2009 год составил 14 трлн 516,9 млрд руб., что в товарной массе на 5,5% меньше результата 2008 года, пишет «Росбалт».

По материалам www.torgrus.com

ЗАВОД ИМЕНИ КИРОВА ОТМЕЧАЕТ 120-ЛЕТИЕ

17 декабря в городе Павлово, Нижегородской области, прошло празднование 120-летия завода художественных металлоизделий имени Кирова. Праздничная программа включала: открытие бюста основателю предприятия А.Г. Штанге, экскурсию по заводу, торжественное вручение наград заслуженным работникам предприятия.

Справка. В 1890 году в селе Павлово сын обрусевшего немца, А.Г. Штанге, создает металлообрабатывающую кустарную артель, которая в 1956 году превращается в государственное предприятие – завод имени Кирова. В 1992 году в связи с акционированием завод стал называться ОАО «Павловский ордена Почета завод художественных металлоизделий им. Кирова». В 1994 году предприятие было принято в ассоциацию «Народные художественные промыслы России».

По материалам www.vremyan.ru



*Индуктивность всегда
положительна!*



Сделано в Италии

INDUCTION



TITAN GRANIT

для индукционных плит



www.timaru.ru
Дистрибутор торговых марок
TVS и **TimA**: ООО «ТИМА»



Россия, г. Москва, ул. Газгольдерная, 6А. Телефон +7 (495) 777-13-93

«Гламур» и «Надежда»

Эксклюзивную новинку недавно создало ЗАО «Добрушский фарфоровый завод». Это чайный сервиз на 6 персон (форма «Надежда», рисунок «Гламур») в яркой, красочной упаковке. Необычную форму сервиза подчеркивает рельефный рисунок.



Новинка от ОСЗ

Опытный стекольный завод представил новинку – высококачественный белоснежный фарфор, декорированный красочными рисунками.

FRYBEST открылся в Москве

Компания FRYBEST, представляющая на российском рынке посуду с керамическим покрытием Ecolon, продолжает развивать сеть монобрендовых магазинов. Новая торговая точка открыта в Москве, в ТРЦ «Спектр».

Röndell в Якутске

Фирменный магазин Röndell открылся в ТЦ «Палладиум», который находится на центральной улице города Якутска. Торговая площадь магазина – порядка 32 кв. м. Здесь представлен широкий ассортимент посуды торговой марки Röndell, более 100 наименований. Приятное дополнение к каждой покупке – подарочная упаковка и входящая в комплект книга рецептов.

Силикона становится больше!

Компания «Роялтон Групп» представила новые аксессуары из силикона от торговых марок **Bergner** и **Kaiserhoff**. В ассортименте – силиконовые формы для выпечки, лопатки и кисточки.

ИКЕА – ритейлер года в Европе

По итогам опроса, проведенного в 10 европейских странах, розничная сеть ИКЕА признана ритейлером года. В опросе приняли участие 1,45 млн человек. В 7 из 10 стран розничная сеть ИКЕА вошла в пятерку любимых сетей из более чем 1 100 претендентов.

По материалам www.housewareslive.net

Spiegelau в компании «Клен»

В ассортименте компании «Клен» появилось столовое стекло от немецкой компании Spiegelau. Изделия этой марки отличаются повышенной прочностью, особой эстетикой и изысканным дизайном. Бокалы Vineyard и Bodega, изготовленные из так называемого «хрустального стекла», хранят в себе секрет производства, который знают только опытные мастера компании Spiegelau.

ЮЛИЯ ВЫСОЦКАЯ ПРЕДСТАВЛЯЕТ TEFAL



Недавно Юлия Высоцкая представила широкой публике новую серию посуды от Tefal. Посуда выполнена из нержавеющей стали. Вставки на ручках – из термостойкого силикона (выдерживает температуру 175 °C). Внутреннее антипригарное покрытие с твердой керамической основой PrometalPro. Дно обеспечивает равномерное распределение тепла (Durabase Technology). Индикатор нагрева Thermo-Spot® становится равномерно красным при достижении оптимальной температуры 180 °C.

Дно обеспечивает равномерное распределение тепла (Durabase Technology). Индикатор нагрева Thermo-Spot® становится равномерно красным при достижении оптимальной температуры 180 °C.

«МАРИТА» СТАЛА ДИСТРИБУТОРОМ LUBIANA SA



Торговая фирма «Марита» представила своего нового поставщика – производителя фарфоровой посуды Lubiana SA (Польша). Завод является одним из крупнейших производителей фарфора в Европе. Сочетание инновационных и простых форм, модных тенденций декорирования и классических деколей – все это делает продукцию Lubiana SA привлекательной для покупателей. В ассортименте завода более 1 тыс. предметов посуды и более 1 500 деколей в трех основных сегментах: фарфоровая посуда для ресторанов, кафе и гостиниц; фарфоровая посуда для дома; фарфоровые аксессуары.

На сегодняшний день доля экспорта завода Lubiana SA в общем объеме продаж составляет 82%. Поставки осуществляются более чем в 30 стран мира: Италию, Францию, Германию, Испанию, США, Данию, Венгрию, Португалию, Канаду, Великобританию и др.

На сегодняшний день доля экспорта завода Lubiana SA в общем объеме продаж составляет 82%. Поставки осуществляются более чем в 30 стран мира: Италию, Францию, Германию, Испанию, США, Данию, Венгрию, Португалию, Канаду, Великобританию и др.

«ПОСУДА ДЛЯ МАМ» ОТ GREENPAN™



Торговая марка GreenPanполнила коллекцию **London White** новым набором посуды для приготовления детского питания. Двухстороннее керамическое покрытие нового поколения **Термолон™ Rocks**, которое используется в наборе посуды для мам, – качественно новый этап в развитии антипригарных покрытий. Даже при сильном перегреве Термолон™ Rocks не выделяет вредных для здоровья ребенка веществ, не

содержит потенциально опасных PTFE и PFOA, сообщается на сайте эксклюзивного дистрибутора GreenPan в России – компании «Антарес-групп».

Набор состоит из трех предметов: небольшой кастрюли диаметром 16 см, ковшика 14 см и сковороды 20 см.

По материалам www.green-pan.ru

APPETITE В КОМПАНИИ «ПИЛОТ МС»

Компания «Пилот МС»полнила ассортимент товаров для дома кухонными аксессуарами TM Appetite. В ассортименте представлены лопатки различных видов (в том числе для блинов, жаркого, яичницы), кухонный держатель, ложки разливные, ложки для спагетти, ложки кулинарные, картофелемялки, венчики, овощечистки, приспособления для открывания банок и другие предметы, необходимые в каждом доме.



НОВЫЕ ЛИНЕЙКИ ПОСУДЫ ОТ TalleR



В 2011 году компания TalleR расширяет свой ассортимент и предлагает потребителю две новые линейки посуды премиум-класса: из литого алюминия и чугуна.

Чугун – первый металл, из которого человечество и начало делать посуду в промышленных масштабах. Тем не менее посуда из чугуна пользуется популярностью до сих пор.

Благодаря пористой структуре неэмалированная чугунная посуда по

мере использования постепенно пропитывается маслом, поэтому антипригарные свойства чугуна со временем только улучшаются.

В линейке будут представлены: сковорода блинная (26 см); сковорода глубокая с деревянной ручкой (22 см); сковорода Вок (2,3 л) с крышкой в комплекте с деревянными палочками, щипцами и решеткой-гриль; кастрюля с крышкой (3,0 л); гусыница с крышкой (2,0 л); кастрюля с крышкой-сковородой (4,5 л).

Эксклюзивный представитель на территории РФ, СНГ и стран Балтии:

ООО «Техбалт Таллер»

Тел. +7 (812) 290-66-83 (84, 85, 86) (многоканальный)

WWW.TALLER.SU

Шестой «Ашан» в Санкт-Петербурге

В Санкт-Петербурге открылся шестой по счету гипермаркет розничной сети «Ашан». Инвестиции в строительство гипермаркета составили 450 млн руб., общая площадь магазина – 8,7 тыс. кв. м, ассортимент – около 40 тыс. наименований. Около 80% товаров гипермаркета произведено на российских предприятиях, 20% поставляются российскими импортерами.

По материалам www.shopandmall.ru

ИФЗ в Ванкувере

Первый фирменный магазин Императорского фарфорового завода (ИФЗ) открылся в Ванкувере – третьем по величине городе Канады и крупнейшем населенном пункте провинции Британская Колумбия.

Магазин с вывеской **PDC Art of Porcelain** расположился в самом центре Ванкувера (West Pender Street), в окружении крупнейших отелей и бизнес-центров. На площади 95 кв. м представлен ассортимент из основных коллекций ИФЗ: «Императорский фарфор» (Банкетный и Гербовый сервизы), сервизы с рисунком «Кобальтовая сетка», изделия из костяного фарфора, анималистическая скульптура и многое другое.

По материалам www.shopandmall.ru



TalleR

Живи со Вкусом!

Верхний слой
Средний слой
Основной слой

Алюминий



В 2011 году компания TalleR начинает поставлять на российский рынок новую линейку посуды из алюминия «Премиум» класса с антипригарным покрытием Teflon® Platinum Plus.

В линейке представлены: сковорода с отстегивающейся бакелитовой ручкой, диаметром 20, 24, 26, 28 см; сковорода Вок с бакелитовой ручкой в комплекте с крышкой из жаропрочного стекла, диаметром 28 см; сковорода блинная с бакелитовой ручкой, диаметром 24 см; гусыница прямоугольной формы (32x21 см) в комплекте с крышкой из жаропрочного стекла.

Алюминиевая посуда торговой марки TalleR с антипригарным покрытием Teflon® Platinum Plus обеспечивает равномерный нагрев поверхности, благодаря подбору оптимального сочетания толщины дна и стенок для каждого изделия, которое позволяет готовить пищу с минимальным количеством масла и сохранять ее полезные свойства.

Антипригарное покрытие Teflon® Platinum Plus – новейшая разработка компании DuPont; представляет собой трехслойную систему, общей толщиной 42 мкм; покрытие содержит микроскопические частицы сверхтвердого минерала: металлические предметы скользят по этим частицам, не повреждая матрицу Teflon, сохраняя, тем самым, антипригарные свойства посуды; покрытие Teflon® Platinum Plus наиболее долговечно и устойчиво к царапинам.

Teflon® Platinum Plus не содержит соединений свинца и кадмия (PFOA); по заключению Европейского ведомства по контролю в сфере безопасности продовольствия (EFSA) и Нидерландского национального института охраны общественного здоровья и окружающей среды (RIVM) пригодно для контакта с пищевыми продуктами.



КОНСУМЭКСПО
17-20 января 2011

Москва, Краснопресненская наб., 14
ЦВК «Экспоцентр», стенд № FD 035



Такую можно и бить!

В Екатеринбурге нашлись мастера, которые изготавливают эксклюзивную посуду из льда! Несмотря на достаточно высокую стоимость – а пара бокалов стоит 2 тыс. руб., – на отсутствие клиентов производители не жалуются. Новогодняя посуда, говорят предприниматели, пользуется большим спросом. Она хорошо охлаждает напитки, фрукты и морепродукты. К тому же, разбив ледяную рюмку, ее осколками практически невозможно порезаться. Посуду к столу привозят в переносных холодильниках, а выставлять советуют в резиновых перчатках, а не голыми руками – от их тепла бокалы быстрее растают. Жизнь ледяного эксклюзива недолговечна – при комнатной температуре стакан держит форму всего 15-20 минут.



Чеченский фарфор – это звучит гордо

В Чеченской Республике будут производиться фарфоровые сервизы, сообщает интернет-портал www.chechnyafree.ru. Крупный инвестпроект предполагается реализовать с участием германской компании «Вико» (VIKO) и российской Ассоциации производителей посуды. Переговоры по строительству главной на Северном Кавказе фарфоровой фабрики проходят в Грозном. Одно из главных достоинств проекта заключается в том, что он будет способствовать значительному улучшению ситуации на рынке труда. Необходимо отметить, что инжиниринговая компания «Вико» специализируется на поставках оборудования для фабричного производства керамической посуды. Некоммерческая организация «Ассоциация производителей посуды» создана в январе 2010 года для обеспечения взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности с органами власти, содействия внедрению передовых технологий в производстве изделий из фарфора, хрусталя и стекла.

По материалам www.chechnyafree.ru



РАСКАЖИ СКАЗКУ!

Краснофарфорный филиал ООО «Новгородская Фарфоровая Мануфактура», входящий в состав группы компаний «ИИС-Посуда», сообщает о возобновлении работы и начале производства трехпредметных наборов детской посуды серии «В стране сказок».

Ассортимент детских наборов насчитывает 8 различных дизайнов, разработанных новгородским художником-фарфористом Натальей Федоровой по мотивам известных русских народных сказок – «Курочка Ряба», «Гуси-Лебеди», «Колобок», «По щучьему веленью», «Маша и медведь», «Репка», «Теремок» и «Золотая рыбка». Наборы представлены в двух вариантах: кружка с салатником и десертной тарелкой 17,5 см и кружка дольчатая с суповой тарелкой и десертной тарелкой 19,6 см.

Наборы упакованы в красочную подарочную коробку с окошком в котором указано название деколи и ее артикул. Каждое изделие в упаковке переложено цветными картонными кругами со сказочными персонажами, которые можно использовать в качестве подставки под кружку. На дне каждой коробки можно найти игру «Собери картинку», а дополнительно в виде вложения каждый набор сопровождается настольный календарь на 2011 год. Также необходимо отметить удобство комплектации данных наборов – каждая транспортная коробка вмещает в себя 8 наборов, а заводские ресурсы позволяют миксовать дизайны внутри транспортного короба, тем самым предоставляя конечному клиенту полный спектр дизайнов данной серии.

Детские наборы изготовлены из экологически чистых материалов, что подтверждается соответствием всем требованиям нормативных документов и наличием соответствующих сертификатов.

Наборы можно приобрести в филиалах ГК «ИИС-Посуда» либо обратившись в отдел сбыта ООО «НФМ» по телефону 44-479 (816-65). Наши менеджеры будут рады ответить на ваши вопросы и оформить ваш заказ! Приглашаем вас к сотрудничеству!



В ТАДЖИКИСТАНЕ ЗАПУСТЯТ ПЕРВЫЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД

Первый стекольный завод в Таджикистане заработает в начале второго квартала следующего года. Строительство будущего стекольного завода началось в начале текущего года ООО «Нонпаз и Каноиди Кайрокум» в Кайракумском районе Согдийской области. Оборудование для завода завезено из Китая. В настоящее время ведутся работы по его установке. Мощность будущего завода составит 120 тыс. кв. м строительного стекла и 21,1 млн штук стеклянной посуды в год. Для производства стекла и стеклянной посуды будет использоваться местное сырье – кварцевый песок, добытый в крупном месторождении «Кургончи» в Джаборасуловском районе.

По материалам www.avesta.tj

METRO РАСШИРЯЕТСЯ

23 декабря в Пятигорске открыли первый торговый центр компании Metro Cash&Carry, который становится вторым торговым центром, открытым в Ставропольском крае. Общая площадь нового торгового центра в Пятигорске составляет 9,6 тыс. кв. м, а торговая – 5,7 тыс. кв. м, ассортимент – около 30 тыс. наименований товаров.

– С открытием нового торгового центра мы становимся еще на один шаг ближе к нашим профессиональным клиентам, базирующимся в Ставропольском крае, – сказал генеральный директор Metro Cash&Carry в России Йерун де Гроот.

Инвестиции в каждый новый торговый центр Metro в среднем составляют около 20 млн евро (всего в России таких центров теперь открыто четыре). Также Metro Cash&Carry (российское подразделение Metro Group) открыла первый торговый центр в Калининграде. Инвестиции в проект – около 20 млн евро. Площадь торгового центра – 12 300 кв. м, в том числе торговая – 7 500 кв. м.

По материалам www.vedomosti.ru



Представительство завода RONA a.s. (Словакия)
на территории Российской Федерации и стран СНГ – ООО «РОНА-РУС»
г. Москва, ул. Нижегородская, 29-33, стр. 18
Тел. +7 (495) 232-45-01 (многоканальный). Факс +7 (495) 232-45-02

Красота
спасет мир.
И в этом ей
поможет

RONA



RONA

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР:

«АЛ-Трейд» www.lafarg.ru

E-mail: info@lafarg.aha.ru

г. Москва, ул. 3-я Парковая, 41А

Тел. +7 (495) 234-61-64





ЧЕШСКАЯ ПРОДУКЦИЯ MiG KRISTAL

На украинском рынке появилась продукция чешской компании MiG Kristal, основным направлением которой является изготовление изделий из стекла и хрусталя ручной работы с использованием высококачественных материалов по традиционно-чешской технологии. Производство находится в историко-стеклянном центре чешской республики г. Новый Бор.

Благодаря высочайшей квалификации и творческой фантазии чешских мастеров-художников, изделия выделяются своей изысканностью и неповторимостью. На территории Украины продукцию MiG Kristal представляют торговый дом «Золотой Соверен» и компания «Акцент».



НОВИНКА ОТ ТОРГОВОГО ДОМА «КРИСТАЛЛ»

Совместно с творческой группой дизайнеров ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ КРИСТАЛЛ» разработал и произвел на мощностях KIG GROUP новый набор столовой посуды. Отличительной его особенностью является добавление в традиционный цветочный декор элементов матового декорирования выполненных вручную индонезийскими мастерами. Теперь мы можем, не выходя из среднего ценового сегмента, предоставить нашим клиентам действительно художественные изделия для сервировки стола.



ПОСУДА ДЛЯ ХОРОШЕГО НАСТРОЕНИЯ!

Покупая посуду в нашем магазине подарков, вы приобретаете мощный заряд бодрости и позитивной энергии для всех, кто хотя бы взглянет на неё. Как же не улыбнуться, глядя на чашки или тарелки с весёлыми и яркими картинками?

Прекрасное настроение появится и у дарящего, и у одариваемого. Купить чашку можно для шефа – она точно развеселит его и отучит от привычки ворчать. В нашем магазине купить тарелки или чашки с романтическими изображениями стоит и для любимого. Забавные изделия придутся по вкусу и вашим детям, и коллегам по работе. И уж непременно купить посуду у нас нужно для любимой свекрови, тёщи, мамы и прочих родственников. Они оценят вашу заботу и любовь. И даже если вам не нужно купить посуду, можно просто зайти на наш сайт, посмотреть на веселые картинки, улыбнуться и продолжить работать или отдыхать...

Приятных вам покупок!



ПОРЦИЯ ТЕПЛА В МОРОЗНУЮ ЗИМУ!

Ну, вот и настала долгожданная пора зимних праздников, поездок в гости и, конечно же, подарков! За окном зима и идея самого лучшего подарка приходит сама собой.

Самое приятное, что можно подарить и получить в подарок в любое время года, а зимой в особенности – это тепло. В любом виде. Генерировать душевное тепло вы можете и сами, а вот с теплом в прямом смысле этого слова вам поможет Granchio.

Любой чайник со свистком из коллекции Bollitore претендует на то, чтобы стать сердцем любой кухни. Горячее, любящее, изо дня в день оно будет проникновенно петь о том, как ему хочется поделиться с вами своим теплом. Стоит ли говорить о том, что это очень трогательный подарок, который никого не оставит равнодушным.

Яркий, жизнерадостный чайник Bollitore из легкой и прочной углеродистой стали имеет эмалированное покрытие, безопасное для здоровья и очень легкое в уходе. Granchio все продумал до мелочей: бакелитовые ручки на чайнике и крышке никогда не бывают горячими, свисток открывается и закрывается одним единственным нажатием на рычажок, а богатая цветовая палитра позволит вам подобрать чайник под интерьер любой гаммы. Пользоваться таким чайником – одно удовольствие! И даже когда он просто стоит на полке или плите, ожидая своего часа, он вас радует одним своим видом!

Этот чайник – универсален, вы можете использовать его на любых плитах – электрических, газовых, стеклокерамических и даже индукционных. Кроме того, в Тулу со своим самоваром не поедешь, а вот с чайником Bollitore – запросто!

Тепла вам в Новом Году!





ГРИЛИ-БАРБЕКЮ ПРЕМИУМ КЛАССА WEBER

Для настоящих ценителей барбекю компания «Вивал групп» подготовила новинку – грили-барбекю премиум класса WEBER. Теперь и украинский потребитель может получать наслаждение от приготовления настоящего барбекю.

Основным функциональным отличием этих грилей-барбекю есть то, что они работают на газу. Небольшой газовый баллон размещается внутри гриля.

На первый взгляд, это несколько не традиционно, мы все привыкли к шашлыкам на дровах, но у газа есть много преимуществ:

- во-первых, эстетичность готовки, фактически нет дыма и копоти;
- во-вторых, это полный контроль над ситуацией, вы можете в любой момент увеличить или уменьшить уровень пламя. Кроме этого, благодаря возможности отдельного руководства каждой конфоркой, вы можете с одной стороны готовить на сильном огне, к примеру, стейки со свинины, а с другой стороны на слабом огне – рыбу. И в это же время на верхней решетке могут готовиться овощи, а на отдельной конфорке можно приготовить соус или гарнир. Попробуйте все это приготовить на обычной угольном гриле - вряд ли у вас получится. А еще в комплекте гриля есть вертел, на котором можно приготовить курицу, поросенка или просто большой кусок мяса;
- в-третьих, это всесезонность данного гриля. Даже поздней осенью и зимой готовить на этом гриле – полнее удовольствие. А благодаря корпусу из нержавеющей стали, гриль может круглый год находиться на улице в готовом рабочем состоянии.



ТАНДЫР ОТ КОМПАНИИ «МАГИЯ ОГНЯ»

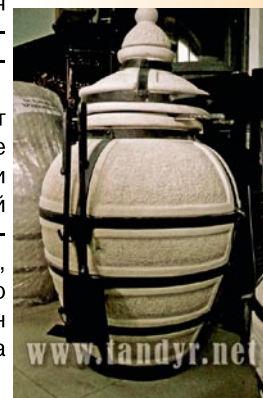
Компания «Магия огня» представляет на рынке Украины замечательную альтернативу современному мангалу – Тандыр. Это уникальная глиняная печь для приготовления самой разнообразной пищи на любой вкус. Тандыры отличаются, как и по форме, так и по назначению: в одних запекают хлеб, в других мясо и овощи. Они могут быть и стационарными (вырытыми в земле, либо же сложенными из огнеупорного кирпича в виде бочонка), и переносными. Мы же предлагаем универсальную печь-гриль, которая легкодоступна в использовании на даче, во дворе в саду, в ресторане, в кафе. Также она может быть незаменима на рыбалке, охоте и выезде на природу.

Технология производства тандыра (у народов Средней Азии и Кавказа он же тандур, тендыр, тонир, танур, тындыр, дандыр, нандыр) бережно передается мастерами из поколения в поколение.

Тандыр имеет многочисленное количество плюсов. При готовке вам будет не помеха ветер, дождь и мороз, так как огонь разжигается внутри самой печи, при этом нагревая стенки. Пища готовится благодаря тому, что внутренние стены дают мощную теплоотдачу. Не надо тратить время на то, чтобы подливать воду, крутить шампура и следить за огнем как на мангале, ведь в тандыре шампура подвешиваются вертикально и шашлык будет готовым в среднем через 8-12 минут.

Секрет вкусной еды сделанной в тандыре заключается в быстром и равномерном со всех сторон приготовлении, что способствует сохранению полезных микроэлементов, при этом продукт остается сочным, минимально теряя свой объем и вес.

Тандыр может вам послужить не только для готовки пищи. Его внешний вид несет в себе атмосферу Востока, который прекрасно дополнит дизайн вашего сада, двора или дома.





КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ НЕМЕЦКИХ МАСТЕРОВ!

Поддерживая традицию быть всегда на шаг впереди и предоставлять своим клиентам продукцию высочайшего качества, компания «Форвард» представляет фарфоровую посуду сразу от двух грандов из Германии – компаний Kahla и Rosenthal.

Немецкий фарфор КАХЛА изготовлен из натуральных материалов. Постоянно улучшая качество своей продукции, компания заботится также и о внедрении инноваций в процесс производства. Ярким свидетельством успеха в этом направлении является признание более 60 форм посуды КАХЛА инновационными. Если вы – ценитель изысканности, то фарфор КАХЛА – это то, что вам нужно.

Еще одним, заслуживающим внимания, производителем без сомнения является Rosenthal – посуда, которая очаровывает с первого взгляда. Уже более 130-ти лет компании Rosenthal удается сохранить вдохновение и страсть к производству изделий, создающих особый шарм и неповторимую праздничную атмосферу любого заведения. Красота и изящество высшей пробы – визитная карточка Rosenthal.

Каждая из двух компаний, описанных выше, имеет свой уникальный стиль. Сегодня, посетив выставочный зал компании «Форвард», вы можете лично убедиться в качестве продукции немецких мастеров и, конечно же, выбрать что-то особенное именно для себя.



ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ КОФЕ

Истинные любители кофе предпочитают готовить кофе не в кофеварках и кофемашинах, а в специальной посуде - турках, или джезвах.

«Турка» и «джезва» - это разные названия одного и того же сосуда. Правильным считается и то, и другое название, и никто вам точно не скажет, какое из них более точно. Если вы считаете себя настоящим любителем кофе, покупки турки не избежать.

Способ, который вы используете для приготовления кофе, во многом отразится на качестве готового напитка.

Настоящие ценители знают, что самым ароматным является кофе, сваренный в турке (она же – джезва). Турки, предназначенные для приготовления традиционного кофе по-турецки, давно завоевали сердца кофеманов во всех уголках мира.

Действительно, напиток, сваренный по всем правилам в джезве, обладает более тонким и пьянящим ароматом, чем его аналог, приготовленный в кофемашине.

ООО «Эко Плюс» предлагает турки всевозможных видов, произведенные в России. Мы предлагаем турки, изготовленные из меди, материала, наиболее ясно подчеркивающего вкус и аромат благородного напитка. Именно медные турки позволяют равномерно распределить тепло по поверхности сосуда, избавив кофе от подгорелого привкуса.



РИСОВАРКИ CUCKOO

Компания Cuckoo Electronics Co. Ltd. является одним из лидеров среди корейских производителей мелкой бытовой техники под торговыми марками LIOT и CUCKOO. На данный момент текущие производственные мощности компании позволяют выпускать 18 миллионов единиц бытовой техники в год. Cuckoo Electronics успешно осваивает международный рынок благодаря высокому качеству продукции, широкому модельному ряду производимых продуктов и приемлемым ценам. Начиная с 2010 года продукты Cuckoo Electronics под торговыми марками LIOT и CUCKOO доступны потребителям Украины. Компания «ДЖАПАН ПРОДАКТС» является эксклюзивным представителем корейской компании CUCKOO ELECTRONICS CO., на территории Украины и предлагает профессиональное, качественное оборудование для заведений, специализирующихся на восточной кухне. Вся продукция сертифицирована и имеет гарантийное обслуживание. Кроме этого, приборы обладают повышенными энергосберегающими характеристиками, это подтверждают многочисленные награды международных выставок в США, Корею, Японии и Европе. Особенное внимание стоит обратить на качество исполнения этого прибора и материалов, из которого он изготовлен. В рисоварке CUCKOO используются только высококачественные протестированные компоненты. Этот прибор прошел сертификационные тесты в Европе, США и Японии, где требования к экологичности бытовых приборов для приготовления пищи крайне высоки, чего нельзя сказать о подобных приборах, изготовленных в Китае! Рисоварки CUCKOO абсолютно безопасны, процесс варки находится под постоянным контролем процессоров прибора.





НОВЫЕ ФОРМЫ ОТ СУМСКОГО ФАРФОРОВОГО ЗАВОДА

Сумской фарфоровый завод – одно из уникальнейших предприятий Сумщины, уже много лет сочетающее в своей продукции высокое качество, доступность и художественную ценность. Известен он далеко за пределами Украины, а в нашей стране уже давно стал лидером фарфоровой промышленности. И это не случайно: на протяжении всей своей истории предприятие мгновенно реагировало на новые запросы потребителей, давая жизнь оригинальным образцам продукции. Неизменным оставалось только одно: качество готовой посуды.



Мастера АОЗТ Сумского фарфорового завода работают над расширением своего ассортимента, вводят новые формы и разрабатывают новый дизайн продукции. Одни из последних разработок мастеров, формы новых кружек: «Машенька» (емкость 250 см³), «Яна» (емкость 300 см³) и «Крокус» (емкость 300 см³). Дизайн строился на принципах ответственности и долговечности.

В 2010 году АОЗТ Сумской фарфоровый завод победитель регионально-этого этапа Всеукраинского конкурса качества продукции «100 лучших товаров Украины», в номинации «Промышленные товары для населения».

ЯПОНСКИЕ НОЖИ – ВЫБОР ПРОФЕССИОНАЛОВ

Компания ООО «Лезо Групп» специализируется на продаже клинковой продукции производства Японии.

Ножи из Японии по праву считаются одними из лучших в мире. Высочайшая культура и традиции производства ножей в Японии, сформированные на протяжении веков, бережно сохраняются по настоящее время. Поэтому авторитет этих ножей очень высок во всех странах мира.



В стране Восходящего Солнца делают бесподобные ножевые стали и ножи, не имеющие себе равных. Даже ведущие американские и немецкие компании, производящие ножи, становятся в очередь за японскими «пакетными» сталями потому что, лучшего качества сталей для клинков на сегодняшний день не существует.

В ассортимент нашей продукции включены:

- Кухонные ножи Hattori, Kasumi, Masahiro, Kanetsune, Tojiro, Hatamoto
- Разделочные доски Hasegawa, BRIX, Chef, Tojiro.
- Инструмент для заточки (электрические и механические точилки, водные заточные камни, мусаты) Chef's Choice, Suehiro, Masahiro, Kasumi
- Кухонные аксессуары (терки, слайсеры, овощечистки, подставки под ножи, магниты для ножей, кухонные ножницы) Microplane, Kasumi, KAI, Bisbell.

PRECISION CERAMIC CUTLERY

Керамические ножи TM Zayka (Американская коллекция) – это современные кухонные инструменты, изготовленные с использованием новейших материалов и технологий. Легкие, удобные и безупречно острые, они откроют перед вами безграничные возможности приготовления разных блюд, на долгие годы станут предметом вашей гордости.

Лезвия керамических ножей TM Zayka произведены по особой технологии из современного сверхтвердого материала – циркония, обладающего уникальными свойствами. Они в 10 раз дольше металлических держат заточку и не утрачивают ее при воздействии высоких температур (например, при мытье в посудомойной машине), не ржавеют и не изменяют естественного вкуса пищи. Керамические ножи идеально подходят для нарезания мягких, сочных продуктов (спелых томатов, фруктов, мяса). Благодаря этим превосходным качествам, стильному дизайну и удобной эргономичной форме ручки керамические ножи TM Zayka займут достойное место на вашей кухне.

Компания «АНФЕР» является эксклюзивным представителем TM ZAYKA (Американская коллекция) в Украине и ее прямым поставщиком.



ZAYKA KNIFE WWW.ZAYKASTORE.COM

Zayka ceramic cutlery: A new rendition of man's oldest tool.

STAY SHARP!

ANATOMY OF A ZAYKA KNIFE

3" И ЕСТЬ ТОЛЬКО ПЛЮС!

Zayka Technologies, Inc. 2375 Zanker Road #230, San Jose, CA 95131, USA, WWW.ZAYKASTORE.COM



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ

ПОДАРКОВ • ДЕКОРА И ПРЕДМЕТОВ ИНТЕРЬЕРА
• ПОСУДЫ • БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ

7-10 СЕНТЯБРЯ 2011 ГОДА

Международный выставочный центр
Украина, Киев, Броварской пр-т, 15



Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел.: +38 (044) 484-68-91

Моб.: +38 (096) 211-56-21

e-mail: op@pem.com.ua

www.pem.com.ua



*Ничто не придает предметам
такой красоты,
как желание обладать ими.*



**Оптовая торговля стеклоизделиями производства Чехии и Словакии
ООО «РОНЭКС»**

109428 Россия, г. Москва, Рязанский пр-т, 8А

Тел. +7 (495) 231-45-88 (многоканальный). Факс +7 (495) 730-47-87

Наш сайт: www.ronex-m.ru E-mail: office@ronex-m.ru

ЕЩЕ РАЗ ПРО ПОКРЫТИЯ!

Холодным зимним снежным утром 8 декабря текущего года в ресторане «Капри» в теплой компании DuPont™ Teflon® состоялась презентация новых коллекций. Интересной информацией о достоинствах и возможностях антипригарного покрытия DuPont™ Teflon®, поделились спикеры компании Scovo.

Под чутким руководством опытных поваров проводились мастер-классы по приготовлению здоровой пищи.

А ВЫ СМОГЛИ БЫ ВЫБРАТЬ ЧТО-ТО ДРУГОЕ?

Вкусные, румяные блинчики, отлично подходящие и в качестве десерта, и как основное блюдо. Улыбчивая яичница с беконом с утра. Сытные, притягательные котлетки, заряжающие энергией на целый день. Все эти блюда могли бы быть совершенно обычными, если бы не изобретение начала XX века.

Именно в 1938 году американский ученый, профессор Рой Планкетт абсолютно случайно открыл чудо. Чудо, которое мы сегодня знаем как антипригарное покрытие Teflon®. Став первооткрывателем среди антипригарных покрытий, компания DuPont и по сей день гарантирует качество своей продукции.

Чем же хороша посуда с антипригарным покрытием Teflon®?

– Пища не прилипает к покрытию даже при использовании минимального коли-

чества масла или жира, а чем меньше жира – тем меньше калорий.

– Мелкие царапины, появившиеся в результате приготовления блюд, не влияют на качество приготовления пищи и легкость мытья посуды.

– На сковороде с антипригарным покрытием Teflon® очень легко подрумяживать любимые блюда. Для этого нужно просто медленно разогреть сковороду до нужной температуры, а уже потом положить на нее продукты.

– При приготовлении пищи ничего не прилипает к по-



верхности, которую очень легко чистить: достаточно ополоснуть сковородку горячей водой с мылом – и благодаря покрытию Teflon® ее поверхность будет чистой, глянцевой, готовой к дальнейшему использованию.

– Антипригарное покрытие Teflon® сопротивляется скалыванию, отслаиванию, шелушению и другим видам

истирания в связи со своей исключительной прочностью и долговечностью.

Правильный выбор посуды – залог успешной готовки. Так, компания Scovo, являясь единственным российским производителем посуды, обладающим лицензией на нанесение покрытия Teflon® Platinum – самого долговечного и устойчивого к царапинам покрытия, имеет в своем ассортименте 3 линейки с антипригарным покрытием Teflon®. Посуду торговой марки Scovo отличает значительная толщина металла, толстый антипригарный слой, эргономичность и современный дизайн.

В связи с тем, что в мире столько разных поваров, просто невозможно создать единый ассортимент кухонной антипригарной посуды, который устроил бы всех.

Нужна самая разная посуда – от удобной и доступной по цене до посуды профессионального качества. Учитывая это, компания DuPont разработала и запатентовала ассортимент различных по своей функциональной принадлежности видов покрытия Teflon®, что дает возможность каждому выбрать то, что нужно именно ему. Независимо от того, какое изделие вы приобретаете, вся посуда с покрытием Teflon® отличается гарантированно высоким качеством.

Более подробную информацию вы можете получить у Галины Саяпиной (gsay@ag-loyalty.com) или Марии Шаповаловой (shma@ag-loyalty.com), тел. +7 (495) 690-43-43

НЕМНОГО ИСТОРИИ: ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО:

В 1938 году научный сотрудник фирмы DuPont Рой Планкетт абсолютно случайно открыл белый порошок с удивительными антипригарными свойствами. Этому материалу предстояло навсегда изменить способы приготовления пищи.

Впервые Teflon® был нанесен в 1956 году на хлебопекарные формы, а в качестве антипригарного покрытия на кухонной посуде он появился в начале 1960-х годов.

На пороге нового тысячелетия компания DuPont разработала и выпустила ассортимент долговечных, сверхпрочных покрытий Teflon® Platinum. Это покрытие стало первым антипригарным покрытием, которое выдерживает воздействие металлической кухонной утвари, благодаря чему не требует особого ухода на кухне.

С 2001 года все семейство антипригарных покрытий DuPont объединено во всем мире под торговым именем Teflon®.

Именно Teflon® считается самым популярным в мире антипригарным покрытием. Исследование, проведенное в разных странах мира, показало, что торговая марка Teflon® пользуется широким признанием и доверием среди потребителей.



Компания ООО «Пилот МС» представляет линию CerAmica TM FLONAL. Алюминиевая посуда с керамическим покрытием CERA-TECH изготовлена по современной технологии и полностью соответствует требованиям самых искушенных покупателей.

CerAmica

FLONAL
COOKWARE
made in Italy

ECO-FRIENDLY CERAMIC COOKWARE



ЭКОЛОГИЧНАЯ ПОСУДА С КЕРАМИЧЕСКИМ ПОКРЫТИЕМ

Преимущества посуды с керамическим покрытием линии CerAmica TM FLONAL:

- Посуда с покрытием CERA-TECH безопасна для здоровья и безвредна для окружающей среды.
- Устойчива к механическим повреждениям (можно пользоваться металлическими предметами).
- Изделия хорошо переносят «температурный шок».
- Благодаря покрытию у изделий высокая стойкость к истиранию, а также к возникновению царапин и трещин.
- В посуде с покрытием CERA-TECH можно готовить с использованием минимального количества масла.
- Сковороды с керамическим покрытием способны выдерживать высокие температуры до 450 °С.
- Керамическое покрытие нанесено методом напыления, что обеспечивает высокую надежность и долговечность покрытия.
- Дизайн сковород CerAmica выполнен в соответствии с современными тенденциями посудной моды.
- Фурнитура изделий выполнена из высококачественных материалов, ручки сковород не нагреваются и имеют приятную на ощупь поверхность (soft touch).



Пилот МС

посуда и кухонные аксессуары

www.pilotms.ru

Тел.: +7 (495) 231-24-44, 231-18-42, 956-60-22

Адрес: г. Москва, ул. Илимская, 3
(АО «Химторг», 1-я территория)

international home house wares show 2011

Вы увидите продукцию лучших производителей и поставщиков товаров для дома, не представленных на европейских и азиатских выставках!

Посетив выставку International Housewares Show, вы получите массу приятных впечатлений, познакомитесь со всемирно известными чикагскими ритейлерами и современными идеями для развития вашего бизнеса..

- ⊕ 2,000 Экспонентов более чем из 40 стран
- ⊕ 60,000 Профессиональных посетителей более чем из 100

6-8 Марта, Чикаго, США



Зарегистрируйтесь сейчас и получите бесплатное приглашение:

Посетители - www.housewares.org/attend
Экспоненты - www.housewares.org/exhibit

gia global innovator award
honoring housewares retailing excellence

www.housewares.org/gia

Для получения более подробной информации о посещении или участии в выставке:
American Best Gateways, Margarita Polyakova, +7(495) 974 3654, margarita@americanbestgetaways.com



INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION®
the home authority



ILLINOIS. MILE AFTER MAGNIFICENT MILE.

Pasabahçe



www.pasabahce.ru

MACEF THE ITALIAN EXPERIENCE

thursday 27 - sunday 30 january 2011



MILANO

TAORMINA

FIRENZE

ROMA

PISA

VENEZIA

CAPRI

www.macef.it



macef
milano

International Home Show



Rassegne Spa
macef@fieramilano.it

ВЕКА ПРОХОДЯТ, ТРАДИЦИИ ОСТАЮТСЯ

Требовательные покупатели давно оценили продукцию ОАО «Нытва».

В послевоенные годы, когда на Нытвенском металлургическом заводе была выпущена первая партия ложек, продукция сразу вошла в разряд престижных. Специалисты постоянно работают над новыми моделями столовых приборов, успешно сочетая возможности современных технологий и секреты мастеров, передающиеся из поколения в поколение. Об этом свидетельствуют многочисленные награды предприятия. Успехи ОАО «Нытва» были не раз отмечены дипломами на крупных международных выставках. Так, в ноябре 2010 года на 10-й Всероссийской выставке «Российские производители и снабжение вооруженных сил» ОАО «Нытва» награждено дипломом за активное участие, а модель «Торжество» удостоена диплома II степени и серебряной медали «Лучший отечественный продукт 2010 – Вооруженным силам России».

В сентябре 2010 года предприятие выиграло тендер на поставку столовых приборов для Вооруженных сил РФ и в очередной раз подтвердило статус добросовестного поставщика качественной продукции.

Главными составляющими успеха ОАО «Нытва» являются высокое качество продукции и широкий ассортимент, который пользуется спросом как у потребителей эконом-сегмента, так и среди рестораторов, отдающих предпочтение продукции премиум-класса.

При изготовлении нытвенской продукции используются специальные высококачественные марки пищевой нержавеющей стали – хромоникелевая 18/10, особоустойчивая и долговечная при использовании в общественном питании, а также безникеле-

вая 18/00. Весь металл проходит строжайшую санитарную проверку, его состав определен до сотых и тысячных долей процента с использованием методик спектрального анализа. Это



делается для того, чтобы при соприкосновении с горячей пищей ложки, вилки и ножи были абсолютно экологически безопасны. В 2011 году ОАО «Нытва» сможет представить своим покупателям новинки детской серии, ложку для кефира, а также новые виды упаковки.

Новая продукция ОАО «Нытва», несомненно, порадует своих покупателей безупречным качеством и фирменным блеском.



ОАО «Нытва»
Нытвенский
металлургический завод
Адрес: 617000 Россия,
Пермский край,
г. Нытва, ул. К. Маркса, 71
Тел.: +7 (34 272) 3-08-72,
3-02-85
Тел./факс: +7 (34 272) 3-09-50
E-mail: tnp@nytva-nmz.ru
www.nytva-nmz.ru



КАК ПРИВЛЕЧЬ ИНВЕСТОРА?

Тема инвестирования в торговле и производстве в настоящее время все более актуальна. Для того чтобы переоснастить производство (в основном в производстве посуды используется устаревшее оборудование, которое не модернизировалось с 1960-70-х годов), не хватает собственных финансовых средств. В торговле также займы играют важную роль. В связи со снижением доходов покупатель стал более взвешенно подходить к покупке, требуя разнообразия ассортимента, новых коллекций и современных подходов к продажам.

Ален Анна Львовна Вайнберг, президент МО «Солев», поделилась информацией на тему: «Как привлечь инвестора и сделать бизнес более привлекательным?»

Объем производства посуды и доля рынка российских производителей неуклонно падают. Это при том, что потребление посуды растет. Невзирая на падение спроса в кризисный период, за 2008-2010 годы рынок посуды вырос по разным оценкам на 10-15%. Но 85% продаваемой посуды – импорт. Существующие российские производители работают на устаревшем оборудовании и не могут успешно конкурировать с современными производствами, позволяющими снижать издержки и де-

ржать более конкурентоспособную цену.

Инвестиции в этот сектор приходят с трудом, что обусловлено общим изменением поведения и предпочтений инвесторов. Это происходит не только в секторе производства посуды, но и практически во всех отраслях, на которых сказался финансовый кризис.

Сегодня ощутимо меньше инвесторов, готовых активно вкладывать деньги. Инвесторы, как и банки, предпочитают «сидеть на деньгах», сохраняя инвестиционные средства, и отказываются от высокой доходности. Значительно изменился и профессиональный облик инвестора – здесь не осталось дилетантов. Профессиональные инвесторы имеют надежную систему отсева проектов на ранней стадии, и высокорискованные проекты редко имеют возможность реализации.

В настоящее время инвесторы пользуются специальными критериями оценки стоимости и привлекательности проекта или бизнеса, основанными на анализе рынка, конкурентной среды, финансов компании и профессионализма управленцев. И сегодняшнее положение на рынке посуды иллюстри-

рует неготовность инвесторов проводить модернизацию отрасли.

Компании, нуждающейся в инвестициях, непросто понравиться инвестору. С другой стороны, на рынке присутствует недостаток хорошо подготовленных и качественно выполненных проектов. Компании, которые в этих условиях наиболее серьезно подойдут к вопросу подготовки и проработки проекта, имеют преимущество и больше шансов привлечь внимание инвесторов. При подготовке проектов необходимо учитывать, что это должен быть прозрачный долгосрочный документ с выраженными показателями по рынку, финансам и срокам. При рассмотрении проекта необходимо учитывать, что проверяться и моделироваться будут абсолютно все параметры – cash flow, бюджеты, рыночные показатели, управленческая команда, юридическая составляющая и даже репутация текущего собственника.

Приготовьтесь к тому, что инвесторы стали осторожными, не верят обещаниям, умеют рассчитать свой интерес в специальных терминах (IRR, NPV, DDS) и пр. и признают только документированные аргументы и факты.





ФАРФОРОВЫЙ ЗАВОД

Сохраняя традиции



ГРУППА КОМПАНИЙ
«ИИС-ПОСУДА»

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ДИСТРИБУТОР В РОССИИ

МОСКВА
КРАСНОДАР

РОСТОВ
СТАВРОПОЛЬ

КАЗАНЬ
ТЮМЕНЬ

ЕКАТЕРИНБУРГ
ПЕРМЬ

ЧЕЛЯБИНСК
ИЖЕВСК

WWW.IISPOSUDA.RU

В НОВЫЙ ГОД – С УЛЫБКОЙ!

НЕ В ДЕНЬГАХ СЧАСТЬЕ

– Это замечательно! Вы пришли на рынок всего шесть месяцев назад, и у вас уже миллион. Как вы этого добились?

– Ну, это очень просто. Я начал с двух миллионов...



Инвестор спрашивает своего инвестиционного консультанта:

– И что, действительно все мои деньги пропали?

– Почему пропали?! Просто они теперь принадлежат кому-то другому...



Офис очень маленькой конторы в заштатном городке. Шеф читает утренние газеты:

– Так, одни разорились, другие на грани банкротства, третьим недолго осталось. Господа! Если кризис будет уничтожать наших конкурентов такими темпами, то через пару месяцев мы будем уже в ТОП-10 самых крупных компаний!



Курс «Как стать богатым и известным» – \$200.

Курс «Как стать богатым и неизвестным» – \$2 000.



Кредитный кризис помог мне снова встать на ноги. Банк отобрал мою машину за невыплаты по кредиту...

Раньше молодой человек на иномарке был завидным женихом. А теперь кому он на фиг нужен с пятилетним кредитом?



– Ты где сейчас работаешь?

– Да нигде...

– И что делаешь?

– Ничего...

– Прекраснейшее занятие!

– Да, но сколько конкурентов!



– Ваш банк дает кредиты под честное слово?

– Без проблем...

– А если я не верну?

– Вам будет стыдно перед Всевышним, когда предстанете.

– Когда это еще будет...

– Вот если пятого не вернете, шестого и предстанете.



– Мойша, на чем вы зарабатываете?

– Покупаю яйцо за два шекеля, варю его и продаю за два шекеля.

– Так навар же с этого нет?!

– Не скажите!.. А бульон?



У миллионера берут интервью:

– Скажите, в чем секрет вашего успеха?

– Терпение, мой друг, терпение.

– Но я могу назвать тысячу вещей, где не поможет никакое терпение.

– Например?

– Носить воду в решете.

– Вы не правы, просто надо взять решето и иметь терпение дожидаться зимы.

О ЖИЗНИ



Деньги идут не в тот бизнес, где лучшие продукты, а в тот, где лучшие дилеры и лучшая команда управления.

Роберт Кийосаки

РАБОТА

В разгар рабочего дня в офис врываются парни в ка-

муфляже и в масках с криками:

– Лежать, это ограбление!

Главный бухгалтер, с облегчением вставая с пола:

– Фу, напугали, сволочи! Я-то думал – налоговая...



Новости бухгалтерии: корпорация Samsung провела спонсорские расходы на футбольную сборную России по графе «Инвестиции в недвижимость».



Директор подчиненным:

– Вот вы жалуетсяе на кризис, на ухудшение жизни из-за экономического положения... А между прочим, у вас зарплата в этом году выше на 75 процентов!!!

– Простите, выше чем в каком году?

– Чем в следующем...



Реальный случай из жизни.

После проведения годовой инвентаризации замученная бухгалтерша в воскресенье, вспомнив о домашних обязанностях, спрашивает мужа:

– Сколько у тебя чистых рубашек на остатке?



Начальник пристально смотрит на новую машинку:

– Но вы ведь даже не можете заправить ленту в пишущую машинку!

– Ну и что? Вы думаете, Рубинштейн мог сам настроить рояль?



Налоговый инспектор главбуху:

– Здравствуйте, Ольга Михайловна!

Рад познакомиться, столько о вас слышал...

– Мало ли что люди болтают... А вы попробуйте докажите!



Читайте «Бизнес в шоколаде» А. Федосеев, Б. Карабанов, Е. Добровольский, П. Боровков



Джи-Лиан

ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ
ОТ СОЗДАТЕЛЯ

ООО «Джи-Лиан»

г. Москва, ул. Сельскохозяйственная,
7/1, стр. 2, офис 3. Тел. +7 (495) 617-41-53

www.Ji-Lian.ru





Коллектив редакции журнала «Посуда» поздравляет вас с новогодними праздниками!

Желаем вам в новом году надежных партнеров, благодарных клиентов, интересных проектов, прибыльных сделок, а вашему бизнесу – финансово-процветания! Готовы осветить все ваши смелые идеи и творческие решения на страницах нашего издания.

Мы хотим пожелать в наступающем году удачи во всех начинаниях, чтобы счастье и радость сопровождали вас и ваших близких, а благополучие не покидало ваш дом! Пусть в новом году вам всегда сопутствуют доброе здоровье, неисчерпаемая энергия, работоспособность, процветание и стабильность! Пусть будет прекрасным каждое мгновение предстоящего года!

Татьяна Валерьевна Ковшова, главный редактор журнала «Посуда»



Уважаемые коллеги, друзья!

От всей души поздравляем вас с Новым годом и Рождеством!

Желаем позитивного развития, успехов, процветания вашим организациям!

Верим, что наши совместные активные действия в ближайшей перспективе приведут к возрождению нашей отрасли, достижению передовых позиций на российском рынке!

Крепкого здоровья и благополучия вам и вашим близким!

С Праздниками!

**Николай Александрович Семин,
президент НКО «АПП»**



Уважаемые дамы и господа!

Московский завод «Техоснастка» поздравляет всех с наступающим Новым годом и Рождеством! Желаем вам крепкого здоровья, счастья и побольше улыбок! А мы, в свою очередь, обещаем радовать вас своими новинками!

**Илья Маркович Антонов,
генеральный директор завода «Техоснастка»**



**Уважаемые партнеры, коллеги,
читатели журнала «Посуда»!**

Коллектив ОАО «Кукморский завод Металлопосуды» сердечно поздравляет вас с Новым, 2011 годом и Рождеством!

Вот и подошел к концу уходящий год. Для кого-то он был удачным, для кого-то менее успешным. Кто-то в этом году приобрел, а кто-то потерял. Но все мы с надеждой смотрим в грядущий новый год.

Пусть наступающий год станет для всех вас годом добрых и светлых надежд, великих свершений и достижения поставленных целей!

Искренне благодарим журнал «Посуда» и его читателей, наших партнеров, за эффективное и плодотворное сотрудничество!

От всей души желаем всем доброго здоровья, большого человеческого счастья. Благополучия вашим семьям, оптимизма и уверенности в завтрашнем дне!

**Коллектив сотрудников
ОАО «Кукморский завод Металлопосуды»**





**Уважаемые читатели журнала «Посуда»,
коллеги, партнеры, друзья!**

Примите самые теплые поздравления с наступающим Новым годом и Рождеством от коллектива компании ООО «Техбалт Таллер»!

Есть русская примета: на новогоднем столе должно быть изобилие блюд и напитков, чтобы в доме в наступающем году был достаток. Мы надеемся, что в подготовке к празднику хорошим помощником для вас станет посуда TalleR!

Пусть 2011 год будет щедрым на успехи и удачи, богат яркими событиями и вдохновит на новые идеи. Пусть осуществляются все намеченные замыслы!

Желаем вам благополучия, доброго здоровья, радости, удачи и уверенности в завтрашнем дне!
Счастья в новом году!

С.В. Зими́рев, генеральный директор ООО «Техбалт Таллер»



Уважаемые коллеги!

Примите наши искренние поздравления с Новым, 2011 годом! Желаем вам и вашим близким здоровья, благополучия, удачи, надежных партнеров и успешных проектов!

Надеемся, что наше сотрудничество будет развиваться, принося не только успех в бизнесе, но и радость общения!

Пусть в жизни всегда будут новые планы, стремления и победы!

Светлана Сушенцова, директор по маркетингу компании «Алекс трейд»



Уважаемые друзья, партнеры, коллеги!

Компания «Джи-Лиан» поздравляет вас с волшебными Новогодними праздниками! Хотелось бы пожелать всем нам прекрасного нового года, более удачного и счастливого, более доброго и щедрого, чем предыдущий. Пусть наступающий год будет насыщен интересными планами, творческими идеями, хорошими новостями и финансовыми успехами!

**Инна Григорьева,
генеральный директор компании «Джи-Лиан»**



**Дорогие коллеги,
партнеры и читатели журнала «Посуда»!**

На пороге Новый год. Это время, когда каждый день наполнен ощущением праздника самого яркого, доброго, многообещающего и всегда немного волшебного.

Я рад поздравить вас с Новым, 2011 годом. Хочется пожелать вам интересных событий, ярких впечатлений, новых достижений и заманчивых перспектив. Сохраняйте оптимизм, верьте в себя, смело двигайтесь к намеченным целям. Пусть в прошлом останется все плохое, а наступающий год подарит вам множество поводов для хорошего настроения. И пусть в ваш дом и в каждую семью нашей страны придут в новом году счастье, мир, согласие и посуда CALVE!

**Илья Николаевич Дмитриев,
коммерческий директор ООО «Кальве группа»**



Организаторы Международного выставочного проекта «ПОДАРКИ» салон «ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА» и «HOUSEWARE EXPO / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА» поздравляют своих партнеров, а также руководителей и сотрудников редакции журнала «Посуда» с Новым, 2011 годом и желают всем крепкого здоровья и творческих успехов!

Журнал «Посуда», широко информируя специалистов о ситуации на рынке отрасли, исследуя проблемы производства и потребления посуды, прогнозируя дальнейшее развитие российского и зарубежного рынков, является очень полезным и популярным.

Поздравляем с Новым, 2011 годом участников и посетителей Международного выставочного проекта «ПОДАРКИ» салон «ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА» и «HOUSEWARE EXPO / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА», который пройдет 21-24 марта 2011 года в Москве, в ЦВЗ «МАНЕЖ», и 20-23 сентября 2011 года в Москве, в ВК «ГОСТИНЫЙ ДВОР» и ЦВЗ «МАНЕЖ», на двух площадках одновременно. Наши выставочные мероприятия принесут прекрасные результаты и приятные впечатления!

Римма Евгеньевна Багирова, директор выставочного проекта



Поздравляем всех участников посудного рынка с наступающим Новым годом!

Пусть Зайца Год несет удачу,
Доходов рост большой в придачу,
Проектов всех осуществление,
Полезных связей укрепление!

Приглашаем всех к сотрудничеству с нашей компанией.

Александр Евгеньевич Яшин, генеральный директор компании «Стеклопласт»



**Дорогие читатели журнала «Посуда»!
Компания «Роялтон Групп» поздравляет всех вас с наступающим 2011 годом!**

Пусть сбудутся ваши заветные мечты и рядом с вами будут дорогие и близкие люди! Желаем, чтобы уходящий Год Тигра оставил все плохое позади, а наступающий Год Кролика позволил воплотить в жизнь все замыслы и идеи! Здоровья вам, благополучия и всего самого доброго!

Олег Николаевич Антонов, руководитель отдела региональных продаж компании «Роялтон Групп»



Уважаемые партнеры и коллеги! Дорогие друзья!

От имени ЗАО «КОРАЛЛ» примите наши искренние поздравления с Новым годом и Рождеством!

От всей души желаем вам, чтобы в 2011 году получило развитие все то хорошее, доброе и светлое, что было заложено в году уходящем, крепкого здоровья, стабильности и процветания в бизнесе, надежных партнеров и успешных проектов! Удачи во всех начинаниях и веры в свои силы!

*Владимир Евгеньевич Дудин,
генеральный директор ЗАО «КОРАЛЛ»*



Дорогие друзья! Уважаемые коллеги!

Примите наши поздравления с наступающим Новым годом! Позвольте пожелать вам оптимизма, хорошего настроения, счастья, творческих успехов и новых свершений! Надеемся, что наступающий год подарит уверенность, спокойствие, удачу и успех во всех начинаниях. Пусть в вашей жизни будет побольше радостных минут, пусть близкие дарят вам свое тепло, заботу и улыбки, а окружающий мир приносит только позитив!

С Новым годом!

Александр Васильевич Тимошинов, учредитель группы компаний «Тима»



Уважаемые партнеры!

Компания «ВИКОМ» сердечно поздравляет вас с наступающим Новым годом и Рождеством!

Уходящий год подарил нам немало достижений, обогатил новым опытом и впечатлениями. Новый год всегда связывают с надеждами на лучшее, поэтому мы желаем вам, чтобы все хорошее, что радовало вас в уходящем году, нашло свое продолжение в году наступающем! Пусть новый год подарит вам благополучие и пусть успех сопутствует всем вашим начинаниям всегда и во всем!

Компания «ВИКОМ» желает вам здоровья, счастья и конечно же удачи в новом, 2011 году!

Виктор Феликсович Величко, генеральный директор компании «Виком»



Уважаемые коллеги!

Коллектив компании «Милый дом» от всей души поздравляет вас с Новым годом! Надеемся, что будущий год будет для вас не только динамичным, но и позитивным. Здоровья вам, личного счастья, творческой реализации и высокой прибыльности бизнеса!

А «Милый дом» рад помочь развитию вашего бизнеса, предлагая выдержанную в едином стиле и ценовом диапазоне коллекцию хорошо продающихся товаров для кухни и ванной комнаты.

От всей души, Н.В. Комиссарова, генеральный директор компании «Милый дом»



Уважаемые коллеги!

На рубеже двух лет, старого года и нового, принято подводить итоги и строить планы. Так пусть же полученные от работы результаты вызывают чувство удовлетворения, а планы побуждают к активной, энергичной деятельности, к реализации самых амбициозных проектов.

Сердечно поздравляю вас с Новым годом. Пусть он будет успешным и счастливым, богатым на положительные эмоции. Пусть удача будет вашим верным союзником, а материальный достаток – нормой. Крепкого вам здоровья, приподнятого настроения и благополучия!

Олег Гусев, генеральный директор ОАО «АК ЛМЗ»





Друзья!

Поздравляю вас с Новым годом! Желаю вам исполнения желаний, а именно: крепкого здоровья вам и вашим близким, стабильного бизнеса, устойчивого курса рубля, уверенного роста продаж, приумножения капитала – и все это в нашей России! Все об этом мечтают, и пусть это сбудется в новом году. Этот год был еще более сложным, чем прошлый, и очень хочется надеяться, что следующий, 2011 год станет лучше и эта тенденция сохранится. Мы будем вам в этом помогать своими новинками и интересными предложениями.

С НОВЫМ ГОДОМ!

Игорь Вячеславович Дементьев, генеральный директор компании «Рона-Рус»



Дорогие друзья!

Поздравляю вас с Новым, 2011 годом! Желаю счастья, здоровья, любви, благополучия и удачи в новом году!

Пусть в волшебную новогоднюю ночь сбудутся все ваши заветные желания!

И пусть будущий год будет полон новых планов, творческих идей и финансовых успехов!

**Юлия Георгиевна Звигина,
генеральный директор ЗАО «Стройремонт»**



Дорогие коллеги и партнеры!

Прошел еще один год очень напряженной, плодотворной работы для всех нас. За это время расширился ассортимент, появились новые рынки сбыта.

Еще более укрепился наш имидж, наш бренд как качественного поставщика изделий из пластмассы, как надежного партнера. Мы благодарны всем нашим покупателям и в следующем году постараемся радовать вас более широким ассортиментом.

В этом году мы сделали большой шаг в объединении всех производителей посуды. Начала работать Ассоциация производителей посуды из фарфора, хрустала, стекла, металла и пластмассы. Появились первые члены ассоциации, проводились мероприятия, подписаны договоренности о сотрудничестве.

Пусть уходящий год унесет с собой все невзгоды, все печали и проблемы. А новый год принесет новые ожидания, новые планы, новых друзей, новых партнеров, терпеливых поставщиков и щедрых покупателей. Здоровья всем нам, нашим семьям, близким, детям и родителям. Пусть удача сопутствует, а неудача отворачивается. Пусть с вами всегда будет бодрость духа и оптимизм. Дорогу осилит идущий. Доброго вам пути и добрых попутчиков в 2011 году.

Раиль Камирович Фахретдинов, генеральный директор ЗПИ «Альтернатива», вице-президент Ассоциации производителей посуды, председатель комитета производителей посуды при ФМС «Деловой России»



Уважаемые читатели журнала «Посуда», дорогие коллеги!

ООО «КОМПАНИЯ СТАРК» поздравляет всех с наступающим Новым годом.

Новый год несет в себе надежду на лучшее, ожидание добрых перемен.

Много событий произошло в уходящем году, желанных и не очень. Но что бы ни случилось, плохое ушло и теперь придет новое, свежее, радостное. Я желаю всем нам успехов, процветания, хороших партнеров, удачных сделок и высокой работоспособности, а также здоровья и счастья в личной жизни.

С НОВЫМ ГОДОМ!

Марина Юрьевна Макеева, генеральный директор ООО «КОМПАНИЯ СТАРК»



**Уважаемые читатели журнала «Посуда»!
Дорогие друзья! Уважаемые коллеги!**

Организаторы выставки HouseHold Expo сердечно поздравляют вас с наступающим Новым годом и Рождеством. Желаем благополучия, процветания, здоровья, воплощения творческих планов, удачи и грандиозных финансовых результатов! Надеемся, что 2011 год будет полон новых открытий, огромных успехов, ошеломляющих побед.

Пользуясь случаем, приглашаем всех специалистов на Международную специализированную выставку «HouseHold Expo – весна» (5-8 апреля 2011 года), которая является единственным профессиональным мероприятием в сфере товаров для дома. Выставка представляет уникальную возможность по продвижению своей продукции и изучению последних тенденций рынка посуды. Здесь проводят переговоры и заключают контракты, анализируют рынок и получают знания из первых рук.

Елена Миляева, президент ГК «Майер Джей Групп»



Дорогие друзья и партнеры!

От всей души хотим поблагодарить вас за сотрудничество в прошедшем году!

Спасибо вам за то, что вы не даете нам останавливаться на достигнутом, и за то, что учите, как справляться с трудностями. Мы растем и развиваемся благодаря вам!

Поздравляем вас с наступающим Новым годом! Пусть он принесет вам много радости, улыбок, удачи, везенья! И пусть вас окружают только добрые, любимые люди!

Счастья вам! С Новым годом!

Ирина Владимировна Алькова, генеральный директор компании «Элан Галерея»



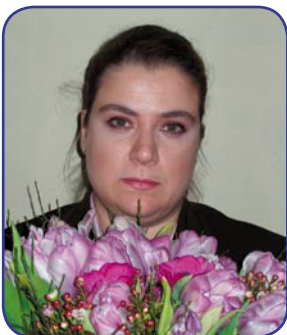
Уважаемые партнеры и коллеги!

От всей нашей компании поздравляем вас с наступающим Новым годом!

Желаем, чтобы Новый, 2011 год стал для вас годом удач и новых достижений. Пусть вас окружают только настоящие друзья и надежные партнеры. Благополучия и достатка вам и вашим близким!

Пусть для вас – людей хороших,
Не боящихся забот,
Будет он не просто новый,
А счастливый новый год!

*Евгения Петрова, торговый представитель
компании Pasabahce*



Уважаемые коллеги!

В новом, 2011 году желаем вам каждый день и час счастья, творчества, здорового оптимизма, креативного дизайна, постоянства успеха, признания потребителей, благодарных покупателей.

А результативные контакты и выгодные контракты вам подарим мы в январе и сентябре в Экспоцентре на празднике красоты и комфорта по имени «Консумэкспо».

Приходите! Любим! Ждем!

*Вера Сергеевна Журавлева,
руководитель Дирекции выставок потребительских товаров и здравоохранения*

Дорогие друзья!

На пороге Новый, 2011 год. Несомненно, Новый год – это любимый праздник в России. В нем есть волшебство и предвкушение новых свершений. Мы поздравляем вас с этим праздником!

Наша молодая и энергичная команда нацелена на успех и высокую эффективность. Поэтому наши планы на 2011 год грандиозны и амбициозны. Этого же мы хотим пожелать журналу «Посуда» и его читателям! Успехов, движения вперед, новых свершений и удачи!

Ну и, конечно, здоровья, счастья и благополучия вам и вашим близким!

Ойген Аллес, генеральный директор Messe Frankfurt RUS

**Дорогие друзья, коллеги, партнеры, читатели журнала «ПОСУДА»!**

От всего коллектива ГК «ИИС-ПОСУДА» сердечно поздравляю вас с наступающим Новым годом!

Пусть стабильно процветает бизнес ваш!
Пусть рентабельность растет, а также прибыль!
А в работе пусть присутствует кураж!
Снегопадом из банкнот вас пусть засыплет!

Но желаннее бесчисленных у. е.,
Драгоценнее несметного богатства –
Что партнерство наше дружеское есть,
Наше крепкое незыблемое братство.

Пусть новый год нам принесет
Море радости и яркие моменты!
За сотрудничество наше этот год!
За успехи и совместные победы!

**Игорь Владимирович Мацкевич,
вице-президент ГК «ИИС-ПОСУДА»**

**Компания «Полная чаша» (ООО «ТитанАльянс») искренне поздравляет всех покупателей с Новым годом!**

Постоянно оценивая потребности рынка, мы и в следующем году готовы удовлетворять спрос наших клиентов как по ассортименту, так и по цене. Сегодня приходится ориентироваться на рынок, и перед нами стоит задача развития ассортимента для российского потребителя. Мы уверены, что наши профессионалы справятся с этой задачей и тот, кто намерен идти в ногу со временем, останется нашим партнером и в будущем.

**Эльвира Вердиева, директор по развитию
компании «Полная чаша» (ООО «ТитанАльянс»)**



dining ambiente

11. – 15. 2. 2011

Располагайтесь поудобнее!

И воспользуйтесь самым большим предложением столов, кухонь и хозяйственных товаров со всего мира. Здесь Вас ждёт неповторимый выбор товаров для формирования ассортимента на целый год. Сделайте заказ прямо сейчас и воспользуйтесь многочисленными идеями. Это гарантия Вашего успеха. Добро пожаловать на Ambiente!

Скорее обращайтесь к нам.
Вся информация и билеты на:
www.ambiente.messefrankfurt.com



Ваш личный контакт:
Tel. +7 (495) 649-87-75
info@russia.messefrankfurt.com

Французский Т С стиль

ТОП



К выставке «Консумэкспо» и весеннему сезону группа компаний «Топ Стил» подготовила новинки посуды из костяного фарфора из Франции, Великобритании и Китая: чайные и столовые сервизы, кружки и подарочные наборы, специальную посуду для детей.

Компания является российским дистрибутором известных фирм-производителей костяного фарфора: Royal Albert, Roy Kirkham, Leonardo Collection, Creative Tops, Top Art Studio, Longda, Cameo и др. Top Style Collection 2011 – это эксклюзивная коллекция посуды и подарочных предметов из фарфора прекрасного дизайна, высокого качества и демократичных оптовых цен. В коллекцию входит более 30 различных дизайнов посуды из костяного фарфора в подарочной упаковке.

НОВИНКИ ИЗ ФРАНЦИИ

Лазурный берег юга Франции знаменит не только живописным побережьем и музеями, но также своими художниками и дизайнерами. Сегодня там рождаются новинки современной фарфоровой продукции. Французская дизайнерская компания Top Art Studio специализируется на создании подарков и сувениров, предметов интерьера, столовой посуды из фарфора, хрустального стекла для розничного и профессионального рынков. В разработке изделий, выпускаемых под маркой Top Art Studio, принимают участие известные дизайнеры из Франции, Великобритании и Гонконга. В творческом сотрудничестве с компанией разрабатываются новые формы и дизайны посуды, создаются эскизы деколей, которые впоследствии изготавливаются на современном оборудовании завода Siak Transfers в городе Стоук-он-Трент, сердце английской фарфоровой промышленности.

Посуда Top Art Studio стала известна благодаря своей классической красоте и многообразию: столовые, чайные и кофейные сервизы, коллекции посуды и сувениров для детей, великолепный хрусталь и многое другое. Успех торговой марки объясняется ее истинно французским стилем: гармоничными и яркими сочетаниями оттенков и орнаментами провансальских трав и цветов.

Российских покупателей не оставят равнодушными сервизы «Шампань», «Мишель», «Артифис», «Версаль» и «Контесса». Бестселлером коллекции стал дизайн «Марсель» с необычным сочетанием классического черного цвета с белоснежным фарфором и золотом.

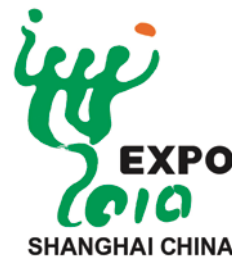
ФАРФОР СО ВСЕМИРНОЙ ВЫСТАВКИ

Другой новинкой, поставляемой «Топ Стил Групп» на российский рынок, является широкий ассортимент столовых и чайных сервизов и наборов посуды из костяного фарфора известных китайских компаний Cameo и Longda. Не случайно оба завода являлись официальными поставщиками 29-х летних Олимпийских игр в Пекине в 2008 году и Всемирной выставки в Шанхае «Экспо-2010», заслужив это право в конкурентной борьбе с сотнями других китайских производителей. Продукцию этих компаний отличают демократичные цены, традиционные классические и современные инновационные формы, прекрасные дизайны и великолепное качество изделий.

Корпорация Cameo является одним из мировых лидеров фарфоровой промышленности, производящим широкий ассортимент сервизов, кружек, чайных и кофейных пар, фарфоровых чайников из костяного фарфора. Использование первоклассного сырья, применение современных технологий проявляется в том, что предметы производятся с акцентом на прочность и стойкость глазури и имеют большие преимущества перед остальной продукцией рынка.

Особая отделка и прекрасный дизайн столовых и чайных сервизов, гладкая блестящая поверхность в композиции с традиционными восточными, а также современными формами, прекрасная подарочная упаковка делают ассортимент фарфора Longda необычайно красивым и востребованным на рынке.

Приглашаем наших партнеров посетить стенд на выставке «КонсумЭкспо» и выставочный зал компании.



Группа компаний Топ Стил

Москва, м. Молодежная, ул. Молодогвардейская д.57

Тел/факс (495) 980-76-44 многоканальный, E-mail: info@toppodarky.ru





**Приглашаем на выставку КонсумЭкспо
павильон №1, стенд №1С45, 17-20 января**

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
GIVING&LIVING	16.01.11–29.01.11
Выставка потребительских товаров	Эксетер (Великобритания) Hale Events Ltd.
«КОНСУМЭКСПО – 2011»	17.01.11–20.01.11
23-я Международная выставка товаров народного потребления	Москва Экспоцентр
MAISON&OBJET 2011	21.01.11–25.01.11
Международная выставка товаров для дома, декора, подарков и посуды	Париж (Франция) SAFI-Salons
MACEF	27.01.11–30.01.11
Международная специализированная выставка товаров для дома	Милан (Италия) Fiera Milano
TABLEWARE 2011	02.02.11–05.02.11
8-я Международная выставка посуды	Киев (Украина) ООО «Парус Экспо Медиа»
WORLD OF GIFTS 2011	02.02.11–05.02.11
8-я Международная выставка подарков	Киев (Украина) ООО «Парус Экспо Медиа»
DECOR 2011	02.02.11–05.02.11
6-я Международная выставка декора и предметов интерьера	Киев (Украина) ООО «Парус Экспо Медиа»
AMBIENTE 2011	11.02.11–15.02.11
Международная выставка потребительских товаров	Франкфурт-на-Майне (Германия) Messe Frankfurt Exhibition GmbH
AMBIENTE JAPAN	11.02.11–15.02.11
Выставка товаров для дома и семьи	Токио (Япония) Mesago Messe Frankfurt Corporation
«ТОВАРЫ XXI ВЕКА – 2011»	24.02.11–27.02.11
Товары народного потребления	Волгоград ВолгоградЭКСПО
«ЗДРАВСТВУЙ, ВЕСНА!»	02.03.11–05.03.11
Межрегиональная универсальная оптово-розничная выставка-ярмарка	Пенза Пензенский ЦНТИ
INTERNATIONAL HOME&HOUSEWARES SHOW 2011	06.03.11–08.03.11
Международная выставка посуды и товаров для дома	Чикаго (США) International Housewares Association
EXPHORECA 2011	10.03.11–12.03.11
Специализированная выставка индустрии гостеприимства	Санкт-Петербург ФАРЭКСПО
«HOUSEWARE EXPO/ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА»	21.03.11–24.03.11
Международная выставка. Посуда, товары для кухни, предметы интерьера, текстиль для дома, осветительные приборы, мелкая бытовая техника и другое	Москва ЦВЗ «МАНЕЖ», ООО «Подарки Экспо»
«ПОДАРКИ». САЛОН «ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА»	21.03.11–24.03.11
Международная выставка. Посуда из фарфора, хрусталя, стекла, серебра, декор стола, столовые приборы, подарки, предметы интерьера и многое другое	Москва ЦВЗ «МАНЕЖ», ООО «Подарки Экспо»
HOUSEHOLD EXPO 2011	05.04.11–08.04.11
Международная специализированная выставка	Москва ООО «МОККА Экспо Групп»
LIFESTYLE VIETNAM	18.04.11–21.04.11
Международная выставка домашнего декора и подарков	Хошимин (Вьетнам) VIETCRAFT
HONG KONG HOUSEWARE FAIR	20.04.11–23.04.11
Одно из самых больших торговых событий, посвященных товарам для дома	Гонконг (Китай) Hong Kong Trade Development Council



Крупнейшая в Азии выставка товаров для дома



Hong Kong Houseware Fair

Гонконгская выставка Товаров для дома

20-23 апреля 2011 • Гонконгский выставочный центр

- Расположение в центре города
- Более 2 100 экспонентов из 32 стран и регионов
- Специальные тематические зоны: Павильон элегантности; Праздничный обед; Экология и жизнь; Ваш дом; Жизнь на открытом воздухе;
- Непревзойденное многообразие зала «В мире животных»
- Проводится одновременно с выставкой домашнего текстиля

www.hktdc.com/ex/hkhousewarefair/03

Программа компенсации затрат на отель в размере HK\$ 2,100 (US\$270) предлагается компаниям, посетившим выставку в первый раз. Обращайтесь в Московское представительство организатора выставки по тел: +7 495 787 98 28 • факс: +7 495 956 05 52 • Email: moscow.consultant@hktdc.org

Официальный перевозчик:



www.hktdc.com



ЭКСПАНСИЯ ЮАНЯ

Аббревиатуру *made in China* мы видим почти на каждом изделии, будь то одежда, сувениры, даже продукты. Посудой из Китая переполнены полки гипермаркетов, завалены рынки, и даже посудные бутики предлагают изделия под известными брендами, но сделанными *made in China*. Хорошо это или плохо – судить участникам рынка. Именно от их мнений мы и отталкиваемся в своих выводах.

С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ... КИТАЙ?

Китай – родина более чем 1 млрд людей, другими словами более шестой части жителей земного шара родились в Поднебесной. А китайская культура – одна из древнейших, так что о глубине истоков жизни на этой территории спорить не приходится.

Но для каждого из нас Китай свой. Например, для кого-то это древняя цивилизация, для другого – целительная китайская медицина. Для всех, кто занимается посудой, это не только великий Китай – родоначальник фарфора, но и многочисленные китайские заводы и дешевые рынки.

Сегодня Китай – это мировая фабрика по производству товаров народного потребления, где наряду с постоянно действующими и хорошо зарекомендовавшими себя предприятиями в большом количестве присутствуют полулегальные компании-производители, зарабатывающие на произ-

водстве и реализации изделий низкого качества. И пока доходы населения невелики, китайская продукция будет пользоваться спросом, несмотря ни на какие барьеры.

Захват рынка товаров народного потребления китайскими компаниями произошел достаточно давно. Впрочем, Европа и страны СНГ пополняют свои рынки китайской продукцией добровольно. Только одни страны регулируют качество поставляемой продукции, а другие нацелены только на сиюминутную прибыль. Низкая себестоимость товаров под лейблом *made in China* привлекает недальновидных закупщиков.

И поэтому для тех, кто только знакомится с рынком товаров для дома, Китай начинается именно с засилья ширпотреба, о масштабах которого жители бывшего СССР даже не могли мечтать.

Экспансию китайской продукции можно проследить на примере развития российского посудного рынка, который за последнее десятилетие практически полностью живет за счет китайского импорта.

КИТАЙСКАЯ ПОСУДА ИЛИ ПОСУДА ИЗ КИТАЯ?

Развитие посудного рынка в России особенно отличается от развития многих других рынков с точки зрения заполнения товарных ниш дешевой китайской продукцией. Все хорошо помнят «китайский фарфор», не имеющих ничего общего с тем фарфором, за рецептом которого до XVII века под страхом смерти охотились шпионы из многих государств. Конечно, сегодня деколи, стирающиеся легким нажатием пальцев, или трещинки на эмали, появляющиеся после недельной эксплуатации, – уже не столь частое явление. Все-таки за 10-15 лет покупатели стали более грамотными. Однако такие показатели, как экологическая безопас-

ность, соответствие требованиям качества и иные эксплуатационные характеристики, зачастую оставляют желать лучшего, особенно в сегменте недорогой посуды: керамической, фарфоровой, эмалированной, стеклянной, антипригарной и др. Например, антипригарное покрытие нередко сползает со сковороды или стирается после нескольких готовок, что делает использование данной сковороды просто невозможным.

Но не все китайское означает – некачественное. Европейские посудные бренды часто размещают в Китае свои производственные цеха и отслеживают качество выпускаемой в них продукции. Такие действия вызваны экономическим фактором: налаживать производство в своей стране и нанимать на работу своих специалистов обходится значительно дороже. Следовательно, стоимость выпускаемых посудных изделий будет выше, равно как и их цена для покупателей. А это означает сужение рынков сбыта, снижение оборачиваемости и, разумеется, сокращение дохода.

В случае если надежный европейский бренд предлагает продукцию, выполненную в Китае, покупатели могут быть спокойны за нее, потому что ответственность за качество этой продукции несут владельцы бренда, а не нанятые работники.

Отличить достойную продукцию от низкосортной очень трудно, но требуются определенные знания и некоторый опыт. Например, изделия, выпускаемые под известным брендом, имеют соответствующую документацию, в которой не скрывается компания-изготовитель. Добросовестный продавец всегда продемонстрирует свои изделия и даст убедиться покупателю в уровне их качества. Кстати, приобретать продукцию на азиатском (китайском) рынке (или привезенную от азиатского производителя), не подержав ее в руках,

крайне рискованно. Фотография на сайте или в интернет-магазине не может отразить уровень исполнения продаваемой продукции.

Важным критерием качества является соответствие санитарным и экологическим нормам. К сожалению, даже опытный глаз не сможет дать ответ на вопрос: является изделие вредным для здоровья или нет? В этом случае можно положиться только на результаты проведенных исследований (экспертизу), которые обязательно отражаются в сопроводительных документах (такие документы выдают уполномоченные организации на основе данных о проведенных исследованиях). Известные марки, дорожащие своей репутацией, всегда продемонстрируют документы, в которых подтверждается безвредность реализуемых изделий.

Иногда в прилагаемой документации присутствует только частичная характеристика продукции. Например, есть сертификат на сковороду, но нет документа, подтверждающего безопасность антипригарного покрытия, хотя это покрытие нанесено непосредственно на внутреннюю часть сковороды и будет контактировать с пищей. Или, например, есть все необходимые бумаги на фарфоровую (стеклянную, керамическую, пластиковую и пр.) посуду, но отсутствует документ, подтверждающий качество нанесенной деколи. Подобные ситуации встречаются и в случаях с эмалированными изделиями. Здесь также необходимо быть уверенным не только в качестве наносимого покрытия (то есть эмали), но и материала, из которого выполнена металлическая основа кастрюли. Малейший скол эмали может привести к контакту пищи с опасным для здоровья металлом (кстати, именно поэтому нельзя пользоваться эмалированной посудой, имеющей сколы).

Десять лет назад закупщики посуды напоминали



торговых челноков, которые закупали продукцию прямо на выставке целыми контейнерами, не боясь брака или боя. Доставленная в Россию продукция распродавалась с хорошим «наваром». В настоящее время такие продажи бессмысленны (в лучшем случае малоэффективны). Покупатели не хотят покупать абы что, даже по самой низкой цене. Теперь на выставках предприниматели предпочитают заключать договоры на размещение заказов (по собственным или выбранным эскизам) или же установку своих производственных линий. Поэтому важно понимать, какая фабрика предлагает услуги и на чей бренд она работает.

НЕ КИТАЙСКИМ МОЖЕТ БЫТЬ ТОЛЬКО БРЕНД

В последнее время мелкие китайские фабрики стараются повысить уровень качества своей продукции. Явный брак, выдаваемый за полноценный товар, может принести только временную выгоду и препятствует установлению долгосрочных взаимоотношений с партнерами. Поэтому дальновидные китайские предприниматели инвестируют немалые средства в развитие своего производства и выпускают более качественную, хотя и более дорогую продукцию. Для того чтобы привлечь покупателей, китайские специалисты часто копируют европейский дизайн и ставят его на поток. Конечно, это откровенный плагиат, с которым сегодня борются добросовестные производители, но, тем не менее, покупателям нравится недорогой обновленный дизайн и они с удовольствием его приобретают. А как известно, если есть спрос, будет и предложение.

При наличии современной техники сфотографировать новинку на крупной выставке не составляет труда, поэтому вскоре после презентации европейскими фирмами своих новинок из Китая завозятся похожие как две капли воды «новинки», только в 2-3 раза дешевле. При близком рассмотрении в них можно заметить некоторые изъяны

или несоответствия с подлинником. Кроме того, они выполнены с нарушением оригинальной технологии, но, учитывая их невысокую цену, покупатели предпочитают не сильно тратиться и покупают по сути клонированный фальсификат.

Засилье такого фальсификата серьезно подорвало доверие покупателей к китайским маркам. Поэтому многие китайские фабрики стали активно работать на так называемый private label. Другими словами, они выполняют заказ российских или зарубежных брендов, маркируя продукцию лейблами своих клиентов. Это позволяет многим известным торговым маркам заказывать «свою» продукцию и после этого причислять себя к разряду производителей, повышая уровень собственного имиджа. Однако качество изготавливаемой продукции не отличается от качества той продукции, которую фабрика выпускала ранее, потому что прежними остались руки (автоматизацию китайских фабрик до сих пор часто заменяют человеческие руки), станки, печи, технологии и пр.

Такая форма сотрудничества существенно отличается от размещения своего производства в Китае извес-

Доллар, евро, юань...

Россия и Поднебесная уже давно обсуждают переход на прямые расчеты в юанях и рублях без конвертации через доллар. Сейчас в 14 приграничных провинциях Китая уже разрешены прямые расчеты в рублях между бизнес-партнерами двух стран.

Кроме того, фондовая биржа (ММВБ) планирует в середине декабря начать торги китайским юанем. Об этом сообщил вице-президент ЗАО «ММВБ» Сергей Савицкий.

– Мы оптимистично смотрим на этот проект: во-первых, мы граничим с Китаем, во-вторых, очевидно, что торговля между нашими странами будет развиваться, особенно после того, как завершится строительство трубопроводов, – подчеркнул вице-президент биржи.

тными мировыми брендами, которые не размещают заказ, а используют только дешевую рабочую силу (а также выгодные условия аренды, меньшую стоимость электроэнергии, менее жесткие требования к загрязнению окружающей среды и пр.) на своем производстве! В первом случае (китайская фабрика + торговый бренд) можно получить коту в мешке, потому что нет гарантии, что китайский производитель достигнет совершенства на своем полукустарном производстве. Во втором случае руководство бренда беспокоится о своем будущем, поскольку их компания занимается в первую очередь не торговлей (дистрибуцией, поставками и пр.), а произ-

водством продукции, которая уже известна на рынке. Потеря репутации для такого производителя грозит полным крахом. В силу этого обстоятельство ни о каком «коте в мешке» не может быть и речи. Руководство известного бренда знает, что получит в итоге на своем производстве, где бы оно ни располагалось. Торговая компания, как правило, работает с разными брендами и в случае потери неудавшегося «своего» одного бренда существенных убытков не потерпит.

Из всего вышесказанного напрашивается вывод.

– Либо мы покупаем достойную посуду по очень высокой цене, изготовленную в Европе (или США). Это, как



Масштабы производства фарфора в Китае впечатляют. Это примерно 70% от общего производства фарфоровых изделий в мире. При этом более 50% всех фарфоровых китайских фабрик сосредоточено в провинции Гуандун, где выпускается более 25% всего фарфора. Только в 2009 году там было произведено более 4 500 млн единиц продукции. Согласно статистическим данным, сегодня в Китае функционирует около 1 700 компаний, занимающихся выпуском фарфоровых изделий. В денежном выражении за 2009 год среднегодовой объем произведенной в Китае фарфоровой продукции составляет около \$16,8 млрд, и подавляющая ее часть экспортируется за рубеж. Доля импорта составляет менее 1%. Средняя экспортная стоимость фарфоровых изделий составляет \$1,07 за 1 кг.

По материалам
China Market Monitor Center

ДОЛЯ КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ФАРФОРА В КИТАЕ

Рейтинг	Компания	Рыночная доля, %
1	Yixing Fine Pottery Co., Ltd.	0,97
2	Shandong Silver Phoenix Co., Ltd.	0,92
3	Guangdong Songfa Ceramics Co., Ltd.	0,85
4	Chaozhou Xinyue Ceramics Co., Ltd.	0,84
5	Jiyuan Jukang Ceramics Co., Ltd.	0,82
6	Hunan Yinhe Porcelain Co., Ltd.	0,79
7	Guangdong Yunyi Ceramics Co., Ltd.	0,76
8	Guangdong Weiye Ceramics Co., Ltd.	0,74
9	Zibo Longdu Ceramics Co., Ltd.	0,71
10	Chaozhou Sanyu Ceramics Co., Ltd.	0,68

правило, только новинки или эксклюзив, который выпускается в небольшом количестве. Данная продукция принадлежит к высокой ценовой категории.

– Либо мы приобретаем достойный бренд, производство которого размещено в одной из стран азиатского содружества (в 90% случаев – это Китай). Как правило, это популярные серии продукции, хорошо зарекомендовавшие себя на мировом рынке. Здесь представлены средняя и выше средней ценовые категории.

– Либо мы экономим и покупаем продукцию под заказанной маркой (tot самый private table). В этом случае сохраняется риск скрытого дефекта. Но заметим, что риск еще не означает 100%-ного прокола. Ряд торговых компаний аккуратно следят за качеством своей

продукции, осуществляют проверки на основных этапах производства и регулярно подтверждают высокое качество предлагаемой от своего имени посуды. Поэтому в данном случае многое зависит от того, насколько хорошо торговая марка зарекомендовала себя на рынке, от уровня покупательского доверия к ней. Товары, принадлежащие к этой группе, относятся к средней ценовой категории (в основном), но также они представляют и низкий ценовой уровень (продукция эконом-класса).

– Либо мы покупаем неизвестную марку. Сюда можно отнести и российского производителя, который выпускает основную продукцию в России, но размещает заказ на аксессуары (крышки, ручки, металлические ободки, подставки, упаковку

и пр.) у малоизвестной азиатской фабрики, тоже в большинстве случаев китайской. Эта группа посудных товаров относится в своем большинстве к дешевой продукции эконом-класса.

Разумеется, в каждом случае имеются исключения, поэтому предложенное разделение описывает только общую структуру товаров, подавляющее число которых изготовлено в Китае.

ЧТО ТАКОЕ ХОРОШО И ЧТО ТАКОЕ ПЛОХО?

Риторический вопрос о вреде или пользе китайской посуды, которая буквально наводнила российский рынок, на протяжении последних нескольких лет серьезно тревожит умы как участников рынка, так и конечных потребителей. Этот вопрос можно рассматривать с разных точек зрения. Во-первых, с точки зрения безопасности для здоровья. Сегодня эта тема интересует абсолютно всех. Во-вторых, с точки зрения развития отечественного производства и с точки зрения будущих продаж на российском рынке. Дело в том, что в ряде случаев потоки китайской посуды замораживают выпуск аналогичной посуды на российских предприятиях (часть из которых является градообразующими). Российские фабрики и заводы не в состоянии выпускать конкурентоспособную посуду или посуду по выгодным ценам, поэтому поставщики предпочитают сотрудничать с китайскими производителями, которые предлагают более выгодные условия и аккуратно исполняют взятые на себя обязательства (как минимум по конкретному заказу). При этом китайский опыт является стимулом для развития собственного производства, которое в ряде случаев по смешным обстоятельствам вынуждено предлагать завышенные цены. Кроме того, отечественные производители могут работать с китайскими производителями, создавая возможности для функционирования совмес-

тных предприятий. Пока так взаимодействуют только несколько российских предприятий.

Что касается темы экологии, то здесь тоже неоднозначная ситуация. Посуда, прошедшая сертификацию по экологическим нормам и доставленная на российский рынок, зачастую избавляет нашу страну от экологически грязных и вредных производств, которые размещены в Китае... Скорее всего, как только Китай достигнет очередной ступени своего развития, он перенесет эти предприятия в другие регионы, подальше от своих населенных пунктов, а может быть, вообще на территорию соседей. Но это уже другая тема. А пока для нас главное, чтобы посуда, привозимая из Китая, отвечала всем требованиям экологической безопасности.

КАКОЙ ВЫХОД?

В любом случае нельзя воспринимать экспансию китайской посуды как игру в одни ворота. Российских предпринимателей не принуждают обогащаться за счет привлекательных коммерческих предложений, исходящих из Китая, и безграмотности подавляющей части конечных покупателей в России. Если мы находим возможности для грубых спекуляций, мы осознаем всю степень ответственности и вероятные последствия, даже если не желаем себе в этом признаваться. Китайских предпринимателей в этом случае тоже нельзя винить за поставки некачественного фарфора или металлической посуды, у которой отваливаются припаянные ручки...

Сейчас настал тот момент, когда следует объединять усилия торгового и производственного секторов вне зависимости от их местонахождения с целью долгосрочного сотрудничества, которое невозможно без заботы о конечных покупателях и развития государственной экономики в целом.





7-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

МОСКВА, «КРОКУС ЭКСПО»

5-8 АПРЕЛЯ 2011

ВЕСНА

ПРОГРАММА ДЕЛОВОГО ФОРУМА **СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА В 2011 ГОДУ**

5 АПРЕЛЯ

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ-ПОСТАВЩИК-РИТЕЙЛЕР СТРАТЕГИЯ ЭФФЕКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

- Конференция и круглый стол Ассоциации производителей посуды
- Программа семинаров и мастер-классов от компании Супер-розница

6 АПРЕЛЯ

ОТКРЫВАЕМ НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИНТЕРЕСНЫЕ ИДЕИ

- Ежегодная международная премия в области товаров для дома «HouseHold Expo – Новинка-2011»
- Награждение победителей Ежегодной международной премии в области товаров для дома «HouseHold Expo – Новинка-2011»

7 АПРЕЛЯ

СЕКРЕТЫ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ — КАК СОБЛАЗНИТЬ ПОКУПАТЕЛЯ

- «Работа с торговым пространством DIY-магазина: интересы ритейлера, возможности производителя и дистрибутора»
- Мастер-классы по созданию привлекательного имиджа отделов товаров для дома в магазинах от победителей конкурса «Лучшее оформление отдела товаров для дома» осени 2010 года
- Консультации по дизайну и художественному оформлению ведущих дизайнеров международного класса
- Конкурс «Лучшее оформление отдела посуды, света, текстиля, сувениров и подарков»

8 АПРЕЛЯ

ЛОГИСТИКА И СКЛАДИРОВАНИЕ

- Семинар «Снижение затрат на складе»
- Специальная сессия: Новости таможенного законодательства

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

- СУПЕР-ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОСУДНАЯ МОДА
«ОТДЫХ НА ПРИРОДЕ — СТИЛЬНЫЙ ПИКНИК»
 - Демонстрационная дизайнерская экспозиция
 - Ежедневные дефиле «Fashion на природе»
 - Кулинарный клуб «Эволюция удовольствия»
- НОВЫЙ ПРОЕКТ **«ЯРКИЕ ИДЕИ ДЛЯ КУХНИ»**
- **«INTERNATIONAL DAY»**
Презентации иностранных экспозиций.
Новые бренды ранее не представленные в России.
- ЦЕНТР БИЗНЕС КОНТАКТОВ
«ПРОИЗВОДИТЕЛЬ-ЗАКУПЩИК»



**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

СТОЛОВАЯ ПОСУДА, КУХНЯ

ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ

ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ

ЗАГОРОДНЫЙ ДОМ

ТЕКСТИЛЬ, СВЕТ

Организаторы: «МОККА Экспо Групп», ГК «Майер Джей Групп»

Под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, Правительства Москвы

Генеральный информационный партнер: Журнал «Посуда»,
Официальный информационный партнер: «HT.Retail.News»,
Информационный партнер в секторе HoReCa: журнал «Ресторатор»,
Информационный партнер: posudka.ru.

115093 Москва,
ул. Люсиновская, д. 36, стр. 1
тел.: +7 (495) 363-50-32
+7 (495) 363-50-33
WWW.HHEXPO.RU
E-mail: info@hhexpo.ru

ТЕНДЕНЦИИ ФОРМЫ И ЦВЕТА — 2011

Жизнь обитателя мегаполиса соткана из самых разных элементов, навеянных всевозможными традициями. Здесь и ароматы духов, и детали одежды, и кулинарное искусство, и предметы интерьера, и конечно же посуда. Прошлое и настоящее, классика и современность, Восток и Запад — все смешалось в нашей жизни. Нет единого, главенствующего стиля, диктующего определенные формы и пропорции предметов. С завидной последовательностью дизайнеры предлагают смешение форм, размеров и оттенков. Часть модных идей — это новый взгляд на классические или просто известные стили, цветовые сочетания и рисунки. Но именно этот новый взгляд делает их актуальными для современного, модного интерьера.



Начало года — самое подходящее время поговорить о посудной моде, ведь знание модных тенденций позволит правильно ориентироваться не только в ценовом диапазоне, но и в многообразии коллекций и дизайнерских решений. Правильная закупка товара играет ключевую роль в торговом бизнесе.

Чтобы подробно осветить для вас эту интересную тему, пришлось обратиться к ведущим специалистам рынка, которые диктуют посудную моду, выпуская новые коллекции к каждому сезону.

По стилевым направлениям в дизайне четко выделось три основных направления: посуда в классическом стиле, этническая и современная посуда в стиле «минималистский хай-тек». Посуда в классическом стиле подходит для любого интерьера, этническая — больше для любителей яркого, смелого дизайна и юго-восточной кухни, посуда в стиле минимализма идеально смотрится в современном интерьере. Но независимо от общей концепции использования посуда выступает как инструмент единого сти-

ля, соединяющего различные элементы дизайна.

Фантазия разработчиков поистине не знает границ: яркие и захватывающие мотивы переносят нас в африканское сафари, соусники и чаши приобретают самые удивительные рисунки и конфигурации. Стекло и фарфор смело сочетаются в пределах одного сервиза — подставка под второе блюдо из фактурного стекла плюс та-

релка из высококлассного фарфора.

Сервировка в современном интерьере играет важную роль. И все большее число людей, которые хотят сделать свой дом не только уютным, но еще и модным, следят за тенденциями посудной индустрии. Приглашая гостей на патио, радушная хозяйка ставит на стол не только вкусную еду, но и оформляет его красиво и элегантно.





ТРЕНД №3

ТРЕНД №4: МИНИМАЛИЗМ В ОТТЕНКАХ

Белые, серые, тарелки приглушенных тонов со сложной фактурой и без рисунка наборы прекрасно смотрятся на льняных скатертях, отмечая элегантность и стильный шик хозяев.

От минимализма – предельно простые формы и квадратные тарелки. В паре может быть посуда одного тона, но разной фактуры. Несколько тарелок одинаковой формы и одна отличная от классического представлений тарелка, которая создаст за столом атмосферу модно-го стиля и изысканности.

Продолжается популяризация классического милого мелкого цветочного орнамента на изделиях. Возрастающей популярностью стала пользоваться продукция из керамики: по мнению некоторых участников рынка, он перенасыщен стеклом, а по-настоящему качественной

Законодателями стильной сервировки, несомненно, остаются французы. Ведь у французов, известных во всем мире как нация гурманов и эстетов, сервировка имеет особо элегантное название – art de la table (искусство стола). Кроме того, Франция – бесспорный законодатель мод, причем не только в одежде и парфюме, но и в интерьере. А сервировку французы считают его неотъемлемой деталью. И если вы желаете обновить «парк» своей посуды к Новому году, смотрите, что интересно и модно и подходит к вашему внутреннему состоянию и настроению.

ТРЕНД №1: ПРИРОДНЫЕ МОТИВЫ

Продолжается тема натуральных, «экологичных» оттенков в посуде. Эта тема уже несколько лет подряд является актуальной в развитии модных тенденций. Тонкий рисунок листьев или цветов ненавязчиво виден по ободку тарелки, унося нас на природу, к тишине и покою лесов и полей. Такая посуда особенно уместна в сочетании с ней-

ТРЕНД №4



тральными оттенками столового текстиля или натуральной текстурой стола.

ТРЕНД №2: ФИЕСТА В ТРОПИКАХ

Для любителей индийской и восточной кухни подойдут яркие, неоновые тона. Множество контрастных оттенков и форм зажгут африканской страстью и поднимут аппетит. Фон стола может быть как нейтральным белым, так и ярким – в тон одному из оттенков по-

суды. Оригинально сочетание с цветным глянцем столешницы.

ТРЕНД №3: РОМАНТИЧЕСКАЯ ПАСТЕЛЬ

Свежестью выделяется посуда из полупрозрачного стекла и фарфора пастельных тонов. Нежные оттенки бледно-розового, небесно-голубого и ванильно-желтого особенно эффектно смотрятся на сервированном столе.

керамики мало. Стелянная и хрустальная посуда, тем не менее, по-прежнему популярна, особенно со стильными рисунками или накладками. Сохраняется тенденция спроса на оригинальную, нестандартную продукцию: популярна посуда необычных форм и ярких цветов, с разнообразными причудливыми рисунками.

Насколько прогноз участников рынка оправдан, покажет время.

С НОВЫМ ГОДОМ, ГОСПОДА!



КОНКУРЕНТЫ МОГУТ ОТОБРАТЬ РЫНОК

Новая посуда – новые правила игры!

Made in
FANTASTISH!

Все мы живем в эпоху стремительных перемен. Передовые технологии активно внедряются в наш быт и порой просто переворачивают наше представление о жизни. Одним из результатов принципиально нового метода производства кухонной и столовой посуды являются изделия НПО «Санокон». Пожалуй, на сегодня это первый беспрецедентный случай совершенно нового подхода не просто к посуде, а к кухне и застолью вообще. Многим российским и зарубежным компаниям стоит серьезно призадуматься о своем будущем на рынке с появлением такого конкурента.

Мы совершенствуем фарфоровую и стеклянную массы, предлагаем новейшие антипригарные покрытия, покрываем посуду антибактериальными составами. Но при этом все равно подавляющее число хозяек продолжают стоять у плиты целый день, чтобы приготовить по-настоящему сытный и вкусный обед или ужин. Как избавить себя и своих родственниц от этого нудного кухонного процесса?

С этим вопросом мы вошли в двери **научно-производственного объединения «Санокон»**. Нас встретил **Анатолий Александрович Ланегин**, потомственный органик, доктор технических наук, профессор, а также преподаватель, с которым мы познакомились на недавно прошедшей в столице выставке «Новое поколение – иные измерения».

После быстрого «Здравствуйте!» первый вопрос:

– **Удалось ли реализовать проект «Лирта-107»?**

Забегая вперед, следует сказать, что последние три месяца НПО «Санокон» занималось воплощением идеи нанесения многослойного особо эластичного и прочного полимерного покрытия, позволяющего избавиться от привычного мытья столовой посуды после еды.

И вот, оказывается, два дня назад были изготовлены пробные партии такой посуды. Уже три магазина (один – в Москве и два – в Московской области) сделали заказ на небольшие партии чудо-изделия.

– **Анатолий Александрович, ваше предприятие уже более 10 лет разрабатывает новую продукцию, о которой невозможно прочитать даже в фантастических произведениях. И только недавно вы стали демонстрировать свои результаты. Что мешало вам выходить на рынок со сво-**

ей продукцией раньше?

– Элементарная забота о собственном будущем. Сегодня для изготовления нового домашнего товара требуется в среднем 1-3 месяца. А вот на реализацию некоей идеи в экспериментальном центре времени уходит куда больше. Благодаря хватким конкурентам мы бы просто потерялись во множестве «новинок» от компаний, условно говоря, предлагающих привычные предметы в лучшем исполнении.

Изначально перед нами ставилась задача осуществить прорыв в области предметов домашней утвари. Без определенной доли секретности об этом не могло быть и речи! Сегодня мы считаем свою задачу выполненной. Нашим объединением созданы сотни изделий, позволяющие полностью заменить существующий мир кухонной и столовой утвари на принципиально новый. Это все равно что сравнивать типичную домашнюю обстановку с довоенной. Чувствуете разницу? Тогда можете себе представить, как будет выглядеть ваш дом изнутри завтра. И теперь мы можем это продемонстрировать.

– **В какой степени изменится внешний облик столовой и кухонной посуды?**

– Благодаря нашим разработкам новый вид кухонных инструментов и посуды может вытеснить практически всю посуду, которой мы пользуемся сегодня. Но это не означает, что привычные кухонные кастрюли или тарелки больше не будут использоваться. Рынок этих посудных изделий остается, развивается параллельно и сохраняет свое значение, правда с функциональной точки зрения прежняя посуда будет менее востребованной.

– **Чем же таким особен-**

ным обладает ваша посуда? Если возможно, расскажите о новинке с проектным названием «Лирта». Насколько нам известно, вы создали поистине уникальную посуду.

– Сделаю уточнение: не «Лирта», а «Лирта-107». Число показывает количество испытаний на последнем этапе своего рождения. Дело в том, что мы проводим внушительное количество исследований нашей продукции, проверяя ее не только на физические или химические нагрузки, но и на соответствие санитарным и экологическим нормам. Буквы в проектном названии дублируют первые буквы фамилий пяти талантливых исследователей и создателей данной посуды. Разумеется, в магазинах товар появится под другим именем.

Вообще этот проект далеко не самый «громкий», образно выражаясь. Вы имеете некоторую основу – например, жесткую конструкцию, по форме ничем не отличающуюся от обычной тарелки или миски. На эту основу нанесено примерно три десятка сверхтонких пленок, обладающих высокой эластичностью и внушительной прочностью. После еды вместо того, чтобы мыть такую тарелку, вы одним движением снимаете верхнюю пленку (ее выбрасывают) – и имеете абсолютно чистую тарелку. На самом деле ничего сложного. Гораздо сложнее было создать небольшой агрегат для закрепления новых пленок вместо израсходованных в домашних условиях. Это своего рода аналог привычной моющей машины. Только ей пользуются значительно реже и вместо отмывания посуды она ее просто обновляет.

– **С какими еще новинками вы можете познакомить наших читателей?**

– Мы можем пройти в сле-



дующий зал (зал новинок), и я покажу несколько изделий, заказы на которые уже разместили некоторые торговые компании. Единственное условие – это не пользоваться фотоаппаратом. Все новинки, которые начнут поступать в продажу уже в будущем году, можно будет увидеть своими глазами совсем скоро – на выставке «Российские товары XXI века», в самом крупном павильоне, посвященном последним инновационным разработкам.

...Пройдя через систему контроля и оставив в камере хранения сумку с диктофоном, фотоаппаратом и прочими атрибутами журналиста, мы заходим в небольшую комнату с приятным освещением. Постояв перед стеклянной дверью около минуты, заходим во внутрь, а точнее... в другой мир. Нет привычных стен, окон или потолка. Ощущение, что вы не внутри, а снаружи в таком месте, где стоит прекрасная солнечная погода, легко дышится (как в горах) и, может быть, совсем рядом расположено озеро или даже море...

На самом деле это лишь ощущение и постепенно видишь и стены, и потолок. Но все искусно декорировано, сопровождается очень грамотной подсветкой, струящейся не из привычных светильников, а как будто изнутри.

К сожалению, время ограничено, и мы подходим к кухонной зоне. Никогда бы не подумал, что несколько больших кубиков, напоминающих по размеру коробки от крупной бытовой техники, – это кухня будущего...

– Анатолий Александрович, вы обещали показать кухню. Но я не вижу ни плиты, ни раковины, ни всего остального...

– Кухня будущего состоит из набора модулей, каждый из которых раскрывается только при необходимости. Это очень удобно. Во-первых, сокращает время на уборку и уход, во-вторых, можно менять местоположение, например, раковины или стола.

Профессор берет в руки пульт – и на глазах из кубика разворачивается столик, под

которым видны технические агрегаты. Здесь расположены «мозг», электропитание и двигатели. За этим столом также можно пообедать. Еще одно нажатие кнопки – и рядом раскрывается другой кубик. Это кухонная плита в виде плоской панели, которая может менять высоту (расстояние от пола). Следующий кубик – раковина, под которой расположены стационарный фильтр для воды, измельчитель, обеззараживатель, блок автоматического изменения напора воды в кране с сенсором, а также диспенсер для автоматического дозирования моющих средств и пр. Все это пригодится людям предпочитающим использование классической посуды. У блока с раковиной раскрываются только верхние створки, использованная посуда складывается внутрь. Кран с водой также выезжает, но представителями современного поколения будет использоваться скорее только для того, чтобы ополоснуть руки перед едой. Мойка посуды вообще может осуществляться безводным способом. Но об этом в другой раз.

Вообще, рассказать обо всем сразу нет возможности. Поэтому вернемся к теме посудных новинок.

– А где же кухонная утварь? Вы обещали познакомить меня с некоторыми новинками.

– Пожалуйста. Вот возьмем сковородку нового поколения. В ней можно готовить и на любой из существующих видов плит (Анатолий Александрович достает из очередного кубика сковородку). На первый взгляд это обычная сковородка с обычным антипригарным покрытием. Но на деле это не совсем так. Ее конек – это как раз покрытие. Вы можете видеть полуфабрикат (перед моими глазами появляется новая сковородка). Потрогайте ее изнутри.

– Ой, она совсем не гладкая, вся шероховатая, как напильник!

– Вот именно!

– Но на такой поверхности будет все пригорать.

– А вот и нет. Мы заливаем

неровности специальным безвредным гелем, напоминающим после высыхания стандартную эмаль (я трогаю первую сковородку: она идеально гладкая). При нагревании на конфорке эмаль становится еще более твердой и гладкой, что увеличивает коэффициент скольжения по сравнению с обычным состоянием в 5-7 раз. Для условного сравнения можно привести пример с водой, которая при замерзании превращается в лед, точнее скользкий лед. В нашем случае «лед» образуется при нагревании. Чем сильнее нагрел сковородку, тем тверже и прочнее покрытие. Срок жизни такой сковороды – не менее 25 лет даже при ежедневном использовании. Кстати, благодаря составу гелевого покрытия мытье сковородки происходит сухим способом, то есть за счет потока специального света, разлагающего остатки пищи. Это происходит в специальной посудомойке или в раковине, где опция мытья в упрощенном виде встроена в раковину. В результате такого «мытья» на посуде не остается никаких следов пищи, посуда всегда как будто только купленная!

Еще одна новинка. Профессор протягивает мне стеклянный стакан объемом примерно 250 мл.

– Вы можете налить в этот стакан воды (я наливаю). Теперь поставьте вот сюда. Засекайте время.

Через 7-8 секунд вода в стакане забурилась, то есть закипела.

– Так быстро?

– Это благодаря особому стеклу, оно усиливает волны (которые применяются в микроволновой печи) и нагрев содержимого происходит гораздо быстрее, чем в привычной микроволновке.

А вот еще вариант применения стекла, правда с другими свойствами (теперь перед моими глазами возникает кухонный нож среднего размера). Лезвие ножа выполнено из специального стеклянного сплава... По сравнению с сегодняшними керамическими ножами такой нож не требует заточки 7-10 лет.

Но все это только цветочки. Дальше можно было только охоть, видя, как продукты самостоятельно превращаются в готовые блюда на тарелочке. При этом умная кухня работает с натуральными продуктами, а не полуфабрикатами.

Благодаря чудо-кухне кастрюлька с супом или сотейник с тушеным мясом самостоятельно могут переливать или переключать готовое блюдо в емкость для хранения и автоматически отправлять его в холодильник. После этого посуда моется и сушится, разумеется, тоже автоматически.

Правда, все это рассчитано на ретроградов. Поколение next не станет задумываться о таких сложностях, как форма кастрюли или высота бортиков у сотейника. Посуда будущего вообще примет иной вид. Кастрюльки, сотейники и сковородки превратятся в специальные емкости, подходящие для гнезд нагревательного агрегата. Исходя из параметров оборудования будет определяться толщина стенок и объем посуды. Но все это тоже мало кому интересно, потому что кухня будущего будет обязательно комплектоваться всей необходимой посудой, в частности кухонной. Если когда и придется что-то заменить, то можно просто обменять в сервисном центре старый «кубик» на новый – и все! И расходуй время на учебу, искусство, новые изобретения и развитие собственных способностей, которые пригодятся следующим поколениям.

Мы с удовольствием продолжим начатую тему в одном из ближайших номеров. Правда теперь это произойдет после выставки «Российские товары XXI века», на которой мы всем рекомендуем побывать. А если не удастся, главное верить, что фантазия, которой является данная статья (все имена и названия – вымышленные), может стать реальностью. И надо торопиться осваивать рынок, пока ваше место не заняли конкуренты.



КАК ПОВЛИЯТЬ НА ПОКУПАТЕЛЯ?

Каждый продавец мечтает повысить число своих продаж. Что для этого нужно? Во-первых, понимать, что хочет покупатель, а во-вторых, лучше представлять себе процесс принятия покупателем решения о покупке. Именно на втором этапе продавец может проявить все тонкости своего ремесла и помочь покупателю совершить выгодную покупку.

Опытный продавец сразу отличает реального покупателя от человека зашедшего в магазин между делом и решившего узнать о каком-либо товаре так... на всякий случай. Поэтому всю свою энергию продавец расходует на того, кто пришел с твер-



дым намерением купить. Однако, если покупателю что-либо не понравится, он развернется и направится в другой магазин. Как удержать привередливого покупателя?

Разумеется, к каждому человеку требуется свой подход. Подобрать «ключик» к еще незнакомому покупателю – целое искусство. Обычно продавец начинает свое общение с общих вопросов: «что нужно?», «для каких целей?» и пр. Затем старается предложить либо тот товар, который ищет покупатель, либо альтернативный, максимально отвечающий требованиям покупателя (из всего того, что имеется в наличии). Однако современная торговля не может останавливаться только на «стандартном сервисе».

Продавцу важно не только заинтересовать клиента интересной моделью или коллекцией, но и вызвать у него желание купить товар именно в данном магазине. А для этого необходимо понимать, из каких этапов состоит процесс принятия решения о покупке, и знать способы влияния на покупателя, учитывая, что торговля не завершается только одной сделкой и опытный продавец всегда задумывается о том, что будет после приобретения его товара.

По мнению психологов, процесс принятия решения состоит из пяти этапов:

ВОЗНИКНОВЕНИЕ
ЖЕЛАНИЯ

СБОР ИНФОРМАЦИИ

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ
(ОБРАБОТКА ДАННЫХ,
ВЫБОР МАРКИ И
МОДЕЛИ)

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ

ВПЕЧАТЛЕНИЕ
ОТ ПРИОБРЕТЕННОГО
ТОВАРА

Итак, начнем с **желания**. Как правило, такие желания возникают спонтанно. Например, потенциальный покупатель увидел рекламу товара, и она зацепила его воображение настолько, что он захотел его получить...

Следующим шагом будет стрем-

ление потенциального покупателя узнать о будущей покупке как можно больше информации.

Единственное исключение, вынуждающее отложить покупку, а может и забыть о ней вовсе – отсутствие денежных средств. Но в сфере товаров для дома, в частности посуды, продукцию, которую нет возможности купить, встречается редко (премиум класс не обсуждаем). Будем отталкиваться от того, что покупатель в состоянии приобрести понравившийся товар, но пока не знает, где и как его можно купить. Его действия направлены на изучение:

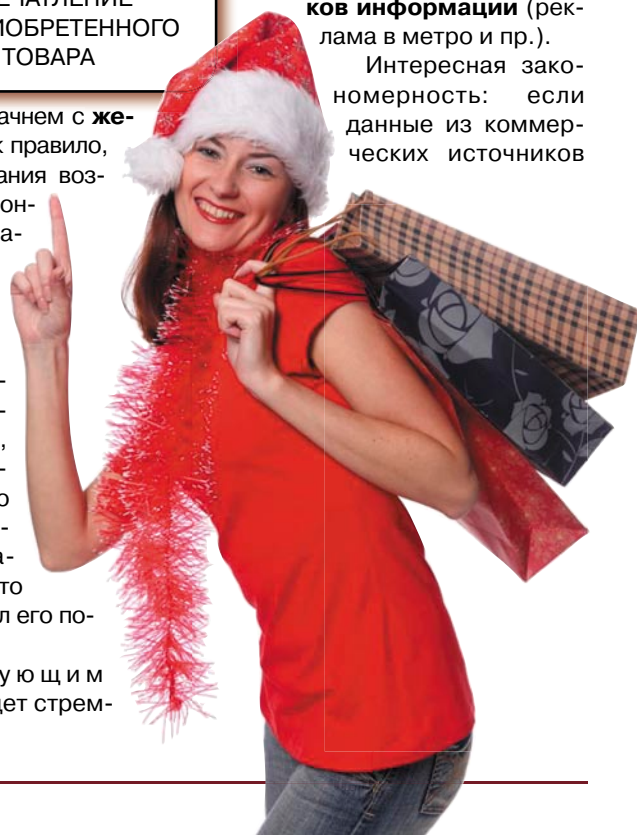
- **личных источников информации** (члены семьи, родственники, друзья, приятели, коллеги по работе и пр.);

- **специализированных коммерческих источников информации** (рекламные буклеты, статьи, контент на сайтах или ролики на телевидении);

- **общедоступных источников информации** (всевозможные СМИ, например газеты, журналы для широкого круга читателей);

- **случайных источников информации** (реклама в метро и пр.).

Интересная закономерность: если данные из коммерческих источников





являются просто характеристикой товара, то все, что удастся узнать от друзей и знакомых, является авторитетным мнением. Исходя из этого, продавец должен понимать важность своего перехода в разряд условных временных приятелей. В рамках своего отдела или магазина продавец обязан стать другом покупателю, завоевать его доверие, потому что таким образом он имеет больше шансов заработать на продаже.

Благодаря полученным знаниям осведомленность покупателя о планируемой покупке значительно расширяется. Это как раз тот момент, когда покупатель колеблется в принятии решения.

Трудностям выбора способствует неизбежная группировка изучаемой продукции. В сознании покупателя формируются две группы. В первую входит вся информация о коллекциях (единичных предметах посуды). Во вторую группу входит только то, что заслуживает внимания (исходя из набора постоянных качеств: бренд, цена, дизайн, страна-изготовитель и пр.). Вторая группа, разумеется, меньше, и именно из нее выбирается покупаемый в дальнейшем товар.

Для продавца очень важно понять, что именно помогло покупателю определиться с выбором покупки. Этот источник – прямое свидетельство того, что именно в нем нужно развивать рекламную

деятельность.

Третий шаг – **анализ полученных знаний.**

Довольно часто получение и обработка информации происходят практически одновременно (вот где продавец может склонить покупателя к той или иной покупке!). В этом случае все происходит в магазине. Речь идет об импульсной покупке, кстати, в последнее время довольно часто встречающемся явлении на рынке домашней утвари.

Продавец без особых усилий может подтолкнуть покупателя к совершению покупки. Прежде всего это возможно в силу того, что продавцу не сложно выстроить логическую цепочку, в которой он отразит не только

преимущества продаваемой посуды, но и убедит покупателя в необходимости совершаемой покупки, причем именно здесь и сейчас!

На основании проведенного маркетингового исследования (ни больше ни меньше!), а также выполнив немалую аналитическую работу покупатель формулирует для себя окончательное решение по покупке выбранного товара, которое в самый короткий срок находит свое воплощение.

Продавец просто обязан понять, на каком этапе своего мыслительного процесса покупатель пришел в магазин. Для этого достаточно задать несколько ненавязчивых вопросов. Далее следует подключаться к обсуждению покупки, уже исходя из той информационной платформы, на которой стоит покупатель.

Это позволяет продавцу своевременно подчеркнуть выгодные достоинства одной коллекции и грамотно указать на очевидные недостатки другой.

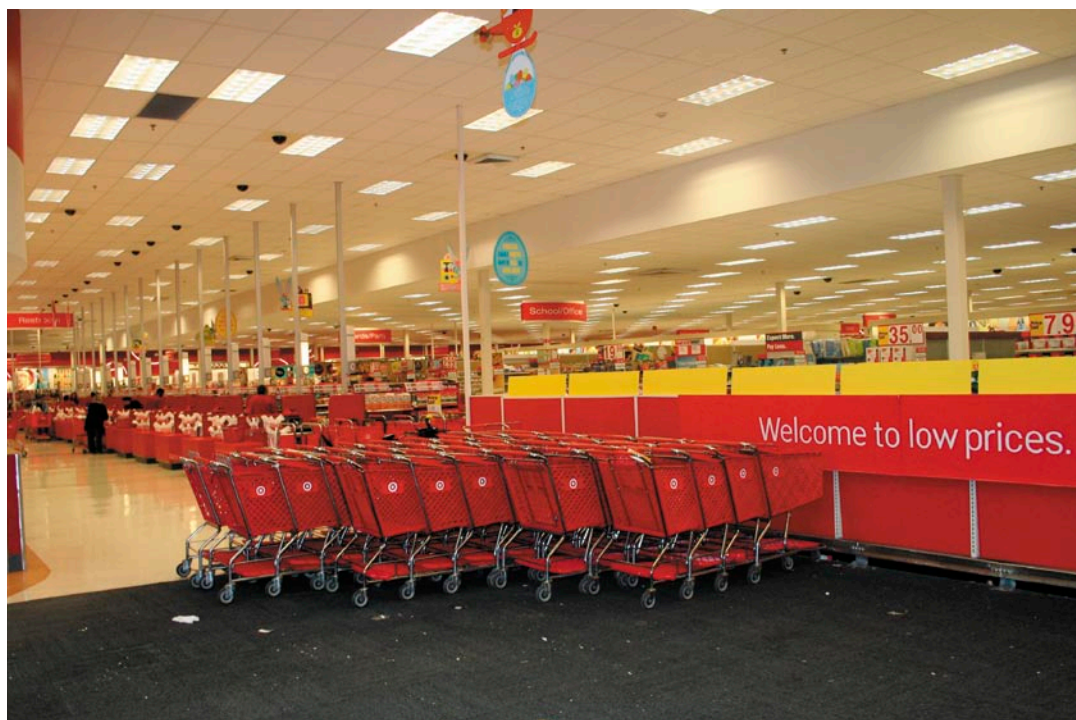
Важно также понимать, что приобретение посуды во многом основано на внутренних представлениях о красивом, стильном, удобном и пр. И здесь продавец также обязан учитывать настроение покупателя и понимать его вкусовые предпочтения.

Нужно предоставить поку-

пателю возможность подержать в руках приобретаемую посуду, продемонстрировать ему эстетические качества изделий и по возможности документы, подтверждающие соответствие принятым нормам и стандартам качества.

Но вот **покупка совершена!** Покупатель приходит домой с желанием поскорее насладиться купленной посудой. Внимание! Работа продавца не заканчивается подведением покупателя к кассе! Продавец должен быть уверен в том, что покупатель купил действительно то, что ему хотелось. Другими словами, благоприятное **впечатление, вынесенное из магазина**, должно сохраняться на протяжении длительного периода времени. Иначе покупатель больше никогда не вернется в ваш магазин или будет общаться с другим продавцом в соседнем магазине.

Перечисленные этапы могут быть слиты воедино или, наоборот, растянуты во времени и иметь множество подпунктов. Однако схема работает. Пусть не всегда очевидно, что покупатель проходит какой-то из этапов, но согласно общим законам рынка это происходит. Из этого следует, что принятие решения о покупке во многом зависит непосредственно от профессионализма продавца.



«АНТИПРИГАРНАЯ» РАЗБОРКА

О роли безопасных антипригарных покрытий в жизни продавцов и покупателей

Сегодня достаточно много внимания уделяется экологии. Пожалуй, эта тема наиболее обсуждаема в настоящее время на рынке. В связи с этим интересно понять, что ставится во главу угла: экологическая составляющая или дополнительный инструмент увеличения продаж?

КАКИЕ ПОКРЫТИЯ БЫВАЮТ И В ЧЕМ ИХ РАЗЛИЧИЕ

Посуда с антипригарным покрытием – продукт высоких технологий. Сначала антипригарные покрытия использовались лишь в военной, авиационной и космической промышленности. Теперь же антипригарная посуда –

неотъемлемый атрибут любой кухни. Первая антипригарная посуда была несовершенной, покрытие легко повреждалось металлическими предметами и не выносило чрезмерного нагрева. С тех пор прогресс шагнул далеко вперед, и современная посуда лишена этих недостатков.

К сожалению, пропаганда здорового образа жизни в России традиционно принимает довольно причудливую форму. В отличие от Минздрава, который «Предупреждает...», инициатива сменить старую сковороду на новую, безопасную исходила от торгового представителя, а не от независимого государственного органа, заботящегося о здоровье нации.

В США к 2015 году производство покрытий с использованием PFOA должно быть прекращено.

В первое время обличительные проверки вызвали бурю эмоций и даже грозили переделом рынка. Затем, по прошествии бесчисленных обвинений, оправданий, нападений и реваншей, компании-производители стали заменять свой ассортимент и теперь практически все без исключения предлагают экологически безопасную антипригарную утварь.

Неужели мы на самом деле использовали вредную для здоровья посуду? Возможно, что именно так



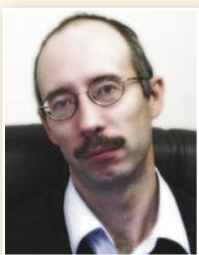
оно и было. Дать на 100% утвердительный ответ нельзя. Дело в том, что проведенные экспертные проверки доказали выделение канцерогенов в результате использования антипригарной посуды в случае ее неправильной эксплуатации. Помимо этого были выявлены десятки некачественных, низкосортных покрытий или покрытий, нанесенных с нарушением технологии, привезенных недобросовестными закупщиками в основном с рынков Юго-Восточной Азии. Но это уже другая история.

Стоит вспомнить, что основой чуть ли не всех антипригарных покрытий является политетрафторэтилен (PTFE). Если это покрытие нагреть более чем до 260 °С, из него выделяются различные химические соединения, большинство из которых, по мнению ряда экспертов, являются токсичными.

Еще некоторое время назад чаши весов о вреде

изделий с PTFE-покрытиями колебались то в сторону безопасности, то в сторону токсичности. Теперь сомнения отпадают. Почти все лидирующие бренды заявляют о переходе на антипригарные покрытия, в производстве которых не используется перфтороктановая кислота (ее применение в десятки раз удешевляло процесс производства).

Известным сегодня безвредным антипригарным покрытием стало так называемое керамическое покрытие, способное выдерживать температуру нагрева более 400 °С (многие бренды заявляют о своем собственном покрытии, но все они в своей основе имеют керамику). Кроме того, считается, что такое покрытие даже при очень высоких температурах сохраняет свою инертность, то есть не выделяет никаких веществ, – этим гарантируется безопасность покрытия для здоровья человека.



МНЕНИЕ

Алексей Новиков, коммерческий директор интернет-магазина Povarprofi.ru

Наверное, тенденция «озеленения» (применение значка экологически чистой посуды) антипригарных покрытий концептуально верна, но при этом необходимо помнить, что любое покрытие – это сложное химическое соединение и каждое покрытие со временем изнашивается и попадает в пищу вне зависимости от степени нагрева.

Еще один момент. Упоминаемый многими вредный «Тефлон» начал испускать вредные вещества при нагреве до температуры более 260 °С, но обеспечить такую температуру в бытовых условиях не просто, хотя, если задаться целью, возможно. Кстати, по российским ГОСТам, рабочая температура для обычной стальной кастрюльки или сковороды без какого-либо покрытия составляет 180 °С. Так что все познается в сравнении.

КОМУ ЭТО ВЫГОДНО?

Главное, покупателям, которые заботятся о своем здоровье и обладают повышенными эстетическими потребностями, ведь невольно покупатель меняет старую некрасивую посуду на новую стильную безопасную. К сожалению, цены на такие покрытия пока не совсем демократичны.

Компаниям, которые выводят на рынок новые марки покрытий, получают и солидную долю рынка и прибыли от продаж. Естественно, покупатель не хочет вредить своему здоровью (для этого хватает сигарет, алкоголя, ГМО, мяса с гормонами и ядовитой окружающей среды), поэтому отдает предпочтение новым разработкам и коллекциям антипригарной посуды.

В-третьих, известным брендам, предлагающим безопасные покрытия. Они еще более укрепляют позиции своей марки.

ПЕРЕЖДАТЬ ИЛИ ПОКУПАТЬ?

Посуда с антипригарным покрытием является одним из самых быстрорастущих в последнее десятилетие сегментов рынка посуды. Практичность, функциональность и удобство в использовании делают ее популярной как сре-

ди профессионалов, так и среди любителей.

Не секрет, что технологии развиваются. На рынок постоянно выводятся новые торговые марки со своими отличительными особенностями. Рост рынка позволяет развиваться как внутреннему российскому производству, так и импорту антипригарной продукции. В скором будущем на смену сегодняшним покрытиям придут другие, возможно еще более безвредные и еще более стойкие к истиранию. Может, подождать?

Не стоит. Во-первых, старую сковороду в хорошем состоянии найти не просто, во-вторых, современная кухня уже «заточена» под новый дизайн. Например, стеклокерамическая плита не потерпит грубого дна старой сковороды, а оно оставляет на ней царапины, да и не впишется чугун 50-60-х в современный интерьер. Что касается современных изделий из чугуна, то их стоимость колеблется в пределах 2,5-4 тыс. руб. за штуку. Не каждый может себе позволить такую роскошь. Современная антипригарная сковорода с безвредным покрытием обойдется в 1-3 тыс. руб. (круг потенциальных покупателей заметно расширился).

Еще совет: выбирать антипригарную посуду нужно тщательно, избегая

дешевых и небезопасных для здоровья подделок. Лучше остановить свой выбор на посуде от известных и надежных производителей.

В итоге наше потребительское предпочтение уже сформировано. Покупатели беспокоятся о своем здоровье в пределах своих финансовых возможностей.

Не хотелось бы, чтобы у читателей возникло ощущение того, что все, что продается, – вредно и опасно. Но прежде чем каждый из нас будет размышлять о покупке посуды, пусть подумает, кому он может доверять: тем,

всегда выгоднее продемонстрировать свою продукцию со всех сторон, подтвердив ее высокое качество, нежели отмахиваться словами типа «ноу-хау», «коммерческая тайна» и пр.

Всем, кто заботится о достойном ассортименте своего магазина или собственном здоровье, мы рекомендуем посещать выставки, просматривать специализированные материалы (в том числе сайты профессиональных изданий) консультироваться у менеджеров ведущих компаний (они обязаны давать исчерпывающие бесплатные консульта-



кто предлагает подлинно качественную и безопасную посуду, или тем, кто примкнул к армии «зеленых», чтобы увеличить продажи.

Если продукция действительно обладает неоспоримым преимуществом в плане безопасности для здоровья, значит ее технология запатентована, что можно подтвердить документально. К тому же производитель такой продукции не станет скрывать принципы производства.

С точки зрения добросовестного продавца,

Сегодня покупателям очень важно понимать, за что они платят деньги, а продавцам, как долго они смогут удерживать покупателей. Поэтому, покупая, совершайте меньше спонтанных покупок, когда речь идет о здоровье, а продавая, больше уделяйте внимания реальным фактам из биографии своей посуды!

Евгений Погожин
(мнение редакции может не совпадать с мнением автора)

Главным козырем новой антипригарной посуды является отсутствие вредных выбросов при ее производстве и высокий температурный порог (400-450 °С и более). Учитывая, что обычный разогрев и тушение происходят при температуре не выше 200 °С.



ПОСУДА ДЛЯ УТКИ

Всем известно о существовании множества кулинарных рецептов для приготовления утки. Каждая хозяйка может поделиться своим собственным способом маринования и фаршировки. А вот какая посуда пригодится для легкого и быстрого создания нежной уточки, а также в чем правильно подать это блюдо на сервированный стол, мы сейчас и расскажем.

Рассуждая о посуде, мы зачастую забываем, что каждая хозяйка покупает не просто красивую и удобную посуду, а выбирает изделия для своего любимого меню.

Как известно, в каждом доме есть свои фирменные блюда, рецепты которых могут передаваться из поколения в поколение. Поэтому

вполне уместно будет рассказать о той утвари, которая требуется для приготовления любимых кушаний.

Мы решили, что в новогоднем номере это будет посуда для приготовления утки: любой хозяйке интересно ее запечь или зажарить.

ПОДГОТОВКА

Нам понадобятся:

- широкая доска или поднос;
- острый нож или специальные ножницы для птицы;
- баночки со специями;
- мисочка для смешивания сухих и жидких специй.

Приготовление утки не такое уж трудное занятие, как кажется на первый взгляд. Размороженную и потрошеную птицу следует выложить на широкую доску или поднос (желательно с бортиками). Для этих целей подойдут подносы из пластика (они легко моются и не сохраняют запаха) или нержавеющей стали. Если доступ к внутренней части утки недостаточно широк, следует расширить его с помощью ножа или ножниц. Одними из лучших ножей признаны японские металлические ножи, например **Kasumi**, **Tojiro** или **Samura**. В отдельную мисочку высыпаются специи и перемешиваются. Хранить специи лучше в стеклянных баночках с крышечками. Если на кухне имеются рейлинги, то лучше выбирать банки, имеющие крышки в виде крючков, – их удобно пове-

сить. Или же можно приобрести банки в комплекте с полочкой.



рой (например, от торговой марки «Милый дом»). Прекрасные емкости для хранения специй, а также кухонные ножницы предлагает известная компания **Tescoma**. За маринованную утку оставляют на некоторое время (можно обернуть ее вместе с подносом целлофаном и поставить в холодильник), чтобы она пропиталась специями.

После того как утка промариновалась (от 2 до 12 часов в зависимости от рецепта), ее фаршируют, а затем зашивают грубой ниткой, чтобы фарш не вывалился в процессе приготовления.

ПРИГОТОВЛЕНИЕ

Нам понадобятся:

- утятница или вместительная толстостенная кастрюля, желательно овальной формы, в которую свободно помещается подготовленная тушка;
- как вариант противень с высокими бортиками;
- лопатка и двузубая кухонная вилка.

Зашитую и промаринованную утку выкладывают в утятницу или кастрюлю и ставят на конфорку с небольшим огнем или в духовой шкаф. Если утка готовится на противне, то она помещает-

ся только в духовой шкаф. Найти подходящий противень не составит труда. Такие марки, как **Tefal**, **BergHoff**, **Bekker**, предлагают множество всевозможных противней. Через определенное время утку переворачивают (обычно несколько раз), особенно если она готовится на конфорке. После этого достают приготовленное блюдо.

Утятница или овальная кастрюля могут быть выполнены из чугуна (в том числе обливного), термостойкого стекла или нержавеющей стали (у кастрюли должно быть толстое дно, например типа «сэндвич»). Также это может быть алюминиевая посуда с антипригарным покрытием. На рынке представлено немало достойных брендов, предлагающих посуду для приготовления птицы. Выбор утятницы зависит от вашего вкуса. Существуют дорогие и не очень дорогие кастрюли, а также, разумеется, специальные утятницы. Например, стеклянные утятницы (или овальные кастрюли) предлагают марки **Luminarc**, **Simax** или **Marinex**, стальные **Zepter** или **Pintinox**. Если есть желание приобрести антипри-





гарную утятницу, то можно обратить внимание на такие марки, как **Staub, Gipfel, Woll, Kukmara**.

Не стоит пользоваться обычной эмалированной или непокрытой алюминиевой посудой, так как утка в ней непременно пригорит. В крайнем случае на дно простой посуды следует положить фольгу, которая будет препятствовать пригоранию. В процессе готовки утку, как правило, требуется переворачивать. Для этого лучше всего подойдут сразу два инструмента: стальная кухонная вилка с двумя зубьями и жесткая лопатка. Их тоже предлагает много компаний, в частности **Gipfel**. Одним инструментом – не перевернуть, одинаковыми, как показала практика, – не удобно, поэтому оптимальный вариант – стальные вилка и лопатка.

ЗАСТОЛЬЕ

Нам понадобятся:

- вместительное блюдо;
- соусницы;
- ложечки для соусов;
- нож или ножницы для того, чтобы освободить утку от ниток и вынуть фарш наружу.

Подавать только что приготовленную фаршированную утку всегда приятно и интересно. Готовую птицу выкладывают на довольно вместительное блюдо (чтобы вокруг утки оставалось достаточно места для фарша). Выбор формы блюда, его цвет или фактура зависят исключительно от личных вкусов и пристрастий. Важно, чтобы приготовленное блюдо «играло» на вашем столе. Сегодня множество компаний

предлагают самые разнообразные блюда из фарфора, керамики, стекла, нержавеющей стали и даже пластика. Среди марок можно обратить внимание на **Merxteam, «Дулево», Bernadotte, Arcopal** и др.

Выложив запеченную (зажаренную) утку, не забудьте вынуть нитки, достать впитавший аромат птицы фарш и красиво разместить его вокруг горячей тушки.

Некоторые хозяйки предпочитают нарезать утку кусочками и аккуратно разложить эти кусочки на блюде вместе с фаршем, добавив украшения из зелени.

В специальные соусницы или пиалы заблаговременно наливают различные острые и сладкие соусы, усиливающие аромат утиного мяса. Ложечка для соуса должна иметь желобок для того, чтобы было удобно поливать кушанье.

СЕРВИРОВКА

Нам понадобятся:

- набор столовой посуды и стандартных инструментов;
- бокалы для вина (к утке хорошо подходят сухие и терпкие красные вина);
- нож или ножницы для разделки утки на аккуратные кусочки.

Несмотря на то что птицу позволяется есть руками, обычные вилка с ножом не окажутся излишними. Столовые инструменты предлага-

ют не только зарубежные производители (**Odiot, Robbe & Berking** и множество других), но и отечественные, например **Павловский завод** или **ОАО «Нытва»** (марка «Труд Вача»).

В качестве дополнения уместно поставить бокалы для любимого вина и наслаждаться прекрасным кушаньем и ароматом, созданными мастерами-виноделами. Изящные бокалы по невысокой цене предлагают такие марки, как **Pasabahce, Lumincarc, Rona**.

ПРИЯТНОГО АППЕТИТА!

«Счастливая уточка»: советы и рецепты

- Прежде чем поставить утку в духовку, последнюю нужно разогреть приблизительно до 170 °С.
- При переворачивании утки ее можно полить апельсиновым соком или сиропом. После такого «глазурирования» утиное мясо приобретает тропический аромат и особую нежность.
- Если важно приготовить утку как можно быстрее, лучше воспользоваться посудой из нержавеющей стали, но переворачивать утку в такой посуде рекомендуется один раз в 20-25 минут.
- Если положить на дно посуды, в которой готовится утка, решетку, то утка получится не такой жирной, а ее корочка будет похожа на сочную поджаренную ароматную корочку.
- Приготовление утки в утятнице из жаропрочного стекла позволяет следить за процессом. Кроме того, такая утятница очень легко моется.

УТКА, ФАРШИРОВАННАЯ ГРИБАМИ И КАРТОФЕЛЕМ

Ингредиенты:

- утка (весом около 2 кг);
- 300-400 г шампиньонов;
- картофель;
- 1-2 луковицы;
- соль;
- перец;
- растительное масло.

Как приготовить:

Лук мелко покрошить. Грибы почистить, порезать небольшими кусочками. Обжарить лук на растительном масле. В обжаренный лук добавить грибы, посолить, жарить до готовности.

Картофель почистить. 2-3 картофелины порезать, отварить до полуготовности (варить примерно 10 минут после закипания). Остальной картофель порезать, посолить, поперчить. Смешать полувотваренный картофель с грибами.

Утку помыть, натереть солью и перцем. Нафаршировать утку грибами и картофелем и зашить.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



В СТИЛЕ МИНИМАЛИЗМА

Если вы думаете, что кухонная плита не может быть частью сервировки вашего стола, то ошибаетесь. **Fissler** демонстрирует компактную индукционную одноконфорочную плитку, которую можно поставить в любое место. Такой предмет не станет помехой даже в центре накрытого стола, ведь его стильное решение позволяет сочетаться с самыми разными столовыми приборами и посудой. Пока вы наслаждаетесь одним блюдом, второе готовится на ваших глазах! Бесспорно, сегодня такое решение выглядит новаторским, но вполне возможно, что завтра мода на подобные плитки захлестнет значительную часть представителей потребительского рынка.



ВСЕ ПОД ЗАЩИТОЙ!

Сохранить свежесть нарезанных овощей или любимых ягод, а также тех предметов, которые требуют защиты от влаги, пыли или воздуха, поможет специальный прибор от **Deni**, позволяющий аккуратно запаять в полиэтиленовую пленку продукты питания или продукцию бытового назначения! Компактность и удобство данного прибора не вызывают сомнений!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ТЕПЛАЯ ШТУЧКА!

Когда нет возможности получить первое блюдо в традиционной тарелке, можно воспользоваться специальной кружкой-термосом. Этот аксессуар изготовлен для жидкой пищи и получил широкое распространение в мире. **Cuisinart** предлагает кружку в металлическом корпусе с удобным горлышком, из которого теплое блюдо (суп, кисель, компот и многое другое) можно пить, не опасаясь его пролить, даже на ходу.



УДОБСТВО В МЕЛОЧАХ!

Нарезанные овощи или кусочки мяса будут аккуратно сброшены в сковороду, если воспользоваться набором от **Farberware**. Набор позволяет готовить на кухонном столе, не оставляя лишних пятен, за счет специальных бортиков, препятствующих разбрызгиванию. Благодаря входящей в комплект лопатке измельченные ингредиенты без промаха попадают в кастрюлю с готовящимся на плите блюдом.

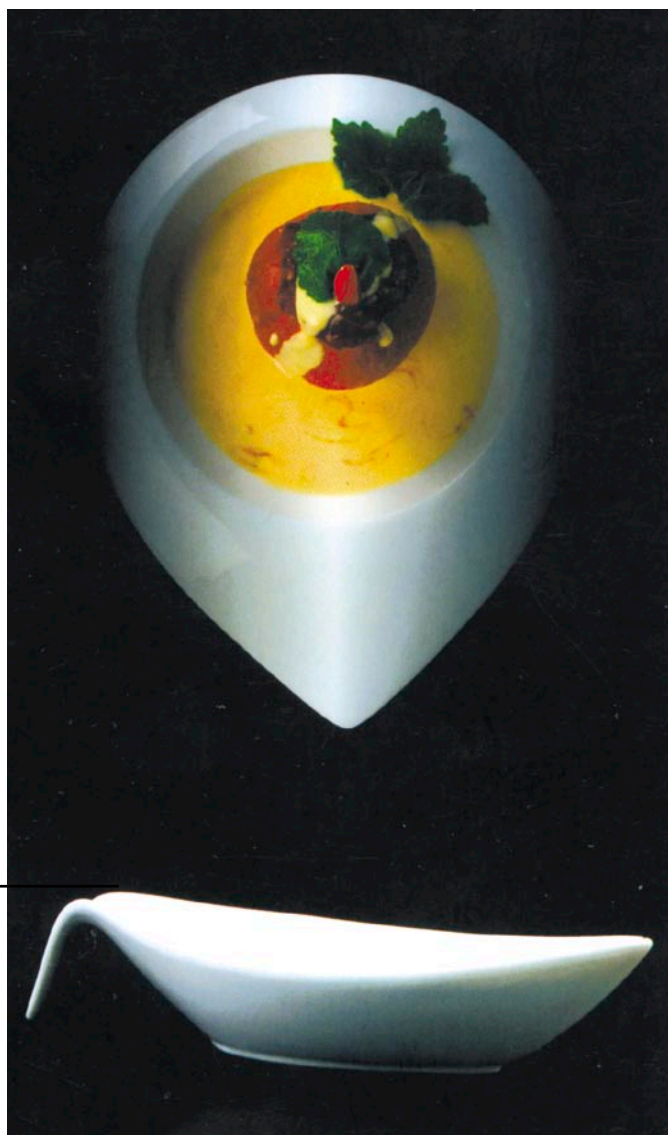
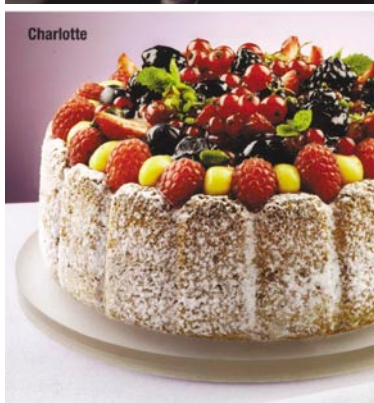
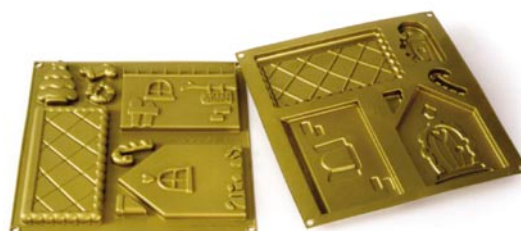


СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ФОРМА ПРАЗДНИКА!

В преддверии новогоднего праздника самое время всей семьей подумать о приготовлениях к застолью! Для этого как нельзя кстати подойдут специальные формочки для выпечки от **Silikomart**. Сказочные сладкие домики, очаровательные игрушки или соблазнительные тортики – все это можно создать своими руками, собравшись вместе за одним столом! Что может быть увлекательнее?!



ЭСТЕТИКА И ХАРАКТЕР

Соединение линий и цветовых оттенков, возникновение ассоциаций и эмоциональных всплесков... Посуда от **Schlicht&Stark** дарит нам именно это – загадку, которая движет нашими помыслами и сближает наши стремления. Эта посуда воспитывает эстетическое чувство и укрощает характер!

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ВКУСНЫЙ ПШИК!

Сдобрить бутерброд, салат или другое блюдо ароматным маслом, уксусом или иными специями нетрудно при помощи оригинального кухонного пульверизатора от **Misto**. Одно нажатие – и ваша закуска приобретает совершенно волшебный сверкающий вид и неподражаемый аромат.



НАСЛАЖДЕНИЕ РОЗЛИВОМ!

Получать наслаждение от благородного напитка можно еще в процессе его розлива. Кстати, приспособление от **Soiree** не только приятно выглядит, но и позволяет вину обогатиться кислородом, что придает напитку дополнительный аромат и усиливает послевкусие.



«ВСАДНИК БЕЗ ГОЛОВЫ!»

Конечно, название блюда остается за его создателем! Но иногда одно и то же кушанье называют по-разному. Это означает поистине всенародную и всеми любимую еду. Таков и «Всадник без головы!». В эпоху тотального дефицита его делали сажая курицу на бутылку с водой (нужно было постараться, чтобы бутылка не лопнула). Теперь благодаря подставке от **Kitchen Aid** блюдо готовится быстрее и безопаснее!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ГРИЛЬ НА ГАЗУ!

Гриль от **Grillex** меняет представление об обычном домашнем электрогриле. Новая конструкция работает на живом огне! Зажаренное на шампуре мясо или традиционный шашлык подтвердят ваши высокие кулинарные способности!



МЯГКОЕ ТУШЕНИЕ

Плотная крышка не дает образоваться румяной корочке? Без крышки пища не пропаривается, а плита вся в жирных брызгах? Больше таких вопросов не возникнет! Воспользуйтесь специальной крышкой от **Sabatier**, представляющей собой металлическую сеточку с мелкой ячейкой. Теперь блюдо равномерно разогревается с образованием приятной хрустящей корочки...

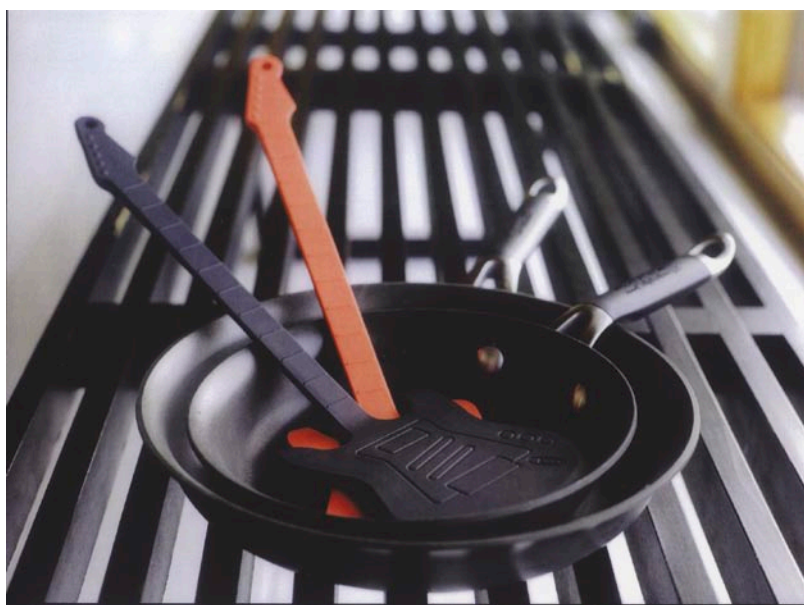


СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



УДОВОЛЬСТВИЕ ГАРАНТИРОВАНО!

По мнению специалистов-диетологов, процесс поглощения пищи – это не просто потребление белков, углеводов и пр. Усвоение блюда зависит от эмоционального ощущения, которое мы испытываем за едой. Поэтому сервировочная посуда от **Schlicht&Stark** старается передать нам положительный заряд эмоций, а также вызывает приятные воспоминания и чувство радости!



«МУЗЫКАЛЬНЫЕ» АКСЕССУАРЫ!

Если идти к высокому дизайну, то во всем и до конца! **Gama-Go** предлагает воспользоваться стилизованными лопатками, предназначенными специально для антипригарной посуды! Теперь процесс перемешивания готовящихся блюд будет стильным и совсем не скучным.

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ЛОЖКА-ВИЛКА-НОЖ!

Прекрасное решение для любителей активного отдыха продемонстрировал бренд **Light my fire**. Теперь три самых важных походных инструмента объединены в один (ложка, вилка, нож). При этом инструменты выпускаются нескольких размеров: каждый путешественник выбирает свой любимый размер!



МУЛЬТИВАРКА УГОЩАЕТ!

Удобство и польза от мультиварки **Deni** не вызывает сомнений. С ее помощью без особого труда можно приготовить по-настоящему здоровые и очень вкусные кушанья, в том числе диетические блюда. При этом благодаря своей многофункциональной начинке данная мультиварка позволяет выставить точную температуру, продолжительность готовки, а также задать точное время завершения работы.



ПОСЛЕДНИЙ ШТРИХ!

О вкусах, как известно, не спорят! Поэтому **Vic Firtx** предлагает аксессуар, который придется по вкусу каждому. Стильный дизайн многофункциональной мельнички позволяет иметь на своем столе принципиально новый инструмент, в стеклянной части корпуса которого просматривается приправа. Сдабривайте специями блюдо непосредственно перед его употреблением!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



НИ ГРАММА МИМО!

Небольшое приспособление из пластика от **Faberware** позволяет перекладывать сыпучие продукты в целлофановый пакетик, не просыпая ни грамма мимо! Казалось бы, что может быть проще? А ведь такое приспособление экономит кучу времени и нервов!

НОЖНЫ - ЭТО НУЖНО!

Если на кухне достойный нож, то хранить его лучше в ножнах. Во-первых, любимый инструмент не поцарапает другие столовые приборы, а во-вторых лучше сохранится его заточка. Так считают представители марки **Faberware** - они предлагают только лучшее!



ВСЕ В ШОКОЛАДЕ!

Стать создателем лучших десертов из шоколада можно на своей кухне. Первый шаг к этому – набор для составления шоколадных смесей от **Silikomart!**



Ведущий европейский производитель столовых приборов и предметов сервировки стола из нержавеющей стали, представляет серию **X15**.

eternum
created 1924



X15 — это столовые приборы класса «люкс», они изготовлены из нержавеющей стали 18/10, толщина ручки 10,0 мм. Специальная полировка позволяет достигнуть безупречной блестящей поверхности.

Серия **X15** — это элегантное воплощение красоты и стиля!



«Комплекс-Бар»/Москва
129085, ул. Годовикова, 9, стр. 31, этаж 4
тел./факс: (495) 411-90-60
эл. почта: sale@complexbar.ru

«Комплекс-Бар»/Санкт-Петербург
198080, Набережная Обводного канала, 223
тел./факс: (812) 251-89-91
эл. почта: mail@complexbar.ru