

2014/1

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

НОВОСТИ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

Коллекция Claudia
празднует 40 лет

Новая концепция
оформления стола

Очарование ручной работы

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Производство керамической посуды
в России. Борьба за выживание

ВЫСТАВКИ

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Здравствуй, племя посудное,
незнакомое! Итоги и перспективы

НАШ РЫНОК

Посуда и техника идут рядом!
Поговорим о расширении
ассортимента...

РЫНОК УКРАИНЫ

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ





ОТРАЖАЕТ ВАС



 ***Paşabahçe***
PREMIUM GLASSWARE*
*ПОСУДА КЛАССА ПРЕМИУМ

Обложку предоставила компания

VITESSEwww.vitesse.ru

* На правах рекламы

НОВОСТИ**НАШИ ПАРТНЕРЫ**

Коллекция Claudia
празднует 40 лет

23

Новая концепция
оформления стола

28



Очарование ручной работы

29

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Производство керамической
посуды в России. Борьба
за выживание

30

ДИСТРИБЬЮТОРЫ

Мультиварки VITESSE –
ваши новые кулинарные
горизонты!

34

СОБЫТИЕ

KA1: японское кулинарное
мастерство

36

ТАБЛИЦА ВЫСТАВОК

38

8 ВЫСТАВКИ

Праздник, который
всегда с нами!

40



«Дом и домашнее хозяйство –
2014». В Чикаго готовится
масштабное шоу!

44

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Здравствуй, племя посудное,
незнакомое! Итоги
и перспективы

46

Рынок посуды. Ожидания
на 2014 год

49



bodum[®]

**Лучший подарок
к празднику!**



bodum

в России – ООО «Домострой» **DOMOS**

(812) 334-9634 • www.domos.ru

Редакция:

Главный редактор: Татьяна Ковшова
Выпускающий редактор: Алексей Трембицкий
Копирайтер: Евгения Максимова
Работа с сайтом: Андрей Макаров
Отдел рекламы и PR: Елена Меджитова – руководитель отдела рекламы и PR
 Татьяна Толмачева – PR-менеджер
Подписка: Маргарита Гардева
Корректор: Татьяна Беляева
Корреспонденты: Евгения Сулицкая, Евгения Максимова, Татьяна Комарда, Наталья Журавлева, Наталья Кузнецова, Полина Григорьева, Александра Гуркова, Мария Ков
Дизайн и верстка: Алексей Барсуков
Фото: Алексей Усачев

Телефоны:

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

E-mail:

reklamaposuda@mail.ru
 pochtaposuda@mail.ru

www.posuda.info
www.posudainfo.ru

ПОДПИСКА-2014

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 №ФС77-54867 от 26 июля 2013 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.

* На правах рекламы

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

**От меньшего к большему!
 Французские ножи
 на российском рынке**

50

**НАШ РЫНОК**

**Посуда и техника идут рядом!
 Поговорим о расширении
 ассортимента...**

54

**СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА****СОПУТСТВУЮЩИЕ
 ТОВАРЫ**

**Термос: Slow Cooker
 и древние китайцы**

58

Современные технологии производства так усовершенствовали стальные изделия, что они стали и легче, и компактнее своих стеклянных «собратьев». А на что еще в «материаловедении» нужно ориентироваться?

ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО

**Все к столу! Обед
 из принтера!**

62

РЫНОК УКРАИНЫ

64

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

68



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

Линия "Гармония" - творение
в согласии с природой!



Интернет-магазин
market.kukmara.com



Изготовлена по современной
немецкой технологии

Лиможский «Дезульер» открылся в Москве

В Москве открылся фирменный бутик лиможского фарфора «Дезульер» (Deshoulières), в котором представлены изделия популярного французского бренда. Покупатели смогут приобрести имеющуюся продукцию в магазине или заказать по каталогу из Франции. «Дезульер» была основана в 1826 году и способствовала развитию искусства украшения стола Art de la Table. Группа компаний Deshoulières, унаследовавшая лучшие традиции производства лиможского фарфора, предлагает различные интерпретации украшения стола, сочетая классику и модернизм. Коллекция представлена двумя брендами – Deshoulières и Arilco. Фарфор производится из природных компонентов: каолина, песка, полевого шпата, глины и мела без добавления химических субстанций и обжигается в высокопродуктивных печах. С 2005 года Groupe Deshoulières является стратегическим партнером Императорского фарфорового завода.



Мечта «Виктории»

Белорусский производитель литой алюминиевой посуды, выпускающий продукцию под торговой маркой «Виктория», пополнил ассортимент новыми изделиями. Это кастрюля-сотейник объемом 0,75 л, универсальная кастрюля объемом 5 л с литыми ручками и сковороды с антипригарным (линия «Мечта») и керамическим покрытиями (линия Premium Ceramic). Предприятие производит посуду как без покрытия, так и с керамическим покрытием на основе кислородных соединений кремния и с антипригарным покрытием на водной основе.

Яркая новинка от «Нева-Металл посуда»

ЗАО «Нева-Металл посуда» представило новую линию литой алюминиевой посуды с традиционным антипригарным покрытием «Радуга». Отличительными особенностями линии являются: яркая цветовая гамма (красный, оранжевый, зеленый), ручка soft-touch в цвет корпуса и качественное антипригарное покрытие на водной основе. Литой корпус, сделанный по принципу «золотого сечения», способствует равномерному распределению тепла и длительному поддержанию оптимальной температуры.

РИСУНКИ-НОВИНКИ НА ПОСУДЕ ООО «ПКФ «КУБАНЬФАРФОР»



В конце уходящего года ООО «ПКФ «Кубаньфарфор» выпустило ряд рисунков-новинок, значительно обогативших ассортимент декоров на посуде компании.

В новой серии вышли на рынок как рисунки, продолжающие традиционные цветочные мотивы, так и «нишевые» орнаменты, отличающиеся оригинальным исполнением.

Примером такого рисунка служит декор «Восточный узор». Визуально он словно дополняет уже существующий у компании рисунок «Восточный», также выполненный в стиле национальной росписи. Новые рисунки отличает детализированный узор с обилием мелких элементов, в основе которых лежат витые восточные орнаменты в синей и зеленой гамме.

При нанесении применяется круговая схема декорирования, создающая непрерывный замкнутый рисунок по борту изделий.



ТМ «Милый дом» представляет новую коллекцию удобных современных стеклянных баночек для кухни под брендом Imperial Crystal. В ассортименте представлены мельнички для специй, емкости для сахара, соли и перца, удобные сливочки, идеально подходящие для подачи на стол молока, сливок, меда и соусов, а также универсальные банки с герметичными крышками для широкого использования.

www.houseware

Тел.: +7 (495) 510-68-35





ЭКСПОЗИЦИЯ

ПОСУДА И АКСЕССУАРЫ

НА ВЫСТАВКЕ
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

**Успейте забронировать стенд
на специальных условиях!**

Организатор:

MIDexpo

Главный партнер:

РАТЭК

Главный медиа-партнер:

Compass

Информационный партнер:

ЭПОСУДА

*Для 6-11 лет могут посетить
выставку в присутствии родителей
и иных законных представителей

12+

Fluid и Rostok

Компания **Royalton Group** представила две новые серии посуды. Серия сковород **Fluid** с оригинальным геометрическим рельефом на стенках посуды изготовлена из литого алюминия с биокерамическим покрытием белого цвета и яркими цветными ручками. Серия **Rostok** также выполнена из литого алюминия с биокерамическим покрытием. Посуда отличается ярким цветовым решением. У основания ручки имеется индикатор, который изменяет цвет при достижении оптимальной температуры приготовления.

«Белый парус» обзавелся Fackelmann

Компания «Белый парус» пополнила ассортимент серией аксессуаров для кухни ТМ **Fackelmann** (Германия). Продукция изготавливается на собственных производственных площадках компании в Европе, Китае и Индии. Изделия выполнены из различных комбинаций металла, дерева и стекла.



Кофе с «Парижанкой»

Париж, один из красивейших городов мира, вдохновил дизайнеров «Мануфактуры Гарднер в Вербилках» на создание нового декора «Парижанка» для чайных и кофейных пар. Новый декор нанесен на изделия форм «Август» и «Европейская».



Новинка от компании «Спецторг»

Компания «Спецторг» представила новую серию посуды торговой марки **NatureGreen**. В серию вошли кастрюли и ковши со стеклянными крышками. Посуда изготовлена из штампованного алюминия с нанесением керамического антипригарного покрытия.

VARI с Esperto!

Торговая марка **VARI** представила новую линию литой посуды – **Esperto** (итал. «эксперт», «специалист»). Посуда линии **Esperto** имеет инновационное, не имеющее аналогов на рынке антипригарное покрытие. Посуда марки **VARI** изготавливается по современным технологиям в Санкт-Петербурге.

КРАСИВАЯ снаружи, УМНАЯ внутри – ИДЕАЛЬНАЯ НОВИНКА от **viconte!**



Современный стиль и продвинутый функционал **мультиварки VC-606** от **Viconte** превратит любой продукт в кулинарный шедевр! Быстрое, точное и простое приготовление обеспечат **13 автоматических программ, а функция «УМНЫЙ ПОВАР»** даст возможность создания своего уникального рецепта. **Мультиварка VC-606** оснащена **пятилитровой чашей с керамическим покрытием**, что позволит готовить блюда для всей семьи с сохранением всех полезных веществ и витаминов. Незаменимые функции «поддержание блюда горячим до 24 часов» и функция 24-часовой отсрочки

запуска также присутствуют в этой модели.

Внешний вид заслуживает отдельного внимания. Благодаря стильному дизайну, обтекаемой форме и выдержанной цветовой гамме мультиварка **VC-606** будет украшением любой кухни!

НОВЫЙ БРЕНД NORDIC WARE ОТ «ДОМОСТРОЙ»

В ассортименте компании «ДОМОСТРОЙ» появился новый бренд **NORDIC WARE**. Его история насчитывает уже почти 70 лет, а продукция есть в каждой второй американской семье. Под этим брендом выпускаются формы для кексов и сковороды для оладьев с рисунками. Вся продукция производится в США, что гарантирует ее высокое качество. Также залогом качества служат материалы, из которых делается продукция: литой алюминий и антипригарное покрытие американских фирм **Whitford** и **Hentzen**, благодаря чему и формы, и сковороды прослужат многие десятилетия. Чем же **NORDIC WARE** завоевал всеобщую любовь американцев? В формах этой марки можно делать выпечку, которая будет выглядеть как маленький кулинарный шедевр. Кекс-замок, кекс-заснеженная избушка, печенье-снежинка или оладьи с изображением львов и бегемотов – все это можно легко и без хлопот приготовить с помощью посуды **NORDIC WARE**. Попробуйте ее в деле, и вы поймете, что готовка может доставлять настоящее удовольствие! Дети оценят новые блюда, которые выглядят необыкновенно и весело!



SCOVO – 10 ЛЕТ!

1 декабря бренд **SCOVO** отметил свое десятилетие. История бренда началась в 2003 году, когда завод «Демидовский» официально зарегистрировал товарный знак и запустил в производство первые образцы посуды **SCOVO**. Сегодня бренд занимает лидирующие позиции на рынке благодаря отличной базе: двум современным производственным площадкам и высококлассным специалистам, которые своим отношением к делу помогают компании строить далеко идущие планы с уверенностью в успехе и смотреть в будущее с оптимизмом.

«ЯПОНСКИЙ ФАРФОР» В «АФИМОЛЛЕ»

В «АФИМОЛЛ Сити» открылся новый магазин посуды «Японский фарфор». На площади более 65 кв. м представлены изделия мировых лидеров по производству фарфора и предметов интерьера премиум-класса. На российском рынке сеть магазинов «Японский фарфор» ведет свою деятельность уже более 18 лет.

По материалам www.advis.ru





ALICE

Идеально для здорового питания / Удобные складные ручки /
Кованый алюминий / Индукционное дно / Отличное распределение тепла
по всей поверхности / Керамическое антипригарное покрытие / Безопасно
для окружающей среды / Возможность готовить практически без масла

www.royalton.ru
+7 (495) 660 02 22



WILMAX: запекаем красиво!

Коллекция фарфоровой посуды WILMAX пополнилась формами для запекания. Изделия обладают повышенной термостойкостью и прочностью. Формы рассчитаны на индивидуальные порции таким образом, что их можно использовать даже в маленьких духовках и микроволновых печах, а кроме того, эффектно подавать к столу. Формы WILMAX идеально подходят для запекания мясных или рыбных блюд, овощного рагу, грибов, а также для приготовления запеканок и лазаньи. Фарфор прогревается достаточно равномерно, готовое блюдо остается теплым долгое время. Формы легко моются, в том числе в посудомоечных машинах.



«Запорожский сталепрокатный завод» обанкротился

В ноябре хозяйственный суд Запорожской области (Украина) возбудил дело о банкротстве ПАО «Запорожский сталепрокатный завод» и ввел мораторий на удовлетворение требований кредиторов. Завод специализировался на производстве эмалированной посуды (50,8%), метизов (46,9%) и проводов (2,3%).

Что со «знаком качества»?

Минпромторг возьмет на себя финансирование проекта по продвижению программы «Знака качества», сообщает РГ. Процедура получения «Знака качества», вероятнее всего, будет платной, производители должны будут оплатить лабораторные исследования.

Предполагается, что такой маркетинговый ход поможет уравновесить шансы для федеральных и региональных поставщиков попасть в торговые сети. «Знак качества» станет «элементом добавленной стоимости», дав товару конкурентное преимущество.

Источник: «Российская газета»

НОВОГОДНИЕ ПОЗДРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ «ДЖИ-ЛИАН»



ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!

Новый 2014 год, такой шумный и веселый, нарядный и звонкий, с детским смехом и песенками под елочкой, решительно вошел в наши дома! Так пусть же этот год принесет нам только радостные новости, пусть в нем происходят только светлые события, пусть он будет полон здоровья, любви и счастья! Коллектив компании «Джи-Лиан» желает и вам, и нам, и нашим семьям всего самого наилучшего! Мы по-прежнему любим вас и обещаем радовать новыми коллекциями, акциями и подарками, «... а все, что радует вас, притягивает еще больше радости...».

ЭСТЕТИКА НАТУРАЛЬНОГО

Компания **Villeroy & Boch** выпустила новую коллекцию посуды для ежедневного использования – **Artesano** (исп. – «ремесленник»). Декор Artesano Original и Artesano Hot Beverages выполнен в стиле кантри. Такие материалы, как фарфор класса премиум и массив акации и стекло, создают ощущение тепла и уюта в общей сервировке стола.



ДЕЛО ЗАКРЫТО!

ОАО «Павловский завод им. Кирова» выиграло дело против ООО «Регент Розничные Технологии» о защите исключительных прав на модель столовых приборов М-3 «Тройка». Речь идет о незаконном копировании дизайна данной модели. Арбитражный суд Москвы обязал ООО «РРТ» начиная с 19 ноября прекратить действия, нарушающие исключительные права истца на промышленный образец «Столовый прибор» по патенту №69836, а именно: запретить ввоз, предложение к продаже, продажу и иное введение в хозяйственный оборот на территории РФ изделия «Столовый прибор» типа 93-CU-TR /TRIO/.



**Современный ДИЗАЙН,
неизменное КАЧЕСТВО,
новые ВОЗМОЖНОСТИ
для воплощения ваших идей**



**Увидимся на выставке Ambiente 2014!
ЗАЛ.3.0/ E50**



www.teflon-art-innovation.com

DuPont™, Teflon® являются зарегистрированными товарными знаками или товарными знаками E. I. du Pont de Nemours and Company или ее филиалов. Авторские права 2013 E.I. du Pont de Nemours and Company. Все права защищены.

100 баллов для Lalique



Французская компания Lalique выпустила новые коллекции декоративного хрустала. К осенне-зимнему сезону Lalique подготовила винный набор «100 points» («100 баллов») и серию декоративных хрустальных ваз Paysage d'Hiver («Зимний пейзаж»). Дизайн предметов первой коллекции разработан в сотрудничестве с американским экспертом по вину Джеймсом Саклингом (James Suckling), так что кроме художественных линий коллекция обладает важными «профессиональными» качествами, наилучшим образом раскрывающими винный букет. Коллекция Paysage d'Hiver включает массивные сосуды лаконичных форм. Простота силуэтов компенсируется вычурностью барельефов в лучших традициях французского ар-нуво. Некоторые модели покрыты платиновой глазурью.

Источник: www.abitant.com

САХАРНИЦЫ Taller
УКРАСЯТ ВАШ СТОЛ



Марка Taller дополнила свой ассортимент для сервировки стола новыми сахарницами. Сахарницы «Кэнди» изготовлены из нержавеющей стали 18/10, имеют комбинированную полировку.

Крышки изготовлены из стекла и стали. Ручка крышки выполнена в одном стиле со стеклянным заварочным чайником «Уолтер» (TR-1348), вы сможете создать прекрасный стильный комплект.

Сахарницы выпускаются двух объемов: 330 г (TR-1125) и 600 г (TR-1126) и комплектуются удобной ложечкой.

ООО «Таллер Рус»

Тел.: +7 (812) 290-66-83, 290-66-84 | www.taller.ru

www.taller.ru (812) 290 66 83

Формы для выпечки Taller выполнены из углеродистой стали толщиной 0,8 мм и имеют специально разработанное усиленное антипригарное покрытие из керамических материалов - «Quantum 2». Для изготовления коржей предлагаем пользоваться формами с разъемным механизмом (TR-6307, TR-6308), благодаря которому извлекать готовую выпечку легко и просто.

TR 6306
форма для выпечки,
круглая



Стиль, красота и Rona всегда рядом

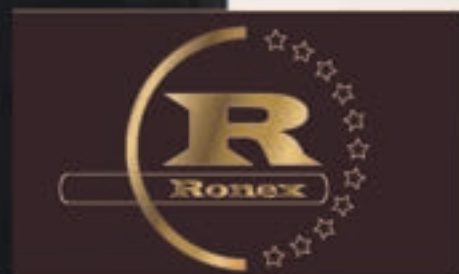


www.ronex-m.ru

www.ronexshop.ru

tel.: +7 495 231 45 88

fax: +7 495 730 47 87



Новые цвета Cristal d'Arques

Французский бренд посуды Cristal d'Arques Paris, входящий в группу ARC International, представил новые цвета коллекции **Lady Diamond**.



КОРОТКО...

В Саратове открылся второй по счету в городе гипермаркет сети **METRO Cash & Carry**. Общая площадь магазина – 12 тысяч кв. м.

Посуда **SCOVO** стала победителем Всероссийского конкурса программы «100 лучших товаров России – 2013» в номинации «Промышленные товары для населения».

Бренд **Röndell** стал обладателем премии **SHAPE FOOD AWARDS** в номинации «Без лишнего жира». Награды удостоилась яркая коллекция посуды из штампованного алюминия Terrakotte.

В ассортименте компании «Белый парус» появилась новая серия «**Аврора**» от турецкого производителя посуды из стекла – Pasabahce.

Изделие «**Добрушского фарфорового завода**» – чайный сервиз формы «**Елена**» с рисунком «**Классик**» получил диплом лауреата конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации» 2013 года.

Сеть магазинов «**Посуда Центр**» пополнится тремя новыми магазинами – в Белгороде, Липецке и Краснодаре.

Торговая компания «**Посуда-Плюс**» (Екатеринбург) сообщила о слиянии с компанией «**Светко**» под новым названием «**Мега-Плюс**».

ОБЪЯВЛЕН ЦВЕТ 2014 ГОДА – «СИЯЮЩАЯ ОРХИДЕЯ»



Законодатель моды в области цвета, американский исследовательский институт **Pantone Color Institute®**, анонсировал цвет года 2014 – «Сияющая Орхидея» (**Radiant Orchid 16-3224**). Очаровательное сочетание фиолетовых и розовых оттенков несет в себе радость, любовь и здоровье. Этот цвет и его вариации будут актуальны на протяжении всего следующего года.

В интерьере, в качестве цветового акцента, Radiant Orchid хорошо дополняет оливковые и глубокие зеленые тона. Великолепная комбинация создается в паре с бирюзовым и даже легкими желтыми оттенками. Кроме того, яркие

цвета, несомненно, оживят нейтральные оттенки, включая серый, бежевый и темно-серый.

«Цвет года 2013 – изумруд – служил символом роста, обновления и процветания. Radiant Orchid интригует взгляд и будоражит воображение», – подытожила **L. Eiseman**, исполнительный директор **Pantone Color Institute®**.

Источник: www.pantone.com

СОХРАНИТЬ, КАК PASABAHCE



Турецкий производитель посуды из стекла – компания Pasabahce представила контейнер для хранения, оснащенный пластиковой крышкой.

РЕСТОРАННЫЕ НОВИНКИ ИЗ ГЕРМАНИИ



В 2014 году компании **Oneida Ltd Foodservice** и **Schönwald** (Германия) отметят свое 30-летнее партнерство выпуском новых коллекций посуды **Avanti Gusto** и **Wellcome**. Коллекция Wellcome является победителем дизайнерского конкурса Red Dot Award. Теплые гладкие асимметричные линии коллекции подчеркивают естественную форму и создают атмосферу благополучия в искусстве принимать гостей.

Коллекция посуды Avanti Gusto представлена широким ассортиментом предметов в красивой классической форме, разработанных с учетом последних тенденций ресторанной моды.



Palladium Hard Stone

Красивая и вечная, как сама природа



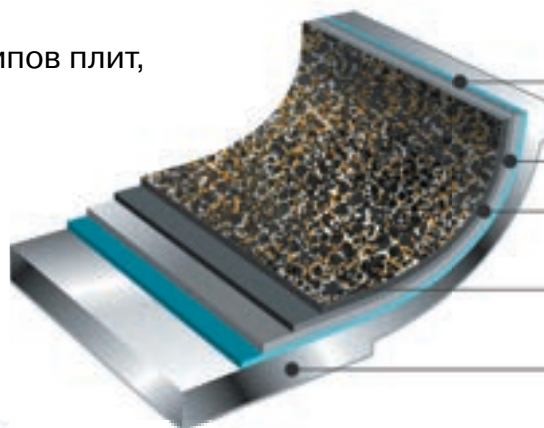
Новая линия итальянской посуды с антипригарным покрытием

Качество, прочность и надежность – главные свойства новых сковород и сотейников Hard Stone

Инновационное антипригарное покрытие (Quantanium, Whitford), усиленное минеральными частицами, устойчиво к царапинам и повреждениям

Не деформируется и не меняет внешний вид при долголетнем использовании

Подходит для всех типов плит, кроме индукционных



Первый слой, усиленный минеральными частицами, обеспечивает максимальное сцепление последующих слоев с основанием

Средний слой, усиленный минеральными частицами, обеспечивает защиту от царапин и истирания

Верхний слой гарантирует превосходные антипригарные свойства

«Гранитное» покрытие увеличивает срок эксплуатации изделия

Кованный корпус (100%-ный пищевой алюминий), утолщенное дно для повышения прочности и срока эксплуатации

Сверхпрочное внешнее антипригарное покрытие



Пилот МС
посуда и кухонные аксессуары

Дистрибутор в России ООО «Пилот МС»
Тел. +7 (495) 231-24-44
sales1@pilotms.ru
www.pilotms.ru

FLONAL[®]
MADE IN ITALY

Macef эволюционировала в HOMI

Организатор международной выставки Macef – компания **Fiera Milano** запустила новый крупный выставочный проект HOMI, который объединит игроков около десяти отраслей, заботящихся о формах красоты, вкуса и стиля. Первая ярмарка HOMI откроет свои двери 19-22 января, а 3 февраля продолжит работать в течение восьми недель в онлайн-режиме.

На чай к Vodum!

Торговая марка Vodum представила новую модель заварочного чайника **Chambord** с удобным прозрачным сито-фильтром. Чайник выполнен из боросиликатного стекла, большая внутренняя колба и отсутствие пресса позволяют чайникам любого размера раскрыться во всей своей красе. Изделия представлены в двух вариантах цветов (с синим и белым ситом), в объемах 1 и 1,5 л.



УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОМОЩНИК НА ВАШЕЙ КУХНЕ!!!

ZEIDAN®

Хрустящий жареный картофель, пряный соус, сытное жаркое – многообразие блюд можно приготовить, пользуясь только одним предметом – **сотейником с индукционным дном Z-50207 Mason от Zeidan**. Этот универсальный предмет выполнен из **литого алюминия**. За счет своей формы: высоких **утолщенных стенок, утолщенного дна**, выпуклой жаропрочной крышки он легко заменит обычную сковороду, жаровню и актуальный в последнее время вок. Благодаря **современному керамическому покрытию в сотейнике**

Z-50207 Mason можно готовить, используя малое количество масла или совсем без него. **Сотейник Z-50207 Mason имеет прочные ручки**, которые не скользят и не нагреваются в процессе готовки. **Дополнительная ручка**, входящая в комплект, позволяет видоизменить сотейник, придав ему привычную форму. Приятным бонусом является **лопатка из бамбука**, также входящая в комплект.

Сотейник Z-50207 Mason прослужит вам долгие годы, сохраняя свой первоначальный вид.



ZEIDAN®

Готовьте здорово!

ТИТАНОВАЯ ПРОЧНОСТЬ,
ДОЛГОВРЕМЕННАЯ ОСТРОТА КЛИНКА –
НОЖИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ от Zeidan!



СВЕРХПРОЧНЫЕ – ножи из нержавеющей стали с двусторонним **ТИТАНОВЫМ ПОКРЫТИЕМ**
СВЕРХОСТРЫЕ – высокая износостойкость клинка, режущая кромка не затупится долгое время
СВЕРХБЕЗОПАСНЫЕ – титан не вступает в реакцию с пищевыми кислотами и щелочами, не окисляется, не оставляет металлического послевкуся на продуктах
СВЕРХУДОБНЫЕ – анатомическая рукоятка удобно лежит в руке, приятная текстура – усиливает сцепление с ладонью - гарантия полного контроля над движением клинка.
СВЕРХСТИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН и УПАКОВКА - идеальный подарок на любой праздник.

www.zeidan-nl.com



i IMPACT®
Всегда новые коллекции!



107023, г.Москва, Семеновская площадь, д.1а, бизнес-центр «Соколиная гора»
тел.: +7 (495) 744-00-50 www.impact.ru

Новинки от ТМ Zeidan



ТМ Zeidan представила новый набор посуды из 8 предметов **Levild**. Посуда выполнена из литого алюминия с утолщенными стенками корпуса и дна. Внутреннее антипригарное покрытие – керамическое. В набор входят прихватки и ложка из бамбука. Кроме того, компания представила универсальный прибор **Dolmer** – для заворачивания полуфабрикатов (долмы и голубцов) различного размера.



Williams & Oliver в Охотном ряду

Сеть магазинов домашней утвари Williams & Oliver открыла новый салон в торговой галерее «Модный сезон» (Охотный ряд, 2). В магазинах представлен широкий выбор товаров от ведущих мировых производителей, многие из которых впервые вышли на российский рынок.

Термосы Biostal с силиконовыми вставками

ТМ Biostal выпустила новую серию термосов **NB-P** с цветными силиконовыми вставками на корпусе. Объем изделий – 1 л. Термосы представлены в красочной упаковке и могут послужить полезным подарком.



КОНЦЕПЦИЯ ЦВЕТА ОТ GIESSER



Компания «Деловая Русь» представила новинки – профессиональные поварские ножи и аксессуары ТМ Giesser (Германия). Производитель рекомендует более тщательное разделение ножей в работе с разными продуктами и предлагает свою концепцию цвета по отделам, сменам и продуктам. Так, ножи с красной рукоятью могут быть предназначены для говядины, с желтой – для свинины и белой – для баранины и т.д.

ГРАНИТНАЯ ПРОЧНОСТЬ



Ассортимент торговой марки **TimA** пополнился новой серией посуды с антипригарным покрытием **ART GRANIT** производства компании **TVS** (Италия). В серию вошли сковороды, сотейники, кастрюли, ковш и противень. Посуда имеет утолщенный алюминиевый корпус, грунтовочный слой из твердого металла и керамических частиц, а также более прочное покрытие на основе минеральных компонентов, что позволяет использовать в работе даже металлические приборы.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ POLARIS



Компания Polaris представила новую серию посуды **Violette**. Посуда изготовлена из нержавеющей стали 18/10. Изделия оснащены крышками из жаропрочного стекла и ручками уникальной формы, разработанной специально для удобного поддержания ложки. Быстрый и равномерный нагрев посуды обеспечивается благодаря специальному утолщенному дну 5 мм с прослойкой из алюминия 4 мм.

OLAFF ГОТОВИТСЯ К ЗАПУСКУ НОВОЙ МАРКИ

Компания OLAFF сообщила о скором запуске новой торговой марки **Balsford**. За счет новой марки компания планирует значительно расширить свой ассортимент, охватив самые популярные направления в производстве посуды.

ВИЗУАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ ОТ REVOL



Французская марка Revol ввела новый цвет в коллекцию фарфора **Basalt**. Теперь оригинальные черные блюда дополнены изделиями белого цвета. Предполагается, что на этом контрасте сервировка стола станет еще более эффектной. В ассортименте представлены блюда трех размеров.

Ji-Lian[®]



ООО «Джи-Лиан», ул. Сельскохозяйственная 7/1 стр.2. тел.: 8 495 617 41 53 www.ji-lian.ru

Claudia
1974 - 2014

Crystalex



www.crystalex.cz

Ambiente 2014 | 7. - 11.2.2014 | Stand 4.2. - J 81

КОЛЛЕКЦИЯ CLAUDIA ПРАЗДНУЕТ 40 ЛЕТ

Crystalex



Этот год для бестселлера Claudia является особенным. Трудно поверить, но эта коллекция бокалов приносит радость и восхищение клиентам по всему миру уже 40 лет!

В начале 70-х годов художник Милош Матоушек создал коллекцию бокалов, которая благодаря его большому опыту и квалификации успешно сочетает старинные традиции и современные технологии. Claudia стала идеальным изделием!



Отличающей чертой коллекции является уникальная, сбалансированная форма бокала с восьмиугольным элементом в форме бриллианта. Claudia таким образом припоминает традиции чешских стеклодувов XIX века и позволяет погрузиться именно в эту эпоху. Прочувствовать величие коллекции Claudia также позволяет разнообразие декораций, украшающих и придающих еще большую оригинальность этим уникальным бокалам. Используются такие технологии декорирования, как пантограф,



гравировка, живопись, трафаретная печать, и конечно же сочетание этих технологий.



Claudia стала самой успешной и самой продаваемой коллекцией чешских бокалов за всю историю производства стекла. В этом году будет произведен бокал Claudia под номером **200 000 000!**

Claudia благодаря своей особенной форме и специально для нее разработанным декорациям такой успех полностью заслуживает. Мы уверены, что столь популярное изделие будет еще долгие годы радовать глаз наших клиентов.

Наконец, пожалуй, будет уместным сказать: **«С Днем Рождения, Claudia!»**





Cameo China
D u r a b l e



Профессиональный упрочненный фарфор



- * Звание "Лучший бренд керамической индустрии Китая"
- * Официальный фарфор XXIX Олимпийских Игр в Пекине
- * Практичность, прочность, профессиональное применение
- * Уникальность форм для классической, восточной и «фьюжн» кухни
- * Отличное соотношение цены и качества



Группа компаний *Топ Стил*

121351, Москва, ул. Молодогвардейская д.57

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

www.topposuda.ru

Посуда из костяного фарфора



Статуэтки и куклы из фарфора



Предметы сервировки



Вазы и фигурки из цветного стекла ручной работы



Предметы декора, картины, искусственные цветы





Oriental Way

товары для кухни

WWW.ORIENTALWAY.RU



ТОВАРЫ ДЛЯ
КУХНИ

ВОТ УЖЕ БОЛЕЕ
15 ЛЕТ
МЫ ПОСТАВЛЯЕМ

КАЧЕСТВЕННУЮ

КУХОННУЮ УТВАРЬ
ИЗ ДЕРЕВА, ПЛАСТИКА И МЕТАЛЛА.



СТИЛЬ СО ВКУСОМ

НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ОФОРМЛЕНИЯ СТОЛА



Компания «Комплекс-Бар» не первый раз рассказывает об английском производителе профессионального столового фарфора Steelite International. Несмотря на то что «Комплекс-Бар» представляет на российском рынке все ведущие мировые бренды столовой посуды, данная продукция заслуживает особого внимания со стороны профессионалов. Steelite International является одним из ведущих мировых производителей высококачественной посуды для рынка HoReCa и международной индустрии гостеприимства. Продукция выпускается исключительно в Великобритании, на заводе, имеющем более чем вековую историю производства.

Продукция изготовлена с использованием высокой доли оксида алюминия и эксклюзивной глазури низкотемпературного обжига; все это значительно повышает прочность посуды. Именно поэтому фабрика дает пожизненную гарантию от образования сколов по краю изделия. Изделия Steelite отличаются такие функциональные качества, как: возможность штабелирования, использования в микроволновой печи, термостойкость, надежное крепление ручек, способность к удерживанию тепла и холода, устойчивость глазури к образованию пятен и повреждениям. Разнообразие дизайнерских решений поражает даже опытных профессионалов – асимметричные формы тарелок, салатники со скошенным краем, тарелки геометрической формы, сочетание стекла, дерева и фарфора, оригинальные цветовые гаммы и рисунков.

Новинка последних лет – серия Craft. Это необычная серия, которую можно любить, которой можно восхищаться или относиться к ней с осторожностью и непониманием, но равнодушной она никого не оставит. В подобной концепции уже существуют серии Naturals и Terramesa, но Craft представлена в еще более оригинальном варианте, которого до этого дня не было на профессиональном рынке. Серия Craft представлена в шести цветовых гаммах, которые идеально «миксуются», и сделана с эффектом состаренной посуды. Фарфор Craft подойдет для этнических заведений, для кухни «а-ля Прованс», пивных ресторанов и баров с простой, демократичной и сытной едой. Новинка Craft White – наиболее удачная расцветка в данной серии. Невероятно приятный и аппетитный молочный цвет с коричневыми вкраплениями напоминает мороженое с шоколадной крошкой, что, безусловно, способствует хорошему визуальному восприятию и, может быть, даже повышению аппетита. Серия идеально подойдет для кофеен и кондитерских. Серия Craft – это новая концепция неформального оформления стола, предоставляющая массу возможностей для подачи блюд.



Весь ассортимент Steelite International вы сможете приобрести в компании «Комплекс-Бар». Компания поддерживает складскую программу, линейки ведущих производителей всегда есть в наличии или на заказ. Главный принцип работы компании «Комплекс-Бар» – наиболее полное комплексное обслуживание и удовлетворение всех потребностей клиента.

Весь ассортимент Steelite International вы сможете приобрести в компании «Комплекс-Бар». Компания поддерживает складскую программу, линейки ведущих производителей всегда есть в наличии или на заказ. Главный принцип работы компании «Комплекс-Бар» – наиболее полное комплексное обслуживание и удовлетворение всех потребностей клиента.

**«КОМПЛЕКС-БАР» – ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ФАБРИКИ
STEELITE INTERNATIONAL**

WWW.COMPLEXBAR.RU

*Анна Пароконная,
бренд-менеджер «Комплекс-Бар»*



ОЧАРОВАНИЕ РУЧНОЙ РАБОТЫ



Блюдо
«Коралл»



Стоппер
для бутылки
«Сонная лощина»



Ведерко для
шампанского
«Оливковая ветвь»



Подставка
под бутылку
«Ботаника»

В современном интерьере мире существует огромное количество декоративных изделий из хрусталя, фарфора и стекла самых разнообразных форм, цветов и фактур. Однако сегодня многие стремятся найти что-то поистине уникальное, то, что не только украсит интерьер, но и станет полезной вещью в доме. Именно такие изделия создает известный американский художник, скульптор и дизайнер Майкл Арам.

История бренда Michael Aram началась в 1989 году, с первой поездки Майкла в Индию. Там он впервые увидел филигранные работы по металлу местных мастеров, выполненные полностью вручную. Вдохновившись красотой ручной работы, Майкл решил основать собственный бренд, который уже в 2014 году отметит свой 25-летний юбилей.

Главным источником вдохновения для Майкла является природа, ее неповторимые формы и текстуры. Названия коллекций повторяют названия цветов или деревьев, например «Оливковая ветвь», «Черная орхидея», «Цветущий лотос», «Фиговый лист», а предметы из этих коллекций выглядят очень натуралистично и естественно за счет тщательной проработки каждой детали изделия. Дизайн в коллекциях Арама занимает первое место – даже такие тривиальные и обычные вещи, как подставка под салфетки или держатель для бумажного полотенца, созданы с особым



Блюдо
для сыра «Ботаника»

вкусом и больше похожи на декоративные украшения интерьера, нежели на предметы кухонной утвари.

Коллекции Michael Aram выполнены из нержавеющей стали, которая придает изделиям ровный и блестящий цвет, бронзы, из которой создаются мелкие детали, например веточки плодов, а также алюминия, стекла или дерева. Все используемые материалы абсолютно безопасны для здоровья и пригодны для использования на кухне.

Современные, но при этом сдержанные, утонченные, но созданные вручную изделия Michael Aram впишутся в любой интерьер, дополнят любую кухню, а также станут оригинальным подарком для нее и для него. Для сильной половины подойдут аксессуары для алкоголя, например подставка для вина, стопер для бутылки или ведерко для шампанского. А блюдо для сыра, необычная ваза или стеклянный поднос станут красивым и полезным

подарком для женщин, которые оценят не только изысканный и оригинальный дизайн, но и практичность этих предметов.

НАШИ АДРЕСА:

ТЦ «Времена Года», Кутузовский проспект, 48, тел. +7 (495) 644-34-51,
ТГ «Модный сезон», Охотный ряд, 2, тел. +7 (495) 797-98-41,
ТДК «Смоленский Пассаж», Смоленская площадь, 3, тел. +7 (495) 644-34-52,
ТРЦ «Райкин Плаза», ул. Шереметьевская, 8, тел. +7 (495) 797-98-40,
ТЦ «Дрим Хаус», дер. Барвиха, 85/1, тел. +7 (495) 644-34-53,
Внуково Outlet Village, г. Москва, Киевское шоссе, 8 км от МКАД, дер. Лапшинка, владение 8, корп. 1, тел. +7 (495) 797-98-38.

ОТДЕЛ ОПТОВЫХ ЗАКУПОК:
+7 (495) 644-34-41, ДОБ. 168

www.williams-oliver.ru

ПРОИЗВОДСТВО КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ В РОССИИ. БОРЬБА ЗА ВЫЖИВАНИЕ

О критической ситуации в сфере российского производства посудных изделий из керамики известно многим. Положение по отрасли в целом оставляет желать лучшего. О том, что является «стояночным тормозом» для развития многих ранее преуспевающих производств, и возможно ли исправить сложившуюся ситуацию, мы решили узнать у директора компании «Борисовская керамика» Константина Хлебникова (К.Х.), упорно преодолевающего со своей командой все препятствия и наращивающего объемы выпуска керамической, а в ближайшем будущем и фаянсовой продукции.



Корр.: – *Что означает для потребителя российская керамика сегодня? Это уже история или все-таки пока еще не погибшее настоящее?*

К.Х.: – Думаю, не то и не другое. Для потребителя это прежде всего продукция, товар: и посуда, и сувенирные изделия, и цветочные горшки, и элементы интерьера, которые все больше входят в быт наших соотечественников, и иное. Керамика – это вечная тема, в том числе и отечественная керамика. Сказать, что она уходит или погибла, – нельзя. Она меняется, стыкуется с другими материалами, но не уходит в историю, нет. Конечно, в последнее время появляется много материалов, из которых изготавливают посуду и элементы декора, но керамика жила и развивалась тысячами лет вместе с развитием человечества, поэтому взаимодействие с этим материалом лежит глубоко в

подсознании каждого из нас и не может быть просто вычеркнуто новым материалом в силу фундаментальных обстоятельств.

Корр.: – *Как вы определяете место отечественного производителя керамической посуды?*

К.Х.: – Отечественный производитель занимает не более 15% на нашем рынке, и можно сказать, что работающие сейчас предприятия – это жалкие остатки некогда действующего гиганта, который функционировал и снабжал керамической продукцией половину земного шара.

Корр.: – *Покупателю важно знать, кто является производителем приобретаемого изделия?*

К.Х.: – Конечно, производитель имеет значение, и не только в нашей отрасли. Российский потребитель уже не одно столетие «заряжен» на выбор какого угодно импорта, лишь бы это было «маде ин не наше». И тут, как бы это

ни было анекдотично, впору вспомнить Михаила Задорнова с его колкими и обидными для нас, российских производителей, шутками. Ведь наш обыватель делает выбор в чью угодно пользу, только не в пользу того предприятия, где работают его мать, отец, братья, сестры, друзья и просто соотечественники. И все это укладывается в рамки традиционного русского психотипа, уже тысячу лет культивируемого среди нашего народа с момента смены религии на Руси. Как принесли чужую веру на нашу землю, так и поклоняемся всему чужому. Очень существенную лепту внес Петр I, когда росчерком пера перечеркнул нашу многотысячелетнюю историю, отменив славянский календарь, систематически привозя к нам сугубо иностранных учителей по всем направлениям и тыкая носом в никчемность русского бытия и т.п. Это серьезная тема, и здесь следует



разбираться психологам, историкам, которые способны искать причины, а самое главное, искать выходы из сложившегося психологического тупика, в котором оказалась наша нация.

Корр.: – *Какие требования выставляет сегодня покупатель к кухонной и сервировочной керамике?*

К.Х.: – Покупателя в первую очередь интересуют: цена, качество и дизайн. Кроме того, покупатель обязательно поинтересуется, где произведено изделие, и если это изделие произведено не в странах СНГ или в Китае, то это существенно добавит удовольствия к процессу покупки.

Корр.: – *Часто можно слышать утверждение, что сырьем для керамической посуды всех производителей (включая Белоруссию, другие европейские государства, Китай) выступает украинская глина. Так ли это на самом деле и почему тогда на Украине такой жуткий спад в производстве керамической посуды?*

К.Х.: – Что касается европейских государств и стран СНГ, то да, украинская глина выступает основным сырьем, за исключением очень малого количества производств. Украинское сырье – высококлассное, поэтому и пользуется таким повышенным спросом и эшелонами вывозится с территории Украины. Сейчас в Украине не просто спад, а катастрофа! Там почти не осталось керамических предприятий. Эта тенденция началась с момента распада СССР, в первую очередь из-за того, что были потеряны связи с рынками сбыта, которые начали мгновенно заполняться иностранными производителями. Мощности же фарфоро-фаянсовой отрасли, которые были сосредоточены на территории Украины, изначально были запланированы не только на республику СССР, но и на другие страны советского влияния, а это значительная часть Европы, Африка, Азия. Большим предприятиям, а на Украине были именно большие предприятия с численностью работников от 1,5 до 5 тысяч человек, очень сложно



удержаться на рынке с огромными накладными расходами, которые в конечном итоге серьезным образом снижают эффективность производства. Более того, очень сложно конкурировать на рынке с очень дешевыми изделиями, хотя и гораздо более низкого качества, в частности своих бывших да и действующих работников, которые создают эти изделия в домашних условиях с минимальными расходами и отсутствующим налогообложением. В связи с этим на сегодняшний день продукция украинских производителей – это в основном продукция надомников, артельщиков, цеховиков без имени, без истории, произведенная с грубейшим нарушением технологии и, как следствие, с очень низким качеством.

Корр.: – *Неужели украинским чиновникам не выгодно поддерживать деятельность пока еще сохранившихся фабрик?*

К.Х.: – Работать можно и на имеющихся мощностях, а кроме того, использовать великолепное украинское сырье, но нужны рынки сбыта, один украинский рынок не покажет высоких результатов. Украинскому производителю жизненно необходимы рынки России, Белоруссии, Европы, Средней Азии.

Корр.: – *Из какой глины производят майолику и фаянс в России?*

К.Х.: – Майолику в России производят из местных глин, майоликовые предприятия не импортируют сырье и обходятся на 100% местным сырьем. Для производства фаянса и фарфора по большей части используется украинское сырье.

Корр.: – *Казалось бы, в*

связи с развитием ресторанно-гостиничного комплекса востребованной будет лишь сервировочная посуда. Однако рынок активно предлагает кухонную керамическую посуду и последняя хорошо продается. С чем вы связываете происходящее? Будет ли в будущем высокий спрос на кухонную керамику, если да, то какую именно?

К.Х.: – Эту тенденцию я связываю с глубокими традициями нашего русского быта. Многие хозяйки не просто считают своей обязанностью приготовление пищи, но и любят это занятие. Думаю, что повышенный спрос будет на более удобные в применении и хранении керамические формы как для приготовления пищи, так и для сервировки стола.

Корр.: – *Можно ли рассчитывать, что заградительные пошлины помогут восстановиться хотя бы одному российскому производителю? Почему введение этих пошлин было встречено даже отечественными производителями весьма прохладно?*

К.Х.: – Рассчитывать на восстановление в данном случае глупо. Мы ведь взрослые люди и прекрасно понимаем, в каких условиях приходится работать. Сейчас фарфор начнут завозить как стекло, керамику, доломит, фаянс... Придумают десятки схем, чтобы обходить этот визуальный таможенный барьер. Поэтому повышение пошлин на отдельно взятую группу ничего не даст, и вообще повышение пошлин без должного качественного контроля того, что на самом деле ввозится в нашу

страну, – мера бесполезная. Поэтому я разделяю скептическое отношение коллег по цеху к данной мере государственной помощи.

Корр.: – *Как вы думаете, какие меры могли бы реально поставить на ноги разоренные производства отечественных производителей?*

К.Х.: – Никакие. Уже нечего спасать, к сожалению. Разоренным предприятиям уже не поможешь: нет оборудования, нет специалистов, рынки сбыта заняты более расторопными конкурентами – иностранцами, которые для этого и СССР развалили, и в ВТО нас уговорили вступить...

Есть только несколько предприятий, на базе которых еще можно частично восстановить керамическую отрасль хотя бы для заполнения своего же отечественного рынка. Ведь мы проиграли конкуренцию не на уровне хозяйствующего субъекта. Мы ее проиграли на уровне государственного регулирования. Отрасли не регулируются директорами предприятий, отрасли регулируются государственными министерствами и ведомствами. И от того, насколько эффективно это происходит, зависит жизнедеятельность отрасли в целом. Если есть единичные случаи успешного хозяйствования в разоренной отрасли, то это исключение из правил, это заслуга руководителей данных предприятий не столько как профессионалов, сколько как уникальных антикризисных управляющих. И чем крупнее такое предприятие, тем более заслуженный у него руководитель. Касательно спасительных мер можно ска-

зять, что нужно **жесткое регулирование тарифов естественных монополий, существенное снижение налогового бремени, разработка комплексных мер по субсидированию перевооружения, модернизации и расширения действующего производства, повышение импортных тарифов на весь ширпотреб.** Тем самым будут восстанавливаться не только фарфоро-фаянсовые отрасли, но и другие отрасли народного хозяйства. К сожалению, сложно придумать защитные меры против еще одного хозяйствующего субъекта, который вносит немалую лепту в уничтожение отечественного производства, – торговли. На сегодняшний день торговля взяла на себя функцию распределения добавочной стоимости создаваемого продукта. Именно торговля решает, сколько должен получить производитель, посредник и непосредственно она сама. И естественно, все эти решения проходят не в пользу производителя, поэтому мы наблюдаем, как закрываются одно за одним те или иные производства и растут и жиреют торговые сети.

Корр.: – У отечественной керамики не хватает достойного дизайна. Это отмечают практически все участники рынка. Какие, на ваш взгляд, возможности для обновления дизайна существуют сегодня у отечественного производителя и действительно ли покупателя смущает только дизайн?

К.Х.: – Да, такая проблема имеет место. Сложно думать о дизайне и всевозможных улучшениях, когда тебе угрожают то газ отключить, то электроэнергию,

то нечем платить зарплату и т.д. Это обычные проблемы производителей-керамистов в России. Дизайн, упаковка, оформление товара – это те необходимые атрибуты, которые позволяют более успешно продвигать свою продукцию на рынке. Неужели вы думаете, что отечественный производитель не понимает этого? Да нет, мы очень хорошо это понимаем, но на это просто нет средств. Получается замкнутый круг. Возможности для обновления дизайна есть всегда, другой вопрос: подкреплены ли они финансами? На сегодняшний день с финансами самая большая проблема, уже все давно в кредитах, а рентабельность нашего производства оставляет желать лучшего.

Корр.: – Как российские продавцы могли бы усилить рост покупательского спроса на отечественную керамическую посуду? Что может сегодня для этого сделать продавец?

К.Х.: – Очень сложно ответить на этот вопрос, чтобы не обидеть наших отечественных космополитов. Чем больше по объему продавец или торговая сеть, тем дальше от него понятие патриотизма. Ответ: «Мы работаем только с Китаем и даже никогда не рассматриваем отечественного производителя» уже не просто набил оскомину, он даже не удивляет. К сожалению, торговля – это субъект, который только ухудшает состояние отечественного производства, более того, он делает это с особой из-



ощренностью, продляя нашу агонию, изобретая «входные», всевозможные бонусы, возвраты, штрафы и другие казусы и ребусы. Таким образом, убегая от всех мыслимых и немыслимых рисков, иной раз хочется спросить: а вы, господа, за что-нибудь отвечать собираетесь, кроме своих «хотелок»?! Торговые сети растут как на дрожжах, а вот отечественных производственных предприятий с каждым годом становится все меньше. И только отдельные продавцы имеют и развивают российское направление в своей матрице товаров. У нас есть такие примеры, это давние наши партнеры, которые своим развитием в тесном сотрудничестве с нами показывают и доказывают, что можно расти и развиваться вместе с российским производителем.

Корр.: – Каким вы видите возможный сценарий развития керамической посудной отрасли в течение ближайших двух-трех лет?

К.Х.: – В этом году произошла остановка и закрытие еще двух мелких майоликовых предприятий, в ближайшее время произойдет то же самое с рядом слабых фабрик. Предполагаю, что на рынке выживут не более 10 предприятий всех трех направлений: майолика, фаянс, фарфор. Не предполагаю какого-то особого давления со стороны импортной продукции, так как рынок и так ею занят выше всякого здорового уровня.

Корр.: – Какое место на этом историческом отрезке вы отводите собственному производству?

К.Х.: – Мы наращиваем объемы по майоликовому направлению и планируем вывести объем производства до 200 тысяч готовых изделий в месяц в ближайшее время. И всем смертям назло с помощью финансовой поддержки нашего губернатора Е.С. Савченко (получили беспроцентный займ из областного фонда) строим фаянсовое предприятие, которое будет заниматься выпуском фаянсовой столовой посуды для сектора HoReCa.





ДОБРЫНЯ

Новинки от Добрыни!



Здоровое питание для всей семьи!



Мультиварки **VITESSE** – ваши новые кулинарные горизонты!

Каким бы умелым и искусным ни был кулинар, продуманная бытовая техника существенно расширит возможности приготовления! Мультиварки VS-3004, VS-3012, VS-586 от VITESSE – это кухонные помощницы в ультрасовременном дизайне, удобны в управлении и оснащены множеством программ и режимов приготовления для создания вкусных блюд.

Так, мультиварка-скороварка VITESSE VS-3004 мощностью 900 Вт имеет 13 программ и 75 автоматических режимов, регулирующих температуру, уровень давления и время приготовления. Вместительная внутренняя чаша (5 л) с высококачественным керамическим покрытием ECO-CERA позволяет готовить даже без масла и сохранять естественный вкус и аромат продуктов!



Мультиварка-скороварка VS-3004



Отличительной особенностью модели является инновационная функция голосового сопровождения. Мультиварка сама поможет вам выбрать и установить программу, а по окончании приготовления сообщит о готовности блюда и активации режима поддержания его тепла. Мультиварка-скороварка VITESSE VS-3004 идеально подойдет для людей с низкой остротой зрения и не позволит ошибиться в установках приготовления даже в помещении с недостаточным освещением.

Если вы выбираете новейшие технологии и комфорт, то вам обязательно придется по душе мультиварка-скороварка VS-3012 в элегантном светлом корпусе. Модель тщательно продумана и великолепно оснащена технически: в ее «арсенале» 12 программ, 36 автоматических режимов и целых 120 режимов ручной настройки приготовления! Благодаря этому мультиварка VITESSE VS-3012 с легкостью готовит и наваристые супы, и диетические каши, и домашнюю



Мультиварка-скороварка VS-3012



Мультиварка VS-586

пасту, а еще тушеные, запеченные, жареные, паровые блюда, выпечку, мясо, фондю, блюда во фритюре, йогурт и даже рисовое вино!

Мультиварка-скороварка VS-3012 имеет удобную сенсорную панель и яркий LED-дисплей для комфортного выбора желаемой программы и настройки приготовления легким прикосновением. Модель VS-3012 от VITESSE – это поистине шедевр современных технологий, для которого практически нет невозможного.

Мультиварка VS-586 мощностью 860 Вт в привлекательном корпусе медного цвета оснащена самыми необходимыми программами для приготовления риса, круп, разнообразных каш и супов, напитков и выпечки, тушеных, жареных и паровых блюд – словом, всего того, что составляет рацион современной семьи... и даже чуть больше! Внутренняя чаша с высококачественным антипригарным покрытием объемом 4 л дает возможность готовить блюда для всей семьи. Как и все современные модели мультиварок, VITESSE VS-586 позволяет готовить с отсрочкой старта, а также поддерживать тепло готового блюда в течение длительного времени.

Мультиварки VITESSE – это настоящий подарок для тех, кто не только заботится о полноценном питании, но и ценит свое время, хочет совершенствовать свои кулинарные навыки и изо дня в день готовить вкусную и здоровую пищу!

Мультиварки VITESSE VS-3004, VS-3012 и VS-586 – удовольствие от процесса приготовления и наслаждение полученным результатом!

WWW.VITESSE.RU



ООО «ДЕКОМ»
 601500, г. Гусь-Хрустальный,
 ул. Интернациональная, 110.
 тел./факс: (49241) 25842/36570,
 8 (919) 026 22 74
www.gusdekom.ru

ДЕКОМ

Посуда к любому празднику!



КАI: ЯПОНСКОЕ КУЛИНАРНОЕ МАСТЕРСТВО

Несмотря на высокую деловую активность в предновогодний период, презентация продукции от корпорации КАI (Япония), прошедшая 17 декабря в Посольстве Японии в Москве, заинтересовала немало представителей посудного рынка.

Ожидаемый показ никого не оставил равнодушным. Традиционные блюда японской кухни, частично приготовленные известными поварами во время проведения мастер-класса, позволили всем присутствующим на некоторое время окунуться в атмосферу иной среды обитания, почувствовать себя вдалеке от насущных дел и просто получить удовольствие от множества разнообразных вкусов.

Примечательно, что ингредиенты для масштабного фуршета были приобретены на столичных рынках и в местных магазинах. Это лишний



раз подчеркивает возможность расширения заведений общественного питания с уклоном на японскую кухню.

Профессионально выполненные ножи, производством которых компания занимается с момента своего основания (1908 год), поражают своими режущими способностями и вдохновляют к новым кулинарным открытиям.

У КАI соблюдается главный принцип – **«Настоящий нож никогда не ранит то, что разрезает!»**

В числе выступающих на презентации были Посол Японии, а также президент корпорации КАI господин Эндо, бизнес-продюсер, актер и лауреат Нобелевской премии

Корпорация КАI специализируется на производстве режущих инструментов, прежде всего кухонных ножей и бритвенных лезвий, а также ведет продажи кухонной утвари, бритв, косметики и пр. Компания основана в 1908 году, имеет производственную базу (KAI Industries Co., Ltd) в городе Сэки префектуры Гифу, являющемся одним из главных центров производства режущих инструментов в Японии, и развивает бизнес по всему миру под именем KAI Group.

Тацуми Такуро и, кроме того, известные в Японии шеф-повара Такада Харуюки и Сугияма Мамору.

Общий смысл выступлений сводился к тому, что сегодня все большее число профессиональных поваров и ценителей домашней кухни предпочитают использовать высококачественные предметы посуды и аксессуары, позволяющие максимально раскрыть вкусовые достоинства различных блюд, а также зарядить всех домашних и ресторанных поваров творческой энергией, которая необходима для достижения наивысшего результата. Именно поэтому доведенные до совершенства

ножи марки КАI могут оказаться в числе наиболее полезных инструментов на каждой кухне.



12th International Exhibition Houseware and Home Technology
12-ая Международная Выставка Домашний Уют и Технологии для Дома

01 - 04

March
Марта

2014

Almaty - Kazakhstan / Алматы - Казахстан
"Atakent" International Exhibition Center
Международный выставочный центр «Атакент»

Основные Разделы выставки

Посуда
Кухонное оборудование
Текстиль
Пластик
Освещение
Бытовая техника
Подарочные наборы

Exhibition Themes

Tableware
Kitchenware
Textile
Plastic
Lighting
Home appliances
Giftware

www.centralasiaexpo.kz

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
НОМИ 2014	19.01.14 22.01.14
Международная выставка товаров для дома и подарков. Милан (Италия)	Fiera Milano International SpA
КОНСУМЭКСПО-2014 Зима	20.01.14 23.01.14
Международная выставка товаров народного потребления. Москва	ЗАО «Экспоцентр»
MAISON & OBJET PARIS	24.01.13 28.01.13
Выставка товаров для дома и подарков. Париж (Франция)	Paris Nord Villepinte Parc d'Expositions
CHRISTMASWORLD FRANKFURT 2014	24.01.14 28.01.14
Международная выставка подарков и товаров для организации праздников. Франкфурт (Германия)	Messe Frankfurt GmbH
NYIGF WINTER 2014	01.02.14 06.02.14
Международная выставка подарков. Нью-Йорк (США)	George Little Management, Inc.
SPRING FAIR INTERNATIONAL 2014	02.02.14 06.02.14
Европейская международная выставка подарков и аксессуаров. Бирмингем (Великобритания)	i2i Events Group
TABLEWARE TRADE SHOW	05.02.14 08.02.14
XIV Международная выставка посуды. Киев	ООО «Парус Экспо Медиа»
HOUSEHOLD TRADE SHOW	05.02.14 08.02.14
V Специализированный салон хозяйственных товаров. Киев	ООО «Парус Экспо Медиа»
INHORECA	05.02.14 08.02.14
II Специализированная выставка ресторанного и отельного бизнеса. Киев	ООО «Парус Экспо Медиа»
AMBIENTE 2014	07.02.14 11.02.14
Международная выставка товаров для дома. Франкфурт-на-Майне (Германия)	Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
HUISHOUDBEURS 2014	15.02.14 23.02.14
Международная выставка товаров для дома. Амстердам (Нидерланды)	Amsterdam RAI
NEW ENGLAND HOME SHOW 2014	21.02.14 23.02.14
Выставка товаров для дома и быта. Бостон (США)	Marketplace Events, LLC
МОДНЫЙ БАЗАР (ВЕЧНА) 2014	27.02.14 02.03.14
XXVII Всероссийская специализированная выставка	«ВолгоградЭкспо»
MAISON & OBJET ASIA	10.03.14 13.03.14
Выставка товаров для дома и подарков. Сингапур	Paris Nord Villepinte Parc d'Expositions
INTERNATIONAL HOME + HOUSEWARES SHOW 2014	15.03.14 18.03.14
Международная выставка товаров для дома. Чикаго (США)	IANA
HOUSEWARE EXPO / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА. ВЕЧНА 2014	17.03.14 20.03.14
Международная специализированная выставка посуды, товаров для кухни и дома, хозяйственных товаров. Москва, ВК «Гостиный Двор»	ООО «Подарки Экспо»
ПОДАРКИ. ВЕЧНА 2014	17.03.14 20.03.14
Международная специализированная выставка подарков, предметов интерьера, посуды и декора стола. Москва, ВК «Гостиный Двор»	ООО «Подарки Экспо»
STYLISH HOME. OBJECTS & TABLEWARE 2014	18.03.14 21.03.14
Международная специализированная выставка товаров для дома премиум-класса. Москва	ООО «МОККА Экспо Групп»
HOUSEHOLD EXPO 2014	18.03.14 21.03.14
Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома. Москва	ООО «МОККА Экспо Групп»
LUXURYHITS (LUXURY & HIGH INTERIOR TRADE SHOW) 2014	18.03.14 21.03.14
Выставка высокого интерьера и предметов класса люкс. Москва	ООО «Майер Экспо Групп»





13-я Международная специализированная выставка

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

Посуда, кухня, пластик, текстиль,
свет, бытовая техника.

www.hhexpo.ru



3-я Международная специализированная выставка

STYLISH HOME

OBJECTS & TABLEWARE

Товары для дома премиум-класса.

www.styhome.ru



Москва
МВЦ Крокус Экспо
18-21 МАРТА
2014



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

HORECA. JUST HORECA

www.justhoreca.ru

PODARKI CHRISTMAS BOX

2-я Международная специализированная выставка

Новогодняя продукция, подарки, сувениры.

www.christmasbox.ru

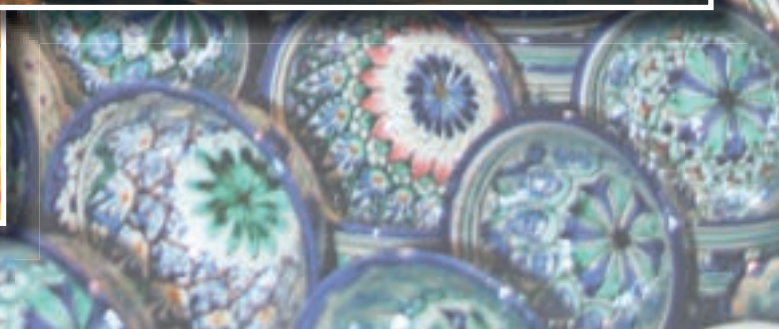
ПРАЗДНИК, КОТОРЫЙ ВСЕГДА С НАМИ!

«Творенья старины глубокой» удивительны и уникальны. По традиции в канун новогодних торжеств с 18 по 22 декабря в павильоне 7 ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» с поистине русским размахом прошла XV юбилейная выставка-ярмарка народных художественных промыслов России «ЛАДЬЯ. Зимняя сказка – 2013».

Посетив выставку «Ладья», понимаешь, насколько богата Русская земля на таланты, насколько сильна в нашем народе тяга к прекрасному, доброму, вечному. Несмотря на жесткие экономические условия и финансовые трудности, национальные традиции живут и радуют глаз своими неповторимыми изделиями. В течение многих лет выставка «Ладья» предлагает москвичам и гостям столицы фантазийное буйство красочных коллекций и возможность увидеть в одном месте всю богатейшую палитру изделий народных художественных промыслов. Среди них ежегодно присутствуют всемирно известные центры народного искусства, в которых мастера создают хохломскую и городецкую росписи, гжельский и кисловодский фарфор, фарфор Вербилок, скопинскую и псковскую керамику, сказочную майолику из Ярославля, дулевский фарфор. На выставке были представлены работы фабрики финифти из белокаменного Ростова, вологодское и елецкое кружево, богородская и беломорская резьба по дереву, кубачинские ювелирные украшения, холмогорская и тобольская резная кость, жостовские и нижнетагильские расписные подносы, впечатляло оружие златоустовских и тульских мастеров. Порадовал своими изделиями гусь-хрустальный завод, продукция которого любима всеми россиянами и не только. Отрадно было

услышать, что в конце декабря любимый завод возобновит свою деятельность, а сейчас москвичам предлагался уникальный шанс приобрести изделия из хрусталя коллекции прошлых лет, в небольших партиях, еще имевшихся на складах завода. Около небольшого стенда гусь-хрустального завода не было места, где «яблоку упасть». Огромный выбор хрустальных изделий предложил посетителям дятьковский завод (бренд «Мальцов»).







На протяжении уже многих лет выставка занимает два этажа 7-го павильона, радуя своих посетителей разнообразием красок и необыкновенных коллекций. С каждым годом занимаемая выставочная площадь увеличивается не менее чем на 30%. Как всегда, выставка разделена на экспозиции по регионам и по тематике. Большую экспозиционную площадку занимают училища, благотворительные фонды, колледжи декоративно-прикладного искусства и ювелирного дела, а также высшие учебные заведения, среди которых приятное впечатление произвел Гжельский художественно-промышленный институт. По сообщению преподавателей этого заведения, спрос на специалистов присутствует, хотя студентов стало меньше. Абрамцевский колледж показал творения своих воспитанников, много региональных филиалов имеется при МГХПА им. С.Г. Строганова: и на Волге (пос. Красное), и в г. Кемерово, и в Пермском крае (г. Кунгур), в Нижнем Тагиле и др. Ребята не только с интересом рассказывали о теоретических занятиях, но и показывали свои практические навыки прямо на стендах.

Творения мастеров народного искусства со всей России покорили публику очередными сенсациями. Красносельские мастера представили на выставке уникальные изделия из серебра: уменьшенную копию исторического архитектурного комплекса «Ипатьевский монастырь», филигранную композицию «Тройка» в технике красносельской скани. Изделия, выполненные богородскими резчиками, удивят посетителей не только большими размерами, но и авторским сюжетом. Архангельские мастера поражают необычной утварью – ковшом «Скобкарь», а хохлома представит сундук «Юбилейный» высотой 1,2 и длиной 2 м, расписанный в технике Кудрина.

Центральная экспозиция была посвящена тематиче-

ским разделам: «Дорогая моя столица», «Московский Сокольнический», «Православие в произведениях мастеров народных промыслов», «За сохранение традиций народного искусства», «Народная игрушка», «Народный костюм».

Особым интересом у посетителей пользовалась экспозиция мастеров и ремесленников, на которой можно было воочию наблюдать процесс рождения шедевров. Здесь можно было не только полюбоваться уникальными творениями мастеров, но и приобрести изделия необычайной красоты из фарфора, керамики, кружева и бисера. Приятно было видеть, что мастера не только владеют старинными приемами поделки, но и знакомы с современными направлениями творчества: декупажем, фьюзингом и гильошированием.

Выставка по традиции сопровождалась насыщенной деловой программой, включающей семинары, круглые столы и совещания, работала комиссия искусствоведов с консультациями по разработке новых видов изделий, возрождению ранее утраченных техник и технологий, повышению художественного уровня и качества выпускаемых изделий.

Гости выставки смогли увидеть яркую самобытную культурную программу, в которой приняли участие профессиональные артисты, творческие коллективы, модельеры-художники, дизайнеры. На сцене коллективы разных народов в национальных костюмах демонстрировали свое песенное и танцевальное искусство.

Выставка «ЛАДЬЯ» – удивительный мир, в котором живет душа России, вдохновляемая яркими талантами мастеров, неповторимыми и уникальными работами, где царит любовь к национальному искусству, где встречаются и общаются люди одухотворенные, считающие свои национальные корни и верующие в истинные ценности.



НОВЫЕ СТИЛИ ЖИЗНИ ЗДЕСЬ



Pirella

Ogilvy & Mather Advertising



19-22 ЯНВАРЯ 2014. НОВЫЕ ОТКРЫТИЯ, ВСТРЕЧИ, РОСТ.

МИЛАН ПРИВЕТСТВУЕТ НОМИ: НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ВЫСТАВКИ, ПОСВЯЩЕННАЯ СТИЛЯМ ЖИЗНИ, ПОЯВИЛАСЬ НА СВЕТ, ЧТОБЫ РАССКАЗАТЬ О ЧЕЛОВЕКЕ, О ЕГО ПРИВЫЧКАХ И О ЕГО ЛИЧНЫХ ПРОСТРАНСТВАХ. ОСОБОЕ МЕСТО, ГДЕ ТЕПЛОЕ ИТАЛЬЯНСКОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО И МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТИЛЬ ВСТРЕТЯТСЯ, ЧТОБЫ ВДОХНОВЛЯТЬ ВАС, РАСШИРЯЯ ГОРИЗОНТЫ И СОЗДАВАЯ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА. | HOMIMILANO.COM

HOMI
THE NEW MACEF

«ДОМ И ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО – 2014» В ЧИКАГО ГОТОВИТСЯ МАСШТАБНОЕ ШОУ!

С 15 по 18 марта текущего года в Чикаго пройдет традиционное масштабное выставочное шоу International Home + Housewares show. Это событие, которое в России принято называть «Дом и домашнее хозяйство», призвано сплотить всех участников рынка и показать последние достижения прежде всего в сегменте розничной торговли.

Чикагская выставка является спонсором конкурса GIA (the Global Innovation Award), в котором принимают участие посланцы магазинов со всего земного шара. Лучшие представители ритейла от каждого государства получают заслуженные награды и повышают свой статус, являясь членами национальных победителей GIA. В этом году их число составит более двадцати. Из последних выбирается пятерка международных победителей. Это самые достойные профессионалы своего дела, чей бесценный опыт способен вдохновить на новые профессиональные свершения других участников рынка.

Развитие международной торговли подталкивает представителей ритейла объединять свои усилия в целях освоения новых рыночных просторов и расширения собственных возможностей.

Участники рынка больше не могут смотреть на свой бизнес, реагируя только на



локальные внутригосударственные изменения. Глобализация рынков создает благодатную почву для наращивания оборотов в условиях непростой конкурентной борьбы.

Выставка «Дом и домашнее хозяйство» позволяет почувствовать в полной мере открывающиеся возможности рынка и использовать их для расширения торговых взаимоотношений, в том числе и на международном уровне.

ВАША ВЫГОДА

Акцентируя внимание на высококачественных мировых брендах, отличающихся лучшим дизайном, выставка представляет целые линейки продукции от ведущих американских брендов домашней утвари и предметов домашнего обихода, а также поставщиков и дизайнеров – не только лишь продукцию, специально отобранную для продажи на экспорт, которая экспонируется на выставках за пределами США. Покупатели имеют возможность найти новую продукцию и целые линейки товаров, пока еще недоступные на других рынках.

На выставке можно найти уникальные проекты торговых залов, познакомиться с изящным визуальным коммерческим планированием производства, поучаствовать в творческих показах, наполнить себя вдохновением и новыми идеями.

Обратите особое внимание на дисплей цветовых гамм от компании Pantone,

Inc. – Pantone Color Watch – и на семинары, посвященные трендам в области цветовых гамм и материалов в 2014-2015 годах!

Представляя 2100 участников из более чем 40 стран, выставка включает в себя четыре большие экспозиции:

- **Еда + Дизайн** (Кухня + Столовая) – включая дисплей «Открой для себя дизайн!» – Discover Design!
- **Провода + Здоровье** (Электрика + Оздоровительная техника в домашних условиях) – ведущая в мире выставка домашней электрики!
- **Чистим, храним + Поддерживаем чистоту и порядок** (Уборка + Хранение)
- **Мировые перекрестки** (международные павильоны).

Посетители имеют возможность получить 45-минутные бесплатные консультации от известных розничных продавцов как из США, так и из других стран! Среди самых известных консультантов специалист в области маркетинга и визуального мерчандайзинга Мартин М. Пеглер. В своем выступлении гуру визуального мерчандайзинга и маркетинга сделает уклон на способах формирования неповторимой марки в розничных точках продаж.

ЗАРЯДИТЕСЬ НОВЫМИ ИДЕЯМИ

Чикаго держит руку на пульсе крепкого американского рынка домашней утвари и предметов домашнего об-



ихода. Представители розничной торговли со всего мира приезжают в Чикаго, чтобы расширить свои знания о визуальном мерчандайзинге и брендинге магазинов, а также вдохновиться примерами уникальных чикагских магазинов и розничных концепций. У всех ведущих розничных сетей по продаже домашней утвари и предметов домашнего обихода, таких как **Williams Sonoma, Crate & Barrel, Sur La Table, Bloomingdales Home** и **The Container Store**, имеются головные магазины в Чикаго, где вы найдете инновационное оформление торговых площадей, превосходное обслуживание покупателей и уникальные идеи.

**МЕСТО ВСТРЕЧИ:
McCormick,
Чикаго, США.
ДАТА: 15-18 марта.**

Для получения дополнительной информации о выставке и бесплатной предварительной регистрации онлайн посетите наши веб-сайты:

www.housewares.org/attend
www.housewares.org/exhibit



2100 Экспонентов более чем из 40 стран

60 000 Профессиональных посетителей более
чем из 120 стран



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

На выставке International Home + Housewares Show, вы получите массу новых идей и профессиональных контактов для развития бизнеса и познакомитесь со всемирно известными чикагскими ритейлерами.

15 - 18 Марта
Чикаго, США

Зарегистрируйтесь сейчас и получите бесплатное приглашение

Посетители: www.housewares.org/attend

Экспоненты: www.housewares.org/exhibit



Торговое представительство США, Посольство США в Москве приглашает вас присоединиться к официальной делегации на International Home + Housewares Show. Делегатам предлагаются дополнительные бесплатные мероприятия, помощь в установлении контактов с американскими компаниями (B2B matchmaking), организационная помощь со стороны российских и американских сотрудников. Для получения подробной информации о выставке и об участии в официальной делегации Торгового Представительства США на International Home + Housewares Show, пожалуйста, обращайтесь к коммерческому специалисту Посольства США в Москве Екатерине Лушпиной по тел. +7 495 7285556, +7 985 7656253, Yekaterina.lushpina@trade.gov



INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION®
the home authority

www.housewares.org/networking



ILLINOIS
MILE AFTER MAGNIFICENT MILE

ЗДРАВСТВУЙ, ПЛЕМЯ ПОСУДНОЕ, НЕЗНАКОМОЕ!

ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Здравствуй, успешный, благополучный, счастливый 2014 год. Какие тенденции принесет этот год миру посуды, какие открытия его ожидают? Чтобы правильно построить свою финансовую и маркетинговую стратегию, нужно безошибочно угадать тенденции рынка на текущий год. Насколько и в каких объемах будет востребован тот или иной товар, можно узнать, только исследуя предыдущие периоды и пристально следя за новыми товарами, которые поступают на рынок...

Общей тенденцией прошедшего года, по мнению участников рынка посуды, является специфический нестройный спад ряда позиций у компаний и стагнация продаж. Общей картиной розничной торговли можно назвать неустойчивость спроса и длительное ожидание предпраздничной торговли.

КУХОННАЯ УТВАРЬ

В предыдущий период фаворитом продаж была кухонная утварь, к которой относятся кастрюли, сотейники, сковороды и другие товары, представленные в этом разделе. Действительно, именно на этом рынке произошли довольно масштабные изменения в сторону инноваций. На рынке посуды для кухни в последние годы появилось много новинок, как дизайнерских, так и технологических. В течение многих лет первенство по продажам держала посуда с антипригарным покрытием. Здесь были и дешевые китайские под-



делки, и посуда по-наме, цены на которые варьировались от 400 до 1200 рублей за единицу. В среднем ценовом сегменте очень хорошо оценивалась покупателями и держала первенство по продажам классическая посуда таких известных, зарекомендовавших себя брендов, как Tefal, GIPFEL, Beka и др.

Далее на рынке появились изделия с «керамическим» покрытием, которые вызвали огромный покупательский интерес. Этот новый вид покрытий отличался интересными разнообразными цветовыми решениями и, по мнению разработчиков, абсолютной безопасностью. Здесь наблюдались и дорогие марки, такие как Zwilling J.A. Henckels, Германия (покрытие Thermolon), Moneta (с керамическим покрытием CERAMICA®_01), и доступные по цене: бренд TVS (с итальянским керамическим покрытием Ceramit), GREENPAN (керамическое покрытие Thermolon) и т.д. Многие компании расширили свой ассортиментный ряд в сторону новых изделий. На прилавках появилось множество разновидностей сковород и кастрюль. Долгий период времени кухонная посуда с керамическими покрытиями держала первенство по продажам по сравнению с традиционными покрытиями. Но по истечении времени покупатель столкнулся с определенными особенностями данных покрытий: они недостаточно долговечны. Просуществовав на пике популярности около 5 лет, «керамика» сместилась с первого места, отдав предпочтение классике. Но это не

конец этой «детективной» истории. Технологи совершенствуют свойства керамических покрытий, и конкуренция в следующем году ожидается более жесткой.

В настоящее время все больше растет популярность изделий из чугуна. Включается «генетическая память». Чугун – один из самых ранних материалов, используемых для изготовления кухонной утвари. Все полезные качества посуды из чугуна обусловлены свойствами самого металла. Во-первых, это высокая теплоемкость. Чугунная сковорода нагревается медленно, но более равномерно, и затем она длительное время отдает тепло готовящимся продуктам, даже после выключения плиты пища продолжает готовиться. Далее, чугун отличается природными антипригарными свойствами. И чем дольше времени служит чугунная сковорода, тем лучше ее антипригарный слой. Тем более что сейчас используются современные эмалированные и керамические или эмаль-керамические покрытия, посуду стало легче мыть. Стоит отметить, кухонная утварь из чугуна – недорогое удовольствие. Например, кастрюля овальная из чугуна Fissler, серия Arcana, 28 см, стоит от 15 000 до 19 000 рублей. Эмалированный чугун производства французской фабрики CHASSEUR также является посудой среднего и высокого уровня (кастрюля 28 см стоит от 8000 до 9000 рублей). Чугунная посуда французской фирмы Staub пользуется особым уважением,



она дополнительно покрыта несколькими слоями эмали. Внешняя поверхность покрыта цветной эмалью, для внутренней используется черная матовая эмаль, которая позволяет использовать эту посуду без подготовки. Французский сотейник с чугунной крышкой, 24 см, стоит порядка 8000 рублей. Одна из самых общедоступных европейских марок – марка Frybest (кастрюля из чугуна с керамическим покрытием, 24 см, с крышкой, 2,5 л, стоит от 1600 до 2200 рублей). Особенностью изделий этой марки является то, что эмаль наносится как с внутренней, так и с внешней стороны посуды. Компания Naskman (Финляндия) также производит посуду из чугуна. Цена сковороды без крышки диаметром 23 см составляет около 2200 рублей. В Украине производится литая чугунная посуда без покрытия со специальной термической обработкой марки SYTON и «БИОЛ». Цены на нее колеблются от 600 до 1500 рублей (например, сковорода марки SYTON диаметром 24 см стоит 1200 рублей). Потребности покупателя в отношении чугуна немного выросли по сравнению с прошлым годом. И это закономерно, ведь потребитель все время что-то пробует, оценивает и выбирает.

СТОЛОВАЯ И БАРНАЯ ПОСУДА (СТЕКЛО, ФАРФОР)

Что касается рынка стеклянной посуды, здесь все устойчиво и закономерно. Самые крупные производители, компания PASABANSE и ARC INTERNATIONAL, занимают большую часть рынка посуды из стекла. Итальянская компания Bormioli и чешский производитель – марка Vogeitia уверенно, но с некоторым интервалом следуют за мировыми лидерами.

По фарфору и керамике особенных изменений не произошло, за исключением введенной заградительной пошлины на ввозимый фарфор. Здесь компаниям приходится очень осторожно закупать продукцию, только выверенную покупательской потребностью и проверенных марок. Но, по мнению продавцов, сильной паники у потребителей не происходит, цены повышены на 20% на изделия импортного фарфора, но ажиотажа нет. Чуть больше стали покупать столовую посуду европейских марок, так как цена китайской продукции сдвинулась в сторону увеличения и почти сравнялась с западными образцами.

БЫТОВАЯ КУХОННАЯ ТЕХНИКА

Появление большого разнообразия в сегменте бытовой кухонной техники расширило ассортимент многих компаний рынка посуды. Стремление компаний расширить свою матрицу обусловлено неустойчивостью рынка и желанием охватить большую потребительскую

аудиторию. СМИ и телепередачи о приготовлении пищи также способствуют росту кухонной техники в домашних хозяйствах. Для удовлетворения покупательского аппетита компании предлагают большой выбор мультиварок, пароварок, электрогрилей, электроутятниц, соковыжималок и др. электроприборов. Так, компания VITESSE презентовала на выставке мультиварку с функцией коптить. В ассортименте компании POLARIS есть различные кухонные электроприборы, в том числе мультиварка Polaris PMC 0519D. Компания VITEK представила на рынок мультиварку VT-4213 с функцией 3D-нагрева и керамическим покрытием TOP CERAMIC. Компания «Антарес Трейд» удивила потребителей новой соковыжималкой корейского производителя HUROM. Российская компания «Добрыня» разнообразила свой ассортимент различными кухонными электроприборами, в том числе представила мультиварку «Добрыня» ДО-1016.

ТРЕНДЫ, ЦВЕТА И ФОРМЫ

Самая большая трудность заключается в выявлении главных тенденций в том мощном разнообразии продуктов, которые появляются на рынке. Для безошибочного определения пути развития компании, чтобы оставаться в струе покупательской активности, нужен компас для выявления тенденций на развитие.

Специалисты из стилистического агентства bora.herke.palmisano выявили новейшие тенденции по всему миру. В результате исследований в следующем сезоне вещи будут оформляться в более спокойных тонах и в большей степени способствовать расслаблению и отдыху. Главная идея – это спокойствие, уверенность и многофункциональность. Развитие актуальных направлений в сфере товаров народного потребления в 2014 году пойдет по четырем сценариям: это **яркий темпераментный сценарий**, далее – **тонкий спокойный сценарий сдержанности**, затем **оригинальный ненавязчивый характер**, и **функциональность** – это четвертый тренд сезона 2014 года.

Эти сценарии представляют типичные общие тенденции 2014 года и дают представление о самых популярных цветах, формах, материалах и рисунках этого года.

Яркий темпераментный сценарий. Во времена экономической неустойчивости стремление к ярким и всепобеждающим цветовым решениям является закономерным. Этот темпераментный причудливый стиль дает всему необычному возможность самовыражения. Веселая цветовая палитра этого хита охватывает бледно-зе-

лтый, мандариновый цвета, цвет зеленого лимона, красный и малиновый, асфальтовый, светло-серый и абрикосовый. Здесь можно проводить почти сюрреалистические эксперименты с материалами и формами. Удивить – вот что лежит в основе выбора материалов и рисунков: мелкая ломаная клетка соединяется с точками, а крупные рисунки – с выпуклостями. Цветы и цветение завершают необычную стилистическую концепцию этого сценария развития тренда.

Тонкий спокойный сценарий. Отличительной чертой этого характера является тонкая эстетика и гармония цветов и красок.

Важны комфорт и удобство, теплота и близость, материалы отвечают самым высоким стандартам. Нефритовый, розовато-лиловый и матово-золотистый цвета подчеркивают тонкую игру красок между темно-синим, хвойно-зеленым и красновато-лиловым. Рисунки и формы, созданные под влиянием японских мотивов, появляются в современных изделиях.

Оригинальный спокойный характер простых форм и натуральных материалов подчеркивает шик изящества форм и сделанных со вкусом аксессуаров. Пастельные тона обеспечивают легкость чувств и варьируются от серо-коричневого, фиолетового, персикового и телесного оттенков до серого, песочного, белого и черного. Плавный переход от внутреннего к внешнему говорит о безупречности формы и легкой структуре материалов.

Функциональный сценарий. Четкие линии характеризуют контраст интенсивных и пастельных оттенков. Хромовый, голубой и интенсивные оттенки желтого на черном, белом, аспидно-черном и табачном фоне создают мощные акценты. Линейные рисунки становятся редкими, но всегда используются для обеспечения контраста. Предпочтение отдается геометрическому стилю, с резко очерченными контурами. Заново используется классика вместе с абсолютно новыми вариантами дизайна. Этот хит обязан обеспечить классическую стабильность и функциональность новых решений.

Но эта цветовая палитра больше относится к мировым тенденциям рынка. Что касается России, то здесь закономерность выбора цветовых предпочтений зависит от менталитета и вкусовых предпочтений того или иного покупательского региона. Центральная область тяготеет к классике простых форм и изяществу, Татарстан и Северный Кавказ предпочитают броскость и роскошное богатство.

От всей души желаем процветания и удачного бизнеса, дорогие коллеги!





РЫНОК ПОСУДЫ. ОЖИДАНИЯ НА 2014 ГОД

Прошедший год ознаменовался для рынка посуды стабилизацией двух крупнейших категорий – сковород и кастрюль, а кроме того, ростом более компактных приборов не самой первой необходимости. При этом по мере насыщения рынка мы также наблюдаем снижение среднего ценника, которое имело место практически для всех посудных категорий.

С чем мы входим в новый год? И придет ли восстановление ключевых категорий металлической посуды?

Эксперты и участники рынка отмечали в 2013 году конкуренцию на рынке, казалось бы, не совсем взаимозаменяющих категорий – посуды и электрических кухонных приборов, позволяющих готовить. Среди этих приборов можно назвать, пожалуй, самый популярный товар – мультиварку, но также все больше и больше других приборов имеют теплонагревательный элемент – это и блендеры, и кухонные комбайны, и фритюрницы, по-

следние, правда, не очень прижились на российском рынке. Конечно, в большинстве случаев, если у потребителя испортилась сковорода или кастрюля, ему необходим будет новый аналогичный прибор, но небольшую долю продаж посуды составляет посуда в подарок. Как раз в этой категории могли наблюдаться переключения в покупках с посуды на мультиварки. Если в 2013 году трехзначные темпы прироста отдельных категорий кухонной техники могли повлиять на стабилизацию рынка посуды, то что нас ожидает в 2014 году? Начиная с осени 2013 года на рынке наблюдается замедление темпов роста продаж мультиварок. Большим вопросом для всех остается дальнейшее развитие категории, но уже сейчас очевидно, что категория не будет вызывать существовавший в 2012 и 2013 годах ажиотаж, а, следовательно, существует потенциал восстановления традиционной посуды

для приготовления еды, то есть сковород и кастрюль.

Какую посуду будут покупать в 2014 году?

Среди множества характеристик хотелось бы остановиться на покрытии, которое часто является ключевым параметром в выборе посуды. Керамическое покрытие в сковородах все еще остается в тренде и демонстрирует положительную динамику, особенно в средних и высоких ценовых сегментах. Выбор покупателем керамической сковороды был сделан в каждом третьем случае покупки, в то время как в прошлом году это была лишь каждая четвертая покупка.

Другой тенденцией, не меняющей своего направления, является рост доли антипригарных покрытий на рынке кастрюль. В среднем по России только 15% проданных кастрюль имеют антипригарное покрытие, что не удивительно, потому что,

во-первых, этот продукт является новым и непривычным для покупателя, во-вторых, до многих покупателей необходимо донести, почему они должны платить за подобную кастрюлю на 35-70% больше, именно на столько в среднем дороже кастрюли с покрытием, чем без него. Следовательно, при росте понимания этого факта потребителем возможно дальнейшее развитие сегмента.

Несмотря на наличие отдельных точек роста, 2014 год обещает быть сложным как для производителей, так и для продавцов, и цена ошибки будет существенно выше, чем на растущем рынке, поэтому следите за трендами вместе с ГФК.

*Елизавета Ляшенко,
руководитель направления
«Посуда и Кухонные принадлежности»
Международного института
маркетинговых исследований
«ГФК Русь»
специально для журнала
«Посуда»*



ОТ МЕНЬШЕГО К БОЛЬШЕМУ!

Французские ножи на российском рынке

Исторически сложившаяся близость между Россией и Францией предполагает активное распространение французских посудных брендов на нашей территории. Однако в реальности такие ожидания не оправдываются. Даже небольшая волна новых французских имен, наблюдаемая в настоящее время, — лишь малая толика того, что могли бы получить российские покупатели. О причинах слабого продвижения брендов из Франции, особенностях и возможных перспективах взаимоотношений между российскими и французскими партнерами на примере известных марок ножей мы решили побеседовать с известным специалистом по французской посуде, Кириллом Симоновым (К.С.).



Корр.: — Кирилл, тема французской посуды, и в частности тема французских ножей, — это целое направление на рынке, в котором преобладают далеко не простые моменты. Я хочу предложить вам построить нашу беседу в виде ваших комментариев к ряду характерных, на мой взгляд, ситуаций. Возможно, таким образом мы сможем глубже понять то, что происходит на рынке, и подтолкнуть наших дистрибьюторов к определенным действиям.

К.С.: — Давайте попробуем.

Корр.: — В России повысилась популярность ножей от ведущих французских брендов, которые славятся своей многолетней, порой многовековой историей. Но всем понятно, что сегодня конечные потребители обращают внимание в первую очередь на ножи из Швейцарии или Германии... Я думаю, пройдет немало времени, прежде чем на отечественном рынке поменяется менталитет потребителя.

К.С.: — Действительно, популярность ножей от ведущих французских брендов, таких как **Leon SABATIER**, **LAGUIOLE**, **Claude Dozorme**, **TARRERIAS BONJEAN**, **Deglon**, на российском рын-

ке постепенно повышается. Это связано с ростом информированности о них как дистрибьюторов, так и конечных потребителей, а также с увеличением числа «продвинутых» пользователей этой продукции, удовлетворенных ее качеством и готовых рекомендовать ее своим знакомым и друзьям.

Потребительский менталитет, на мой взгляд, всегда меняется достаточно медленно, и скорость его эволюции находится в прямой зависимости от роста благосостояния населения и повышения потребительской культуры общества.

Мечтая о более высоких темпах продвижения французской посуды, нельзя забывать и о сложившейся рыночной конъюнктуре.

Крупные компании обычно проповедуют агрессивный стиль маркетинга, предполагающий уход от традиций, изменение установок и создание новых потребностей. Все это определяет высокие маркетинговые расходы. Что касается французских производителей ножей, то их компании относятся к числу малых и средних предприятий, которые не могут позволить себе значительные затраты на маркетинг. Поэтому они стараются переложить основную их часть на местных дистрибьюторов, от которых и будет в значи-

тельной степени зависеть будущее французских ножевых брендов в России. Такое «перекладывание» фактически является важнейшим элементом стратегии продвижения многих французских брендов на российском рынке. Судя по результатам последних лет, расширение рынка за счет ассортимента из Франции, я полагаю, не за горами.

Корр.: — Вы достаточно давно работаете в тесном контакте с представителями французских компаний и видите различия в построении бизнеса у них и у нас. Возникает мнение, что именно эти различия создают препятствия на пути более активного развития торговых взаимоотношений.

К.С.: — Ведение бизнеса в России отличается от ведения бизнеса во Франции разве что большим количеством препятствий, связанных с административными препонами и различиями в менталитете. Частые изменения административных процедур, бухгалтерии, налогообложения и других правил игры на российском рынке не способствуют его развитию. Кроме того, от этих изменений проистекает стремление российских предпринимателей как можно скорее вернуть вложенное с максимальной возможной прибылью. Французские же фирмы в соответствии со своим менталитетом продолжают считать, что *Made in France* и «французское качество» настолько притягательны в России, что можно практически ничего не вкладывать в рекламу своей продукции в России и даже особо не учитывать наличие конкуренции со стороны Швейцарии и Германии. К слову сказать, и в Швейцарии, и в Германии поддержка своих экспортных предприятий поставлена значительно лучше, чем во Франции. По мнению французских экспертов, отставание Франции в этом во-



просе связано со слишком большими социальными затратами в последнее время на эмигрантов из стран Африки, Азии и Восточной Европы.

Я полагаю, что в среднесрочной перспективе изменение менталитета французских фирм на российском рынке не заставит себя ждать, если, конечно, французские ножовщики действительно хотят увеличить свою долю на рынке, которую можно увеличить только за счет конкурентов. Определенные подвижки в этом отношении заметны уже сегодня. Улучшилось положение с получением образцов, рекламной продукции, более гибкой становится ценовая политика производителей французских брендов.

Корр.: – *Известно, что часть своего производства французские компании перенесли на территорию Китая. Частичка International на ценнике или в паспорте изделия свидетельствует о производстве продукции за пределами Франции. При этом многие современные покупатели при наличии финансовой возможности предпочитают приобретать изделия, произведенные в стране производителя. Неужели место производства влияет*

на качество, дизайн, износостойкость и цену конечного продукта?

К.С.: – Перенос французскими фирмами части производства на территорию Китая продиктован желанием снизить издержки производства за счет дешевой китайской рабочей силы и удовлетворить потребности определенной части конечных потребителей в более дешевой продукции под французским брендом. Однако нельзя забывать, что в Китай передается производство более простой в изготовлении продукции, не требующей особых знаний и навыков. При этом лицензионное производство в Китае всегда осуществляется под жестким контролем французской фирмы за соблюдением стандартов качества. Отсюда и различия в цене. Поэтому можно понять российских потребителей, которые при выборе между International и Made in France отдают предпочтение продукции, изготовленной во Франции, хотя неискушенный покупатель не всегда может уловить разницу между этими двумя видами одного бренда.

Корр.: – *Опытные покупатели всегда ценили ручной труд. Насколько часто сегодня используются ру-*



ки мастера в непосредственном изготовлении ножей и действительно ли это необходимо?

К.С.: – В настоящее время ручной труд французских мастеров-ножовщиков высоко ценится знатоками столо-

вых приборов и будет востребован в будущем. Наиболее дорогие ножи чаще всего изготавливаются с использованием значительного компонента ручного труда. И заметьте, в Китае секреты ручного изготовления ножей не передаются, так как в целом уровень китайского рабочего значительно уступает профессиональному уровню его французского коллеги. Уверен, что потребность в ручной работе при изготовлении раритетных ножей будет всегда.

Корр.: – *Выход французских ножей на отечественный рынок состоялся не так уж давно. Теперь главное, чтобы французские бренды снова не ушли на задний план, а рынок не наводнила более простая и более дешевая продукция.*

К.С.: – Любой развитый рынок потребительской продукции всегда сильно сегментирован в зависимости от дифференциации покупателей по уровню доходов, по возрасту, по половому признаку, по индивидуальным предпочтениям и т.д. Не является исключением и рынок



ножей. Более простая и дешевая продукция не может вытеснить более дорогую и качественную, поскольку у них разные категории покупателей. Действительно, французские ножовщики вышли на российский рынок сравнительно недавно. Это связано с традициями и особенностями этой отрасли, которая была в основном ориентирована на внутренний спрос, а ее экспорт – на близлежащие страны, прежде всего страны ЕЭС и бывшие колонии Франции, где французские товары, как правило, всегда пользовались повышенным спросом. Рост присутствия французских ножевых брендов в России совпал с определенным ухудшением внутрихозяйственной конъюнктуры во Франции и ЕЭС.

Корр.: – *Интересно, насколько подорожает предлагаемая французская посуда, к которой в полной мере относятся и ножи, к концу 2014 года? Что вы можете сказать о росте конечной цены за последние 1-2 года?*

К.С.: – Ценовая политика французских фирм-производителей ножей и сопутствующих товаров за последние годы была достаточно стабильной. Цены на готовую продукцию плавно и незначительно повышались примерно на 2-3% в год. Причиной роста цен мирового рынка на металлы, которые являются основным сырьевым материалом при производстве ножей. Полагаю, что к концу

2014 года цены по сравнению с 2013 годом возрастут не более чем обычно в предыдущие годы, то есть не более чем на 2-3 процентных пункта.

Корр.: – *Вы согласны, что отечественному закупщику легче работать с продукцией, относящейся к высокой ценовой категории, в том числе если речь идет о ножах?*

К.С.: – С продукцией высокой ценовой категории импортерам работать всегда интересно. Если речь идет о ножах, то осознание того факта, что в домах и в престижных ресторанах люди будут пользоваться «настоящими» качественными ножами, закупленными компанией импортера, не может не вызывать самые положительные эмоции. А если еще при этом удастся увеличить объемы продаж и число постоянных клиентов, то такие эмоции будут еще сильнее.

В заключение я хотел бы поздравить закупщиков ножей французских брендов с наступающим Новым 2014 годом и пожелать им новых успехов в их благородном бизнесе, который делает нашу повседневную жизнь красивой и изысканной. Пользуясь случаем, хочу напомнить слова Генриха Форда: «Если вы думаете, что вы способны на что-то, вы правы, если вы думаете, что у вас не получится что-то, вы тоже правы». И в этой связи пожелать нашим импортерам ставить самые высокие цели при закупках данной продукции.

Подлинный пример сохранения традиций

Еще в средние века Франция славилась своими ножовщиками, которые наряду с оружейниками считались элитой французского ремесленничества. Из среды ножовщиков вышло немало мировых знаменитостей. Среди них душа, главный автор и редактор Великой Французской энциклопедии философ Дени Дидро, посетивший Россию в качестве личного гостя императрицы Екатерины II.

Компания **Rousselon** является семейной фирмой и относится к числу хранителей и продолжателей традиций ножовщиков французского средневековья. Об этом свидетельствует тот факт, что ее производственная линейка включает приобретенный в 1882 году бренд **32 Dumas**, который является старейшим в ножевой промышленности. Этот бренд создан в XV века, а его линия не прерывается вот уже в течение более 350 лет.

В 2012 году компания Rousselon отпраздновала свое 160-летие. В 1852 году ее создал Антуан Русселон. Фирма сначала специализировалась на экспорте-импорте предметов домашнего обихода, включая ножи. За короткое время география продаж фирмы распространилась далеко за пределы Франции: от стран бассейна Средиземного моря до островов Карибского моря, от Германии до берегов Волги.

С приобретением бренда 32 Dumas и одновременным созданием в 1882 году завода по производству ножей Rousselon становится специализированной производственно-сбытовой семейной фирмой. Практически до начала 50-х годов XX века под брендом 32 Dumas выпускались в основном столовые, кухонные, а также складные ножи. Но в 1952 году Жан Брюшон, женившийся на Моник Русселон, привнес в этот бренд серьезные изменения, переориентировав его на производство ножей, предназначенных для профессионалов высокой кухни и HoReCa. Эта специализация окончательно закрепилась за брендом 32 Dumas и с запуском в эксплуатацию в 1968 году в городе Тьер нового завода, где до сих пор располагается предприятие.

Рост продаж фирмы значительно ускорился благодаря приобретению в 1991 году бренда **Lion Sabatier** и переоснащению завода фирмы самым передовым оборудованием, в том числе роботами для полировки изделий и станками с ЧПУ для их заточки. В отличие от 32 Dumas ножи под этим брендом предназначены главным образом для любителей кухни, то есть для продаж в торговых центрах, бутиках и специализированных сетях. 70% оборота фирмы представляют изделия Made in France, в них велика доля коллекций элитных ножей, кованых ножей, ножей целиком из нержавеющей стали, отличающихся элегантностью форм и высочайшими потребительскими качествами. В этой связи фирма Rousselon имеет два каталога. Один каталог инструментов под брендом 32 Dumas предназначен для профессионалов. В нем отдельно для каждой специальности (рестораторы, мясники, булочники, владельцы домашних кухонь...) предлагаются свои приборы. Другой каталог – Lion Sabatier – для любителей кухни, предлагающий в зависимости от вкуса потребителя и назначения ножи различных коллекций, отличающиеся дизайном, формами и используемыми материалами.

Около 30% оборота фирмы представляют изделия, выпускаемые на двух заводах в Китае под строжайшим контролем качества на всех этапах производства со стороны французских инспекторов фирмы Rousselon. Все, что производится в Китае, идет в продажу под зарегистрированной маркировкой «2 Lion Sabatier International» и «32 Dumas International».

Оборот фирмы Rousselon составляет около 8 млн евро. Доля экспорта составляет 50%. Во Франции 60% продаж реализуются в секторе HoReCa и 40% в сфере сбыта товаров широкого потребления. В продажах на экспорт на долю HoReCa приходится примерно 20%, остальное – на долю сбытовых сетей. Продукция фирмы экспортируется в страны Северной Европы, в США, в Китай, Таиланд, Индию и другие страны.

Партнерами фирмы по сбыту во Франции являются такие сети, как: Printemps, Lafayette, BHV, Alice Delices, Kitchen Bazaar, Culinarian, Ambiance, Styles и другие. За пределами Франции сбыт осуществляется через дистрибьюторов, в том числе через магазины Cash & Carry Metro и Evro CHR.





Определяющим для любого ножа является качество реза и прочность режущей кромки, от которой зависит, как часто придется ее затачивать. Поэтому фирма для своей продукции пользуется самыми высококачественными сталями. Так, для изготовления кованых ножей применяются стали, производимые компанией Sandvik. Широко используются лучшие марки стали немецких производителей. При этом каждый нож, предназначенный для сектора HoReCa, имеет свою специфику в зависимости от назначения. Особые ножи требуются для резки, рубки, обваловки, чистовой обрезки. Для выполнения одних и тех же действий для мяса, рыбы, овощей нужны разные ножи. Поэтому изготовление каждого ножа в зависимости от его использования требует выполнения множества технологических операций.

Сталь поступает на завод в виде калиброванных профилей: толстые круглые прутки предназначены для лезвий, кото-

рые изготавливаются способомковки; плоский ленточный или со скошенными кромками профиль – для получения лезвий методом вырубки.

Для изготовления кованых ножей применяется до двадцати операций. Круглая заготовка – пруток сначала нагревается посередине до температуры более 1000 °С и сдавливается на специальном прессе усилием 2000-4000 кг так, чтобы получить шар – заготовку будущего bolsterа, металлической части ножа между ручкой и лезвием. Одновременно заготовка расплющивается на две части по разные стороны от bolsterа – это и будут лезвие и ручка. Таким образом, за один проход получается объемная кованая заготовка, выполненная из единого куска стали. Затем она поступает на вырубной пресс для вырубки по конечным размерам лезвия и ручки.

Полученный штамп кованого ножа далее проходит все стадии изготовления, которые включают притупление кромок, нагрев и охлаждение с очень строгим

контролем температурных режимов для обеспечения нужных качеств лезвия, шлифовку, полировку, заточку, конечную отделку лезвия, правку, сверление, маркировку, протирку и т.д. Все эти различные стадии производства позволяют добиться не только высокого качества отделки, но и великолепного внешнего вида. Некоторые серии ножей (наиболее престижные) нуждаются еще и в очень важном ноу-хау – ручной доводке. Нет еще ни одной машины, даже самой лучшей, которая бы сравнилась с рукой настоящего мастера.

Выбор ножа – дело совсем не простое. Ножи различаются не только по назначению, но и в зависимости от характеристик лезвия (твердое или гибкое, узкое или широкое, гладкое или с мелкими зубчиками, из нержавеющей или углеродистой стали, вырубленное или кованое, с bolsterом или без), формы ручки (фальшручка, полуручка, полная ручка), bolsterа (массивный: кованый, литой или приваренный; полый или в виде седла), с кольцом между лезвием и ручкой или без. Ручка может крепиться на горячем или холодном изделии, ее боковины могут быть из пластика или дерева, она может быть сделана из полимерных накладок, закрепленных при помощи клепок через просверленные отверстия в основании ручки. Ручка может также быть отлита непосредственно на металлическом основании с заклепками или без них.

При создании ножей бренда 32 Dumas главным критерием является специфика выполняемой работы ножей и технологичность их использования. Благодаря такому подходу этими ножами пользуются многие знаменитые французские шеф-повара и их помощники. Одной из последних созданных во Франции коллекций являются ножи линии Pro+, которые предназначены для мясников и изготовлены из специальной стали, усиленной криогенной закалкой и легированной азотом в процессе отливки.

Благодаря разнообразию, благородству и изысканности форм в сочетании с высочайшими потребительскими качествами ножи Lion Sabatier завоевали признание любителей кухни далеко за пределами Франции. Именно поэтому их доля в экспорте фирмы Rousselon составляет 80% и более. Последняя из вышедших во Франции коллекций Ellys пользуется большим спросом у любителей красивых и изящных ножей.

Особенностью фирмы, работающей, казалось бы, в типично мужской сфере деятельности, является и то, что во главе ее стоит госпожа Паскаль Соль-Брюшон, представляющая пятое поколение ее руководителей. Фирма открыта самым нестандартным решениям и инновациям. Поэтому еще не одно поколение истинных ценителей искусства ножовщиков – профессионалов и любителей будет радовать великолепная продукция фирмы Rousselon.



ПОСУДА И ТЕХНИКА ИДУТ РЯДОМ!

Поговорим о расширении ассортимента...

Посудный рынок достаточно разнообразен. Это не только столовые сервизы, приборы и аксессуары. Это и мелкая бытовая техника, которая является обязательным атрибутом домашней кухни. Понимая сопутствующую направленность посудного сектора (в отличие от более масштабных рыночных сегментов), ряд компаний расширяет свой ассортимент за счет бытовой техники. Вполне возможно, что именно такую ситуацию можно наблюдать в последнее время.

Несмотря на снижение темпов роста, посудный рынок к концу текущего года готов к очередным преобразованиям, среди которых участие в смежных и родственных посудной продукции сегментах. К последним с полной уверенностью можно отнести всевозможные мелкие кухонные электроприборы, например пароварки, аэрог-

О ПАРОВАРКЕ...

Принцип работы пароварки основан на тепловой обработке продуктов при помощи пара. В нижней ее части расположена емкость для воды, которая доводится до кипения путем электронного нагрева. Над емкостью с кипящей водой расположены паровые корзины – емкости с решетчатым дном, в которые свободно поступает пар из нижней части.

В пароварке можно готовить почти все продукты. Исключение составляют крупы, бобы, горох, фасоль и макаронные изделия – их быстрее и качественнее можно приготовить непосредственно в кипящей воде. Зато очень удобно готовить на пару котлеты, любые виды мяса, птицу, рыбу, овощи.

Пароварки многофункциональны. Их можно использовать не только для приготовления паровых блюд, но и для быстрого разогрева любого блюда, размораживания продуктов, стерилизации банок перед консервированием.

Удобство пароварки заключается в том, что в ней есть несколько корзин. Таким образом, в пароварку можно загрузить сразу несколько различных продуктов и готовить блюда одновременно. В нижнюю паровую корзину необходимо положить продукты для блюда, которое требует большего времени для приготовления, выше – для блюда, которое варится быстрее. На самый верх можно поместить блюдо для подогрева. Все это существенно экономит время и силы современной хозяйке.

рили, мультиварки и пр. Несмотря на внешние различия между традиционной и автоматизированной электрической кухонной посудой, конечный продукт одинаков – готовое блюдо. Кстати, у обычной кухонной посуды и электронной есть и общие фрагменты. Например, чаша для приготовления, как правило, имеет знакомое всем антипригарное покрытие,

ручки крышек часто имеют силиконовые части!

Приготовление в электроприборе часто демонстрирует более полезный для здоровья результат, нежели блюдо, приготовленное обычным, традиционным способом. Посудный рынок достаточно узкий. Поэтому, чтобы не иметь сезонных спадов и замороженных коллекций, компании включают в свою ассортиментную

матрицу и товары для дома (хозяйственные товары), и мелкую бытовую технику. Здесь компания убивает не одного «зайца», можно продемонстрировать искусство приготовления пищи в электроприборе или традиционным способом (в кастрюле), а затем предложить приготовленное блюдо на имеющихся у компании изделиях. Все для клиента, все ради клиента.



ВОЗМОЖНОСТИ МУЛЬТИВАРКИ

На самом деле мультиварка может ровно то, что способна выполнить любая кухонная посуда, будь то сковорода, кастрюля, сотейник, утятница, скороварка, даже отчасти термос. Ее конструкция представляет собой усовершенствованную пароварку, рисоварку, медленноварку, фритюрницу, яйцеварку и пр. Пожалуй, лишь аэрогриль остается несколько в стороне, хотя и его подобие можно изобразить в некоторых моделях мультиварок. Мультиварка – это комбайн для приготовления самых разнообразных блюд, включая первые блюда, мясные, рыбные, всевозможные гарниры из картофеля, круп или овощей, десерты и напитки. Конечно, спектр возможностей у каждой пароварки свой, как и объем чаши, в которой и происходит подавляющее большинство превращений ингредиентов в знатные блюда. Но главное, что всю работу мультиварка выполняет автоматически (за исключением особых случаев), без посторонней помощи в течение всего времени приготовления. У многих мультиварок имеется функция таймера (отсроченный старт) и подогрева, благодаря чему блюда не только будут готовы к определенному сроку, но и не остынут, если вы задержитесь к намеченному часу.

ЧТО ЭТО ПРИНОСИТ ПРОДАВЦУ?

Кухонная электротехника, предназначенная для приготовления различных блюд, –

это следующая ступень в развитии кухонной посуды. Правда, это не означает тотального перехода на всевозможные паро-мультирисо ... и прочие варки и отказ от традицион-

ного приготовления пищи в кастрюлях/сковородах. Но с появлением всевозможных электроприборов покупатель пробует. Ведь жизнь не стоит на месте, и современные технологии способствуют разнообразию кухонных инструментов, в том числе за счет умной бытовой техники. Покупатели с удовольствием экспериментируют с такого рода новинками, добиваясь впечатляющих результатов в

приготовлении как уже знакомых, так и совершенно новых блюд.

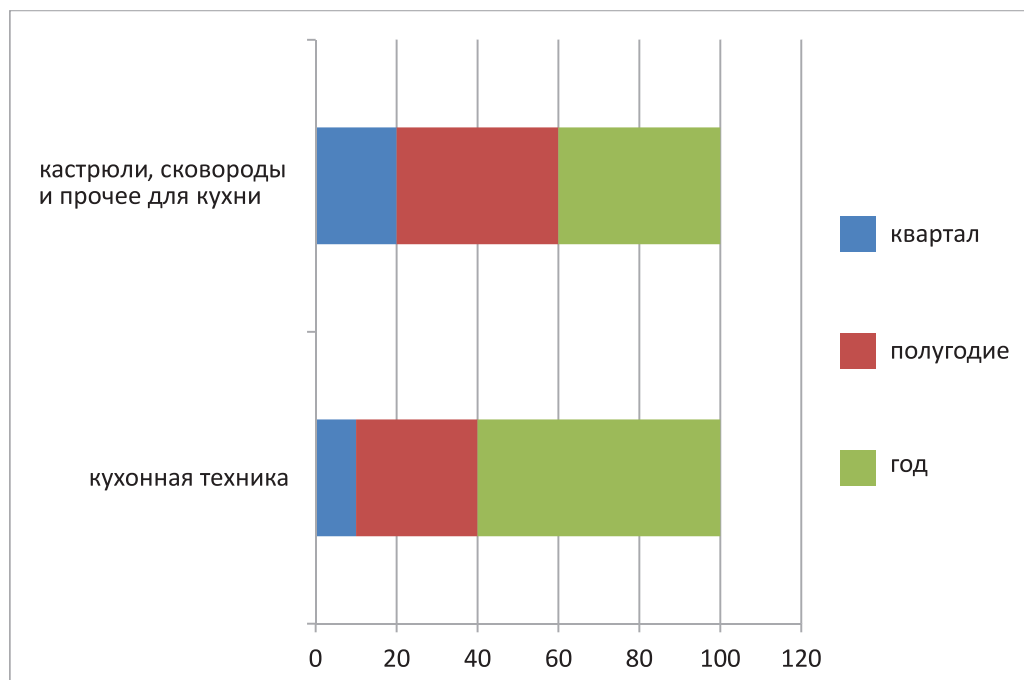
Понимая это, продавец расширяет свой ассортимент с целью наращивания объема продаж. Однако зачастую в начальный период сталкивается с многочисленными трудностями, поскольку продажи бытовой техники несколько отличаются от продаж традиционных кастрюль, сковород и сотейников.

Фактически продавцу приходится решать две взаимоисключающие задачи. Продажу прибора, заменяющего обычные сковороды, и продвижение традиционных кухонных посудных изделий.

Идем далее. Допустим, продавцу удалось сформулировать свою концептуальную идею таким образом, что покупатель осознал важность использования различной посуды: от самой ходовой кастрюли до мультиварки, которая обещает самостоятельно исполнить любое возможное блюдо.



Частота приобретения кухонных бытовых приборов и традиционной посуды на 1000 человек



Это вырезка из анализа внутреннего мониторинга продаж крупного сетевого магазина. Она показывает, что кухонную технику ежемесячно почти не покупают, чаще всего приобретают в годовом разрезе, а покупки традиционной посуды (кастрюли, сковороды и прочее) совершают достаточно равномерно в течение года.

Выборка взята из фокус-группы на 1000 человек.

Принесет ли это рост продаж? Скорее «да». Потому что при правильном подходе к процессу готовки нельзя ограничиваться только мультиварками или пароварками. Не все блюда можно приготовить в них. Поэтому при правильной расстановке приоритетов покупатель выберет и электротехнику, и хорошую, качественную традиционную

посуду. Ведь когда появилась стеклокерамическая посуда, потребитель не отказался от фарфора. Хотя фарфор более дорог и более прихотлив в использовании.

В такой ситуации продавец должен знать все плюсы и минусы своей продукции и предлагать правильную цену. При продаже мультиварок/пароварок

или других традиционных предметов кухонного ассортимента можно предложить покупателю проспекты блюд, которые реально приготовить с помощью продаваемых изделий. Также очень продвигает товар проведение различных мастер-классов, на которых опытные повара демонстрируют прибор в работе. Если у вас есть мерчандай-

ОТЗЫВЫ О ПАРОВАРКАХ

Пароварка Braun FS20
Отзыв продавца в магазине «Медиа Маркт»: «По поводу пароварок Braun FS20 претензий не приходило. По отзывам, оставленным на сайте, пароварка зарекомендовала себя как качественный товар в соответствии с техническими требованиями и характеристиками».

Отзыв покупателя: «Да, я приобрел недавно пароварку Braun и очень счастлив от приобретения».

Достоинства:

Простое управление, достаточно быстро все готовится (картошка+рыба – 30 мин), возможность приготовления отдельно разных блюд (2 поддона), вода в процессе готовки ПОЛНОСТЬЮ НЕ ВЫКИПАЕТ, поэтому надобность в доливе отпадает, конструкция очень удобно моется, хороший пластик, ну и, конечно, немецкая сборка.

Недостатки:

При выборе этой пароварки надо быть очень внимательным, так как в разных магазинах разная комплектация, в частности в некоторых не докладывают второй поддон (и это не брак, а действительно такая комплектация) – а это серьезный минус. Сам с этим встретился в одном магазине, хорошо, что знал, а то бы купили без поддона.

Когда все приготовилось и пора открывать эту конструкцию, есть риск ошпариться кипятком из поддона, но если все делать аккуратно, то все будет нормально.

Так что плюсов однозначно больше, чем минусов».

Пароварка Tefal VC4003
Покупатель в магазине «Техносила»: «Купила пароварку 2 месяца назад. Пользуюсь минимум пару раз в неделю. Пластик на чашах пока не трескается, ручка не отваливается и ничего никуда не течет. Очень довольна».





зеры, они также строят планомерную разъяснительную работу со своими клиентами и непосредственно покупателями. Подчеркивая, что дорогостоящая техника не заменяет традиционной посуды, но показывает блестящий результат при ее комбинировании с последней. Существует немало способов материального стимулирования покупателей в таких случаях. Например, при приобретении мультиварки или пароварки покупатель получает в качестве подарка удобный классический соевый чайник и прочее.

Когда нам приходится анализировать возможные сценарии развития ситуации, мы нередко отталкиваемся от статичных моделей, которых не существует в реальности. В действительности каждый продавец не стоит на месте и не выдает заранее подготовленных ответов на все случаи жизни. Скорее, наоборот, именно в процессе своей деятельности он находит новые, порой непредсказуемые пути для своего продвижения.

ВСЕ ДЛЯ КЛИЕНТА?

Потребителю важно не только показать обилие товара, но и правильно объяснить преимущество одного товара перед другим, грамотно ответить на извечный вопрос: какое из представленных изделий приобретать? В связи с тем, что стоимость кухонного прибора чаще всего бывает больше чем традиционной сковороды или кастрюли, выгоднее

продать кухонный прибор, а в качестве бонуса предложить традиционную посуду, продажа которой в силу разных обстоятельств затруднена. Но самое главное, чтобы покупатель не ушел от вас с пустыми руками. Продавец, расширяя свой ассортимент, в любом случае повышает вероятность своих продаж, потому что покупатель в любом случае совершает покупку.

Однако довольно часто покупатель быстро сталкивается с разочарованием от нового приобретения. Причин для этого достаточно:

- слабая информированность о товаре;
- низкое качество товара, высокая цена;
- объективно ненужная покупка;
- появление более совершенного аналога и др.

Это приводит к дальнейшему нежеланию покупателя приобретать что-то в данной точке продаж. И с этой целью грамотное консультирование и реальная помощь в выборе покупки имеют крайне важное значение.

ВОЗМОЖНЫЙ ПРОГНОЗ

Симбиоз по сути разных рынков – классической кухонной посуды и электропосуды – явление закономерное. Посещая специализированные выставки, мы видим, что на одной и той же выставке выставляют и посуду, и мелкую бытовую кухон-

ную технику. Потому что один сегмент в настоящее время неотделим от другого. И покупки, и покупки можно совершить на одном месте. В условиях снижения покупательской активности любое средство оправдано и может являться стратегическим.

Рынок продолжает двигаться в направлении поиска всевозможных форм сбыта. Смежные группы товаров – лишь один из видов выживания или наращивания этого сбыта. Поэтому в ближайшей перспективе похожих товарных сочетаний у торговых компаний будет наблюдаться все больше и больше. Кроме того, компании будут стремиться выводить такую продукцию под своими собственными брендами, поскольку это стирает грань между разнородностью предлагаемых продуктов и служит дополнительным пиаром и имиджевой поддержкой владельцам бизнеса.



ТЕРМОС: SLOW COOKER И ДРЕВНИЕ КИТАЙЦЫ

XXI век! Новые технологии дают старым изобретениям вторую жизнь. Велосипед обзаводится миниатюрным электромотором, коньки дополняются роликами, самокат отказывается от руля и превращается в скейтборд... Эволюционирует и посуда!

И ЭТО ВСЕ ОНА!

Для тех, кто любит доедать свою порцию до конца, придумана тарелка с бортиком, который помогает выскрести всю еду до последней крошки. Для тех, кто скрупулезно следит за температурой пищи, есть посуда с термометром. Миски из твердого теста служат местом для любимых блюд и сами становятся закуской в конце обеда. Для туристов изготовлена надувная посуда из газо-влагонепроницаемых эластичных оболочек, образующих друг с другом замкнутую полость с перекрываемым отверстием.

Изобретатели чутко реагируют на любые изменения в мире. После аварии атомного реактора в Японии немецкий дизайнер Нильс Фербер снабдил посуду кольцевыми светодиодами и прибором, которые показывают радиоактивность еды в этой посуде; новый бренд назван «Фукусима». Сытные общественные обеды сменились холодными закуска-

ми для перехвата на ходу. Квадратные тарелки с отверстием для бокала посередине – отличное решение для фуршета. Давно не удивляет сковородка с антипригарным покрытием, хотя изначально такого рода покрытия применялись только в военной авиационной промышленности и медицине. Не вызывает ажиотажа и современная керамическая посуда, сохранившая все достоинства своих доисторических предков и обретшая сверхпрочность. Появились даже керамические ножи – это и превосходная заточка, и удивительная прочность, и легкость, и полное отсутствие окисления при контакте с продуктами.

Молекулярная кухня благодаря использованию свойств азота может изменять и создавать новые ароматы пищи. Более того, в будущем на кухне незаменимым устройством станет пищевой принтер, а «управлять» всем будет планшетное устройство. Но при чем тут термос?



ЧТО МОЖЕТ ТЕРМОС?

С помощью термоса не сложно приготовить множество различных блюд, например: супы, макароны, каши и т.д. Казалось бы – зачем, если есть целый арсенал кухонной посуды? Существует несколько причин для этого.

Первая причина – здоровое питание. Самым последним трендом в питании считается приготовление еды путем запаривания (slow cooker – медленная плита).

Напомним, любые варка и кипячение уничтожают почти все полезные вещества в еде. Например, молоко (в ко-

РОЖДЕНИЕ ТЕРМОСА

Рождению термоса мы обязаны фундаментальной науке: ученые-физики сделали для этого очень много – наверное, потому, что любили побаловаться горячим чайком даже в полевых условиях.

Немец Адольф Фердинанд Вейнхольд придумал в конце позапрошлого столетия стеклянный ящик с двойными стенками, между которыми откачал воздух. Через 11 лет, в 1892 году, шотландец Джеймс Дьюар, целью которого было уменьшение тепловых потерь в таком устройстве, превратил стеклянный ящик в колбу с узким горлышком. На внутренние поверхности сосуда он нанес отражающий слой серебра, а колбу «одел» в металлический кожух.

Как физик Дьюар добился больших научных достижений: смог сохранить в своем сосуде жидкий и твердый водород? С научной точки зрения это было блестящее изобретение, но только не менее блестящий бизнесмен мог уловить, какую практическую пользу оно принесет человечеству. Таким провидцем стал берлинский про-

мышленник Рейнольд Бергер. Он понял, что если сделать сосуд достаточно компактным и «научить» его герметично закрываться, то его запросто можно брать с собой, правда, уже далеко не с «научным» наполнителем, а, к примеру, с горячим чаем.

Поскольку пить горячее из горлышка и неудобно, и опасно, и неприлично, то – все гениальное просто – он дополнил устройство крышкой-стаканчиком.

Итак, в начале века двадцатого предприимчивым немцем была основана компания по производству «вакуумных фляжек» – так они тогда назывались, хотя название «термос» греческого происхождения (от *therme* – «горячий»), и с 1904 года привычный для нас предмет стал именоваться именно так.

С этого же года под маркой THERMOS выпускает свою продукцию известная немецкая компания, а вот современный рынок буквально наводнен термосами производства малоизвестных фирм и выбрать среди этого многообразия качественное устройство довольно непросто.



тором, кстати, есть все, что нужно человеку для нормального роста и развития: вода, жиры, белки, витамины и минеральные вещества) можно вскипятить, однако почти все полезные вещества при кипячении исчезают, и хранится оно не долго. Опытные хозяева молоко томят (топят) 3-4 часа при температуре не ниже 95 °С, не доводя до кипения. Топленое молоко – традиционное блюдо русской кухни – в деревнях готовили в русской печи, а теперь можно приготовить в термосе. С помощью того же термоса не трудно приготовить множество блюд, где требуется томление и распаривание. Просто положите в термос необходимые продукты, залейте вскипевшей водой, а дальше термос приготовит блюдо подобно пароварке. Писательница Лариса Исорова в книге «Блюда-скороспелки» рассказывает: «У нас не всегда газ бывал, а с плитой тяжело, дров не напасешься, вот я и придумала. Завела шесть термосов, три с узким горлом, а три с широким. И кипятила только ведро воды. А вечером раскладывала в термосы сырую крупу, сырую картошку с чесноком и солью, сухофрукты, рис с морковкой и жиром. Обжаривала заранее только мясо с луком, но недолго. Потом по термосам, всюду доливала кипятка и – до утра. Не болели годами. Все офи-

церы маялись животами, а мой – как огурчик. Пока в Москву не переехали. Начал он меня стыдить, что я веду первобытное хозяйство, пора отвыкать от походной пищи. И через год – у меня язва, а у него холецистит...»

Вторая причина использования термоса на кухне – **экономия времени.** Существует множество рецептов, которые требуют постоянного нахождения у плиты. Возьмем овсяную кашу, если ее готовить по классическому рецепту, на это уйдет примерно 20-30 минут и вам придется постоянно ее помешивать, чтобы она не пригорела. Вместо этого можно приготовить овсяную кашу в термосе. На приготовление также уйдет 30 минут, но вам не нужно будет стоять у плиты. Просто насыпьте необходимые продукты в термос, залейте горячей водой и поставьте термос на стол, после чего займитесь другими делами, пока каша не приготовится.

Третья причина заключается в **экономии энергии.** На кипячение воды для термоса тратится существенно меньше энергии, чем на готовку блюда в целом. Больше не нужно держать блюдо на плите до полной готовности, тратя на это огромное количество энергии, эту работу сделает термос с минимальными энергетическими затратами. При этом удастся



не только сэкономить энергию, но и получить вкусное и полезное блюдо с витаминами и микроэлементами.

Еще одна – четвертая причина, по которой стоит научиться пользоваться термосом для приготовления еды, – **помощь в непредвиденных обстоятельствах.** Например, если вы оказались в дороге в качестве путешественника. Термос – это емкость, которая в течение длительного времени (до 24 часов) отлично сохраняет тепло. Так, в случае отключения электричества или отсутствия газа термос поможет преодолеть и эти трудности. Кстати, на природе не сложно вскипятить над костром воду, а далее использовать залитый в термос кипятка для приготовления еды. В путешествиях это идеальный метод приготовления горячей пищи.

ВЫБОР – ДЕЛО ТОНКОЕ!

Какой термос лучше? Термосы различают:

- по материалу колбы и корпуса (стеклянные колбы чаще помещают в пластиковый корпус, а колбы из стали – в металлический корпус);
- по диаметру горлышка (бывают термосы с узким

горлом, предназначенные для жидкостей, и термосы с широким горлом, в которые легко помещать твердые продукты);

- по внутреннему объему колбы;
- по механизму пробки;
- по производителю и цене.

Долгое время стальные и стеклянные термосы сравнивали по весу колб, и выигрывали в этом сравнении термосы со стеклянными колбами. Современные технологии производства так усовершенствовали стальные изделия, что они стали и легче, и компактнее своих стеклянных «собратьев». А на что еще в «материаловедении» нужно ориентироваться?

Первый важный момент – теплопроводность самого материала. Для рядового потребителя важно, чтобы продукты или напитки долго сохранялись горячими (в этом заинтересовано большинство пользователей термосов), и с этой точки зрения предпочтительнее стекло. Дело в том, что пищевая нержавейка, из которой, как правило, изготавливаются металлические колбы, разогревается достаточно долго, забирая при этом часть тепла из продукта. Стеклянная же колба нагревается очень быстро, а





все тепло остается в продукте. Если вы выбрали термос с металлической колбой, то перед тем, как налить туда напиток, ошпарьте ее кипятком: так она прогреется и напиток гораздо дольше сохранится горячим. Однако с применением высокотехнологичного производства вакуумных термосов из нержавеющей стали показатели сохранения температуры сильно превзошли привычные стандарты (8-10 часов). Такие термосы могут быть использованы в экстремальных условиях (-20...-50 °C) длительное время (24-48 часов).

Второй ориентир – долговечность материала. Здесь выигрывает, конечно, сталь, ведь стекло – материал более хрупкий. Качественные термосы с металлической колбой не боятся вмятин, ударов и даже падений на твердую поверхность, так как их корпус не разрушается. Некоторые модели, сделанные из так называемой пружинистой стали, могут восстанавливать форму после удара. Однако если в металлической колбе все же образуется вмятинка, то герметичность сосуда нарушится, а способность удерживать тепло утратится полностью.

Многие фирмы, производящие термосы со стеклянными колбами, выпускают запасные сменные колбы, вот только в современном ритме жизни вряд ли кто-то будет искать подходящую колбу – проще купить новый термос.

Принято считать, что стеклянная колба может не выдержать резкого перепада температур, поэтому нельзя заливать в нее кипяток, если термос недавно принесли с холода – например, с прогулки или просто с балкона. На сегодняшний день этот недостаток устранили большинство известных мировых производителей.

Но самое важное при выборе материала – это его инертность, то есть нейтральность по отношению к пищевым продуктам, с ним соприкасающимся. Материал должен быть очень качественным – легко моющимся, не допускающим никаких химических реакций с продуктами. Если материалом колбы является сталь, то это должен быть хромоникелевый сплав с маркировкой не ниже 18/8 – это так называемая пищевая нержавейка. Самые легкие последствия использования термоса с колбой из некачественной стали – это чай со вкусом кофе или куриный бульон со вкусом рыбы и неотмывающиеся стенки. После нескольких использований такого термоса

есть или пить из него захочется только в самом крайнем случае. Но могут быть и более серьезные последствия: это аллергические реакции и отравления, а при систематическом использовании – накопление в организме вредных веществ.

Механизм пробки претерпел некоторые изменения в последнее время. Раньше мы довольствовались обыкновенной пробкой, теперь пробки выполняют из пластика с внутренним термоизолятором. Они часто заворачиваются и имеют клапан (в основном такое встречается в металлических термосах), позволяющий избежать протекания и в то же время облегчающий наливание жидкости из термоса с минимальными потерями.

Если мы говорим о термосе для туризма, то он должен быть ударопрочным, сделан из стали с содержанием никеля не менее 7-8%. Только такая сталь обеспечивает необходимую коррозионную стойкость при соприкосновении с пищевыми продуктами.

Но все сказанное выше – чистая теория. На практике термосы разных производителей сохраняют температуру помещенного в них продукта разное время. Все зависит от производителя, уровня качества его производства и степени ответственности перед потребителем.



Многие считают, что лучшие термосы изготавливают в Китае. Сказывается не только ностальгия по временам СССР, китайцы действительно готовы предложить очень хорошие термосы.

Важно понимать, что высокая стоимость термоса не всегда свидетельствует о блестящих возможностях, к которым в первую очередь относится способность сохранения температуры. Скорее высокая цена (если она не является искусственно завышенной) свидетельствует о качественном материале (пластик, сталь), высокой износостойкости, дополнительных удобствах (чехол, ремешок, функциональные особенности пробки, защелка на крышке и пр.). Термосы со стеклянной колбой стоят дешевле аналогов с металлической колбой. Например, термос Stanley Legendary Classic 0,47 л для горячих и холодных жидкостей с корпусом и внутренней колбой из нержавеющей стали стоит около 1700 рублей, а термос «Кристалл» (Китай) объемом 2,0 л с колбой из закаленного стекла и жестяным корпусом стоит около 800 рублей.

Абсолютный лидер по прочности, практичности, а также – что немаловажно! – дизайнерскому решению – это нержавеющая сталь, а вот по гигиеничности выигрывает все-таки стекло.

Чтобы обезопасить себя от покупки некачественного изделия, советуем выбирать изделия известных торговых марок с гарантией производителя не менее 5 лет. Это косвенно подтверждает высокое качество термоса. На высокотехнологичные изделия дается фирменная гарантия от 5 до 15 лет.

РАЗНОВИДНОСТИ ТЕРМОСОВ

Кружки-термосы. Термокружки, или кружки-термосы, представляют из себя термосы небольшого объема с удобной ручкой. У некоторых моделей есть ситечко для заварки чая. В термокружке благодаря двойным стенкам горячие и холодные напитки сохраняют свою температуру намного дол-



ше, чем в обычных кружках или стаканчиках.

Термофляги. Термофляги позволяют длительное время сохранять температуру вашего напитка, где бы вы ни находились. Термофляга со встроенным компасом и ремешком – замечательный подарок для настоящего мужчины.

Термокувшины. Они позволяют сохранять температуру горячих и холодных напитков дольше, чем это могут делать обычные кувшины. **Термосумки** предназначены для охлажденных напитков, сохранения замороженных продуктов, холодных и горячих компрессов, для теплого детского питания и подогретых продуктов.

Термопоты. С помощью термопота можно вскипятить воду, а также поддерживать температуру этой воды.

Термосы-бутылки разработаны в основном для людей, ведущих активный образ жизни и увлекающихся спортом: они позволяют пить напиток нужной температуры, не открывая термос и не разли-

вая питье по стаканчикам, прямо во время ходьбы, бега, велосипедной езды. Устройство для питья могут быть 2 видов: в первом достаточно нажать на специальный клапан – и можно пить через трубочку, во втором – жидкость поступает через прорези в пробке. В большинстве случаев обычные бутылки не сохраняют тепло и предназначены для холодных напитков. Для термосов-«бутылок» важны такие особенности конструкции, как достаточно широкое горлышко, чтобы можно было положить в напиток кубики льда, и форма, обеспечивающая удобный захват.

Термосы с кофе-прессами. Они помогут правильно приготовить и сохранить горячим молотый кофе или травяной чай. Технология поршневого отжима при приготовлении этих напитков сейчас очень популярна, а стеклянные «френч-прессы» удобны всем, кроме одного – кофе в них быстро остывает.

Сегодня все могут позволить себе быструю и здоровую пищу благодаря испол-

зованию термосов. Вот простой пример: в США примерно 68% людей страдают ожирением (как взрослые, так и дети), причем, по мнению многих ученых, именно из-за постоянных перекусов бургерами, «горячими собаками» и аналогичной снедью. Использование термоса позволяет потратить на приготовление по-настоящему полезного блюда считанные минуты. При этом соблюдается неоспоримая истина: чем степенней, неспешней мы едим, тем лучше усваивается потребляемая нами пища, чем медленнее (на слабом огне, в духовке, в пароварке, в термосе...) мы приготавливаем эту самую пищу, тем больше она сохраняет в себе полезных свойств.

Редакция выражает благодарность автору многих кулинарных книг Владимиру Крукову за помощь в написании данной статьи.

ИНФОРМАЦИЯ К ДЕЙСТВИЮ!

Археологические находки, относящиеся к культуре Луншань (эпоха неолита), свидетельствуют о том, что уже тогда предки современных китайцев пользовались разнообразными приспособлениями для медленного приготовления пищи и сохранения ее в горячем виде. Стоит добавить к этому восхвалению то, что ни одна страна не придумала столько оригинальных кулинарных диковинок, как Китай. Еще в 770-221 году до н.э. в период Чуньцю («Весны и Осени») и Чжаньго («Воюющих царств») в Китае уже существовали публичные рестораны, а примерно 1500 лет назад была составлена подробная кулинарная книга. Китайское кулинарное искусство руководствуется принципом, согласно которому каждое блюдо должно обладать тремя важными характеристиками: цветом или видом (сэ), ароматом (сян) и вкусом (вэй). Затем используется соответствующий способ приготовления, как правило, включающий предварительную обработку продуктов.

ВСЕ К СТОЛУ! ОБЕД ИЗ ПРИНТЕРА!

Стремительность технического развития подталкивает производителей кухонной техники к созданию нового оборудования, позволяющего не только сэкономить время, но и рассчитать с точностью до миллиграмма вес всех используемых ингредиентов.

Еще недавно казалось, что процесс прихода «автoфyда» займет как минимум три-четыре года. Но после яркого показа на зимней выставке прошло меньше девяти месяцев, а в экспозиции **Coveralla** уже появились три заслуживающие внимания модели.

Gonty R 250m уже способна получать заказы удаленным способом с учетом временных поясов. Эта модель, несмотря на довольно миниатюрную загрузочную камеру, готова буквально завалить стол изысканными яствами.

В отличие от нее **Gonty RX 300i** – настоящий подарок для ценителей «макси».

«Полторы сотни литров в ожидании», – комментирует свое изобретение **Max Vironiz** (Макс Вирониз), инженер **Trinuity company**, чьей дочкой и стала год назад **Coveralla**. М. Вирониз стремился минимизировать число загрузок и выступал за дополнительное вакуумизирование продуктов на стадии первичной подготовки. И надо сказать, что ему это удалось (в линейке последних моделей), причем не только с технической точки зрения. Как известно, споры вокруг вакуумной предподготовки не утихают ни на минуту. Слово биржевые игроки, «быки», то есть выступающие за «вакуум», играют на повышение, в то время как «медведи» – противники «вакуума» удерживают свою консервативную позицию, делая ставки на понижение.

На фоне столь ярких противоречий Вирониз сумел удержать уже давно отстаиваемую им позицию. И вот результат: три чудо-прибора

готовы к вашим заказам уже сейчас!

Вспоминая, какой восторг вызывало появление кухонного комбайна 20-25 лет назад, мы и представить себе не могли, с каким спокойствием воспримем появление пищевых принтеров.

В сущности ничего сложного: заложил сырые или замороженные продукты в специальные контейнеры – и ждешь, когда готовое блюдо появится в тарелке. Примечательно, что все продукты благодаря встроенным холодильнику и морозильнику можно закладывать буквально за неделю.

Умное устройство поможет определиться с меню в зависимости от своей загрузки.

И это еще не все. Модель **Gonty RZ 5000S**, третья лошадка в лихой тройке, подключается к системе водоснабжения и способна перемывать мясо, овощи, фрукты и даже входящие в набор лотки для хранения закладываемых продуктов. Вопреки тому, что модель занимает немало места, ее размер вполне оправдан, поскольку

не ограничивает потребителей в своих кулинарных и кухонных пристрастиях.

А для тех, кто еще не определился, в какую сторону склониться: к максимуму возможностей или компактной эргономике, **Coveralla** предлагает универсальный коммуникатор, свободно подключаемый к холодильнику, морозильнику и посудомоечной машине, разумеется того же бренда, поскольку все стыковочные соединения должны безукоризненно совпадать. И это уже **четвертая машина**, или **Gonty PT Fair 01**, разработчиком которой пришлось держать всю информацию в секрете практически до момента ее официального показа. Впрочем, ряд принципиальных отличий не дает права ставить ее в одну линейку с тройкой, о которой говорилось выше. Скорее это представитель следующей линейки, которую условно можно назвать «трансформеры».



КУХОННЫЙ ПРИНТЕР – ЭТО ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ

Вопрос питания давно перестал являться вопросом насыщения наших желудков пищевыми продуктами. Сегодня, когда продовольственная индустрия предлагает прежде всего химически обработанные продукты либо синтетические заменители натуральных ингредиентов, невозможно не думать о том, что мы употребляем в пищу. Пожалуй, одна из повседневных задач каждого здравомыслящего человека – это выбор натурального продукта и употребление здоровой пищи, которая не приводит к ожирению или тяжелым хроническим заболеваниям.

Благодаря появлению кухонных принтеров мы существенно экономим время на процессе готовки и, кроме того, готовим из самостоятельно выбранных продуктов. Таким образом, формируется правильный режим здорового питания, являющийся залогом отменного здоровья и долголетия нас и наших детей!

Однако технические достижения, воплощенные в суперумных моделях «домашнего повара», не означают, что больше не придется ничего делать руками. Просто теперь каждый может потратить время на оригинальную сервировку стола, чем приятно удивит своих друзей.

Важен и еще один момент, а именно стоимость приготовленного блюда из сырых продуктов.

КУХОННЫЙ ПРИНТЕР – ГЛАВНОЕ ОТЛИЧИЕ ОТ ТРАДИЦИОННОГО ФАСТФУДА

Нередко можно услышать каверзный вопрос, звучащий примерно так: «В чем же тогда отличие пищи, приготовленной в домашнем кухонном принтере, от фастфуда, который нам предлагают заведения быстрого питания»? Ответ очень прост и очевиден. И в том и в другом случае потребитель не видит, как происходит процесс готовки блюда, ибо он скрыт внутренним устройством прибора. Но при использовании своего домашнего кухонного принтера потребитель сам закладывает продукты и ингредиенты, включая специи, а в случае с приобретением уже готового продукта только лишь доверяет тому, кто его кормит... Вопрос доверия каждый человек решает для себя самостоятельно...

КУХОННЫЙ ПРИНТЕР – ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РЕСТОРАНА?

Использование кухонных принтеров в ресторанно-гостиничном комплексе вполне закономерно. Однако ожидать повсеместного увлечения кухонными принтерами в секторе HoReCa пока не приходится. Все-таки сфера общественного питания – это не просто и не только автомат по выпеканию булочек и выдача стаканчика с фруктовой водой. Посещение ресторана подразумевает и определенное настроение, и момент творческих размышлений. И конечно же первоклассную кухню. Следовательно, работа для повара и официанта найдется всегда. Кроме того, меню уважающего себя ресторана подразумевает на порядок больше блюд, в отличие от домашнего комбайна, способного выстрелить из своей «обоймы» пока не более чем 5-7 блюдами в течение одного полного цикла.

Как известно, при ручном варианте приготовления блюд мы помимо времени затрачиваем денежные средства на мытье ингредиентов и сопутствующей посуды (вода + моющие средства), электричество или газ (в зависимости от кухонной плиты), а также специи, которыми мы сопровождаем приготовление мяса, рыбы, птицы или овощей...

В случае с кухонным принтером мы можем сэкономить время на мытье посуды и, пожалуй, не останемся внакладе от расхода электроэнергии (если кухонная плита не газовая). В остальном же расходы будут несколько выше.

Например, стоимость запеченной курицы массой приблизительно 1200-1300 г, по предварительным расчетам, составит 450-550 ру-

блей за нормо-массу в единицу времени (0,5 кг за 15 минут), не считая оплаты постоянно работающего агрегата.

В чем причина такой высокой стоимости? С этим вопросом мы обратились к **Владиславу Тихонцеву, ведущему менеджеру Coveralla**, который согласился прокомментировать столь болезненную тему.

Пища по дороге на стол проходит довольно серьезную обработку, скрытую от наших глаз. Овощи должны быть помыты и очищены, мясо отбито, сдобное тесто не липнуть к стенкам чаши и т.д. Всего просто не перечислить. Кстати, уже в разработке модели, которые смогут почистить любую рыбу, освободив ее от чешуи и

множества костей. Разумеется, для такого рода подготовки требуются электроэнергия, вода, специальные моющие средства. Кроме того, в стоимость проводимой работы сразу закладывается сумма на погашение естественного износа расходных частей: лезвий, втулок, пищевых сальников и пр. Это делается специально, чтобы в нужный момент своевременно и беспрепятственно в финансовом смысле поменять износившиеся детали, а также произвести точную настройку принтера. Процесс оповещения мастера о предстоящих наладочных и ремонтных работах автоматический, и, как правило, мастер заблаговременно оповещается о возможной дате своего вызова. Эта услуга, как вы

тоже понимаете, по частям закладывается в каждое приготовление любого блюда, начиная от стакана обыкновенной воды или свежевыжатого сока до приготовления воздушного бисквита с заварным кремом.

Кроме того, случай возможного ремонта, не подпадающий под гарантийные обязательства, также учитывается в расходных статьях.

Покупатель не должен думать о каком бы то ни было

обслуживании и внезапных финансовых расходах. Он вносит плату постоянно и маленькими порциями.

Единственное, за что ему приходится нести не учитываемые расходы, – это цена ингредиентов, которые он самостоятельно выбирает и закупает для своего меню.

Опираясь на вышесказанное, понимаешь, что в настоящее время представленный модельный ряд домашних кухонных принтеров не является продукцией для широкого круга покупателей.

Ценовая категория чудо-прибора и стоимость его обслуживания выливаются в достаточно круглую сумму. Однако с течением времени подобная техника будет переходить в разряд привычной бытовой техники, как это происходило с холодильниками, посудомоечными машинами или стеклокерамическими варочными поверхностями (сегодня эти приборы никого не удивляют). В ближайшие годы подобное будет происходить и с кухонными принтерами, позволяющими из заложенных сырых продуктов через определенное время получить готовое блюдо, включая порционную раскладку в тарелки.





НОВИНКА ОТ БИОЛ – ЧУГУННАЯ СКОВОРОДА WOK СО СТЕКЛЯННОЙ КРЫШКОЙ

Компания БИОЛ предлагает всем любителям азиатской кухни, а также людям, ценящим своё драгоценное время и являющихся сторонниками полезного питания познакомиться с новинкой – чугунной сковородой WOK со стеклянной крышкой. Производитель ни секунды не сомневался в том, какая именно сковорода должна была стать **НОВИНКОЙ** Нового 2014 года!!! Только WOK всё чаще можно встретить на кухнях европей-

цев, выбирающих ее за уникальные характеристики, присущие только этому виду посуды. Конусообразная форма способствует тому, что пища прожаривается молниеносно, так как пламя охватывает сразу все стенки. Продукты получаются сочными внутри, а сверху мгновенно образуется хрустящая корочка, которая не дает еде терять витамины и минералы. Пусть Новый год с БИОЛ будет счастливым и здоровым!!!!



РАСШИРЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ШЕФ-МАГАЗИНОВ «PROMENU»

Первая в Украине сеть шеф-магазинов кухонных эмоций «ProMenu» открыла два новых магазина в ТЦ «Gulliver» и в аутлет-городке «Мануфактура».

На стеллажах нового «ProMenu» представлены как марки-хедлайнеры, продукция которых пользуется неизменной популярностью у европейских и украинских потребителей (WMF, Silit, Joseph & Joseph, Riedel, Emile Henry, Bodum, Wusthof, Peugeot), так и новинки, которые появились в шеф-сети только в этом году: KitchenAid,

Lava, Contigo, Moulin Roty, Continenta и Denby.

В качестве эксперта бренд предлагает опробованные рецепты блюд, которые можно приготовить с помощью соответствующей посуды – современной и качественной, предназначенной для активной и здоровой жизни. На выбор покупателей представлены посуда для напитков, приготовления еды, столовый текстиль, подарки, кухонные гаджеты, специализированная кухонная и столовая посуда и аксессуары, обучающая литература.





НОВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТ СЕТИ МАГАЗИНОВ ПОСУДЫ И АКСЕССУАРОВ LAGARTO

оставаясь при этом уверенным в качестве товара, представленного на прилавке. Поэтому тенденции и изменения на мировом рынке посуды являются предметом пристального изучения для менеджмента. Lagarto старается, чтобы все новинки в мире посуды непременно появлялись в магазинах. Так, в преддверии Нового года в ассортименте появилась новая линейка серии наплитной посуды Black от испанского производителя Lascor. Данная посуда изготовлена из высококачественной нержавеющей стали 18/10 и оснащена сэндвич-дном, что позволяет использовать ее на всех видах поверхностей. Строгий дизайн, четкие линии и сдержанный черный цвет подчеркивают индивидуальность вашей кухни.



силиконовая форма для шоколада. Теперь ваши гости будут приятно удивлены авторскими кондитерскими шедеврами, приготовленными в домашних условиях.

С радостью сообщаем об открытии нового магазина Lagarto в ТЦ «Gulliver».

Сеть магазинов Lagarto постоянно стремится воплотить в жизнь мечту многих хозяек: прийти в одно место и без труда подобрать любую посуду и аксессуары,

стали 18/10 и оснащена сэндвич-дном, что позволяет использовать ее на всех видах поверхностей. Строгий дизайн, четкие линии и сдержанный черный цвет подчеркивают индивидуальность вашей кухни. А так же вниманию всех хозяек представлена новинка от итальянского производителя силиконовых форм для выпечки Silikomart: формы для изготовления авторского печенья. Это новинка 2014 года является собой уникальный набор инструментов, которые позволят с легкостью приготовить эксклюзивное печенье в домашних условиях. В комплект входит штамп для печенья и



НОВЫЙ МАГАЗИН «ELEGANCE» ОТКРЫЛСЯ В КИЕВЕ

Elegance

МЕЖКА МАГАЗИНОВ ВИШУКАНОГО ПОСУДУ

21 декабря 2013 года в торгово-развлекательном центре «Gulliver» открылся третий в Киеве и седьмой по счету в Украине магазин «Elegance», представляющий посуду и аксессуары в среднем и премиальном ценовом сегменте. На площади 148 м² представлены изысканные, продуманные и комфортные решения для сервировки как уютного семейного стола, так и самой стильной подачи при приемах изощренных гостей, искусственных роскошью. «Elegance» является эксклюзивным дистрибутором бренда «RAK Porcelain» в Украине. Помимо известной марки магазин предлагает продукцию от «Cutipol», «Eisch», «Gedy».





ОТКРЫТИЕ НОВОГО МАГАЗИНА «ПОСУД DE LUXE» В КИЕВЕ



На территории аутлет-городка «Ману-фактура» начал свою работу розничный магазин «Посуд De Luxe». Площадь 120 м² вместила в себя широкий ассортимент товаров в средней ценовой категории. Покупатели найдут здесь как предложение от украинского производителя («Ситон», «Биол»), так и посуду ведущих мировых брендов («BergHoff», «Maestro», «Vincent», «Bialetti», «Vinger», «Rondell», «Tescoma»).

АНГЛИЙСКИЙ ФАРФОР В ХАРЬКОВЕ И ХЕРСОНЕ

В декабре при поддержке компании «Мирс», более двадцати лет занимающей лидирующие позиции на украинском рынке в сегменте торговли и дистрибуции посуды премиального класса, салон «Servicio» в Херсоне и бутик «Спутник» в Харькове открыли бренд-зоны английского фарфора Royal Albert. Владелец бренда Royal Albert сегодня является английская компания Wedgwood. Представитель компании Мартин Мюллер посетил два салона, чтобы рассказать клиентам об истории и преимуществах этого уникального продукта.

Royal Albert – самый популярный костяной фарфор в мире, любимый за свою врожденную красоту и уникальность декора.

Royal Albert – это эссенция из английского флористического стиля.

На открытии клиенты принимали участие в классическом английском чаепитии и получали подарки.



НОВИНКА В АССОРТИМЕНТЕ «ПП» БЕРЛИКА»



В декабре 2013 года существующую товарную линейку ООО «ПП «БЕРЛИКА» пополнила новая единица. Казан чугунный азиатский, традиционно отличающийся правильным с экологической точки зрения материалом, долговечностью эксплуатации, применимостью ко всем видам плит, уже доступен по оптовой цене.

Диаметр данного изделия - 400 мм, глубина - 180 мм, объем - 14 л, толщина стенки - 7 мм.

НОВИНКА ОТ ЗАВОДА СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ - ДСС



Запорожский завод столовых приборов-ДСС – ведущее предприятие, производящее столовые приборы в Украине и являющееся единственным производителем приборов для фуршета на территории СНГ – представил новинки – зеркальные пластины в виде кольцевых секторов, волн, треугольников, звезд и лун. Производитель позаботился о творческих натурах, желающих создать нечто эксклюзивное из обычного, – пластины кольцевого сектора сделаны таким образом, что из них можно формировать бегущую волну или кольцо.

Производство столовых приборов – повод для гордости предприятия – сочетает в себе высокое качество и разумную цену. Стоимость столовых приборов фуршетной группы выгодно отличается от аналогичной продукции европейских производителей. При этом данная категория столовых приборов совсем не уступает европейской как по качеству, так и по дизайну. Пристальное внимание завод уделяет вопросам качества своей продукции. Контроль за качеством осуществляется в аккредитованной лаборатории (аттестат аккредитации NUA 4.001.015, выданный Министерством промышленной политики Украины) путем испытания столовых приборов на коррозионную стойкость, прочность крепления рукоятки, твердость клинков ножей, шероховатость поверхности и др.





ProMaisonShow

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПОДАРКОВ И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА

10-13
СЕНТЯБРЯ
2014

Международный выставочный центр,
Украина, Киев

TableWare
trade show

World
of
GIFTS
TRADE SHOW

Christmas
trade show

Household

Decor
trade show



При поддержке:  messe frankfurt

Организатор:  PARUS ExpoMedia
Тел.: +38 044 484 68 91
www.pem.com.ua

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ШТУЧКА ДЛЯ САМЫХ СОЧНЫХ!

Для любителей цитрусов **Joseph Joseph** подготовила очередную новинку! При помощи ручной сокодавки в стакан попадает только свежавыжатый сок лимона, лайма, апельсина или грейпфрута. И никаких косточек! Последние остаются на внутренней поверхности лопаточки, из отверстий которой вытекает всеми любимый чистый сок!

Joseph Joseph
www.josephjoseph.com



БУДЬ ОСТРЕЕ!

Нож должен быть острым. Иначе это не нож. Трудно не согласиться с этим утверждением. Поэтому **Chef's Choice** подготовила новую электрическую ножеточку, способную быстро заострить самые разные лезвия без каких-либо хлопот. Ножеточка автоматически подберет угол заточки и подточит лезвие.

Chef's Choice
www.chefschoice.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



КОМПАКТНО И УДОБНО!

Без терки невозможно себе представить ни одну кухню! **Joseph Joseph** решила улучшить этот всем известный инструмент, сделав его складным. Теперь после работы инструмент можно сложить в плоскую деталь, которая практически не займет места на кухонном столе!

Joseph Joseph
www.josephjoseph.com

ВО СЛАВУ ДИОНИСА!

Употребление благородных напитков не может обходиться без аксессуаров, подчеркивающих изысканность этого действия. **Vacu Vin** подготовила сразу несколько предметов, которые как нельзя кстати подойдут к праздничному столу и превратят ваше застолье в незабываемое событие!

Vacu Vin
www.vacuvin.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ЗАПЕКАЙ!

Печенье яблоки могут стать верхом кулинарного искусства, если их приготовить в специальных формочках от **Mastrad**. Сохраняя свою сочность, они превзойдут все ожидания от вашего десерта!

Mastrad
www.mastrad.us

ОХЛАЖДЕННЫЙ ДЕСЕРТ!

Подготовить нужную форму для охлажденного десерта поможет специальная форма с крышечкой от **Progressive**! Яркая и вместительная, она способна удержать в себе до шести порций любимого блюда. Кроме того, форма обладает прекрасной эргономикой и помещается даже в отделение с ограниченным пространством!

Progressive
www.progressiveintl.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ДЕЛИКАТЕСА!

Создать аппетитные профитролы, интересные печенья или другие миниатюрные блюда поможет специальный нож от **Jokari** с чашеобразной лопаткой на противоположном конце ручки. Использовать данный инструмент очень просто, для этого достаточно взглянуть на прилагаемые фотографии.

Jokari
www.jokari.com



НАСУХО!

Просушить столовую посуду и приборы поможет одна из оригинальных складных настольных сушилок из влагостойкой породы древесины от **Totally Bamboo**, полностью отвечающая всем экологическим требованиям и занимающая в сложенном состоянии минимум места!

Totally Bamboo
www.totallybamboo.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

В ТОЧКЕ КИПЕНИЯ!

Чашечка свежезаваренного чая, любимого чая... Что может быть лучше после утомительного труда или в период релаксации? Ничто! Как ничто не заменит чашечки любимого напитка. И только новый чайник со стеклянной колбой от **Chef's Choice** способен добавить хорошего настроения, особенно в тот момент, когда вы наблюдаете за резвыми пузырьками, устремляющимися наружу.

Chef's Choice
www.chefschoice.com



ТРАНСФОРМЕР – ЭТО БЫСТРО!

Удобно и быстро – вот как двумя словами можно объяснить, что означает разделочная доска-трансформер от **Joseph Joseph**. Благодаря своей конструкции доска превращается в удобный дуршлаг, а за счет гибкого шва позволяет без потерь сбросить ингредиенты, словно по желобу, в кастрюлю. Таким образом мы экономим не только время, но и место, ведь для хранения тонкого плоского предмета его требуется совсем немного!

Joseph Joseph
www.josephjoseph.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ОНИ ВЫХОДЯТ ИЗ СИЛИКОНА!

Оказывается, играть в формочки любят не только дети! Благодаря силиконовым формочкам от **Evriholder** каждый может получить превосходное пирожное и угощать им своих друзей.

Evriholder



ЗА СТЕКЛОМ!

Фруктовый джус или охлажденное какао, а может быть, хлопья, залитые свежим молоком, – что вы пожелаете на завтрак? Вы можете выбрать все сразу, главное – использовать для этого стеклянную посуду от **Duralex**, в которой каждое блюдо выглядит особенно аппетитным.

Duralex
www.duralexusa.com

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ДЛЯ ЛУЧШЕГО АРОМАТА!

Сохранить вкус и запах любимого кофе поможет специальная клипса-застежка со встроенной мерной ложечкой от **Mastrad**. Теперь вы точно знаете, что кофе не выдохнется, а набрать нужный объем не составит труда.

Mastrad
www.mastrad.us



БЕЗ КОСТЕЙ!

Отделить готовое нежное мясо птицы от косточки или кожицы поможет специальное приспособление от **Jokari**. Благодаря зубчатому ножу и жесткой лопатке кости и кожа легко удаляются, оставляя у вас в тарелке только все самое полезное.

Jokari
www.jokari.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ЭТО ВЫХОД!

Вспомните, как неприятно разваривается лук или чеснок в супе! Теперь подобного безобразия можно избежать. Специально для этого **Mastrad** подготовила бокс с отверстиями, в котором приправы варятся, наполняя своим вкусом готовящееся блюдо, но при этом не выходят наружу. После варки бокс легко открывается, освобождается от разварившихся приправ и без труда моется под струей воды.

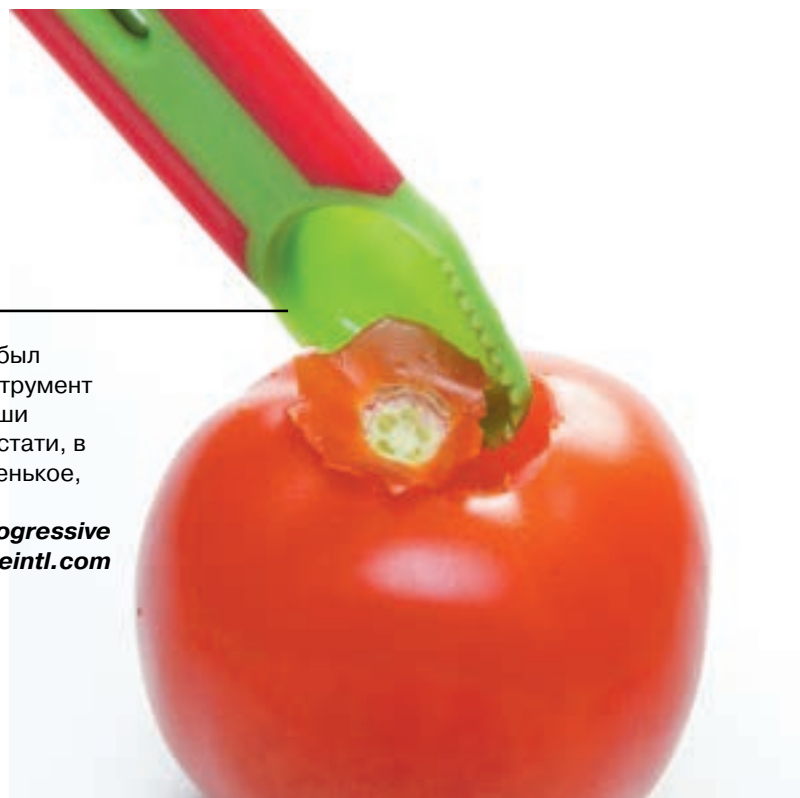
Mastrad
www.mastrad.us



В ЗОНЕ ОСОБОГО ВНИМАНИЯ!


Избавиться от нежелательного следа, где томат был прикреплен к стеблю, поможет специальный инструмент из пищевого пластика от **Progressive**. Теперь ваши помидорки сверкают ослепительной чистотой! Кстати, в ямку от следа можно положить что-нибудь вкусненькое, совсем чуть-чуть. Это очень пикантно!

Progressive
www.progressiveintl.com



Более 15000 наименований профессиональных товаров
для гостиничного и ресторанного бизнеса со склада
в Москве и под заказ, напрямую от производителя.



 steelite



eternum
since 1988



iSi



 MATFER



ILSA



 RONA
1974



«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

- барное и ресторанное стекло
- столовый фарфор • столовые приборы
- профессиональный барный инвентарь
- кухонный и кондитерский инвентарь
- предметы сервировки стола
- сиропы, топпинги и фруктовые пюре Monin

«КОМПЛЕКС-БАР» МОСКВА

129085, ул. Годовикова, д.9,
стр. 31, этаж 4,
тел./факс: [495] 411-90-60
эл. почта: sale@complexbar.ru

www.complexbar.ru

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ