

ЖУРНАЛ



ПОСУДА

2008/2

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

МИНИ-КАТАЛОГ
участников выставки
HouseHold Expo



Swiss Diamond®

ПОСУДА С АЛМАЗНЫМ АНТИПРИГАРНЫМ ПОКРЫТИЕМ

УКРАИНА

"Tableware"

ВЫСТАВКИ

20-я Юбилейная

Франкфуртская Мекка глазами
российского предпринимателя

РЫНОК РИТЕЙЛА

FMCG в сетевом формате

Розница уходит в сети

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Компьютерные технологии Delcam plc

ОПЫТ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Посуда на фондовом рынке.
Новый виток развития бизнеса

МЕТАЛЛ

Назад в будущее.

ЭКОЛОГИЯ

Опасная посуда

РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

ДИСТРИБУТОРЫ



Почему стекло f&d?

Компания Пашабахче разработала стекло f&d по двум причинам:

1. Создать стекло, производимое машинами, но обладающее утонченностью, блеском, чрезвычайной чистотой и прозрачностью изделий ручного производства.

2. Кроме свойств, указанных выше, обеспечить устойчивость к мойкам в посудомоечных машинах более чем 2000 раз.

Для достижения этих свойств и создания хрустального стекла без содержания свинца, Пашабахче, входящая в холдинг Шишеджам, начала интенсивные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в Центре Исследования Стекла холдинга Шишеджам.

Новое стекло, названное f&d, должно было иметь самое низкое содержания примесей железа среди своих конкурентов. Одновременно оно должно было иметь лучшие показатели по таким параметрам как "прозрачность", "легкость", "правильность оттенка". С целью добиться минимального содержания примесей железа в производстве были использованы очень чистые компоненты.

Было выявлено, что стекло, не имеющее высокой химической устойчивости, поддается коррозии при интенсивном использовании, и его поверхность царапается при машинной мойке. В свете этого важного вывода, состав стекла f&d был разработан так, чтобы оно было устойчиво к тяжелым условиям эксплуатации.

Спектральные анализы, сделанные в лаборатории Центра Исследования Стекла холдинга Шишеджам, показали, что стекло f&d имеет наивысшую светопропускную способность. Также они показали, что стекло f&d устойчиво более чем к 2000 циклам мойки в машине по Европейскому стандарту EN 12875.

В апреле 2007 года Пашабахче с гордостью запустила производство нового стекла под новой маркой f&d, которое обладает наивысшей прозрачностью и стойкостью.

fine & durable



lead-free crystal glass
dishwasher safe

*R*ich selection for
premium dining

ИМРАСТ®

Всегда новые коллекции



Эксклюзивно продается только в компании
"Импакт Богемия Трейдинг"
www.impact.ru e-mail: info@impact.ru тел: (495) 744-00-50

ИМРАСТ[®]

Всегда новые коллекции



Zlata

Современный романтизм

Эксклюзивно продается только в компании

“Импакт Бюгемия Трейдинг”

www.impact.ru e-mail: info@impact.ru тел: (495) 744-00-50



www.neman.by
+ 375 1561 62 518



Российская Федерация

Москва

ООО "ДЕОДУЦЕ",
ул. Электродная, д. 2,
тел: (495) 517-50-07,
(916) 616-33-22

ООО "Всё для ресторана",
ул. Орджоникидзе, 11,
тел.: +7 495 105 75 07

Гусь-Хрустальный

ИП Мусатов Д.А.,
г. Гусь-Хрустальный,
тел.: +7 49241 2 83
61, 2 16 72

ИП Семёнов А.Б.,
г. Гусь-Хрустальный,
Владимирская обл.,
ул. М.-Апостола, 19-73,
тел.: +7 49241 3 00 45

ООО "Алмаз",
г. Гусь-Хрустальный,
ул. Суловская 4,
тел.: +7 49241 2-22-50,
3-55-84

Нижний Новгород

ООО "ВолгоОптСнаб",
г. Нижний Новгород,
тел.: +375 29 622 95 88
ИП Мамедов М.Р.,
ул. Безрукова, 1,
тел. +7 8312 79-07-93

Санкт-Петербург

ЗАО "Стройремонт",
ул. Садовая, д. 51, пом. 5,
тел. +7 812 591-75-00
ООО "Фирма "Марита",
ул. Челиева, 11,
тел. +7 812 331-17-24

Калининград

ООО "Варио",
ул. Эпроновская, № 29/20,
тел. +7 401 265-69-62

Челябинск

ИП Миронов В.М.,
ул. Калининградская,
д. 24а-88,
тел. +7 3512 621-333

Екатеринбург

ООО ПТФ "Базис",
ул. Луначарского, д.194-214,
тел. +7 343 264-66-71

Ростов-на-Дону

ИП Ефремов П.А.,
ул. 1-ой Конной Армии, 1-а,
тел. +7 863 252-08-55

Ессентуки

ИП Третьяков С.А.,
ул. Мельничная, 10,
тел. +7 928 90-38-104

Ижевск

ИП Шишкина З.Г.,
ул. Сивкова, 109,
тел. +7 3412 52-70-44

Хабаровск

ИП Коржов В.А.,
ул. Ангарская, д. 7/27,
тел. +7 421 254-31-41

г. Петрозаводск

ООО "Фирма "ФАРФО",
ул. Коробелов, д. 24, кв. 3,
тел. +7 814 256-99-53

г. Северодвинск

ИП Привалов К.В.,
ул. Первомайская, д. 41, кв.
25, тел. +7 818 424-37-53

г. Сыктывкар

ИП Маркова Л.И.,
ул. Сорвачева, д. 8,
тел. +7 821 231-16-22

г. Якутск

ИП Местникова Е.А.,
ул. Автодорожная, 3 8/36,
тел. +7 4112 725-744

г. Комсомольск - на - Амуре

ООО "Плутон",
пр-кт Ленина, д. 39,
тел. +7 4217 52-79-69

г. Владивосток

ООО "Роллер",
ул. Котельникова, д. 4,
тел. +7 4232 20-77-97

г. Уфа

ИП Шелковская Л.Н.,
ул. Бессонова 33-13,
тел. +7 3472 921-615

г. Воткинск

ИП Михайлова М.Л.,
ул. Мира 21 -22,
тел. +7 34145 59902

г. Тольятти

ИП Довгун Т.А.,
ш. Автозаводское 43-113,
тел. +7 8482 22-54-67

г. Красноярск

ООО "Советский - 1",
ул. Тельмана, 29,
тел. +7 3912 243205

г. Пермь

1. ИП Мартынов А.Г.,
шоссе Космонавтов 205а-40,
тел. +7 3422 259-595
2. ПБОЮЛ Подвальная О.М.,
ул. Трамвайная 14, склад 8,
тел. +7 3422 228-940

г. Омск

ИП Иванец Н.П.,
ул. Средняя 5-190,
тел. +7 3812 222-246

г. Томск

ЗАО "Союз Т",
пр-кт Мира, 46,
тел. 3822 766-019

г. Новосибирск

ООО "Пять с плюсом",
ул. Высоцкого 5-117, тел. +7
383 223-23-14

г. Тюмень

ИП Большакова О.В.,
ул. 30 лет Победы, 113а,
корп. 2,
тел. +7 3452 336-738

г. Ангарск

ИП Семёнова О.Н.,
д. 58/4/7,
тел. +7 3951 584-073

г. Улан-Удэ

ИП Тверко И.Ф.,
ул. Шумянского, 29,
тел. +7 3012 421-056





Гала-центр.
Сотрудничество напрямую
без лишних хлопот

24



Посуда для удовольствия от
торговой марки "БИОЛ"

32



Секреты чугунной посуды

78

НОВОСТИ 14

Выбор профессионалов 29

УКРАИНА

Новости 30

Посуда для удовольствия
"БИОЛ" 32

Пост-релиз выставки
"Tableware" 34

Анонс выставок 36

ВЫСТАВКИ

Самая народная выставка 38

20-я Юбилейная 40

Франкфуртская Мекка
глазами российского
предпринимателя 48

**СТИЛЬНЫЕ
ШТУЧКИ** 57

РЫНОК РИТЕЙЛА

FMCG в сетевом формате 66

Розница уходит в сети 68

Ритейлер и поставщик: регулируем отношения	71	Торжество нытвенской стали	88
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ		Свет рубиновых звезд	90
Компьютерные технологии Delcam plc	72	175 лет Дулеву	93
ОПЫТ ПРОФЕССИОНАЛОВ		Весна в кастрюле, или кулинарное настроение от Лысьвы	94
Посуда на фондовом рынке. Новый виток развития бизнеса	76	ДИСТРИБУТОРЫ	
МЕТАЛЛ		Цветочная фантазия INTEROS	96
Назад в будущее. Секреты чугунной посуды	78	Царство стекла на Донской земле	99
Красивые и качественные кастрюли: сказка или быть?	82	Toppodarky.ru от Топ Стиль Групп	100
ЭКОЛОГИЯ		Милый дом. Создай уют в нем	102
Опасная посуда, или как готовить без вреда для здоровья	84	Лилло. Сувенирная продукция и посуда	104
РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ		Серебро, которое дешевле денег	106
Опытный Стекольный Завод	86	МИНИ-КАТАЛОГ	108

Если Вы хотите регулярно получать журнал, вышлите заполненную заявку по факсу: (495) 786-2091

Заявка на подписку журнала "Посуда"

Наименование организации _____

ИНН _____ КПП _____

Адрес доставки журнала:

Индекс

Обл./Край _____

Город _____

Улица _____

Корпус _____

ФИО получателя _____

Тел. _____ факс _____

Количество экземпляров _____ перечень номеров _____

Способ получения счета: Факс E-mail

Стоимость одного номера для России и стран СНГ 160 руб. (включая НДС)

Редакция:
Главный редактор:
Татьяна Ковшова
Выпускающий редактор:
Алексей Трембицкий
Копирайтер:
Наталья Дрошневая
Работа с сайтом:
Евгения Максимова
Андрей Макаров
Отдел рекламы:
Елена Меджитова -
руководитель отдела
Татьяна Абрамкина -
ведущий PR-менеджер
Наталья Соленкова -
PR-менеджер

Подписка:
Рита Гардиева
Корректор:
Татьяна Беляева
Корреспонденты:
Наталья Дрошневая
Евгения Сулицкая
Евгения Максимова
Татьяна Комарда
Наталья Журавлева
Наталья Кузнецова
Полина Григорьева
Александра Гуркова
Юлия Борисова
Дизайн и верстка:
Алексей Барсуков
Фото:
Алексей Усачев

Телефоны:

8 (495) 786-20-91

8 (499) 317-93-54

8 (495) 780-24-53

E-mail:

reklama@posuda.info

pochta@posuda.info

www.posuda.info

Тираж 10 000 экз.

ПОДПИСКА - 2008

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, заполните и вышлите на адрес редакции прилагаемую форму. 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, почтовый индекс, адрес доставки и количество номеров.

Стоимость одного номера - 160 руб. (для подписчиков РФ).

Для жителей ближнего и дальнего зарубежья стоимость подписки одного номера 450 руб. Оплата производится в рублях. Доставка наложенным платежом.

Юридическим лицам, оформившим подписку, в обязательном порядке выставляются отчетные документы (счет-фактура и товарная накладная).

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

8 (495) 786-20-91,

8 (499) 317-93-54,

8 (495) 780-24-53

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 № ФС77-21693 от 22 августа 2005 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.



СТОЛ В СТИЛЕ BORMIOLI ROCCO.



Коллекция Triade: тарелка обеденная, глубокая, десертная; салатник; набор столовых приборов. Ресторанная коллекция: бокалы для воды, белого и красного вина.

BORMIOLI ROCCO. Вечное сияние.

Дизайн, новые формы, усовершенствованные материалы. Элегантный итальянский стиль стеклянной посуды от Bormioli идеально подходит для использования в повседневной жизни и делает незабываемым каждый день!

www.bormiolorocco.com



Italian Passion. Since 1825.

ЗАБОТЬТЕСЬ О ПРИРОДЕ ВМЕСТЕ С BORMIOLI ROCCO.



Think Natural Collection: тарелки, подставки, обеденки, глубокие бокалы для воды, столовое блюдо, фруктовница, графины, менажница, десертное блюдо. Patisserie Collection: столовые приборы.

THINK NATURAL. ЗАБОТА О ПРИРОДЕ В ОБНОВЛЕННОМ ДИЗАЙНЕ.

Bormioli Rocco представляет Think Natural. Современный дизайн, вкус и естественность в коллекции, изготовленной из безопасных для окружающей среды материалов. Абсолютно вся стеклянная посуда пригодная для 100% вторичной переработки. Кроме того 30% коллекции Think Natural изготовлено из переработанного сырья. Упаковка также изготовлена из вторично переработанной бумаги.

www.bormiolorocco.com



Italian Passion. Since 1825.

BRILIANT
GLASSWARE

Приглашаем Вас посетить стенд
ГК "ИИС-Посуда" на выставке
"HouseHold Expo-2008"
1-4 апреля 2008г.
Стенд №С2, павильон 2, зал 11



КОЛЛЕКЦИЯ
стеклянной посуды
для дома



Серия Мелани Серия Паулин Серия Памела



ГРУППА КОМПАНИЙ
"ИИС-ПОСУДА"

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ www.iisposuda.ru

Москва: +7 495 984-64-30
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86
Казань: +7 8432 78-73-49
Краснодар: +7 8612 10-14-70
Екатеринбург: +7 342 212-46-06

Нижний Новгород: +7 8312 20-56-85
Уфа: +7 3472 42-79-61
Воронж: +7 4732 39-20-93
Ростов-на-Дону: +7 8632 55-85-41
Ставрополь: +7 8652 56-13-90

Тюмень: +7 3452 48-31-33
Пермь: +7 342 220-19-86
Новосибирск: +7 383 325-30-60
Челябинск: +7 351 237-24-67
Волгоград: +7 8442 41-76-81

Время высокотехнологичной посуды



Юрий Бижон, консультант (Media Markt)

- Выбирая посуду с антипригарным покрытием, покупатели теряются от разнообразия представленных в магазинах изделий. Ведь всем хочется, чтобы посуда была не только эргономичной, но и красивой, а главное - долговечной. В последнее время покупатели стали более разборчивы, их уже трудно удивить посудой с антипригарным покрытием, повсеместно использовавшимся в последние годы. Тем более что появляются принципиально новые технологии, более долговечные и качественные покрытия, которые увеличивают срок службы посуды. Например, покрытие из нанокompозита, содержащего кристаллы алмазов. Конечно, такая посуда не может стоить дешево. Тем не менее покупатели даже с относительно невысоким доходом предпочитают покупать именно эту посуду, зная, что она будет служить годами, сохраняя как свои антипригарные свойства, так и внешний вид.



Олег Родкин, менеджер по оптовым продажам

- Выбор розничных и оптовых покупателей как в Москве, так и в регионах России в пользу покупки качественной посуды с антипригарным покрытием, произведенной с применением принципиально новых технологий, уже можно назвать тенденцией. При этом покупатели убеждены, что соотношение "цена-качество" такой посуды оптимально. Потребителям уже недостаточно только того, что посуда обладает антипригарными свойствами. Им важно, чтобы характеристики посуды предоставляли как можно больше возможностей для использования и делали ее максимально функциональной и долговечной. Например, содержание кристаллов алмазов в покрытии обеспечивает максимальную прочность рабочей поверхности и быстрый и равномерный нагрев посуды, а следовательно, экономию электроэнергии, что важно для покупателя. В свою очередь для продавцов важна возможность предложить покупателю посуду, которую можно использовать на различных источниках энергии - керамических, электрических и индукционных конфорках, а также на газовом огне.



Елена Шрамко - генеральный директор центра кулинарного мастерства "Эксклюзив", автор и преподаватель (более 25) кондитерских курсов, автор и соорганизатор Международного Кремлевского Кулинарного Кубка, член правления Российской Межрегиональной Ассоциации Кулинаров, Почетный член Кулинарной Ассоциации Сербии и Черногории, полноправный член британской гильдии Шеф-поваров, участник Конгресса WACS 2006, WACS 2007.

- Обязательный атрибут современной кухни, как профессиональной, так и домашней, - высококачественная, красивая и удобная посуда, которая позволяет любому продукту в полной мере раскрыть свой вкус и аромат, сохраняет все витамины и питательные вещества. Даже простое блюдо, приготовленное в хорошей посуде, приобретает изысканный вкус и сохраняет форму, что очень важно для сервировки. Помимо этого необходимо, чтобы посуда была максимально прочной и обладала повышенной устойчивостью к механическим повреждениям. Когда посуда хорошо сбалансирована, а ненагревающиеся ручки имеют удобный захват, то руки не устают даже при одновременном приготовлении нескольких блюд, что чрезвычайно важно для профессионала. Кроме того, возможность использования посуды в духовке при температуре до 260° C и легкость очистки, в том числе и в посудомоечной машине, также является несомненным плюсом.



Swiss Diamond®
ПОСУДА С АЛМАЗНЫМ АНТИПРИГАРНЫМ ПОКРЫТИЕМ



Эксклюзивный дистрибьютор Swiss Diamond - компания «Алекс Трейд» | Тел.: +7 (495) 755 99 13

Москва: Media Markt, «Миллион мелочей», «Три кита», «Бахетле», «Кухни-строй», «Алые паруса», ТЦ «Крестовский», сеть магазинов «Бытовая.ru»; **Воронеж:** сеть магазинов «Альбинос»; **Надым:** «Экология дома»; **Нижний Новгород:** «Море посуды»; **Новороссийск:** Салоны посуды «Кела», «Бегемот»; **Новосибирск:** «Чудо-дом»; **Омск:** ТЦ «Омский» - «Мажордом»; **Пенза:** «Магазин №1»; **Пермская область, Березники:** «Атлант-Сервис-Эфа»; **Таганрог:** «Siemens»; **Тверь:** «Милый дом»; **Ярославль:** «Керамика».





МАРКА LUMINARC ИНВЕСТИРУЕТ В НОВЫЕ ФОРМЫ



Компания **Arc International** продолжает стремительно развиваться, расширяя свой ассортиментный ряд новыми формами изделий. В 2008 году под всемирно известным брендом **Luminarc** компания представила своим поклонникам тарелки и бокалы необычной формы цветка, ставшей 60 лет назад эмблемой марки. В коллекции **FLORE** эта форма сочетается с веселыми цветами стеклянной посуды и строгой, изысканной белой гаммой в фарфоре.

Микс двух материалов, веселая цветовая палитра, множество бокалов, приборов и аксессуаров создадут приятную легкую атмосферу ежедневного праздника.

ОБУЧЕНИЕ ОТ ARC INTERNATIONAL

Вслед за ростом интереса европейского и российского рынка к потреблению вин, **Luminarc** создает новую линейку бокалов и декантеров. С февраля 2008 года дизайнерами компании разработана новая линейка **VINERY**. Это бокалы в форме тюльпана, шара, лиры, флейты для шампанского и декантеры.

В продолжение своих исследований в области дегустации вин компания **ARC International** демонстрирует современный подход и к продвижению культуры потребления вина.

Впервые в России на рынке масс-



коллекция VINERY

маркета компанией предложены не только многообразие бокалов для различных типов вина, но и "обучающая" упаковка + брошюра в каждой коробке, которые помогут потребителям правильно подобрать бокал к любимому напитку.

Компания **ARC International** вновь подтвердила статус одного из лидера в стеклопроизводстве, предложив современные решения для привлечения покупателей и продвижения своих коллекций.



Коллекция FLORE

Многофункциональный подход

Фабрика **Steelite** (Великобритания) выпустила концептуально новые серии посуды **Ozorio collection-Duo** и **Ozorio collection-Aura**. Первоклассное сырье и современные технологии позволяют фабрике добиваться прочности и стойкости глазури. Посуда выдерживает тепловые нагрузки, в три-четыре раза большие, чем обычный фарфор, имеет устойчивые к скалыванию края, пригодна для использования в микроволновой печи, а также для мытья в посудомоечной машине.

Особую популярность получила тарелка **Pasta Bowl** с диаметром 27 см. Эта тарелка может быть использована для пасты, ризотто, салатов и десертов одновременно. Официальный представитель фабрики в России - компания "Ина Интернешнл".

По материалам сайта www.ina-int.ru/news

Во Франкфурте "наградили" производителей подделок

На самой крупной международной выставке товаров народного потребления Ambiente, которая проходит в эти дни во Франкфурте, раздали премии **Plagiarius** за самые вопиющие кражи идей. Среди лауреатов этой "награды" оказались не только китайские, но также голландские и немецкие фирмы.

Первую премию, как и год назад, получил производитель из Китая за подделку набора для соли и перца фирмы WMF. Именно стильный дизайн посуды, эргономичность и продуманность каждой детали, качество изготовления принесли фирме WMF всемирную известность.

Вторую "антипремию" получили голландцы. Их терки фирмы Mesa Products неотличимы от оригинала германской компании Borner. Третий Plagiarius - черный гном с позолоченным носом - достался немецкой фирме Heinrich Winkelmann за точную копию регуляторов давления для отопительных систем, созданных швейцарской фирмой Pneumatex.

По материалам газеты "Взгляд"

Wohl - новая линейка посуды от Rondell

Ассортимент Rondell пополнился еще одной линейкой посуды из нержавеющей стали - Wohl. Посуда линейки Wohl отличается высоким качеством и технологичностью. Нержавеющая хирургическая сталь на долгие годы гарантирует безупречный внешний вид посуды, практичность и долговечность. При производстве моделей этой серии используется уникальный двухэтапный метод технологии "тройного" дна с штампованным, а затем вплавленным алюминиевым диском, что позволяет равномерно распределять и значительно дольше сохранять тепло стенок и дна посуды, предотвращает пригорание пищи и обеспечивает более быстрое приготовление блюд.

По материалам сайта www.rondell.ru/rndl_news

СИСТЕМА ДЛЯ ДОСТАВКИ ПИЦЦЫ



CAMBRO представляет новинку - систему для доставки пиццы The Shoreline Collection. Ее главное отличие - современный дизайн и безопасность использования.

Запатентованная крышка в форме купола разработана таким образом, чтобы ее было удобно поднимать; теплоизолированная подставка помогает сохранять температуру 65°C в течение 1 часа.

По материалам сайта www.proposudu.ru

"ГОВОРЯЩИЕ ТАРЕЛКИ" ПОВЕДАЮТ О СТАТИСТИКЕ



Дизайнеры **Рафаэль Морган** и **Бен Колетт** изобрели "говорящие тарелки". Уникальный предмет сервировки сообщает в письменной форме статистическую информацию о голоде во всем мире.

Каждый раз, когда на тарелку кладется горячая еда, проявляются надписи, нанесенные на блюдо чернилами, чувствительными к теплу.

По мнению создателей, фразы вроде "Каждый день в мире от голода умирает около 16 000 детей" заставят человека бережней относиться к своему стейку или жареной картошке, поданной на этой тарелке. Надписи, наносимые на тарелку, могут быть любыми.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

СКАЗОЧНЫЙ МИР ALESSI



На прошедшей выставке Macef 2008 в Милане дизайнерская компания Alessi вместе с Национальным музеем Тайваня представила необычную коллекцию посуды **Orien Tales** ("Сказки Ориена"). Часть посуды изготовлена из комбинации пластмассы и керамики, а звезда коллекции - набор для суши "Пруд с лилиями" - сделана из тонкого фарфора и меламина.



По материалам сайта www.obstanovka.com

Традиция для будущего



BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s.

Наши дистрибьюторы:

Богемиа-Люкс, г. Москва, www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемиа Трейдинг, г. Москва, www.impact.ru

Богемиа Плюс, г. Краснодар, www.bohemiarplus.ru



www.bct.cz



Cassini

New Shape Collection

HONG KONG HOUSEWARE FAIR | HK Convention and Exhibition Centre
April 21st-24th, 2008
HALL OF ELEGANCE BOOTH 1F.01

i Inhesion

INHESION INDUSTRIAL CO., LTD. HONG KONG
TEL: +852 2415 9288 FAX: +852 2499 3688
www.inhesiongroup.com | info@inhesiongroup.com

GALLERY[®]
BY INHESION

БЕЛОСНЕЖНЫЙ ASCOT



Дизайнер **Бодо Шперлейн** (Bodo Sperlein) создал коллекцию фарфоровой посуды и канцелярских принадлежностей Ascot для испанской компании по производству фарфора Lladro. Хрупкий белоснежный фарфор, точеные лошадиные головы, даже само название серии Ascot (место ежегодных скачек близ Виндзора) - все это вещи, в первую очередь ассоциирующиеся с высшим светом, аристократами прошлых столетий. Хотя само исполнение - более чем современно.

По материалам сайта
www.obstanovka.com



НАПОЛНЕННЫЕ ЦВЕТОМ



Бельгийский дизайнер **Олаф Слингеланд** (Olav Slingerland) разработал собственную технологию наполнения керамических изделий цветом. Сосуды, белые снаружи и насыщенные ярким цветом внутри, любимый прием Олафа. Двухцветные вазочки, чашки, кувшинчики, замысловатые рюмки на общей ножке обыграют настроение любого интерьера. Подставки для куриных яиц делают многие, но только

Олаф додумался сделать керамическую подставку для яблок - тут в качестве цветового акцента служат наливные красные плоды.

По материалам сайта www.obstanovka.com



А ПРОДУКТЫ СОХРАНИТ КОНТЕЙНЕР!



Фирма **Araven**, хорошо известная на рынке гастрономического оборудования, представляет новинку - контейнер для продуктов.

В отличие от аналогичных контейнеров других производителей, этикетка не наклеена на корпусе, а вбита в него. На такую этикетку можно наносить заметки маркером, состав чернил которого позволяет полностью смывать их горячей водой.

Этикетка содержит полную информацию для правильного хранения продуктов и выступает в роли помощника домашней хозяйке.

В комплект входят маркеры и цветные клипсы, при помощи которых без труда можно пометить определенный вид продукта.

По материалам сайта www.restoran.ru



Автомат для оладушек

Уникальность оладий как продукта определяется тем, что они хорошо знакомы российским покупателям.

Автомат для оладушек Porсake от "Практики" обладает массой преимуществ, основным из которых является компактный размер (53x35x35 см) и высокая производительность (150 оладушек большого размера в час). Также особенностью автомата является возможность выбора цвета оладий в зависимости от степени их прожарки путем нажатия соответствующей кнопки ("светлая поверхность", "темная поверхность") и отсутствие необходимости использовать жиры и масло в процессе приготовления. Среди других преимуществ - простота очистки, простое подключение (евровилка в розетку), низкая потребляемая мощность (5 Вт в режиме ожидания, 2400 Вт в режиме приготовления).

По материалам сайта www.tovr.ru

"Ледниковый период" в Новосибирске

В этом году в Новосибирске откроется сеть баров "Ледниковый период", где будет поддерживаться температура минус 10°C. Из льда будет выполнен как интерьер заведения, так и посуда. Первый такой бар откроется в феврале в развлекательной зоне ТРЦ "Континент-3".

Такая необычная идея пришла в голову супругам Саиновым - владельцам новосибирской кинопрокатной компании "Арт-Сайнс Синема Дистрибьюшн". Однако неизвестно, придется ли новосибирцам по душе трапезничать и пить холодное пиво при минусовой температуре.

По материалам сайта www.tovr.ru

"Домоцентр" ищет соседей

В 2008 году группа компаний "Домоцентр", поставщик на рынке отделочных материалов Сибирского региона, планирует открытие 3 новых магазинов, а также оформление документов на земельные участки и получение разрешения на строительство 5 объектов. В крупных объектах площадью около 20 тыс. кв. м компания ищет варианты продажи до 50% площадей другим розничным операторам, преимущественно близкого к DIY профиля товары для дома, интерьерные товары, посуда, мебель и т.п., *сообщает www.advis.ru*

"Рабочее" стекло от VETTA

Компания "Гала-центр" представила новинку - блюда и разделочные доски из стекла TM VETTA. Нанесение декора на изделия производится промышленным методом прямого напыления рисунка непосредственно на оборотную сторону стекла. Прямое напыление рисунка делает дизайн на изделии прочным, долговечным, устойчивым даже к механическим повреждениям в отличие от использования пленки, которая может при длительной эксплуатации отслаиваться. Для предотвращения скольжения при работе разделочные доски VETTA имеют на обратной стороне силиконовые ножки.

По материалам сайта www.galacentre.ru

МУЗЕЙ СОБИРАЕТ РЕСТОРАННЫЕ ЭКСПОНАТЫ



Хранительница ростовского музея общественного питания Жанна Дугинова собирает лозунги, которые висели в 1920-е годы в рабочих столовых Ростова: "Хорошо пережевывай пищу, прежде чем проглотить", "Не гонись за белым хлебом", "Мясо вредно", "Не ешь всухомятку", "Не выходи работать натощак".

По мнению Жанны Рубеновны, гордостью экспозиции является 50-литровый самовар, из которого полвека наливали чай в столовой исполкома.

Музей создан Донской гильдией кулинаров. Расположен он в лицее кулинарного мастерства Ростова-на-Дону.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

СЕТЬ МАГАЗИНОВ ПОДАРКОВ "КОРАЛЛ" ОСВАИВАЕТ НОВЫЕ РЕГИОНЫ



26 декабря 2007 года компания "Коралл" (www.korallshops.ru) открыла свой 29-й магазин в Костроме.

В настоящее время торговые точки сети расположены на территории 14 регионов (Вологодская, Ярославская, Калужская, Тульская, Рязанская, Смоленская, Орловская, Курская, Белгородская, Ивановская, Брянская, Тамбовская, Липецкая, Костромская области) в областных центрах и городах с населением 100-250 тыс. чел. Таким образом, количество регионов, где работают магазины "Коралл", составило 14, количество городов - 22.

Общая численность населения городов, где работают магазины "Коралл" - более 6 млн. жителей. Сумма инвестиций в развитие в 2007 году составила около \$2,6 млн.

Грамотная маркетинговая стратегия, продуманная ассортиментная политика, высокий уровень технологической оснащенности и высокая квалификация специалистов позволяют компании занимать лидирующие позиции на рынке посуды и подарков.

AKRU-KERAMIK ОТ "БИНИ-ФИШЕР"



Посуда Akru-Keramik изготавливается из красной глины, добываемой в Германии, при ее производстве используется ручная технология. Оставаться водонепроницаемой и выдерживать высокие температуры при приготовлении пищи позволяет обжиг, который проходит в специальных печах при температуре не менее 108°C. В

модельный ряд входят горшки, супницы, бокалы, рюмки, пивные кружки, тарелки, блюда, миски, а также флаконы для уксуса и масла, подносы, фляги, пепельницы, подсвечники и подогреватели чайников. Кроме того, в ассортиментной линейке представлен полный набор посуды для проведения чайных или кофейных церемоний, а также оригинальные кувшины и бочонки с краниками для вина.

По материалам сайта www.restoranoff.ru



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОСТЯНОЙ ФАРФОР ОТ КОМПАНИИ "РАДИУС"



Компания "Радиус" представила новые серии костяного профессионального фарфора: серии Violet и 5 O'Clock от торговой марки **FORTUNA BONE CHINA** (Австрия).

Серия **Violet**, имеющая классическую форму, прекрасно впишется в интерьер любого ресторана.

Владельцам кафе, баров, кофеен, небольших ресторанчиков компания "Радиус" предлагает необычный стильный дизайн чайно-кофейной серии **5 O'Clock**, сочетающий в себе легкость, изящество и оригинальность форм.

По материалам сайта
www.restoranoff.ru

Кофейни "Арома" появятся в Украине и в Казахстане

В этом году популярные израильские кафе "Арома" откроются в Украине и в Казахстане. Это будет сделано в рамках программы расширения деятельности сети "Арома-Израэль" за пределами страны.

На сегодня помимо Израиля отделения сети действуют лишь за океаном. Одно кафе открылось в Нью-Йорке в 2006 году, а еще два - в канадском городе Торонто. Однако на Европу их деятельность до сих пор не распространялась. В этом году планируется открыть первое отделение "Аромы" в румынском курортном городе Констанца, а затем и в странах бывшего СССР. Первой на очереди находится столица Украины.

Особенности каждой страны требуют от предпринимателей специального ознакомления с местными реалиями, прежде чем приступить к работе. Вместе с тем часть оборудования и продуктов поставляется напрямую из Израиля - например, зерна кофе или тесто для выпечки.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

ГРУППЕ КОМПАНИЙ "ИИС-ПОСУДА" 15 ЛЕТ!



Группа компаний "ИИС-Посуда" этой весной отмечает свой юбилей - 15 лет. За эти годы компания сумела занять устойчивое положение среди лидеров российского рынка посуды.

ГК "ИИС-Посуда" реализует продукцию из стеклокерамики, фарфора, керамики, стекла и нержавеющей стали, столовые приборы и изделия для сервировки стола производства различных стран мира: Японии, Китая, Бразилии, Турции, Индонезии, Испании, Италии и России.

В ассортиментный портфель ГК "ИИС-Посуда" входит 14 известных торговых марок, более половины из которых являются эксклюзивными брендами компании.

В 2008 году в состав холдинга вошли два крупных фарфоровых завода: "Пролетарий" (г. В.Новгород) и "Первомайский" (Ярославская обл.).

За годы работы ГК "ИИС-Посуда" создала развитую дистрибьюторскую сеть, которая обеспечивает реализацию продукции практически во всех регионах России.

Приглашаем Вас посетить наш выставочный стенд №С2 на выставке "HouseHold EXPO", которая пройдет с 01 по 04 апреля 2008 г по адресу: Москва, 66-й км МКАД, "Крокус Сити" (Павильон 2, зал 11)

Петербургский "СантаХаус" идет в Сибирь за высоким спросом и прибылями

Петербургская сеть гипермаркетов товаров для дома "СантаХаус" выходит на рынок Новосибирска. До конца 2009 года компания планирует открыть пять магазинов, объем инвестиций в которые составит \$16 млн. Аналитики утверждают, что покупательская способность населения сибирских регионов растет динамичными темпами и бизнес компании может быть там даже более успешен, чем в центральных городах России. Кроме Новосибирска, компания намерена открыть магазины в Красноярске, Омске, Томске, Кемерово, Новокузнецке и Барнауле.

По материалам сайта www.asimut.ru

Открыта новая "Марка"

Компания "Импакт Богемия Трейдинг", крупнейший дистрибьютор посуды и предметов интерьера, открыла в Москве новый магазин сети "МАРКА". Сеть магазинов специализируется на розничной торговле товарами хозяйственно-бытовой группы и товарами для дома, подарками, светильниками. Новая "Марка" открыла свои двери 29 января в торговом центре "Столица".

По материалам сайта
www.impact.ru/news/news/



Зайди на официальный сайт ТД "Лида-регион"!

Торговый дом "Лида-регион" (Москва) открыл официальный сайт компании по адресу <http://www.lida-region.ru>. Запуск сайта стал одним из намеченных шагов программы по развитию компании. ТД "Лида-регион" (Москва) - государственное предприятие, созданное для решения вопросов взаимопоставок продукции Республики Беларусь и Российской Федерации.

На сайте для каждого вида продукции созданы отдельные разделы с подробным описанием и техническими характеристиками. Большой раздел посвящен изделиям из стекла и хрусталя (стеклянной посуде для ресторанов, кафе, баров, для сервировки домашнего стола и изделиям для интерьера дома и офиса).

Rondell открылся в Омске

Производитель бытовой техники и электроники Vitek компания **Golder Electronics** решила самостоятельно продавать немецкую посуду Rondell. По словам менеджера по трейд-маркетингу компании Golder Electronics Анастасии Эбергардт, за небольшое время своей работы доля продаж магазина на омском рынке посуды составляет уже не менее 20-30%. Анастасия Эбергардт считает, что в Омске рынок посуды недостаточно насыщен - всего два-три игрока, поэтому у Rondell в городе конкурентов немного. Несколько другую точку зрения высказал руководитель направления внешнего маркетинга ГК "Торговая компания "Вес-Трэйд" Глеб Аничкин. По его мнению, о конкуренции Rondell с другими магазинами говорить трудно, так как это разные форматы и система потребления. Что касается доли продаж магазина на омском рынке, то для посуды премиум-класса он озвучил цифру 10%. По словам Владимира Ломаки, менеджера Golder Electronics в Новосибирске, в планах компании в 2008 году открыть от 10 до 15 магазинов в российских городах-миллионниках. Их количество будет зависеть от экономической ситуации в регионах, в первую очередь от желания местных дилеров идти на сотрудничество.

По материалам омского делового еженедельника *Коммерческие вести*

Пятилетка "Сухаревки"

В январе 2008 года розничному магазину компании "Сухаревка" исполняется 5 лет. Сегодня это быстрорастущее подразделение компании, ежедневно обслуживающее сотни покупателей, предоставляя им выбор из нескольких тысяч наименований товаров.

По случаю юбилея компания проводит акцию "Загляните к нам на Пятёрку!" Участники акции получают дополнительную скидку и подарок.

По материалам сайта www.suharevka.ru/news

ИФЗ ПРЕДСТАВЛЯЕТ: "ЦВЕТ НЕБЕСНЫЙ, СИНИЙ ЦВЕТ..."



25 декабря в Государственном Эрмитаже открылась выставка из цикла "Поднесение к Рождеству", совместного проекта знаменитого музея с Императорским фарфоровым заводом. "Цвет небесный, синий цвет..." - так называется шестая выставка рождественского цикла, и посвящена она росписи ко-

бальтом на фарфоре.

В экспозиции представлено около двухсот произведений мастеров Императорского (Ломоносовского) фарфорового завода - от созданных с середины XVIII века до современных работ, как говорится, еще не остывших после обжига.

Впервые выставка дает уникальную возможность увидеть исполненные в росписи кобальтом произведения, созданные в разные исторические эпохи, в разных авторских стилях и в различных техниках декорирования. И при этом, во все времена самым драгоценным и изысканным украшением фарфора считается золотой орнамент на сочном, глубокой бархатной синевы, кобальте.

Выставка продлится до 30 марта 2008 года.

По материалам сайта www.ipm.ru

РУССКИЙ ФАРФОР В КУСКОВЕ

25 января в Американской оранжерее музея-усадьбы Кусково в Москве открылась выставка русского фарфора разных исторических эпох. В пяти залах представлены коллекции "Русские и европейские столы и сервизы XVIII-XX веков", "Открытый фонд - русский фарфор XX века". Воссозданная Американская оранжерея впервые в истории музея будет использоваться в качестве выставочного зала.

По материалам сайта www.regnum.ru

КЕЙТЕРИНГ НА РЫНКЕ ОДНОРАЗОВОЙ ПОСУДЫ

Кейтеринг занимает 60% в структуре продаж российского рынка одноразовой посуды

До конца 90-х годов на российском рынке одноразовой посуды преобладала продукция импортных производителей. Пластиковую и бумажную посуду, отвечающую европейским требованиям качества, в России начали выпускать только в середине 1990-х. На данный момент основная масса одноразовой продукции на российском рынке - это продукция отечественных производителей, на долю импортной одноразовой посуды приходится 15% всего профильного рынка.

Активный рост российского рынка одноразовой посуды наблюдался в начале 2000-х годов. На протяжении пяти лет среднее ежегодное увеличение составляло 20-25%. На сегодняшний день рынок уже сформировался и рост потребления несколько снизился, но остается достаточно высоким - 16-17%. В структуре продаж российского рынка одноразовой посуды лидирует сегмент кейтеринга (его доля составляет 60%), 30% занимает сегмент общественного питания.

По данным маркетингового исследования, проведенного компанией "АМИКО", в структуре мирового товарооборота одноразовой посуды доли импорта и экспорта продукции примерно равны: доля импорта составляет 53%, доля экспорта - 47%. Надо отметить, что как в импорте, так и в экспорте преобладает сегмент продукции из пластмассы. На долю бумажно-картонной одноразовой посуды приходится 13% и 14% от общего объема мирового импорта и экспорта соответственно.

По материалам "РБК. Исследования рынков"





ROYALTON GROUP

BERGNER



Эксклюзивное предложение



Идеальный выбор для Вашей кухни!

Посуда из нержавеющей стали • Кастрюли • Сковороды • Скоронарки • Паронарки
Казаны • Посуда из литого алюминия • Столовые наборы • Наборы ножей

Be fabulous!



www.royalton.ru

Тел/факс: (495) 660-02-22 (многоканальный)

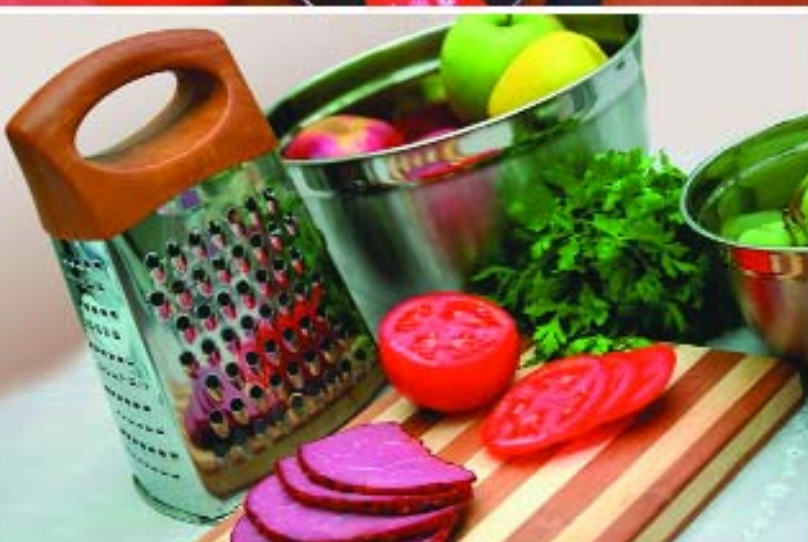
сотрудничество
напрямую
без лишних
хлопот



ГАЛА-ЦЕНТР
ЦЕНТР ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ



TRAMONTINA®
ПОСУДА И КУХОННЫЕ
ПРИНАДЛЕЖНОСТИ



Бесплатная поставка по регионам

Екатеринбург,
ул. Радищева, 63.
Тел.: (343) 379-42-00,
233-63-87,
247-65-46/47/48/00
E-mail: info@galacentre.ru

143912, Москва,
г. Балашиха, ул. Лукино
(владение 49), 7-й км
Щелковского шоссе
Тел.: (495) 921-45-86,
783-23-95/96
E-mail: infomsk@galacentre.ru

630039, г. Новосибирск,
ул. Автогенная, 122.
Тел.: (383) 262-62-25,
267-47-77, 262-61-77
E-mail: info@nsk-gala.ru

www.galacentre.ru



В МАГНИТОГОРСКОМ ВУЗЕ БУДУТ ВЫПУСКАТЬ ДИЗАЙНЕРОВ-КЕРАМИСТОВ

Сохранить древнее искусство и адаптировать его к потребностям современности пытаются на факультете искусства и дизайна Магнитогорского государственного университета. Молодые дизайнеры будут изучать хитрости работы с глиной. В группу будущих специалистов по интерьерной керамике набирают небольшое количество студентов. По окончании обучения они получают квалификацию "дизайнер" и "художник-керамист".

По материалам сайта www.chelyabinsk.rfn.ru

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН: "ВИННЫЕ" ВЕТКИ ЭТЬЕНА МИНО



Эти сосуды для вина как нельзя лучше подходят, чтобы по-настоящему удивить гостей.

Если в них налить красное вино, то они напоминают кровеносные сосуды, а тот, кому такие фантазии неприятны, может представить на их месте ветки фантастического дерева. Вино, кровь, древесный

сок - тут вступает в свои права фантазмагория смыслов и форм. Дизайнер Этьен Мино (Etienne Meneau) сделал графины **Carafe** вручную из стекла и представил их на суд зрителей уже наполненными. Правда, знатоки утверждают, что такие сосуды - не лучшееместище для вина, вкусовые качества которого лучше всего сохраняют пока только классические бутылки.

По материалам сайта www.obstanovka.com

ГУСЕВСКИЙ ХРУСТАЛЬНЫЙ ЗАВОД ПОДГОТОВИЛ СЕРИЮ ПОДАРКОВ ДЛЯ ЛЮБИМЫХ

Гусевский хрустальный завод представил новую коллекцию эксклюзивных подарочных изделий для любимых. В нее вошли авторские работы художников



Анны Корнеевой и Вячеслава Зайцева - изящные колокольчики с ручной росписью, элегантные цветочные композиции, оригинальные миниатюры, вазочки в виде сердца из цветного хрусталя. Стильный дизайн, воплощенный в ручной работе, и крайне ограниченный тираж делают каждое из этих произведений поистине уникальным. Выставка-продажа изделий из новой коллекции состоится в фирменном магазине ГХЗ, расположенном в московском торгово-выставочном комплексе "Гостинный Двор".

Французское барокко на вашем столе

Компания "Бини-Фишер" представила на российском рынке фарфор **La Reine** немецкого бренда **Eschenbach**, сообщает www.restoranoff.ru. Линию фарфора **La Reine**, выполненную в стиле французского барокко, отличающую воздушный рельеф, роскошь и изящество, которые создают праздничную атмосферу и дарят ощущение торжества.

По функциональности посуда **La Reine** не уступает другим линиям фарфора **Eschenbach**.

Чайная серия легко и удобно штабелируется. Кофейники и соусники имеют удобные носики, которые не позволяют каплям соуса или кофе стекать на скатерть, оставляя следы.

Посуда **La Reine** имеет утолщенные стенки, поэтому устойчива к интенсивной эксплуатации. Она подходит для использования в микроволновых печах и посудомоечных машинах. Возможно нанесение логотипа фирмы и создание любого индивидуального декора (виньеток, простых и многоцветных кантов, золотого декора и т.д.).

По материалам сайта www.restoranoff.ru

"Сухаревка-Юг" в Ростове-на-Дону

В январе открылся новый филиал компании "Сухаревка-Юг" в Ростове-на-Дону. Компания "Сухаревка-Юг" начала работу в 1999 году в Новороссийске. За 8 лет существования она стала одним из лидеров юга страны по комплексному оснащению предприятий питания. Сейчас в ее ассортиментной базе более 15 тыс. наименований товаров (аналогично ассортименту в Москве). В 2004 году был открыт первый филиал компании в городе Эссентуки, а в 2006-м начал работу филиал в Сочи. В каждом из филиалов есть демонстрационный зал, где выставлены образцы наиболее востребованных товаров всех продуктовых линеек. Также здесь можно получить консультации специалистов.

По материалам сайта www.suharevka.ru/news

"АМЕТ" выполнил оборонный заказ

Ашинский металлургический завод А("АМЕТ") выиграл аукцион на поставку нержавеющей посуды для уральских военных. Судки для специй, кастрюли объемом 3,5 и 8 литров, 10-и 12-литровые сотейники, кухонные наборы и подставки под горячее - всего для армейской кухни "АМЕТ" изготовил 8 наименований продукции. Сегодня посуда Ашинского металлургического завода пользуется большой популярностью у населения. Она устойчива к царапинам, повреждениям, жаростойка и не подвержена коррозии. И в отличие от алюминиевой эта посуда более гигиенична: низкий показатель сцепляемости бактерий с поверхностью уже давно оценили медики. Кастрюли из нержавеющей стали долго сохраняют пищу теплой, а если их иногда полировать мягкими порошками и пастами, они всегда будут выглядеть как новые. Полученный оборонный заказ лишний раз подтверждает надежность продукции завода.

По материалам сайта www.chelyabinsk.rfn.ru



Гроссмейстерская норма

Оригинальным подарком для любителей интеллектуальных игр и веселых компаний станет набор стопок "Шахматы" ТМ **VITRO**. Подарочный набор "Шахматы" изготовлен по специальному заказу группы компаний "ИИС-Посуда" и представляет собой 32 стопки, рисунок на каждой из которых соответствует фигуре в шахматах. В этот комплект также входит стеклянная шахматная доска.

По материалам сайта www.iisposuda.ru



Поздравляем с юбилеем!

В начале этого года компания "Импакт Богемия Трейдинг" отметила 15 лет своей работы на отечественном рынке посуды. Юбилейное торжество прошло в ресторане Зураба Церетели "Галерея художника". Более 450 человек собрались в зале "Яблоко", где при входе их встречали девушки-модели с тюльпанами в руках. Тюльпаны - символ новой коллекции посуды "Злата", которой были сервированы столы. Элегантная обстановка, радушие хозяев и музыка приглашенного дуэта OTTAWAN создали прекрасное настроение у клиентов, поставщиков и друзей компании.

"Импакт Богемии Трейдинг" есть что праздновать и чем гордиться. За прошедшие годы компания стала крупнейшим в России импортером посуды, однако не останавливается на достигнутом и продолжает динамично развиваться. Два года назад открытием магазина домашних вещей в Москве было положено начало собственной розничной сети MARKA, в июне 2007 года компания переехала в новый офис площадью 1 000 кв.м со специально оборудованным шоу-румом, также в 2007 году завершилось внедрение ERP системы Microsoft Dynamics AX 4.0, а в мае 2008 года планируется переезд на новый, оснащенный по последнему слову техники склад площадью более 9 500 кв. м.



С ГОДОМ КРЫСЫ, ДРУЗЬЯ!



С 6 на 7 февраля по китайскому лунному календарю наступил новый год Крысы. Торжественный вечер по этому случаю в Москве устроил **Совет по развитию торговли Гонконга**. С поздравлениями ко всем присутствующим обратилась г-жа Сара Ву, генеральный директор торгово-экономического представительства в Лондоне правительства Специального административного района "Гонконг", г-жа Лоре Бушер, региональный директор Совета по развитию торговли

Гонконга, а также Леонид Викторович Орлов, руководитель московского представительства Совета по развитию торговли Гонконга.

За прошедший год экономика Гонконга выросла еще больше, а многие российские компании расширили свой бизнес. И в будущем году Гонконг останется главными воротами в Китай для российского делового сообщества. Сегодня можно с полной уверенностью говорить об активном развитии российско-гонконгских взаимоотношений, о дальнейших перспективах развития совместных торговых взаимоотношений двух государств.

Немало добрых слов прозвучало в канун нового года. Для миллиардов людей на нашей планете крыса - это символ трудолюбия и упорства в достижении намеченных целей. Это позволяет утверждать, что наступивший год принесет всем партнерам России и Гонконга еще больше успехов в их совместной деятельности.

Ровно в 7 часов вечера, когда в Гонконге наступает полночь, под звон бокалов все собравшиеся поздравляли друг друга, желали счастья и дальнейшего процветания!

ОБЩЕПИТ ЗАПАСАЕТСЯ ПОСУДОЙ?

В 2007 году в Екатеринбурге на 6,4% увеличилось число предприятий общепита. Как сообщает информационный сайт ИА REGNUM, в течение 2007 года здесь открылось 150 предприятий общественного питания (в 2006 году было открыто 141 заведение). Всего в Екатеринбурге на данный момент работает 1474 предприятия общественного питания, из них 748 являются общедоступными. В городе можно провести время в 64 ресторанах, 100 барах, 261 кафе и кофейне. Продолжает расти количество предприятий быстрого обслуживания и чайных. При этом практически не изменилось число закусочных и столовых.

По материалам сайта www.regnum.ru

ЯРМАРКА "ПИР-БАЗАР" ПЕРЕНОСИТСЯ НА ОКТЯБРЬ

Компания "ПИР ГРУПП" официально заявила в октябре 2007 года о начале нового проекта "ПИР-БАЗАР" - весенней профессиональной ярмарке-распродаже в индустрии гостеприимства.

На настоящий момент принято решение о совместном проведении выставок "ПИР-БАЗАР" и "ПИР. Индустрия гостеприимства - 2008", которые пройдут 1-4 октября 2008 года в Москве, в выставочном комплексе "Крокус-Экспо".

ДУЛЕВСКИЙ ФАРФОР НА "ЗЕЛЕННОЙ НЕДЕЛЕ"



В конце января в Берлине проходила Международная агропромышленная выставка "Зеленая неделя". Интерес посетителей выставки привлекла коллекция дулевского фарфора, представленная чайными и столовыми сервизами, выполненными в лучших традициях кузнецовского фарфора.

В период работы выставки стенд дулевского фарфора посетили потенциальные заказчики из Швейцарии, Италии, Германии, Китая, Арабских Эмиратов и других стран дальнего и ближнего зарубежья. На брифинге с журналистами во время форума министр сельского хозяйства и продовольствия правительства Московской области Николай Александрович Савенко, возглавлявший делегацию региона, отметил: "Продукты питания приобретают дополнительную изысканность, когда подаются к столу в посуде высокого качества, изготовленной с использованием экологически чистого сырья и материалов. Эту благородную миссию выполнил на выставке производственный кооператив "Дулевский фарфор". Стоит отметить, что накануне ПК "Дулевский фарфор" стал победителем VIII Всероссийского конкурса "1000 лучших предприятий и организаций России 2007".

Руководителю предприятия Наталье Николаевне Захаровой была вручена награда "За высокие производственные достижения в 2007 году".

По материалам сайта www.dulevo.ru/pheed.php

НОВЫЙ ФОРМАТ ФРЕНЧ-ПРЕССА

Новая серия френч-прессов **CALVE** привлекла внимание посетителей на последней выставке "КОНСУМЭКСПО-2008". Колбы изделий выполнены из термостекла с металлическим основанием из нержавеющей стали марки 18/10.

В отличие от предыдущих моделей с поршнем в виде металлической сетки в новой серии использованы поршни из пластика, которые не покрываются темным налетом по краям, а сохраняют яркий внешний вид, несмотря на частое заваривание чая и кофе.

Боросиликатное стекло PYREX, из которого сделаны колбы, прекрасно переносит не только высокую температуру, но и так называемый термошок (резкие перепады температуры), поэтому именно его используют при производстве заварочных чайников, френч-прессов и других видов посуды, подвергающихся нагреву.

Новая серия имеет несколько графических решений. Ассортиментный ряд состоит из 6 позиций объемом 400 мл и 6 позиций объемом 600 мл.

По материалам сайта www.calve-ru.com

КТО ПОСТРОИТ СКЛАД-МАГАЗИН?

Красноярский ресторатор Владимир Владимиров планирует открыть в начале следующего года второй склад-магазин общей площадью 2 тыс. кв. м. В мелкооптовом супермаркете будет представлено ресторанное оборудование - от посуды до мебели. По словам пресс-секретаря г-на Владимиров Валентины Егошиной, концепция предусматривает открытый доступ оптовых клиентов к товарам, высокий уровень сервиса, включая профессиональные консультации менеджеров.

По материалам сайта www.kommersant.ru

Награда за уют

В канун нового, 2008 года компания **ООО "УютДело"** и лично генеральный директор **Надежда Владимировна Комиссарова** были награждены Международной академией общественных наук орденом I степени "За обустройство земли Российской" как компания, активно поддерживающая российских производителей товаров для дома и продвигающая на рынке отечественную торговую марку "Милый дом".

Справка. Торговая марка "Милый дом" была создана в 1999 году и зарегистрирована 24 января 2001 года. Сегодня "Милый дом" - это первоклассные товары и мебель для современного дома по доступным ценам. Компания размещает свои производственные заказы на фабриках России, Китая, Индии, Таиланда и Польши, осуществляя постоянный контроль за качеством изделий.

www.milydom.ru
www.houseware.ru
milydom@houseware.ru
Телефон (495) 510-68-35
Факс (495) 510-68-36



Уолт Дисней от "ИМПАКТА"

Компания "Импакт" рада предложить своим покупателям яркие кружки с полюбившимися всем героями Уолта Диснея. Безупречное английское качество и яркие рисунки, безусловно, порадуют как детей, так и их родителей.



ТРУДОВАЧА

ОАО «ТРУД» • Российский лидер
по производству
изделий для индустрии гостеприимства.
Тел. (83173) 6-11-58



sale@aotrud.ru
www.trud.nnov.ru

АТМОСФЕРА ТЕПЛА И РАДОСТИ



Прикосновение цвета и свежести нашло свое выражение в тарелках, бокалах, подносах и графинах коллекции Госсе, выполненной в голубом и желтом цветах.

Современный подход в комплексной сервировке стола создаст в вашем доме атмосферу тепла и радости от Госсе.

ИДЕАЛЬНЫЙ ПОДАРОК WALTHER- GLAS



Компания «Электро-Дельта» с удовольствием сообщает своим постоянным покупателям и тем, кто только планирует начать сотрудничество с нами, что с начала 2008 года мы стали осуществлять прямые поставки изделий из стекла знаменитой марки «Walther- Glas», соединяющей в себе немецкое качество, современный, но при этом утонченный дизайн, универсальность в использовании. Коллекции, уже полюбившиеся российским покупателям, не теряют своей актуальности даже с течением времени, любое изделие «Walther- Glas» - идеальный подарок для тех, кто знает толк в хорошей посуде.

ВЫБОР ПРОФЕССИОНАЛОВ!

 **bamix**[®]
of Switzerland



Елена Васильевна Шрамко

генеральный директор центра кулинарного мастерства "Эксклюзив", автор и преподаватель (более 25) кондитерских курсов, автор и организатор Международного кремлевского кулинарного кубка, член правления Российской межрегиональной ассоциации кулинаров, почетный член

Кулинарной ассоциации Сербии и Черногории, полноправный член британской гильдии шеф-поваров, участник конгресса WACS 2006, WACS 2007.

Появление в России легендарных погружных блендеров торговой марки **bamix**[®], которые вот уже 50 лет успешно используются как в домашних условиях, так и на профессиональных кухнях, можно с уверенностью назвать большой удачей для российских кулинаров. Ведь уникальные блендеры **bamix**[®] уже завоевали признание ведущих шеф-поваров Европы, включая таких суперзвезд, как Гордон Рамсей (www.gordonramsay.com), Франк Буххольц (www.frank-buchholz.de), Йохан Лафер (www.johannlafer.de), которые используют их в своем кулинарном творчестве.

Как профессионал я могу утверждать, что в моей работе погружной блендер совершенно незаменим. Он значительно экономит время, занимает минимум места и при этом невероятно прост в использовании. Помимо этого **bamix**[®] благодаря его компактности удобно брать в многочисленные командировки.

Очень удобная форма, эргономичный дизайн выгодно отличают блендер **bamix**[®] от приборов этого класса, которые он также превосходит и по своим феноменальным характеристикам. И это не удивительно, ведь все производство - от создания деталей до конечной сборки - осуществляется в Швейцарии, стране высокой точности и передовых технологий.

Например, благодаря идеальной балансировке ротора блендер работает очень тихо, не вибрирует и не бьется в руках на высоких скоростях вращения ротора,

доходящих до 17 тыс. об./мин. (в отдельных моделях, например Gastro, до 22 тысяч). Кроме того, двигатель **bamix**[®] сконструирован для продолжительного использования (более 5 минут), не боится перегрузки и 100% мощности передает на режущую насадку, что позволяет прибору в считанные секунды справиться даже с очень твердыми ингредиентами.

Благодаря этим невероятным характеристикам возможности блендера действительно безграничны! Звучит невероятно, но, например, для того, чтобы приготовить майонез, размолоть специи, измельчить свежую зелень, натереть сыр и даже раскрошить лед, достаточно всего лишь нескольких секунд! Различные соусы, заправки, муссы, суфле, шейки, коктейли с помощью **bamix**[®] готовятся мгновенно и без малейших усилий!

Блендер имеет несколько ножей-насадок различного назначения, которые легко меняются. Блендер **bamix**[®] способен взбивать, делать пюре, смешивать, взбалтывать, перемалывать, перемешивать, растирать в порошок. А специальная насадка SliceSy, приобретаемая отдельно, превращает некоторые модели блендеров **bamix**[®] в мини-комбайн, позволяющий шинковать, нарезать, натирать, рубить и измельчать любые продукты.

При этом **bamix**[®] может обрабатывать как большие, так и малые объемы ингредиентов, что очень удобно. Также немаловажно, что блендер можно использовать в посуде, стоящей на включенной плите! А удлиненный стержень ряда моделей **bamix**[®], предназначенных специально для профессионалов, позволяет использовать блендер даже в кастрюлях с очень высоким бортом.

Но не стоит полагать, что блендер **bamix**[®] нужен только профессионалам. Используя его в домашних условиях, можно легко достичь высот в кулинарном творчестве. Ведь **bamix**[®] превращает процесс приготовления пищи в игру с массой позитивных эмоций и неизменно превосходным результатом.



Эксклюзивный дистрибьютор ESGE AG (**bamix**[®]) - компания "Алекс Трейд". Тел. 755-99-13

www.bamix.ru





Новинки от ТМ TESCOMA

Компания "Тескома-Украина" продолжает расширять вышедшую в конце прошлого года серию PRESTO. Среди самых ярких новинок данной серии - отделитель белков Presto, а также абсолютно безопасное для глаз и легкое в применении приспособление для нарезки лука Handy.

Расширяется также серия фарфоровых форм Gusto. Компания уже предлагала овальные и прямоугольные формы, теперь появилась также круглая.

Для любителей ножей предусмотрена серия Sonic - кухонные ножи для ежедневного использования с классическим и пилочным лезвием из качественной нержавеющей стали с эргономичной ручкой из прочной пластмассы. Лезвие сформировано и заточено для максимальной эффективности и безопасности при использовании.



Новая серия заварочных чайников "Sphere"

Чайный этикет уже давно и прочно поселился в наших домах. И, наверное, вряд ли кто-то откажется от возможности с комфортом провести время с семьёй или друзьями за чашечкой ароматного чая.

Вдвойне приятно, когда это действие обставлено соответствующими аксессуарами - подходящими по стилю и удобными в использовании.

Торговая компания "ИНОКС" выпустила новую серию заварочных чайников из тонкостенного жаропрочного стекла "Sphere" (Сфера) в объёмах 0,6 л. и 1,0 л. Новая серия сочетает в себе классические формы и инновационные технические решения. Внутри заварников вставлен специальный мелкосетчатый фильтр из пищевой нержавеющей стали, который не даст заварке попасть к вам в



чашку. Сверху накрываются заварники крышечкой с ручкой из зеркально полированной нержавеющей стали с фирменным клеймом.

Дополнительно к заварнику выпущена стильная подставка с разогревом, позволяющая заваренный чай постоянно держать на столе горячим. Она выполнена в разборном варианте, из нержавеющей стали с сатиновой обработкой поверхности. Специальное посадочное место позволит чётко позиционировать свечу под заварочным чайником, а отверстия по бокам не только выполняют декоративную функцию, но и обеспечат непрерывный приток кислорода.



Кастрюля с плоским дном от ОАО "Керченский металлургический комбинат"

Проблема экономии электроэнергии для потребителя на сегодняшний день весьма актуальна. Нетрудно подсчитать, что до 40% электроэнергии позволит сэкономить плоское дно посуды, в которой мы готовим обед. Специалисты ОАО "Керченский металлургический комбинат" разработали новую форму кастрюли - с плоским дном. Данная конструкция дна кастрюли позволяет равномерно распределять тепловой поток источника тепла, что является обязательным условием использования стальной эмалированной посуды для электрических печей. Новинка от керчан поступит в продажу в 2008 году.





Новое покрытие FERNO CERAMIC от "BergHOFF"!

BergHOFF®



Американское агентство по защите окружающей среды наложило запрет на промышленное использование перфлюорооктановой кислоты или C8, которая применяется при производстве тефлона. Производителям было заявлено о необходимости до 2010 года сократить производство кислоты на 95%, а к 2015 году прекратить ее использование.

Постоянно держа руку на пульсе быстро развивающейся индустрии посуды и кухонных принадлежностей, "BergHOFF Worldwide" исследует новые материалы и тех-

нологии для создания современных изделий для кухни. Продукция регулярно обновляется, изменяется и совершенствуется в соответствии с высокими требованиями сегодняшнего потребителя.

Сегодня "BergHOFF Worldwide" предлагает продукцию из литого алюминия с новым керамическим покрытием! BergHOFF FERNO керамическое покрытие - совершенно новый композитный материал, который наносится при низкой температуре в два слоя. Это революционный синтез стал и керамики: очень прочный, устойчивый к механическим повреждениям. Очень гладкий материал, практически безпористая поверхность.

Николо-Натальинское стекло на Украине



В первом квартале текущего года в крупнейших торговых сетях Украины "Рамстор", "Фоззи", "Ашан", "Караван" и других впервые появится продукция Никольского завода светотехнического стекла.

Россияне в очередной раз удивили рынок, запустив линию изделий для стола из натрий-силикатного стекла. Каждая коллекция выполнена в различной цветовой гамме и включает несколько размеров изделий. Неоспоримым преимуществом остается тот факт, что вся продукция выполнена в строжайшем соответствии со стандартами качества.

На территории Украины продукция представлена ООО "Галерея стекла и фарфора" (г.Днепропетровск).

Коллекция столовых приборов от TM Røndell



TM Røndell радует своих потребителей наборами столовых приборов Odelia, Kerstin и Ernsta. Набор столовых приборов Odelia - это совершенство вечной классики, идеально подходит для хранителей традиций и любителей основательности; набор Kerstin предназначен для новаторов, чутко следующим всем веяниям моды; набор Ernsta - это настоящая находка для артистических натур с богатой фантазией.

Все наборы столовых приборов от Røndell изготовлены из высококачественной нержавеющей стали 18/10. Такой сплав отвечает самым высоким требованиям, предъявляемым к материалам, вступающим в контакт с пищевыми продуктами. Изделия, сделанные из этой стали не подвержены коррозии, устойчивы к органическим кислотам, не изменяют вкус и запах продуктов, долговечны, и за ними очень легко ухаживать. Вся продукция Røndell производится из высококачественного сырья по самым современным технологиям. Каждое изделие проходит несколько этапов контроля прежде, чем попадает на кухню. При правильной эксплуатации Røndell предоставляет 25-летнюю гарантию на столовые приборы с момента продажи! Наборы состоят из 24 предметов, рассчитаны на 6 персон, и продаются в специальной подарочной упаковке.

Посуда Ingenio от Tefal - компактность и многофункциональность!



Появилась посуда, которая идеально подойдет для приготовления любых блюд - это Ingenio от Tefal! Благодаря съемной ручке в наборе, сковороды, ковши и сотейники складываются по принципу матрешки. Посуда легко убирается в кухонные столы или холодильник, а также используется для приготовления блюд в духовке. Индикатор нагрева Termospot показывает, когда сковорода нагрета до оптимальной температуры. Пятислойное антипригарное покрытие Expert, обладающее высокой устойчивостью к царапинам, позволяет использовать металлические аксессуары.





Биол

Посуда для удовольствия от торговой марки "БИОЛ"

Самая популярная на сегодня посуда - это посуда с антипригарным покрытием. Каждая хозяйка знает о замечательных чудо-сковородах с антипригарным покрытием, на которых без всякого жира и яичницу пригостишь и мясо поджаришь, и блины испечешь. А самые лучшие и надежные сковороды - сковороды из литого алюминия. Этот металл проводит тепло, а значит, сокращает время готовки, и хорошо удерживает на себе антипригарное покрытие. Как известно, алюминий в 4 раза лучше проводит тепло, чем чугун, и в 13 раз лучше нержавеющей стали.

Посуда торговой марки "БИОЛ" - это сочетание современного дизайна, практичности, надежности и высокого качества. Компания предлагает вниманию покупателей различные линии сковород, разного диаметра и ценового диапазона. В ассортименте Вы также можете увидеть кастрюли и гусятницы с утолщенным дном. При создании линии "Классик", "Элегант", "Оптима" был сохранен традиционный подход компании - оптимальное соотношение цены и качества. Компания "БИОЛ" выпускает исключительно экологически чистую посуду из пищевых алюминиевых сплавов.

Линии сковород "Классик", "Элегант" и "Оптима" хороши для нашей повседневной жизни - жарки мяса, картофеля, яичницы, никаких специальных средств, кроме деревянной лопаточки не надо.

Линия "Титан Ал" обладает уникальными потребительскими свойствами, которые достигаются путем нанесения прочного покрытия особой структуры, позволяющего использование не острых металлических столовых приборов. Такие сковороды обеспечивают равномерный нагрев посуды за счет толстого дна (9мм) и стенок (4 мм). Сковороды этой линии имеют съемные ручки,

удобные для приготовления пищи в духовом шкафу и которые позволяют уменьшать объем при хранении. Также такие сковороды весьма вместительны благодаря высоким бортикам.

Помимо сковород разных линий компания "БИОЛ" выпускает и специальные сковороды, предназначенные для особых блюд. К примеру, блинная сковорода с низкими бортиками и антипригарным покрытием, в которой можно готовить блины с минимальным количеством жира.

Компания "БИОЛ" - единственное украинское предприятие, выпускающее литую алюминиевую посуду и посуду с антипригарным покрытием. Ассортимент посуды из литого алюминия ТМ "БИОЛ" способен удовлетворить самый притязательный вкус, главное - использовать ее правильно. При правильном использовании продукция будет служить Вам долгие годы.

www.biol.com.ua





28-30 августа 2008 года

Международный выставочный центр, Киев, Украина



**III Международная выставка
индустрии посуды**

Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел./факс: +38 (044) 246-09-52/56

Контактное лицо: Попович Оксана

E-mail: op@pem.com.ua

www.pem.com.ua



Пост-релиз II Международной выставки индустрии посуды "TableWare"

С 28 февраля по 1 марта 2008 года в Киеве в Международном выставочном центре компания "Парус Экспо Медиа" во второй раз успешно провела международную выставку индустрии посуды **"TABLEWARE"** и международную выставку подарков и декора **"WORLD OF GIFTS"**, участниками которых стали более 100 компаний из Украины, Беларуси, России, Польши, Италии, Германии, Франции, Румынии, Турции.

Выставка **"TableWare"** состоялась при поддержке **Киевской областной государственной администрации** и **Messe Frankfurt**. Спонсором выставки выступила компания **Rondell GmbH**, генеральным информационным партнером - специализированный профессиональный журнал **"Посуда"**.

"TableWare" - уникальный выставочный проект на рынке посуды Украины, который объединил в себе два бизнес-формата: традиционную выставку и организованные деловые встречи.

На выставке представлены следующие специализированные салоны:

KUCHINA - кухонная посуда,
SERVIRA - сервировочная посуда,
HoReCa - профессиональная посуда,
PRESENTA - подарочная посуда,
DOMESTICA - хозяйственная посуда.

Участниками выставки стали такие известные компании, как: представительство компании Rondell GmbH в Украине, Zepter International Украина, Tupperware (Россия), Porcelana Chodziej (Польша), Zaklady Porcelany "SMIELOW" (Польша), Ceramika Atrtystyczna WIZA (Польша), A Casa (Италия), Rotondo (Италия), GlasRo (Румыния), "Стеклозавод "HEMAN" (Беларусь), ОАО "Ростовский-наДону завод "РУБИН" (Россия), ОАО "Бережанский стеклозавод", TM ISI (Франция), TM BRITA (Германия), ООО "Новомосковская посуда" (TM EPOS), "Вольнянский машиностроительный завод" (TM SRIBNA POLYANA), "Броварской завод пластмасс", ООО "Бёрнер-Ист" (Россия), "МТЦ-Запорожье", компания "Акцент", ООО "СНТИ" (TM S&T), ООО "Альпари", ООО "Интер-Трейд", ООО "Днепропак", ООО "Мир Трейд" (TM MIR POSUDY), компания "Italservice" (CRE ART, DEPOS, METALBI, SAME CRISTALLERIE, Италия), компания "Мистецтво посуд", компания "Телемак", ООО "Арт-Фея" и др.

Отличительной чертой выставки, ее "ноу-хау", как бизнес-площадки, являлась **БАЙЕРСКАЯ ПРОГРАММА**, которая заключалась в целенаправленной работе с компаниями производя-

щими закупки посуды для ведения своего бизнеса, а также **ПРОГРАММЫ MATCHMAKING** - запланированного графика встреч участников выставки с бизнес-посетителями со всех регионов Украины. Обе эти программы предусмотрены для решения самых главных задач участников и бизнес-посетителей выставки - бытовой и закупочной, посредством привлечения на выставку крупных закупщиков посуды и организации их индивидуальных встреч с участниками выставки. На эту выставку география Байерской программы охватила 95% регионов Украины: Киев, Днепропетровск, Запорожье, Харьков, Донецк, Луганск, Ивано-Франковск, Львов, Луцк, Ровно, Симферополь, Севастополь, Ялта, Феодосия, Одесса, Чернигов, Черкассы, Сумы, Житомир, Винница, Ужгород, Тернополь, Мариуполь, Кировоград, Кривой Рог, Полтава, Николаев, Черновцы, Трускавец, Мукачево.

Одним из ключевых событий выставки стала маркетинговая конференция "Индустрия посуды Украины", которая состоялась в первый день работы выставки. Конференция была направлена на поставщиков и ритейлеров рынка посуды. В рамках конференции были обсуждены следующие темы: портрет покупателей посуды, тенденции и развитие рынка HOUSEHOLD: посуда, посуда в паутине ритейла, мерчандайзинг в магазинах посуды, психология шопинга, особенности отбора и прогноза эффективности торгового персонала, построение технологии и





автоматизация современного склада. В качестве докладчиков выступили: Марина Шуляк, заместитель директора "Комкон - Украина"; Татьяна Ковшова, главный редактор журнала Посуда (Россия); Дмитрий Кузнецов, директор по продажам, консалтинговая компания Real Work Management (Россия); Ольга Куценко, независимый консультант, МВА; Геннадий Ткаченко, руководитель компании GTRT; Евгений Пестерников, эксперт по оценке и прогнозу эффективности торгового персонала; Николай Вишняков, руководитель направления логистики, ITOGO.

Во второй день выставки была проведена конференция "Успешный ресторанный бизнес", направленная на владельцев и управляющих ресторанами. Организаторами конференции выступили ООО "Парус Экспо Медиа" и ООО "Ресторанный консалтинг".

Одним из центральных событий выставки стала **ГАЛЕРЕЯ НОВИНОК**, в которой украинские и зарубежные компании демонстрировали свои новинки: представительство **TM Rondell**

в Украине - набор ножей SIGNIFER, аксессуары WESER, ELEGANZ, набор столовых приборов ERNSTA, **Ceramiche Viva** (Италия) - высококачественные кухонно-декоративные керамические изделия, **"Октябрьский завод фарфоровых изделий"** (Россия) - серию профессионального фарфора "ПРИНЦ", **Tupperware** (Россия) - МИКРОПЛЮС, УМНАЯ СЫРНИЦА, МИНИ-МАКС, комбайн "ОТ ШЕФА", **ООО "Альпари"** - кухонная посуда серии FALEZ производства Турции.

Изюминкой выставки стала **ТРЕНД ЗОНА** - своеобразное "зеркало будущего", в котором были отображены основные тенденции и тренды рынка посуды, подарков и декора на 2008 год. Экспозиция была выполнена в четырех тематических направлениях:

1. **ПРОТИВОРЕЧИЕ** = полярность + двойственность + отрицание + дозирование + монохромность + контраст + интерпретация + эхо + тень = **ОТРАЖЕНИЕ**.

2. **ЭКОЛОГИЯ** = комфорт + безопасность + натуральность + гармония + созерцание + адаптация + притяжение + уверен-

ность + открытость = **ИННОВАЦИИ**.

3. **МЕТАМОРФОЗЫ** = игра + декорации + акценты + сочетания + фантазии + вариативность + трансформации + импровизация + интерференция = **ПОСТОЯНСТВО**.

4. **РЕТРОСПЕКТИВА** = время + опыт + ценности + корни + биография + ностальгия + винтаж + имитация + мода = **ПЕРСПЕКТИВА**.

Над концепцией и оформлением Тренд-зоны работала дизайнер Наталья Владимировская (г. Москва, Россия), дизайн-бюро E.Q.Studio N.

Среди посетителей выставки проводился ежедневный розыгрыш призов, предоставленных компаниями RÖNDELL GmbH, ZEPTEK, TUPPERWARE.

Сегодня, после проведения выставки, можно с уверенностью сказать, что международная выставка индустрии посуды "TableWare", объединившая новинки, потенциал и намерения участников и организаторов, стала эффективным маркетинговым инструментом, активно содействующим развитию рынка посуды Украины.



АНОНС ВЫСТАВОК ПО ПОСУДНОЙ ТЕМАТИКЕ

1	"Индустрия Гостеприимства"	16.03.08 19.03.08	Москва	"КРОКУС-ЭКСПО"	Оборудование для ресторанов, посуда
2	"Посуда и декор стола. Весна - 2008"	24.03.08 27.03.08	Москва	ООО "Подарки Экспо"	Декоративные изделия из керамики, стекла, фарфора и металла
3	Международная специализированная выставка HouseHold Expo 2008	01.04.08 04.04.08	Москва	"МОККА Экспо Групп"	Посуда для дома: стекло, хрусталь, фарфор, керамика, глина, металл, пластик и т.д.
4	12-я Международная специализированная выставка-ярмарка "Гостинично-ресторанный бизнес"	03.04.08 05.04.08	Сочи	СОУД - Сочинские выставки	Оборудование и материалы для гостиниц, офисов, ресторанов, кафе, баров, fast-food; кухонная утварь, посуда
5	Ярмарка потребительских товаров - 2008	07.04.08 09.04.08	Ярославль	МУП "Старый город"	Товары для дома
6	Международная выставка стекольной промышленности Gulf Glass	18.03.08 20.03.08	Шарджа(ОАЭ)	GATTACA Communications Ltd	Все для производителей и потребителей изделий из стекла; изделия из керамики и стекла и др.
7	6-й Международный кулинарный салон "МИР РЕСТОРАНА"	18.03.08 21.03.08	Москва	Экспоцентр	Оборудование для ресторанов, баров
8	Международная выставка PROGLASS 2008	26.03.08 28.03.08	Кельце (Польша)	Kielce Trade Fairs	Оборудование для производства стекла и керамики; товары для дома
9	EUROGASTRO 2008	27.03.08 29.03.08	Варшава (Польша)	MT Polska Sp. zo.o	Оборудование для гостиниц, ресторанов и предприятий питания
10	Специализированная выставка "Мой ресторан 2008"	10.04.08 13.04.08	Одесса	"Экспо-Юг- Сервис"	Оборудование для ресторанов и баров
11	Сибирский Форум Гостеприимства HoReCa 2008	10.04.08 12.04.08	Красноярск	Красноярская ярмарка	Оборудование для ресторанов, баров и кафе
12	Специализированная выставка "Бар. Ресторан. Гостиница - 2008"	23.04.08 25.04.08	Оренбург	ОАО "Урал Экспо"	Оборудование для ресторанов, баров, гостиниц; Посуда
13	Межрегиональная выставка Магазин. Отель. Ресторан - 2008	20.05.08 23.05.08	Белгород	БК "Белэкспоцентр"	Специальное оборудование; посуда
14	Выставка "МИР СТЕКЛА"	09.06.08 12.06.08	Москва	Экспоцентр	Все о стекле





HOUSEHOLD EXPO

ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

1-4 апреля 2008, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

Организатор выставки: МОККА Экспо Групп

Тел./факс: + 7 (495) 787-29-08/09, www.hhexpo.ru

Генеральный информационный партнер: журнал «Посуда»

Самая народная выставка

С 5 по 9 декабря 2007 года в выставочном комплексе "Экспоцентр" ассоциация "Народные художественные промыслы России" провела VI выставку-ярмарку "Ладья-2007".



"Ладья" - это выставка народных художественных промыслов России, в которой в 2007 году приняли участие более 480 организаций промыслов и индивидуально работающих мастеров из 60 регионов.

"Ладья" - единственная специализированная выставка в России, на которой столь широко представлены российские всемирно известные центры народного искусства. Это и хохломская, городецкая, вологодская роспись по дереву, и гжельский, кисловодский, вербилковский и донской фаянс, и скопинская, псковская, барнаульская керамика. И еще несметное число других промыслов.

Выставка - по-настоящему народная. Прежде всего, потому, что одновременно является ярмаркой и проходит в канун новогодних праздников. Поэтому столько посетителей нельзя встретить ни на одной другой посудной выставке в Москве. Общее настроение очень приподнятое, радостное, праздничное. Никто не уходит домой без подарка себе и близким.

Что касается экспонентов, то многие из них прошли тяжелый путь, оказывались на грани банкротства и еле сводили концы с концами еще совсем недавно. Но выжили! И теперь развиваются и радуют своих поклонников творениями исконно русского промысла.



**Марина Аникушина,
ведущий менеджер
Жостовской фабрики
декоративной росписи**

- Расскажите о том, чем живет ваша фабрика сегодня.

- Жостовская фабрика декоративной росписи существует и развивается. Еще не так давно мы вместе со всей страной переживали трудные времена,

фабрика была на грани банкротства. Сейчас мы поднимаемся. У фабрики появился новый хозяин, который делает большие инвестиции в ее развитие. Также для расширения своей клиентской базы мы стараемся участвовать в различных выставках. Обязательно участвуем в "Ладье", "Подарках", Ambiente.

Сегодня для нас большой проблемой является наличие на рынке подделок "под Жостово". К сожалению, те, кто



пользуются нашим именем, не соблюдают технологий.

- Как отличить настоящий жостовский поднос от подделки?

- Для этого нужно перевернуть изделие. На обратной стороне должно находиться клеймо - палитра и кисточка, а также наша фирменная печать. Этот знак подтверждает качество, является гарантом того, что изделие сделано в фабричных условиях. Такое изделие, например, устойчиво к горячим поверхностям. Роспись у нас всегда ручная, но есть продукция серийная, а есть индивидуальные заказы, уникальные экземпляры. Над декорамб трудятся как заслуженные, так и начинающие авторы.

- На какого клиента вы сейчас нацелены?

- Прежде всего, это корпоративные компании. У нас появилась новая линия, которая позволяет нам выпускать продукцию с логотипом. Такая продукция очень востребо-





вана у российских компаний, желающих сделать подарки партнерам по бизнесу. Но у нас можно найти подарок на любую сумму, любого размера. Мы можем расписать любую поверхность: металл, стекло, пластик. Специально к Новому году мы представляем здесь компьютерных мышей с нашей росписью. Этот оригинальный подарок пользуется большим спросом.



Валентина Дашкова, заслуженный художник РФ, главный художник ЗАО "Хохломская роспись"
 - Какова цель вашего участия в этой выставке?

- Любая выставка - это, прежде всего, праздник для художника. Но нам также важно найти новых партнеров, узнать мнение о нашей продукции посетителей, получить признание. В "Ладье" мы принимаем участие в шестой раз, с самого

ее начала. Это очень добрая и теплая выставка, которая позволяет нам общаться с другими мастерами. Здесь встречаем родных по духу людей. Мы знаем их проблемы, они знают наши. Мы активно участвуем в семинарах. Находим здесь и оптовых, и частных партнеров. Много появляется покупателей среди молодых людей, что радует. Некоторые наши клиенты после "Ладьи" приезжают к нам в Семенов на городской фестиваль "Золотая Хохлома". Так что общение не прекращается.

- Какие самые яркие новинки представлены на вашем стенде?

- Мы начали выпуск сервизов, выполненных в зеленых тонах. Выставка показала, что они востребованы. Также мы привезли резные изделия, охотничий набор "На при-



вале", кресло-трон, которое находится в центральной экспозиции выставки.

- С какими проблемами вы сталкиваетесь сегодня?

- Проблемы с кадрами. Молодежь не остается на производстве, уезжает из города. У нас есть лицей, где готовят кадры. Студенты приходят на практику, мы с ними много занимаемся, а потом они исчезают. В этом году администрация предприятия решила даже доплачивать им за труд во время практики - только оставайтесь. Но из 30 пришли на постоянную работу только 4 человека. Это наша большая боль.

Материал подготовила Наталья Дрошнева



20-я ЮБИЛЕЙНАЯ

В 2008 году "КонсумЭкспо" отмечает юбилей. Она проводится в 20-й раз! С 15 по 19 января здесь, на площади 17 000 кв. м разместились около 800 экспонентов из 25 стран. Крупнейшие экспозиции традиционно представляют Россия, Италия и Испания. При этом число отечественных экспонентов из года в год стабильно увеличивается.

В этом году выставка сохранила салонный принцип, продемонстрировав три основных салона: Homestyle, "Сувениры и подарки", "Обувь, кожаная сумка, одежда и аксессуары".

По словам руководителя дирекции выставок по социальной сфере и потребительским товарам ЦВК "Экспоцентр" **Веры Журавлевой**, неофициальный девиз выставки звучит так: "КонсумЭкспо - это пропуск в мир красоты и комфорта". Это не случайно! И 20 лет назад и теперь выставка подтверждает эту мысль и является актуальной для огромного числа производителей и дистрибуторов.

Характерной особенностью смотра является его насыщенная деловая программа. Вера Журавлева отметила, что "Каждый год, мы как организаторы, стремимся внести какие-то новинки, подготовить приятные сюрпризы". И действительно в этом году прошел специализированный форум "Стратегический выбор товаров для дома", организованный компанией "Империя". **Андрей Подлеснов**, управляющий компанией указал на то, что рынок подарков и сувениров при всем своем развитии совершенно не исследовался. Именно это обстоятельство и послужило стимулом для проведения общего форума для специалистов. Андрей Подлеснов считает, что материалы форума достаточно точно отражают то, что происходит на рынке подарков и сувениров в действительности, поэтому участники и посетители могут сразу применять полученные знания, особенно это касается сотрудников отделов сбыта и продажи.

Также в рамках выставки при помощи Вольного экономического общества проводился конкурс "Высокие тех-

нологии XXI века", семинар по логистическому сервису, подготовленный при помощи института ИТКОР и другие мероприятия.

С момента проведения первой

Цифры и факты:

По оценкам аналитиков, сегодня на покупку товаров народного потребления мы тратим более 50% своего заработка.

В 2007 году по количеству потребления непродовольственных товаров России вошла в десятку лидеров мирового рынка.

выставки в 1989 году "Консумэкспо" стала ведущим смотром в России, отражающим основные тенденции развития производства товаров повседневного спроса, - отметила на открытии В. Журавлева. - Высокий статус этой экспозиции подтверждают знаки Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ). "Консумэкспо-2008" проходит под патронатом ТПП РФ и при поддержке правительства Москвы.

За годы своего существования выставка стала одной из основных экспозиций для предприятий посудной отрасли. По данным аналитиков, около 30% рынка занимает посуда, доля которой на рынке сегодня составляет 80 млрд. евро. На выставке были представлены практически все ведущие европейские марки посуды. Им не уступают и российские производители -



Выставка сохранила салонный принцип, продемонстрировав три основных салона:

Homestyle, "Сувениры и подарки", "Обувь, кожгалантерея, одежда и аксессуары".

Неофициальный девиз выставки звучит **"КонсумЭкспо - это пропуск в мир красоты и комфорта"**. Это не случайно! И 20 лет назад и теперь выставка является актуальной для огромного числа производителей и дистрибуторов.

освоив современный менеджмент, они все увереннее заявляют о себе на внутреннем и внешнем рынке непродовольственных товаров, представив свою конкурентоспособную продукцию в выставочном салоне товаров для дома Homestyle.

В этом году за месяц до начала основных мероприятий организаторы выставки провели специальный семинар, на котором рассказали о том, как эффективно подготовиться и провести выставку, какие ошибки часто допускают экспоненты и как их избежать. По мнению многих участников, семинар оказался весьма полезным. Наличие делового центра, где в комфортной обстановке можно было провести переговоры с партнерами, также стало удачным нововведением организаторов выставки.

Сегодня участники выставки едины во мнении, что "КонсумЭкспо" - это своеобразный индикатор потребления, а также хорошая площадка для здоровой конкуренции, которая будет способствовать дальнейшему развитию российского рынка посуды, насыщению его качественной продукцией.

Журнал "Посуда" активно участвует в выставке с момента основания издания - с 2004 года. По традиции мы общаемся с участниками экспозиции, которые охотно делятся с нашими читателями особенностями подготовки к этому мероприятию, рассказывают о том, как развивается их бизнес в условиях общего роста рынка посуды.

Мы предлагаем вашему вниманию

наиболее интересные интервью.

Олег Анатольевич Баланов, компания Топ Стиль Групп:



Корр.: - *Что интересного вы предложите своим клиентам на этой выставке?*

О.А.: - По традиции на этой выставке мы демонстрируем свои новинки - новые коллекции, новые торговые марки. Представляя на российском рынке эксклюзивно более 25 брендов сувенирных изделий и посуды, мы гарантируем нашим покупателям уникальность продукции. При выборе производителей стараемся строго следовать нашим стандартам - во-первых, это высокое качество и изысканный дизайн, а во-вторых, продукция должна быть доступна нашим покупателям, иметь справедливую цену на рынке. В нашем ассортименте изделия преимущественно среднего и выше среднего ценового уровня. Мы ориентируемся на такой рынок и считаем, что за ним ближайшее будущее.

Корр.: - *Сегодня многие компании занимаются разработкой собственных дизайнов, размещая их на различных производствах, вы не делаете таких попыток?*

О.А.: - "Топ Стиль" - торговая компания, на наш взгляд, дизайн - это серьезнейшая интеллектуальная область, в которой должны работать профессионалы. Большую часть продукции мы заказываем у английских компаний, а их дизайнерская школа очень сильна во всем мире. Многие уникальные дизайны как в посуде, так и в подарках рождаются в Лондоне. Так, одна из новинок, которую мы представляем сегодня на рынке, - продукция компании Royal Doulton, в

содружестве со знаменитым шеф-поваром, а ныне английским дизайнером Гордоном Рамсеем разработавшей новую линию посуды. Эта современная коллекция, выполненная из костяного белого фарфора с рифленной поверхностью, уже приобрела большую популярность в Европе. А, к примеру, знаменитую коллекцию фей, ангелов и фарфоровых леди - Leonardo Collection разрабатывают известные английские дизайнеры и художники Кристин Хаворс и Анни Роу. Для большинства наших взыскательных покупателей это является гарантом высокой художественной ценности и неповторимости изделий. Поэтому наша компания предпочитает заниматься профессиональной дистрибуцией данной продукции.

Вадим Аркадьевич Ильин, руководитель отдела продаж компании "Техбалт" (Санкт-Петербург):



Корр.: - *Ваша компания представляет только один бренд на этой выставке? Насколько эффективна эта экспозиция для вашей компании?*

В.И.: - Да, на этой выставке мы представляем только ТМ TalleR. Мы являемся эксклюзивным представителем английской марки TalleR в России, СНГ, странах Балтии. Посуда TalleR присутствует на рынке России уже более полутора лет и успела за столь короткий период завоевать доверие покупателей во всех ее областях, особенно в Северо-Западном регионе, так как продажи посуды начались именно здесь. На этой выставке мы впервые, и уже можем сказать, что будем участвовать в ней ежегодно,





поскольку здесь есть хорошая возможность привлечения потребителей со всех регионов России и стран СНГ.

Корр.: - *На российском рынке достаточно много брендов металлической посуды высокого качества, как вы планируете привлечь внимание покупателя к посуде TalleR?*

В.И.: - Сталелитейная промышленность появилась в Англии в XVIII веке. Все самое значимое в формировании этой отрасли имело, так или иначе, "английские корни". Сегодня же компания TalleR LTD. - производитель высококачественной посуды, столовых и кухонных наборов, наборов ножей, а также аксессуаров из нержавеющей стали. Наша посуда всегда отличалась продуманной функциональностью и хорошим внешним исполнением. В ассортименте компании есть позиции, уникальный дизайн которых выделяет торговую марку TalleR среди конкурентов, что особенно привлекает наших покупателей, как розничных, так и оптовых.

Корр.: - *На что следует обращать внимание при выборе металлической посуды?*

В.И. - Вопрос очень емкий, не вдаваясь в технологические аспекты, попробую дать несколько простых советов, которые, надеюсь, помогут покупателям определиться с выбором. Первое, на что необходимо обращать внимание, - это качество стали, из которой изготовлена посуда. Многие бренды заявляют, что изготавливают изделия из стали 18/10, но это не всегда оказывается правдой. Второй показатель - это толщина стенок у посуды, я думаю, все понимают, что посуда с толщиной стенок 0,4 мм и 0,8 мм будет служить по-разному. Третий немаловажный фактор - качество капсулированного дна и качество крепе-

ния ручек. Нельзя забывать про удобство и дизайн, здесь, конечно, нет универсального совета, но благодаря большому разнообразию ассортимента посуды TalleR каждый сможет подобрать посуду, отвечающую его требованиям.

Татьяна Евгеньевна Муравьева, исполнительный директор компании "Импакт"



Корр.: - *В этом году компания "Импакт" отмечает свой 15-летний юбилей. Какие важные этапы развития вы прошли за этот период времени?*

Т.Е.: - История нашей компании в каком-то смысле закономерна. Мы прошли, как и большинство крупных дистрибьюторов, основные этапы становления компании. Если 10-15 лет назад каждый, кто умел растаможивать товар, называл себя дистрибьютором, то сегодня закончился следующий важный этап становления рынка дистрибуции в сегменте household - практически каждый дистрибьютор

сформировал свое собственное предложение по товару. Около 70% ассортимента "Импакт" - товар уникальный, разработанный нашими специалистами со знанием специфики российского рынка. И сейчас мы подошли к новому важному этапу дистрибуции, главной задачей которого является обеспечение высокого уровня сервиса клиентам.

Сервис в глобальном понимании - это не "чай-кофе" в шоу-руме. Это прежде всего качественная логистика, высокий процент выполнения заказов, высокий уровень профессиональной подготовки сотрудников. В прошедшем 2007 году мы открыли великолепный шоу-рум, перешли на новую ERP-систему, позволяющую более качественно планировать закупки, а также контролировать процент выполнения заказов как в целом по фирме, так и по каждому клиенту или заказу отдельно. В этом году мы переезжаем на новый складской терминал класса А. Надеемся, что благодаря этим инвестициям наши клиенты будут довольны сервисом.

Что касается прогнозов, то наши объемы удваиваются практически каждые два года. И мы намерены в новом году эти темпы не сбавлять. Выставка "Консумэкспо-2008" подтверждает, что насыщение продукции household уже количественно произошло практически по всей стране, но рынок требует качественного роста в связи с увеличением платежеспособности населения. И наш товар максимально подходит для этого, так как его отличает уникальное сочетание цены и качества.

Корр.: - *В вашем ассортименте преобладают классические формы и декоры, это потребность современного рынка?*

Т.Е.: - Российский потребитель всегда отдавал свои предпочтения классике. Но сегодня основной массой платежеспособного населения являются люди 30-40 лет, и они не хотят покупать ту классику, которая была у их бабушек, их нужно чем-то удивлять. Мы разработали свой стиль, так называемый "современный романтизм". Так, наша новая эксклюзивная коллекция Zlata, над которой мы работали два года, отвечает потребностям современного покупателя. Коллекция включает полный набор изделий для сервировки стола - фарфор и рюмки. Формируя свою товарную матрицу, мы всегда исходим из принципа "зо-

**27-29 МАРТА 2008, СОЧИ,
Южный мол Морвокзала, ул. Войкова, 1**

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

ВЫСТАВКА



Добро пожаловать!

**NEW!!! В ПРОГРАММЕ: I ФЕСТИВАЛЬ РУССКОЙ КУХНИ
«КУЛИНАРНЫЕ НАСЛЕДИЯ»**

**Организаторы:
УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛАМИ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«ЦЕНТР КУЛИНАРНОГО МАСТЕРСТВА «ЭКСКЛЮЗИВ»**

**ОСНАЩЕНИЕ, ОБОРУДОВАНИЕ, ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ,
УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТИНИЦ, РЕСТОРАНОВ, ЦЕНТРОВ РАЗВЛЕЧЕНИЙ**

Генеральные информационные партнеры: Журналы



РЕСТОРАТОР
ЖУРНАЛ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ И ГОСТИНИЦ РОССИИ

Интернет-поддержка: **restorus.com**



**При поддержке:
Администрации Краснодарского края
Администрации города Сочи
Торгово-промышленной палаты города Сочи**



**Выставочная компания «СОЧИ-ЭКСПО ТПП г. СОЧИ»
Тел./факс: (495) 745-77-09, (8622) 642-333, 647-555, 648-700
E-mail: ind_kurort@sochi-expo.ru; www.sochi-expo.ru**



БЫТ·Комфорт·Экспо

ОПТОВАЯ ВЫСТАВКА ПРЕДМЕТОВ ДОМАШНЕГО ОБИХОДА

18 - 21 сентября 2008

РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕТЕРБУРГСКИЙ СКК



САЛОН «ПОСУДА»

Стекло, керамика, фарфор, хрусталь, глина
Посуда для приготовления пищи
Предметы сервировки стола
Столовые приборы



САЛОН «ДОМАШНИЙ ТЕКСТИЛЬ»

Скатерти, полотенца
Тиль и портьерные ткани
Постельное белье
Ковры, текстильный дизайн интерьера



САЛОН «УКРАШЕНИЯ ДЛЯ ДОМА»

Аксессуары
Сувениры
Флористика
Картины



САЛОН «СВЕТЛЫЙ ДОМ»

Светильники
Лампы



САЛОН «ЧИСТЫЙ ДОМ»

Бытовая химия
Предметы для уборки помещений



САЛОН «ТЕХНИКА ДЛЯ ДОМА»

Кухонная бытовая техника
Техника для уборки помещений
Бытовая электроника

«БЫТ-КОМФОРТ-ЭКСПО» - ЭТО:

- оптовая выставка северо-западного региона
- прямые контакты производителей и оптовых покупателей
- 15 бизнес-партнеров каждому участнику выставки

ОТ БИЗНЕС-КОНТАКТА К КОНТРАКТУ!

Организатор:

Выставочное объединение
«ФАРЭКСПО» тел.: (812) 777-04-07
Директор выставки: Наталья Брюховец
E-mail: nb@orticon.com
www.farexpo.ru

FareXPO IFE
www.farexpo.ru

Генеральный информационный спонсор:

ПОСУДА

Информационные спонсоры:

МИР
Новосёла

КУХНИ

Оптoник

ПРОКУПКА

hi-fi.ru

МАЖОРДОМ

Сейфoлицe
www.russia.com

лотой середины" - изделия должны быть красивыми и при этом иметь оптимальную цену.

Корр.: - *Какие дизайнерские тенденции в фарфоре будут актуальны в 2008 году?*

Т. Е.: - Что касается тенденций, то в этом плане мы хотим быть флагманами, формировать стиль, потому что мы его чувствуем. В ближайшее время мы ознакомим своих клиентов, в том числе и читателей журнала "Посуда", с нашими новыми разработками.

Александр Примак, коммерческий директор компании "Богемия Плюс"



Корр.: - *Является ли выставка "Консумэкспо" основной для вас?*

А.П.: - Наша компания участвует во многих выставках, но "Консумэкспо" мы выделяем как одну из самых важных для себя. Она дает возможность показать и оценить себя среди равных, так как выставляются только флагманы российского и мирового рынка. На ней очень ярко прослеживаются тенденции развития посудного рынка России, чувствуется география всей страны. Видно, что нового произошло за год, в каком направлении развиваются компании, обозначены основные ориентиры в дизайне и моде. А благодаря международному уровню "Консумэкспо" наша компания имеет возможность представлять свой потенциал в полном масштабе - оптовое и розничное направление, франчайзинг.

Корр.: - *Что ваша компания представила на этой выставке в 2008 году?*

А.П.: - Выставка проходит в начале

года, открывает сезон, поэтому мы на своем стенде представили только новинки - 2008. В течение года специалисты компании вели работу над формированием нового ассортимента. Результатом длительного сотрудничества с заводами-производителями стали эксклюзивные коллекции посуды. Как и прежде, "Богемия Плюс" предлагает большой ассортимент изделий из традиционного и костяного фарфора, хрусталя и богемского стекла. Дизайнеры компании делали основной упор на новые технологии изготовления, нанесение рельефа, разработку оригинальных форм и декораций. Многие коллекции фарфора расширены за счет новых предметов сервировки, нестандартной комплектации сервизов. Очень приятно, что наша работа была оценена по заслугам, не оставив равнодушными никого из посетителей выставки.

Светлана Ивановна Никитина, компания "ДОМЙЕС"



Корр.: - *Какой ассортимент вы представляете на этой юбилейной выставке?*

С.Н.: - Политика нашей компании всегда была направлена на поиск эксклюзивного товара, но чтобы ценовая ниша была не слишком высокой. Наша цель - знакомить потребителей с интересными функциональными изделиями. Поэтому на выставке мы представляем именно такую продукцию. Наша главная тема - бразильская посуда "Керамфлем". Среди новых позиций - качественный текстиль бразильской фабрики Buettner.

Корр.: - *В свое время вы впервые раскрутили в России торговую*

марку Tramontina. Чем вас привлекает бразильская продукция?

С.Н.: - Изделия бразильских производителей отличаются высоким качеством, эксклюзивностью. Бразильские концерны работают по иной методике: в стране есть несколько брендовых заводов, что исключает конкуренцию, а кроме того, они не пускают на рынок китайские товары. Поэтому цены у них достаточно высокие. Сейчас мы сотрудничаем с компаниями, считающимися, как и мы, что в условиях российского рынка, который не столь масштабен, как сама территория России, для эффективного продвижения марки нужно иметь одного дилера. Мы продолжаем поиски партнеров в Латинской Америке, посещаем там тематические выставки.

Корр.: - *Насколько интересно такое предложение российскому покупателю?*

С.Н.: - Я могу с уверенностью сказать, что не только в Москве, Санкт-Петербурге, но уже и в "красном поясе" России такой интерес существует. В регионах активно открываются торговые сети, уважаемые заведения, магазины по благоустройству интерьера. Наш ассортимент - это изделия премиум класса, и для нас принципиально сохранить этот уровень, несмотря на то что более дешевый китайский товар по-прежнему хорошо продается в регионах.

Вадим Шамаилов, менеджер компании Gipfel



Корр.: - *Какую роль сегодня играет выставка "Консумэкспо" в развитии вашей компании?*





В.Ш.: - Мы постоянные участники "Консумэкспо" и принципиально не участвуем в других экспозициях, решив для себя, что данная выставка будет хорошим стартом в начале нового года. За последний период процент нахождения новых клиентов здесь все меньше и меньше. Поэтому основной целью нашего участия сегодня является поддержание имиджа компании. Выставка дает возможность для обмена информацией с нашими партнерами - мы делимся идеями, результатами за прошедший год.

Корр.: - *Каков спрос на вашу продукцию в регионах?*

В.Ш.: - Марка Gipfel утвердилась на рынке достаточно надежно, несмотря на свой молодой возраст - 5 лет на рынке. По развитию ассортимента мы всегда ставим высокие рамки, поэтому ежегодное обновление происходит на 25% - это 200-300 наименований.

Корр.: - *Как вы считаете, что способствует успешному продвижению марки в регионах?*

В.Ш.: - Для нас одним из главных факторов успешного развития является личный контакт с партнерами. На выставке мы работаем как единый организм, и та атмосфера, которую мы создаем здесь из года в год, способствует расширению компании в рамках продвижения ТМ

Gipfel по всей территории России.

Алексей Николаевич Денисов, коммерческий директор компании "Пилот МС":



Корр.: - *Как изменился ваш потребитель за последнее время и чем вы собираетесь его удивить в новом году?*

А.Д.: - Наши покупатели становятся более состоятельными и, соответственно, более требовательными к качеству товаров. Поэтому и в нашем ассортименте появляются бо-

лее дорогие изделия, более высокого качества. Планируем удивить нашу детскую аудиторию - недавно мы одними из первых купили лицензию у владельца мультфильма "Добрыня Никитич" и выпустили детскую серию посуды с изображением героев этого сериала, приурочив выпуск к премьерному показу. В прошлом году начали завозить итальянскую литую алюминиевую посуду, китайский чугун, выпустили коллекцию тортниц по нашему собственному дизайну. Мы постоянно работаем над формированием гармоничной матрицы, стараемся охватить все товарные группы посуды.

Корр.: - *Россия всегда славилась своим алюминиевым производством, почему именно итальянский алюминий?*

А.Д.: - Итальянская штампованная посуда обходится нам дешевле, чем аналогичная посуда, произведенная в России. Так, например, на заводе в Италии работает 85 человек, включая администрацию, на российском заводе - 450 человек. В Италии много автоматизированных процессов, не требующих присутствия человека. При этом качество продукции, ее дизайн значительно выше. В России таких автоматизированных производств пока нет.

Вадим Пляка, коммерческий директор компании "Домострой"



Корр. - "Домострой" давно участвует в выставке "Консумэкспо". Расскажите, как менялась экспозиция компании.

В.П.: - Наша компания работает на рынке с 1995 года, а в этой выставке участвует уже шестой раз. Начинали мы с небольшого стенда площадью 42 кв.м. Итоги выставок были позитивными, постепенно увеличивался наш стенд - сегодня "Домострой" представлен на площади, более чем в два раза превышающей начальную. Уже в первые дни работы на "Консумэкспо-2008" можно было сказать о том, что по количеству людей, качеству контактов выставка лучше, чем в прошлом году. В целом, не считая встреч с постоянными клиентами, здесь у нас появ-

ляется 200-250 новых контактов.

Корр.: - *Такое количество новых контактов связано с популярностью вашей продукции?*

В.П.: - Визитная карточка нашей компании - торговая марка Bodum, конечно, привлекает внимание. Немаловажную роль играет и то, как организована экспозиция. На нашем стенде широкая фронтальная часть отведена под презентацию продукции, чтобы человек мог с любой точки ознакомиться с изделиями.

Корр.: - *Как начиналось знакомство потребителей с продукцией Bodum?*

В.П.: - В первые годы, до того как продукция Bodum стала известной, мы продвигали не столько марку, сколько метод заваривания во френч-прессе. Это метод, на котором компания Bodum создала себе имя. Мы объясняли потребителям, что во френч-пресс не нужно засыпать растворимый кофе, не нужно ставить его на плиту. В настоящее время мы делаем акцент на имиджевой рекламе, повышающей ценность бренда, пример - "Компания BODUM сближает". Сегодня торговая марка популярна и узнаваема. Ведь именно Bodum разработала первые кофейники и чайники, дизайн которых сегодня копируют многие производители.

Корр.: - *На ваш взгляд, достаточно ли насыщен российский рынок посуды сегодня?*

В.П.: - Я считаю, что достаточного насыщения еще нет. Об этом можно судить по количеству вновь появляющихся



ся магазинов. Крупные розничные сети из Москвы, Санкт-Петербурга постепенно выходят в регионы. Меняется мода на дизайн посуды, причем в разных городах по-разному. В основном наш потребитель предпочитает образ современной кухни с преобладанием скандинавского дизайна, но в некоторых регионах актуальными остаются классические формы и цвета. Спрос и определяет товарный ассортимент компании "Домострой". Сегодня процесс формирования потребностей покупателя продолжается и поэтому говорить о перенасыщении рынка рано.

Компания "Домострой"

Тел.: (495) 225-25-96,

(812) 334-96-34

www.domos.ru



Франкфуртская Мекка глазами российского предпринимателя



В январе во Франкфурте-на-Майне прошла очередная выставка Ambiente 2008.

По масштабности, организации и креативным решениям эта экспозиция остается главной европейской выставочной Меккой на протяжении многих десятилетий. Традиционно здесь формируются новые тенденции и тренды в области создания домашнего уюта и сервировки стола. Сюда съезжаются дизайнеры, владельцы бутиков и, конечно же, производители и дистрибу-

торы посуды. И хотя самой крупной выставкой в мире считается выставка в Чикаго, в Европе лидирующей выставкой с хорошей репутацией и особым статусом остается Ambiente.

Являясь идеальным местом для наблюдения за изменениями в области технологий, дизайна, потребительских предпочтений, выставка стала центром деловых встреч и эффективных экспортно-импортных контактов в данной отрасли. Для многих развитых и развивающихся стран участие во франкфуртской выставке национальных произ-

водств - дело государственной важности, престижа страны. Компании-экспоненты обеспечиваются налоговыми льготами или имеют возможность возместить затраты за участие в этой экспозиции за счет государства.

К большому сожалению, даже крупные российские производители до сих пор не имеют такой поддержки и вынуждены заявлять о себе на международном уровне только за счет собственных средств. Да и сами компании посудного рынка настолько разобщены, что добиться этой поддержки на данный момент практически невозможно.

При этом наша продукция из года в год становится все более конкурентоспособной и порой не имеет аналогов на мировом рынке посуды и хозяйственных товаров. Сегодня с полной уверенностью можно заявить о том, что главным достоинством российских товаров является их высокая экологичность, а наши компании - надежные поставщики. Особо хочется отметить отечественные предприятия - "НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА", "Северсталь-Эмаль", "Эвис", Опытный Стекольный Завод, а также их белорусских коллег - завод "Неман" и НИКИС.

Но не секрет, что для большинства наших покупателей, как розничных, так и мелкооптовых, качественной характеристикой товара выступает лишь его внешнее оформление. Как поведет себя деколь на красивой фарфоровой кружке при взаимодействии с кипятком, мало кто себе представляет. Главным для потребителей, в обход всех экологических норм, остается приемлемая цена и дизайн, об эстетике которого массы мало что знают со времен процветания мещанского образа жизни. Поэтому наш рынок по-прежнему завален не только не качественной, но совершенно безвкусной с точки зрения дизайна посудой кустарного производства.

Мы все еще оглядываемся на Запад. И сегодняшняя закономерность такова - только тогда, когда российский предприниматель заявит о себе на международном уровне и обратит на себя внимание зарубежных потребителей, только тогда российский потребитель обратит внимание на своего производителя. Поэтому участие в такой выставке, как Ambiente, для отечественного производителя особенно актуально и перспективно. Только так можно начать формирование представления о российском продук-



те, акцентируя внимание потребителей на его действительно качественной характеристике - экологичности.

Проблему присутствия российских компаний на выставке Ambiente мы подняли не случайно. Тема становления и дальнейшего развития российского рынка посуды в условиях общего подъема экономики страны, волнует всех его участников. Проводя наш традиционный опрос посетителей выставки Ambiente, мы услышали много интересных мыслей и соображений на этот счет.

**Интервью
с Алексеем Красовским
(далее А.К.)
(компания "Сибпластком")**



Корр.: - *Каковы ваши впечатления от выставки?*

А.К.: - Единственное, если мы раньше бегали от стенда к стенду добываясь дистрибуции, то теперь ходим отбиваясь от желающих тебе продать. Устаешь объяснять, что на таком динамично развивающемся рынке, как российский, сложно поддерживать большое количество контрактов с большим количеством поставщиков, тем более, что, как и раньше, мы им нужны несравненно больше, чем они нам, только осознание этого факта приходит к ним поздно.

Корр.: - *На ваш взгляд, выставка во Франкфурте еще актуальна? Что вы скажете о китайских выставках, где теперь не только цена, но и дизайн, и разработки новых коллекций становятся все более актуальными?*

А.К.: - Китай - это отдельное направление, и реализация этого направления нам очень интересна. Создание своих уникальных брендов и не-

повторимых коллекций у китайских производителей уже нами налажено. Но, мне кажется, чтобы повторить историю с компанией ARC-International, создать такую же марку, историю, имидж, эпатаж, коллекцию, потребуются как минимум столько же лет, да и вряд ли удастся. Поэтому мы здесь, и несмотря на размеры этой выставки, наши интересы ограничены 5-6 павильонами и встречами с вполне конкретными производителями. В Европе производства осталось очень мало, они его почти полностью перенесли в Китай, оставив здесь разработку и думая, что так будет всегда, но все меняется, и нам, видя это, забывать о своем рынке нельзя. А сейчас мы будто сняли розовые очки: все, что имело надпись - "сделано в Германии", (Австрии, Франции), все это делалось в Китае на одних и тех же заводах, только приклеивались разные бирки и делалась немного разная упаковка, и мы, как замороженные, бились за право покупки этих товаров, а теперь нас не проведешь и не обманешь. Единственно, высокоточное производство, где много ноу-хау, типа производства стекла или стеклокерамики - это по-прежнему в Европе, и, похоже, его французы в Китай переносить не спешат.

Корр.: - *Российские бизнесмены сами сейчас размещают свои заказы у китайских производителей под маркой европейских стран ("Сделано в Австрии", "Сделано в Германии", "Франция"). Каждую страну мы рассматриваем как гарант определенных характеристик. Например, Италия - дизайн, Австрия, Германия - точность и так далее. Какая ассоциация должна возникать у потребителя при виде обозначения: "СДЕЛАНО В РОССИИ", или "СДЕЛАНО ДЛЯ РОССИИ"?*

А.К.: - Трудно сказать. Вопрос серьезный, и на него так быстро нет ответа. К сожалению, мы производим все меньше и меньше. Наши оптовики в своем большинстве идут в розничные проекты. Мы с этой стороны больше повторяем путь развития Польши. Хотя наш дух гораздо мощнее и богаче, но пока он в засаде. Но я уверен, что у нас все еще изменится к лучшему, и мы все делаем для этого. Короче, я патриот России, своей страны, своего края.

Корр.: - *У вас большой розничный проект. Формат, который вы создали, является уникальным не только для нашего рынка, но и для Европы. Вы постоянно находите в непосредственном контакте с большим количеством покупателей. Скажите, изменился ли за последний год покупатель? Если да, то как? Как изменились его*

предпочтения, возможности?

А.К.: - Матрица нашей розницы за последний год явных изменений не претерпела. Однако можно заметить, что наша коллекция всегда была рассчитана на покупателя со средним достатком, и сейчас его стало гораздо больше. Мы можем сделать вывод: количество чеков становится все больше, происходит рост оборота и увеличение продаж в натуральном выражении. Наши покупатели стали зарабатывать немного больше, и у них появилась возможность больше тратить на предметы не только первой необходимости. Нищета отступает, и все больше людей стараются и имеют возможность изменить свой быт.

Корр.: - *Ваши покупатели - это люди со средним достатком. Если их становится все больше, значит, производство начало развиваться, и в связи с этим вопрос: как вы думаете, что начнут производить для посудного рынка в Сибири в ближайшем будущем?*

А.К.: - Традиционно - это пластик и пластмассовое производство. Но, к сожалению, пока массового характера оно не приобрело. Начало любого производственного проекта требует больших ресурсов и более длительного срока окупаемости, и, конечно, многие оптовики быстрее инвестируют в розницу, чем в производство.

Корр.: - *У вас большая розничная сеть в сегменте "масс-сейла", с устойчивым ростом продаж. Много ли у вас на полках продукции отечественного производителя? Или преобладает импортный товар?*

А.К.: - Но даже навскидку я могу сказать, что импортных товаров у нас на полках, конечно, больше. Это связано с тем, что отечественного продукта нужного качества не хватает, а в некоторых сегментах его просто нет. А потом, что значит "отечественный продукт"? Допустим, марка российская, а изделие произведено в Китае. Это наш продукт или нет? Я считаю так: когда прибыль от произведенного изделия получена в России и инвестирована в производство подобного продукта для российского рынка - это и есть отечественный продукт. Ведь сейчас весь мир кооперируется, и уже стало достаточно сложно сертифицировать продукцию по стране-производителю. И самое главное, наши покупатели ждут качественный товар, с максимальным набором потребительских свойств по минимально - приемлемой цене, а где он конкретно произведен - пока дело десятое.

Корр.: - *Последний вопрос: Каковы ваши планы на будущее?*

А.К.: - Не скажу. Но скоро узнаете сами.



**Компания
"НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА"**
Отвечает Ксения Миненкова,
директор по маркетингу



Корр.: - Ваши впечатления от выставки, насколько вырос интерес к российской продукции по сравнению с прошлым годом?

К.М.: - Выставка, как всегда, насыщенная, активная. А интерес к производителям из России по-прежнему остается высоким.

Вообще, посетители очень доброжелательны, хотя мы в очередной раз столкнулись со стереотипом, что русские товары должны быть исключительно дешевые. И то, что завод НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА предлагает изделия высокого уровня, конкурирующие по качеству с продукцией ведущих европейских производителей, и цена наша вполне обоснована и справедлива, понимают, к сожалению, не все. Но думаю, что через пару лет эта ситуация изменится: просто рынок должен привыкнуть к новым сильным участникам.

Корр.: - Что изменилось в сегменте посуды для приготовления пищи на мировом рынке по сравнению с прошлым годом?

К.М.: - Производители стабильно расширяют свой ассортимент за счет выпуска посуды для индукционных плит. Практически каждая компания имеет такую серию изделий, хотя, по статистическим данным, в Европе количество подобных варочных поверхностей незначительно.

И безусловно тема экологии и посуды для приготовления здоровой пищи является одной из основных. Но для российского рынка, на мой взгляд, эта тенденция пока мало актуальна и не является определяющим

критерием при покупке. Например, по опыту то, что продукция завода "НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА" сделана с антипригарным покрытием на водной основе, - для потребителей третий или четвертый фактор по значимости, а выбирают они сковороды именно нашей компании, исходя из других соображений.

Корр.: - Появились ли принципиально новые отличия по материалам или способам нанесения покрытий?

К.М.: - Если говорить о посуде для приготовления пищи, несколько компаний представили новинки в этой области. Они достаточно спорны, так как известно, что по антипригарным характеристикам они уступают традиционным покрытиям на основе фторопласта. Однако тема актуальна, очевидно, что в ближайшие годы она будет развиваться, и наше предприятие будет также продолжать свои научные исследования в этом направлении.

Корр.: - Меняете ли вы дизайн изделий применительно к европейскому стандарту?

К.М.: - Если под "европейским стандартом" подразумевается соответствие европейским нормам и требованиям, то все наши изделия полностью это условие выполняли и выполняют; ведь качество - основа нашего бизнеса.

Если "европейский стандарт" - это тенденции в дизайне, функциональных свойствах изделий, то, конечно, мы вносим изменения в дизайн фурнитуры и корпусов сковород, вводим в свой ассортимент новые позиции. И что самое важное, мы внимательно изучаем опыт европейских производителей с точки зрения используемых технологий и покрытий, тщательно его анализируем для определения собственной уникальной стратегии в выпуске и продвижении посуды.

Благодаря такому подходу наши клиенты получают современную качественную продукцию.

Корр.: - Каковы ваши планы на будущее? Связаны ли они только с российским покупателем или есть тенденции к расширению бизнеса в Европу?

К.М.: - Национальный рынок для нас приоритетен: завод "НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА" - российская компания, ориентированная на удовлетворение потребностей именно российских покупателей. Но работа с иностранными клиентами интересна для нас. В том числе и как полезный опыт выстраивания в рамках сотрудничества новых бизнес-моделей: в каждой стране есть своя специфика, адаптация к которой обеспечивает внутренний рост предприятия и гибкость на мировом рынке.

**Интервью с генеральным
директором компании
"Северсталь-Эмаль"**
Алексеем Ванхоненом (далее А.В.)



Корр.: - Алексей Арвович, в чем основные отличия текущей выставки от прошлогодней?

А.В.: - Выставка, на мой взгляд, стала еще более консервативной.

Обычно здесь очень хорошо представлена нержавейка, посуда из алюминия, а эмалированной посуды, к сожалению, мало за исключением посуды турецких производителей (только на этой выставке присутствуют представители 7 заводов). До некоторых пор на российском рынке мы их (конкурентов) вообще не чувствовали, но сейчас и здесь, и в России идет массивная экспансия турецких производителей эмалированной посуды. Несмотря на то что российский рынок правительство защищает таможенными пошлинами, они поставляют свою продукцию через Украину и не платят пошлины в полном объеме.

Корр.: - Но для решения этой проблемы, для защиты нашего рынка нам необходимо предпринять какие-то меры, чтобы остановить поток контрабанды.

А.В.: - Да, конечно. Но в отличие от металлургов, посудники не имеют такого объединения, которое защищает участников рынка. Я думаю, в ближайшем будущем подобная ассоциация непременно должна возникнуть, и она будет отслеживать и отстаивать права и обязанности участников рынка. В настоящее время рынок посуды в денежном эквиваленте пока не такой большой, и поэтому серьезных игроков с большими деньгами пока мало, но он (рынок) развивается, судя по нашей компании, на 30% каждый год, так что ждать осталось недолго. Здесь на выставке во Франк-





фурте мы видим наши перспективы, и они впечатляют.

Корр.: - *Какие планы у компании "Северсталь-Эмаль" на 2008 год?*

А.В.: - У нас постоянно пополняется ассортимент, доля более дорогой продукции постепенно возрастает. Мы разрабатываем новые деколи, постоянно экспериментируем с фурнитурой и цветом. Все это - инвестиции в разработку новых изделий и попытка максимально удовлетворить пожелания наших потребителей, так как сейчас более требовательный и, соответственно, более обеспеченный потребитель диктует нам свои требования по качеству и дизайну нашего продукта.

Корр.: - *Скажите, на сколько процентов в год растут объемы выпускаемой продукции в натуральном и денежном выражении и кто ваш главный заказчик?*

А.В.: - Наши главные партнеры - компания "Пилот МС", компания "Спецторг". Они также прогнозируют рост рынка в ближайшем будущем на 25-30% и требуют от нас более качественного продукта. Конечно, у нас есть естественная инфляция, и ее приходится учитывать при разработке планов на будущее, но рынок растет несравнимо быстрее, чем инфляция, и мы вынуждены инвестировать в новое оборудование в соответствии с

возрастающими заказами наших партнеров и самого рынка.

Корр.: - *Когда мы говорим "Италия" - у нас возникает ассоциация с дизайном и высокой модой, когда говорим "Франция" - с изяществом, "Германия" - с точностью. Какой бренд должна поддерживать для себя Россия?*

А.В.: - Я считаю, что российская продукция наиболее экологически чистая и наше знамя должно быть "ЭКОЛОГИЯ". У нас в стране всегда были повышенные требования к экологии и экологической чистоте производимого продукта, у нас одна из самых серьезных сертификаций. Что касается нашего производства, мы даже не можем себе позволить выпуск изделий с некоторыми эмалями, которые применяют другие производители, добываясь нужных расцветок, в ущерб экологической безопасности продукта.

Все страны поддерживают своего производителя. А у нас НДС за экспорт возвращают с боем, компенсации за выставку, где мы продвигаем не только нашу продукцию, но и Россию, нет. На фоне других стран наши товаропроизводители находятся реально в более сложных условиях, хотя и на вроде бы защищенном рынке. Но как показывает практика, торгуют контрабандным товаром, завезенным в обход всех законов, постановлений и актов.

Интервью с представителями компании "Саксония Фарфор", Лукашенко Сергей Васильевич (далее С.В.) и Демченко Марина Игоревна (далее М.И.)

Корр.: - *Сегодня последний день выставки, основная работа сделана, и в принципе можно подвести итоги выставки.*

С.В.: - Выставка Ambiente - самая удобная из всех европейских выставок для ведения бизнеса, так как здесь больше всего представлено не оптовиков, а производителей. Здесь можно увидеть тенденции и направления, понять, какие закономерности в дизайнах, формах, комплектациях нас ждут впереди.

Корр.: - *Когда мы говорим "Италия", мы подразумеваем дизайн, "Германия" - точность, какая ассоциация связана с российскими то-варями?*

С.В.: - В немецком языке Ordnung - это хорошая организация производства, точность в сроках поставок, налаженность логистики и, конечно, немецкое качество.

Для России это должны быть НАДЕЖНОСТЬ и СТАБИЛЬНОСТЬ. Надежное сотрудничество со стабильными поставками - что может быть лучше для европейского производителя?

Корр.: - *Вы на этом рынке 15 лет. Что бы вы хотели отметить сейчас как главную тенденцию на российском рынке посуды?*

М.И.: - Ситуация меняется, покупательская способность растет. Развитие государства положительно влияет на общую тенденцию развития нашего рынка. При минимальном улучшении финансового состояния люди строят жилье и обзаводятся хозяйством. Вместе с материальным благополучием меняется и культура потребления. Покупатель становится более требовательным, он готов покупать более качественные вещи.

Корр.: - *Что бы вы могли посоветовать нашему изданию, чтобы оно было еще более интересным вам как профессионалам?*

М.И.: - Журнал очень актуален. Хотя, если будет больше информации по современным производителям и брендам, по занимаемым ими позициям в мировой иерархии, - возможно, это больше привлечет внимания к изданию. На страницах журнала желательнее видеть новые мировые достижения, то, к чему нам всем необходимо стремиться, что могло бы сформировать новую культуру и мировоззрение как участников рынка, так и потребителей, формировать вкусы и предпочтения. Будет интересна информация о ситуации в регионах.





*Украшает изделия из фарфора, керамики,
эмали, фаянса и витропашно*

GULISTAN DEKAL - ПЕРВЫЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ДЕКОЛЯ В ТУРЦИИ, ПОЛУЧИВШИЙ



Турецкая компания Гюлистан Декаль (GULISTAN DEKAL A.S)
была создана в 1980 году.

Сегодня это один из ведущих производителей деколей.
Компания специализируется на изготовлении и нанесении деколей для
фарфоровых, стеклянных, керамических, фаянсовых, изделий,
столовых приборов, эмалированной посуды.

В ассортименте GULISTAN DEKAL A.S широкий спектр рисунков
от классических до ультрасовременных дизайнов, разработанных
художниками предприятия по последнему слову моды и с применением
инновационных технологических решений.

В начале 2006 года завершила процесс по установке системы
качества ISO 9001-2000 и получила от контролирующей компании
SGS сертификат международного стандарта качества ISO 9001:2000.

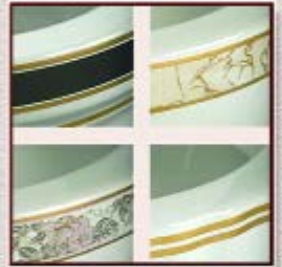
Приглашаем к сотрудничеству производителей посуды из России,
Украины и стран СНГ!

*Gulistan Dekalas - uzromobnenue u
neramь gekoneй!*

СЕРТИФИКАТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ -ISO 9001:2000



an Dekal
ve BASKI SAN. A.Ş.



SAMANDIRA - KARTAL / İSTANBUL

www.gulistandekal.com.tr

e-mail: gd@gulistandekal.com.tr

Крупнейшая в Восточной Европе
Международная Специализированная Выставка

ПОДАРКИ 2008

САЛОН

ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА



ПОДАРКИ. ВЕСНА 2008

24 – 27 марта 2008

Россия, Москва,
Центральный Выставочный Зал «МАНЕЖ»,
Манежная площадь, 1.



ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2008

23 – 26 сентября 2008

Россия, Москва, Выставочный Комплекс
«ГОСТИНЫЙ ДВОР», ул. Варварка, д.3
и Центральный Выставочный Зал «МАНЕЖ»,
Манежная площадь, 1.

ООО «Подарки Экспо»

Россия, Москва, 117036, Черемушкинский проезд, дом 5.

Тел.: (495) 775-25-32, (499) 126-68-14. Факс: (499) 126-01-60

expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com



Тихая, но очень мощная Citri-Star

Цитрусовые соки давно признаны полезными и питательными. Соковыжималка Citri-Star позволяет добиться максимальных результатов при абсолютно бесшумной работе. Соковыжималка проста в использовании и весит совсем немного. К тому же ее очень легко чистить!



Прочное стекло - залог долголетия

Эти стеклянные бокалы могут похвастаться особой прочностью. Они в 3-5 раз крепче, чем обычные бокалы из закаленного стекла, поэтому и служат своему владельцу до 10 раз дольше.

Соевое молоко, горячий суп за 15 минут!

Многофункциональное устройство Soyabella от Tribest поможет приготовить свежее молоко для вегетарианцев, тыквенный суп, рисовую кашу и многое другое. Вы можете легко контролировать температуру и время приготовления блюда. Устройство Soyabella абсолютно безопасно и надежно.

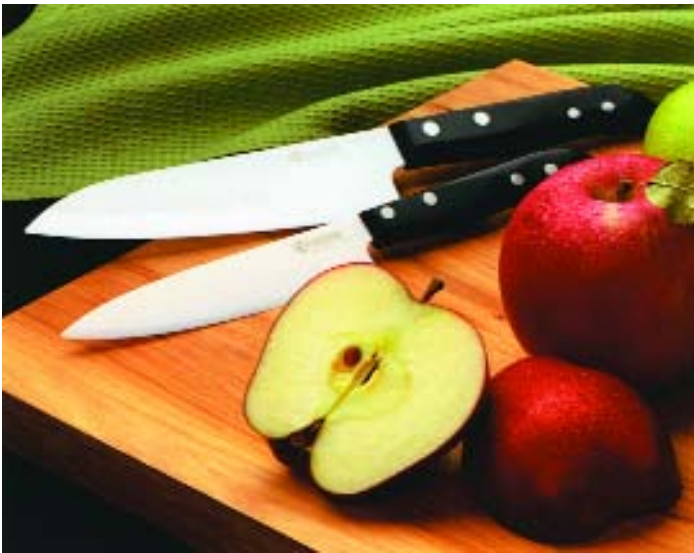


Легкие ножи для сложной работы

Работая с легкими ножами от производителя Tribest вы навсегда забудете о том, что ножи бывают неудобными. Острое лезвие Choisons, которое на 25% толще, чем у стандартных ножей, позволяет работать в самом интенсивном режиме. Керамические лезвия не вступают в реакцию с продуктами, сохраняя их внешний вид и вкусовые качества.

В №6 журнала "Посуда" за 2007 год была допущена техническая ошибка: в рубрике "Стильные штучки" от Luminaс были использованы фотографии коллекции 2003-2004 годов. Редакция приносит извинения.





Далеко впереди конкурентов

Необычайно легкие керамические ножи Куосега служат в 15 раз дольше, чем обычные стальные ножи. Благодаря материалу, из которого они изготовлены, ножи Куосега не заржавеют и не придадут еде вкус металла. Вы почувствуете разницу, как только возьмете нож Куосега в руки и начнете готовить.

Ножи от Mundial

Для серии ножей 5100 в красном цвете от производителя Mundial характерны оригинальные дизайн и цветовое решение. Эта коллекция дополняет классический ассортимент и предлагает покупателю по новому взглянуть на привычные ножи из нержавеющей стали с высоким содержанием углерода.



Кисточка от Orka

Процесс приготовления пищи - это волшебство, уверены производители Orka. С помощью специальной кисточки для нанесения составов, улучшающих внешний вид изделий, можно придать выпечке дополнительные вкусовые качества. Кисточка изготовлена из силикона и очень удобна в применении.



Переверни блин "Флиппером"!

Устройство "Флиппер" от фирмы Orka перевернет ваше представление о переворачивании пищи. Его изогнутая форма и толщина, которая не превышает толщину ножа, - не просто дань внешнему виду. Благодаря своему дизайну "Флиппер" может резать, как нож, зачерпывать масло из банки, как ложка, и, конечно, переворачивать все на свете.



The world marketplace for houseware

21–24 April 2008

Hong Kong Houseware Fair

Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC)

- Asia's biggest houseware show with over 3,500 booths
- Quality exhibitors from Australia, Germany, Thailand, Turkey, the US and more
- Themed zone highlights: Paintings, Objets d'Art and Art Supplies, Pet Supplies and Posh Corner for exquisite home living

<http://hkhousewarefair.com>

Hotel Sponsorship of up to HKD2,000 for first-time buyers – please contact the HKTDC office at:
Tel: 49-(69)-95772-0 | Fax: 49-(69)-95772-200 | Email: frankfurt.office@tdc.org.hk



Посуда - украшение стола

Основным рынком компании Winley является Северная Америка. В Европе продается около 25% товаров этой компании. Успешно распространяется и коллекция La Presidential Industrial, которая предлагает большой ассортимент посуды яркого красного цвета.



Достоинство и стиль

Сдержанные стеклянные блюда и подносы в наборах круглой или овальной формы на специальных подставках являются отличительной особенностью компании Homemaid Industrial Co. Ltd.



Разнообразие дизайна

Ветеран товаров для кухни и стола фирма Winley Industries Ltd. предлагает около тысячи вариантов дизайна для керамической, фарфоровой и глиняной посуды. Свои собственные разработки компания продает под марками William Janes и Trisa. Так, коллекция из семи предметов предлагает клиенту альтернативу обычной, круглой посуде.



Глядя на восток

Фарфор компании Winley Industries Ltd. всегда востребован на рынках Америки, Европы, Австралии, Новой Зеландии и Африки. Сейчас Winley собирается выходить на рынки России и Турции. Этот производитель известен своим оригинальным подходом - совмещать новый дизайн и традиции.



Турецкий фарфор - знак качества

Porland Porselen - это первый производитель цветного турецкого фарфора, который получил сертификаты качества в Турции и в Европе. Бренд Fiamma, соответствующий стеклу и марке Festino, под которой компания производит столовые приборы итальянского дизайна, продается сегодня в Европе, Америке и Азии.



Идеи для любого дома

Полезные и функциональные товары для кухни упрощают жизнь, уверены сотрудники компании IMMIB. В разработке идей участвуют и опытные дизайнеры, и студенты. Так, в сотрудничестве поколений, рождаются новые разработки и новые таланты.

Творчество дизайнеров на вашей кухне

Основатель и президент компании RISOLI превратил свою фабрику в эффективный и динамичный концерн. RISOLI всегда развивается, но не меняет своих традиций. Коллекция Fusion - это результат сотрудничества RISOLI с итальянским дизайнером Энрико Азимотти. Такой набор включает в себя сковородки, кастрюли, емкости для молока и гриль.



PARDINI - теперь и предметы для дома

Качество, профессионализм и большой ассортимент - именно этим отличается продукция компании PARDINI. Своей главной целью компания-производитель считает удовлетворить желания покупателя. Сегодня PARDINI производит и предметы для дома и кухни, которые распространяются под маркой Original Houseware.



Необычный дизайн

Компания RIVADOSSI SANDRO & C. производит качественные столовые приборы с цветными ручками оригинального дизайна. Столовые приборы RIVADOSSI SANDRO & C особенно понравятся клиенту, для которого важны не только эргономичные и функциональные качества, но и привлекательный дизайн.



Дерево - удобство и дизайн

Деревянные приборы для людей с ограниченными возможностями от Side by Side отличаются уникальным дизайном. Все изделия компании - это аксессуары для дома, сделанные из светлых твердых пород деревьев.



Side by Side - по почте и в магазине

Продукцию Side by Side можно купить не только в магазинах, специализирующихся на дизайне, в отдельных регионах, но и везде в Азии, Америке, Голландии, Бельгии, заказав, например, контейнер для хлеба по почте. Каждый год товароборот компании вырастает на 10-15 % - это ли не показатель популярности?



Разделочная доска Baseboard

Традиционные разделочные доски на базарах перестали пользоваться популярностью, с тех пор как появилась разделочная доска Baseboard, которую можно зафиксировать на столе при помощи боковой панели и у которой вдобавок есть место для хранения ножа.



by Zuchex



www.idealhomefair.com

info@idealhomefair.com



IDEAL HOME 2008

homestyle & housewares fair

28 march-01 april **istanbul** tuyap fair center
opening hours: 9:30 am-07:00 pm



“no man knows what the future holds
but we know who holds the future”

housewares and giftwares industries
are meeting at istanbul tuyap fair and
congress center for ideal home fair in
march, 2008.

- more than 40.000 attendees and 45.000 sqm
- secure new markets
- the well protected secret in the world... turkey
- the heart beat of the business world... istanbul

organized by



LI-FE FUARCILIK LTD.

Tel: +90 212 292 60 31 Fax: +90 212 292 34 20



This fair is being held properly by the law number 5174 of the
Union Of Chambers And Commodity Exchanges Of Turkey



До последней капли сока

Порей является ценным источником витаминов, минеральных веществ и живых ферментов. Портативная легкая ручная соковыжималка Z-Star позволит выжать сок из него или других фруктов и овощей даже во время прогулки, поскольку она работает без электричества.



Как сделать йогурт на кухне?

Быстро приготовить йогурт дома теперь возможно. Специальный прибор от фирмы Yolife станет незаменимым помощником, если вы решили порадовать близких и сделать питательный густой йогурт из молока или соевого молока с высоким содержанием активных культур.



Gerlach

Gerlach - это целая история: о том, как возникла фабрика в 1760 году, как в 1824 году ее владельцем стал Самуэль Герлах, как в 1863-м ее следующий хозяин, Август Кобылянский, сражался за независимость своего народа. Ни один из них не мог знать, что к 2006 году марка Gerlach станет синонимом элегантности, хорошего вкуса и высочайшего качества.



Гениальная простота

Сковородки Perfect Plus фирмы Risotto обладают рядом преимуществ: благодаря съемным ручкам их легко мыть и хранить, многослойное дно TransTherm обеспечивает равномерное прогревание, а специальный индикатор и дополнительная защита от избыточного давления делают процесс приготовления пищи абсолютно безопасным.

Может ли изящный бокал вдохновить на оригинальный тост-экспромт?

Безусловно, если в ваших руках - **бокал RONA**, а в зоне вашего внимания - пары восхитительных глаз прекрасной половины человечества.



Великолепный тост рождается случайно. Традиции остаются неизменными.

В конце XIX века "Йозеф Шрайбер и племянники" основали крупнейший стекольный завод в Европе. Благодаря изысканной ремесленной обработке марка RONA Crystal завоевала почетное место на мировом рынке. Подчеркнув элегантность линий сразу же оценили европейские рестораторы. Мастера не переставали удивлять - коллекции стеклопосуды, украшенной пантодекором, до сих пор считаются изделиями с высоким изобразительным и функциональным значением. Окунувшись в атмосферу чудесного превращения стекла, нам кажется, что здесь затаилось дыхание времени, чтобы вновь оповестить мир о сотворении новых линий красоты...

**Красота спасет мир.
И в этом ей поможет RONA!**



Взгляните

Блеск и прозрачность изделий RONA сохраняются продолжительное время. Нейтральный цвет стекла не меняет естественный цвет напитка. Элегантная функциональность формы - результат работы профессиональных дизайнеров, которые создали для каждого случая подходящую рюмку или фужер.

Прочувствуйте

Пригубите бокал с напитком - прочувствуйте приятное ощущение от соприкосновения губ с верхним краем. Для повышения стойкости он обработан воздухом и пламенем и соответствует строгим гигиеническим критериям.

Не бейте бокалы RONA на счастье - они не бьются!

Они сделаны для того, чтобы сохранить мир и стабильность вашего дома. Стекло RONA благодаря технологии упрочнения тепловым шоком обладает большой ударопрочностью, не лопается при изменении температурных режимов в посудомоечных машинах, устойчиво к механическим повреждениям.

Представитель компании RONA в России - "РОНЭКС-М"
Москва, Рязанский пр-т, 8А.
Тел. (495) 231-45-88
Факс (495) 730-47-87
E-mail: ronex@online.ru
www.ronex-m.ru

★★★★★
RONA



FMCG В СЕТЕВОМ ФОРМАТЕ

Товары массового спроса - так рас-шифровывается английская аббревиатура FMCG (дословный перевод fast moving consumer goods), и с этим все просто, потому что продукты питания, соль, мыло, туалетные принадлежности, посуда, корм для животных, а порой и деликатесы (список товаров повседневного спроса можно продолжать до-вольно долго) - это недорогие товары, которые имеют устойчивый спрос, ибо их запас постоянно требуется возобновлять.

В различные периоды времени на та-кой продукции делались целые состояния. И хотя доход от торговли недорогими това-рами нельзя назвать высоким, продавцы научились зарабатывать на обороте. Осо-бенно это заметно сейчас, в период рас-цвета так называемого сетевого ритейла. И вот тут уже начинаются сложности. За место под солнцем, то есть за возмож-ность продавать товар в крупных сетях, идет самая настоящая борьба.

Поставщики посуды как представители рынка FMCG также ищут приемлемые воз-можности для сотрудничества с сетями, а некоторые открывают свои собственные сети. Возможно, второй вариант более перспективен, поскольку сети чуть ли не с каждым днем повышают плату за "вход на товарную полку", увеличивают стоимость обслуживания, а также закручивают гайки всевозможными штрафными санкциями.

Однако большинство компаний-пос-тавщиков не может выйти на рынок с собственной сетью. Поговорим же о труд-ностях этого большинства...

Для начала, поставщик должен запла-тить так называемый **входной бонус** - в среднем от \$5 до \$250 - за одно наимено-вание товара, выставяемого в одном ма-газине сети. Понятно, что чем выгоднее место на полке, тем оно стоит дороже.

Далее, список бонусов продолжается... Здесь можно встретить и совершенно оди-озные поборы. Судите сами: **специаль-ный бонус** - за открытие нового магазина, **ретро-бонус** - за успешно проданный то-вар, выплачивается по итогам года, **про-мобонус** - плата за маркетинговое прод-вижение товара (по сути, плата за промо-акции) и хорошо, если с бонусами все.

Кроме того, поставщики вынуждены придерживаться единой ценовой политики на товар, не важно, куда его транспортиру-ют: в Москву, Санкт-Петербург или Влади-восток. Транспортные расходы не входят в цену товара, а ложатся на плечи поставщика.

А вот еще уникальная статья расходов - поставщик должен компенсировать стоимость товаров, украденных покупате-лями в магазине. Это, извините, не нару-шение сроков и объемов поставок или пос-

тавка некачест-венного (просро-ченного) това-ра... Какое отно-шение это имеет к поставщику, ко-торый уже пере-дал свой товар продавцу?!

К сожалению, и это не все. Попавший в сети поставщик в буквальном смысле попа-дается, как рыба на крючок. Помимо шлей-фа бонусов сетевые маркеты выдумывают новые способы поживиться за счет своего клиента. Известно немало случаев, когда ритейлер пытался диктовать поставщику условия его взаимоотношений с другими партнерами или придумывал униженные и даже бессовестные условия продажи то-вара. Так, однажды сеть "Пятерочка" дави-ла на "Балтимор", чтобы та отказалась от своих дистрибьюторов и работала с сетью напрямую. Последняя не соглашалась. В результате с полок "Пятерочки" на некото-рое время исчезла продукция "Балтимор".

Существует ли выход из создавшегося положения? О радикальном варианте мы говорили выше - это создание собственной сети. В качестве примера можно привести компанию "Сибпластком", открывшую сеть магазинов "Посуда-Центр". Однако, если даже закрыть глаза на стоимость такого про-

Загнанные в угол, поставщики не могут самостоятельно противостоять аппетитам сетей, которые вымогают деньги по любому поводу, причем чем дальше, тем больше. В целом выплаты сетям ежегодно увеличиваются на 2-3%, - говорит Алексей Ражба, коммерческий директор дистрибу-торской компании "Ай-Си-Эс".

екта, свою сеть можно создавать в регионах, где позволяет конкуренция или, попросту го-воря, где сетей еще нет (собственно, как и поступила "Сибпластком"). Например, в сто-лице раскручивать сеть на рынке товаров массового потребления крайне сложно. Ры-нок уже поделен, сферы влияния хорошо известны.

Остаются альтернативные способы торговли, новые подходы к формированию дистрибуторской и филиальной сетей. Не-которые FMCG-компании активно осваива-ют комплексные креативные подходы для инновационного продвижения товаров ши-рокого потребления, среди которых, мо-бильный маркетинг и entertainment market-ting, интернет-реклама и другие интерак-тивные инструменты. В общем, как гово-рил Д. Траут, "интегрируйся, иначе проиг-раешь!". Сегодня менеджерам и маркетоло-гам, отвечающим за бизнес-процессы в компаниях, приходится в полном объеме осваивать рекламные и маркетинговые ак-ции, уметь находить и поддерживать

"Торговые сети FMCG" - это один из самых быстро растущих сегментов розничной торговли РФ. В настоящее время они развивают современные форматы торговли (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры и др.). По различным оценкам, их доля составляет около 30% розничного продуктового ритейла, а в городах-миллионниках превы-шает 40-50%. В Санкт-Петербурге, по данным аналитиков, это значе-ние превысило 60%.

собственные каналы продаж, владеть при-емами по оптимизации бизнес-процессов в деловом окружении компании (и внутри компании), а также анализировать ориги-нальные российские и западные кейсы, ну и, разумеется, своевременно обновлять новые бизнес-направления.

Пожалуй, именно перечисленные способности позволили многим компа-ниям уверенно сотрудничать с предста-вителями сетевого ритейла. Они просто предлагали первыми то, что выгодно. Они не давали передышки, не позволяли привыкнуть к хорошему, то есть они все время двигались вперед. В результате сетям труднее навязывать им свои усло-вия. Более того, сети нуждаются в таких поставщиках. Вот конкретный пример, вошедший, можно сказать, в историю. Представители Metro предложили круп-ному поставщику (для сети такой постав-щик был крайне выгоден) свои услуги. Компания-поставщик была готова на 12%-ную скидку, а сеть навязывала 24%, мотивируя это тем, что Metro известный бренд во всей Европе... "А у нас с этим брендом ассоциируется известный во всем мире мюзикл," - ответил представи-тель компании, - правда он был уверен, что высокий оборот ему обеспечен и без Metro. В итоге сеть уступила.

Сегодня Федеральная антимонополь-ная служба (ФАС) совместно с Министер-ством экономического развития и торгов-ли (МЭРТ) и Минсельхозом пытается защи-тить поставщиков от распоясавшихся ри-тейлеров путем создания Закона "Об осно-вах государственного регулирования торго-вой деятельности в РФ". Сегодня проект закона проходит стадию общественного обсуждения. По мнению представителей МЭРТа, при подготовке этого документа был обобщен мировой опыт законотвоче-ства в области ритейла и внесены чисто российские новшества.

Будущее покажет, насколько удачным будет новый закон, сможет ли он защи-тить представителей наших поставщиков. А пока остается находить способы борь-бы собственными силами, как сумели найти в себе силы выгодно сотрудничать с ритейловскими сетями многие преуспе-вающие компании. Ведь не секрет, что торговать через сеть очень выгодно. А еще специалисты советуют активнее ос-ваивать интерактивные способы рекламы и торговли, в частности Интернет.





by Kütahya Porselen

NATURACERAM

ЦВЕТНАЯ ПОСУДА ИЗ КЕРАМИКИ

Приглашаем Вас посетить стенд
ГК "ИИС-Посуда" на выставке
"HauseHold Expo-2008"
1-4 апреля 2008г.
Стенд №С2, павильон 2, зал 11



ГРУППА КОМПАНИЙ
"ИИС ПОСУДА"

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ www.iisposuda.ru

Москва: +7 495 984-64-30
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86
Казань: +7 8432 78-73-49
Краснодар: +7 8612 10-14-70
Екатеринбург: +7 342 212-16-06

Нижний Новгород: +7 8312 20-56-85
Уфа: +7 3472 42-79-61
Воронеж: +7 4732 39-20-93
Ростов-на-Дону: +7 8632 55-85-11
Ставрополь: +7 8652 56-13-90

Тюмень: +7 3452 48-31-33
Пермь: +7 342 220-19-86
Новосибирск: +7 383 325-30-60
Челябинск: +7 351 237-24-67
Волгоград: +7 8442 41-76-81

РОЗНИЦА УХОДИТ В СЕТИ

или отечественный ритейл сегодня

Существенный объем товаров народного потребления реализуется через сетевые супермаркеты и гипермаркеты, или, другими словами, на более крупные каналы дистрибуции находят конечного потребителя в системе сетевого ритейла. Поэтому сегодня так важно проследить динамику развития сбыта товаров широкого потребления через розничные сети.

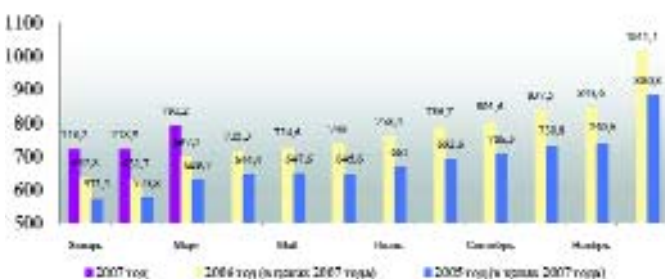
Российский потребительский рынок (рынок FMCG) стоит в десятке наиболее интенсивно развивающихся сегментов отечественной экономики. По подсчетам специалистов, доля торговли в общем объеме ВВП по состоянию на 2006 год составила 19,3%, что превосходит иные виды экономической деятельности на тот же период времени. Прирост валовой добавленной стоимости от торговли составил 8,7%, а рост ВВП за это же время составил 6,7%. Это свидетельствует о достаточно динамичном росте розничной торговли, который обусловлен увеличением доходов населения и увеличением доли потребительских расходов (около 70% от всех денежных доходов россиян).

Оборот розничной торговли в России в I квартале 2007 года составил 2228,3 млрд. руб., что в товарной массе на 13,6 % больше, чем в I квартале 2006 года. Таким образом, темпы роста оборота в I квартале 2007 года выше, чем в I квартале 2006 года, когда они составили 11,1%. Ускорению роста оборота розничной торговли способствовало замедление роста цен на потребительские товары: так, рост цен на товары составил 101,9% (в I квартале 2006 года - 1,3%).

Динамика оборота розничной торговли в I квартале 2007 года (источник: данные ФСГС)

Период	Оборот, млрд. руб.	В % к соответствующему периоду предыдущего года	В % к предыдущему периоду
Январь	718,2	113,5	74,7
Февраль	718,9	113,8	99,6
Март	791,2	113,4	109,5
I квартал	2228,3	113,6	86,1

Динамика оборота розничной торговли в 2005-2007 гг., млрд. руб.



Потребительская инфляция в 2005-2007 годах, %

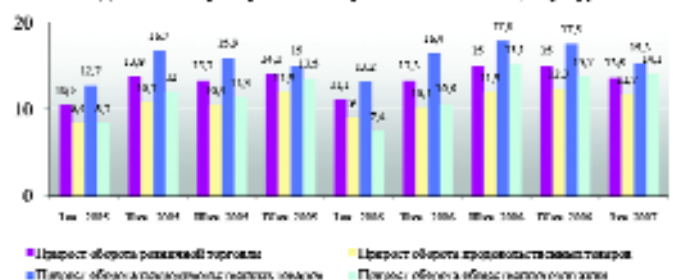
Показатель	Год в целом			I квартал года	
	2006	2005	2007	2006	2005
Индекс потребительских цен	109	110,9	103,4	105,0	105,3
Продовольственные товары	108,7	109,6	102,6	106,2	104,9
Непродовольственные товары	106	106,4	101,1	101,3	101,1
Платные услуги населению	113,9	121,0	108,0	108,0	112,6

Большое значение в увеличении оборота розничной торговли сыграло незначительное повышение цен на непродовольственные товары в последние годы (так как рынок насыщен импортными изделиями) при одновременном сохранении спроса на них. Не изменило ситуацию и то, что рост цен на продовольственную продукцию в силу ряда факторов оставался в среднем умеренным (при том что производство российских продуктов питания выросло на 16,4%, а объем их закупок увеличился более чем на 40%). Кроме того, увеличению оборота розничной торговли также способствовала активизация продаж всех видов алкогольной продукции в 2007 году (продажи увеличились на 12,2%), в то время как в I квартале 2006 года отмечалось небольшое снижение объема продаж - на 0,6%.

Замедление инфляционного процесса напрямую связано с ростом промышленного производства и продолжающейся деолларизации отечественной экономики, способствующей росту спроса на российскую валюту.

С января по март 2007 года ощущалось уверенное увеличение оборота общественного питания (прирост оборота по сравнению с I кварталом 2006 года составил 14,1%, что в два раза выше показателей I квартала 2006 года). Этот факт, по мнению ИА INFOLine, свидетельствует о росте доходов населения и изменении структуры потребления в направлении, характерном для стран Европы и Америки.

Динамика оборота розничной торговли в 2005-2007 гг., млрд. руб.



Структура оборота розничной торговли в 2002-2007 годах, млрд. руб. (источник: данные ФСГС)

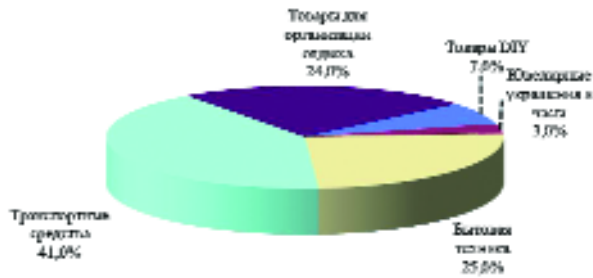
Показатель	2002	2003	2004	2005	2006	I квартал 2007
Оборот розничной торговли	3765	4529	5642	7038	8627,5	2228,3
Продовольственные товары	1750,9	2095,1	2574,7	3240,8	3931,8	1020,1
Непродовольственные товары	2014,1	2433,9	3067,3	3797,2	4695,7	1208,2
Доля продовольственных товаров, %	46,5	46,3	45,7	46	45,6	45,8
Доля непродовольственных товаров, %	53,5	53,7	54,3	54	54,4	54,2

Увеличение доли непродовольственных товаров в обороте розничной торговли достигается за счет возможности их приобретения в кредит, особенно это касается товаров длительного пользования. По данным ФСГС, удельный вес товаров, приобретенных в кредит в I квартале 2007 года, составил 14%. Также из вышеупомянутого стало известно, что в 2006 году вырос удельный вес продаж мебели,

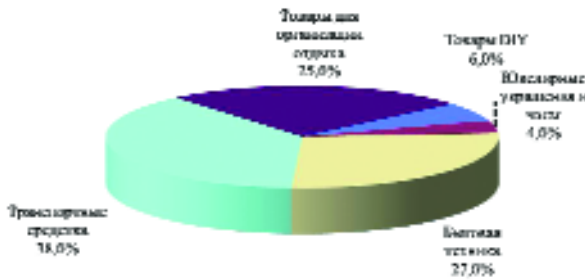


автомобилей, предметов для занятий спортом, а также ювелирных изделий.

Структура ассортимента непродовольственных товаров в 2006 году, %



Структура ассортимента непродовольственных товаров в 2005 году, %



Наглядно просматривается изменение розничного оборота в связи с введенным ограничением использования труда лиц, не являющихся гражданами Российской Федерации, в сфере розничной торговли. В I квартале 2007 года это привело к снижению доли продаж товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках в общем обороте розничной торговли до 16,4%, причем снижение продаж товаров на рынках по сравнению с I кварталом 2006 года составило 6,3%. Понятно, что после вступления 1 апреля 2007 года закона о полном запрете на работу иностранных граждан в сфере розничной торговли тенденция с розничным оборотом рынков усилилась еще больше (к сожалению, точных показателей не имеется).

Оборот торговых организаций и рынков в 2002-2007 годах, млрд. руб. (источник: данные ФСГС)							
Показатель	2002	2003	2004	2005	2006	2006 к 2005, %	I квартал 2007 к I кварталу 2006, %
Оборот розничной торговли	3765	4529	5642	7038	8627,5	113,0	2228,3
Оборот торговых организаций	2838,8	3451,1	4420,5	5558,2	6935,4	115,0	1862,2
Продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках	926,2	1077,9	1254,1	1479,8	1692,1	105,4	366,1
Доля торговых организаций, %	75,4	76,2	77,9	79,0	80,4	101,8	83,6
Доля рынков, %	24,6	23,8	22,1	21,0	19,6	93,3	16,4

Снижение доли рынков в обороте розничной торговли сопровождалось уменьшением их количества: на 1 января 2005 года в России действовало 6,44 тыс. рынков, на 1 января 2006 года - 5,83 тыс., на 1 января 2007 года - 5,89 тыс., а в апреле 2007 года - всего 5,55 тыс. Таким образом, в течение I квартала 2007 года было закрыто 38,2% от общего количества рынков, прекративших работу в течение 2005-2007 годов. Кроме того, в 2007 году в среднем на розничных рынках не использовалось до 25% торговых мест.

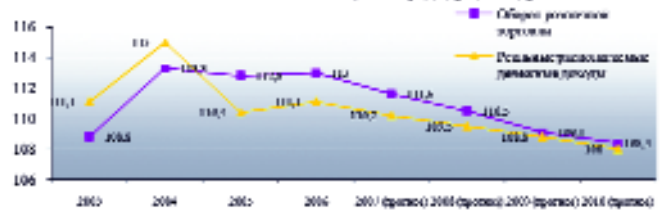
Что ожидается в 2008-2010 годах

Ожидаемая динамика розничного товарооборота в среднесрочной перспективе будет напрямую зависеть от темпов прироста инфляции и доходов населения, а также смягчения процентных ставок банков на потребительские кредиты.

Динамика оборота розничной торговли в 2005-2006 годах и прогноз на 2007-2010 годы в % к предыдущему году (источник: данные МЭРТ)

Показатель	2005	2006	2007 (оценка)	Прогноз		
				2008	2009	2010
Оборот розничной торговли	12,8	13,0	11,6	10,5	9,1	8,4
Продовольственные товары	10,8	10,2	8,5	7,5	6,2	5,4
Непродовольственные товары	14,7	15,6	14,2	13,0	11,5	10,8

Оборот розничной торговли в реальном исчислении (исключая товары массового спроса) в 2003-2010 гг., % к предыдущему году



По непродовольственным товарам ожидается структурный сдвиг в потреблении, выражающийся в переориентации спроса на приобретение дорогих непродовольственных товаров: автомобилей, компьютеров, телевизоров, видеомэгафонов, стиральных машин и т.д.

Динамика продаж отдельных непродовольственных товаров в 2005-2006 годах и прогноз на 2007-2010 годы, в % к предыдущему году (источник: данные МЭРТ)

Группы товаров/период	2005	2006	2007 (оценка)	Прогноз		
				2008	2009	2010
Непродовольственные товары	14,7	15,6	14,2	13,0	11,5	10,8
Швейные изделия	7,7	7,7	7,7	7,3	6,3	5,7
Верхний трикотаж	7,8	9,1	9,0	8,5	7,7	7,1
Кожаная обувь	2,9	11,6	8,4	7,9	6,9	6,3
Телевизоры цветного изображения	26,2	19,7	22,6	21,6	18,3	16,2
Персональные ЭВМ	28,4	50,0	41,5	32,1	27,3	23,6
Холодильники	18,0	14,8	15,2	14,6	11,9	10,6
Автомобили	44,9	14,6	15,0	13,7	12,4	11,7
Медикаменты, химико-фармацевтическая продукция и продукция медицинского назначения	14,8	17,0	16,8	16,2	15,7	14,9
Строительные материалы	12,9	11,0	10,7	10,3	9,2	8,5
Прочие непродовольственные товары	10,4	24,1	18,1	16,4	14,3	14,0

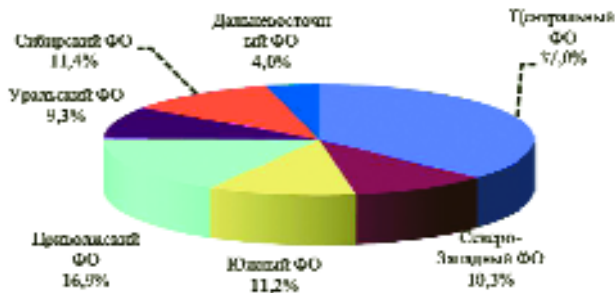
Говоря о розничном товарообороте, нельзя не отметить и территориальную неравномерность объемов торговли. Так, более 50% оборота розничной торговли приходится на 10 субъектов РФ (Москву, Московскую область, Санкт-Петербург, Свердловскую область, Краснодарский край, Самарскую область, Республику Татарстан, Тюменскую область, Челябинскую область и Ростовскую область).

Оборот розничной торговли в I квартале 2007 года увеличился во всех федеральных округах и во всех субъектах РФ, кроме Ингушетии и Корякского АО. Наибольшее увели-

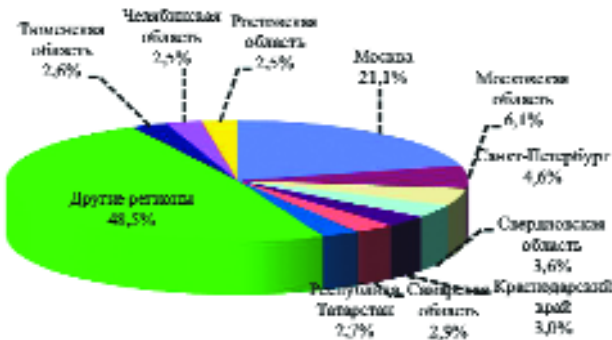


чение (более чем на 20%) отмечено в Марий Эл, Тыве, Алтае, Дагестане, Татарстане, Хакасии, Белгородской, Ивановской, Курской, Липецкой, Московской, Ярославской, Челябинской, Курганской, Свердловской областях, а также Санкт-Петербурге и Пермском крае. Лидерами по темпам роста розничного товарооборота стали Чечня и Тульская область.

Структура оборота розничной торговли по округам в январе-феврале 2007 г.



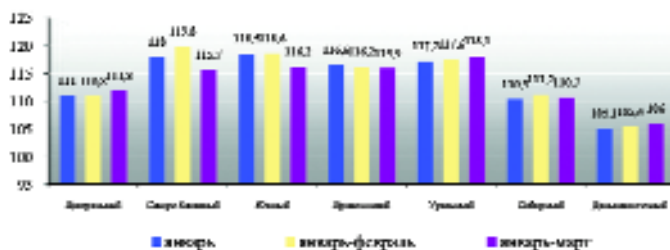
Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-ноябре 2006 г.



По динамике розничного товарооборота федеральные округа целесообразно разделить на три группы:

- с низкими темпами роста (менее 7%) - Дальневосточный;
- с умеренно низкими (ниже среднероссийского показателя) темпами роста (до 12%) - Центральный и Сибирский;
- с высокими темпами роста (более 15%) - Северо-Западный, Южный, Уральский и Приволжский.

Рост оборота розничной торговли по округам в I квартале 2007 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах



В I квартале 2007 года усилилось отставание темпов роста розничного товарооборота в Дальневосточном федеральном округе от других округов, причем разница в темпах роста по сравнению с Уральским регионом выросла до 12% (разрыв в 3 раза).

Текст статьи подготовлен на основе данных Периодического отраслевого обзора "Торговые сети" за I квартал 2007 года, предоставленных журналу "Посуда" ООО "Империя"

**BOHEMIA
CRYSTALEX
TRADING a.s.**

Наши дистрибьюторы:

Богемия-Люкс
г. Москва
www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемия Трейдинг
г. Москва
www.impact.ru

Богемия Плюс
г. Краснодар
www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz



Ритейлер и поставщик: регулируем отношения

Розничные сети - один из наиболее эффективных способов продажи товара. Этот способ удобен всем: и поставщикам, и ритейлерам, и конечным покупателям. Предлагаем вашему вниманию советы поставщикам, как завязать и грамотно регулировать отношения с сетями.

Как заключить договор с розничной сетью?

При заключении договора большую роль играет подача себя. Поэтому профессиональная презентация компании гарантирует 50% успеха. Презентацией нужно акцентировать внимание ритейлера только на необходимых для него товарах. Прайс-лист должен содержать только те артикулы, которые поставщик считает нужным предложить сети. Предложив весь прайс-лист, он рискует выглядеть непрофессионалом.

Предложение ассортимента должно быть обосновано, поэтому для начала нужно провести качественный маркетинговый анализ своих конкурентов. Тогда на переговорах поставщик может смело использовать следующий козырь: "Мы предлагаем вам этот артикул, потому что у конкурентов он дороже" или: "В вашем ассортименте нет такого товара, хотя у ваших конкурентов он хорошо представлен".

Следует следить за техникой переговоров. Важно, чтобы тон беседы был профессиональным и спокойным. Поэтому если поставщик сам не обладает навыками ведения переговоров, целесообразно пригласить специалиста со стороны.

Как обеспечить стабильную матрицу в сети?

Прежде всего, ассортиментная матрица, которую поставщик предлагает сети, должна быть очень тщательно выверена. Как уже было сказано, не имеет смысла предлагать тот товар, который не нужен данной сети. Для этого целесообразно сделать хотя бы часть работы закупщика по мониторингу рынка и предоставить ему свой анализ.

После выбора продукции нужно разработать вместе с сетью концепцию отдела, где будет выставляться товар. В процессе его реализации необходимо вовремя реагировать на изменения спроса и ротировать ассорти-

мент в сети в зависимости от продаж.

Новинки имеет смысл предлагать взамен другого товара. Нужно придерживаться определенного количества SKU, не стремиться расширить матрицу до бесконечности. Ведь хорошо известно, что некоторые сети не допускают веса поставщиков больше определенного, например 10-15%. Товар следует предлагать в практичной и красивой упаковке - так позиция поставщика по отношению к конкурентам станет сильнее.

Как увеличить оборот в розничной сети?

Проверенный способ увеличения оборота в розничной сети - это участие в как можно большем количестве акций. Некоторые опытные поставщики предпочитают участвовать только в акциях, а не в постоянном ассортименте, и выигрывают на одном этом. График проведения акций нужно получать от закупщика заранее, желательно за полгода.

Готовить коллекцию лучше всего специально под конкретную тему. Это, наверное, очевидно, но все-таки стоит упомянуть: не надо предлагать один и тот же товар с разными наклейками на 8 Марта и на 23 Февраля.

Назовем еще одно очень важное требование к поставщику, которое не всегда выполняется. Чтобы ставить вопрос об увеличении присутствия в сети, нужно как минимум выдерживать количество уже заказанного товара. В таком случае закупщик будет видеть, что у него есть надежный поставщик, и в следующий раз будет опять рассчитывать на него.

Если после акции остается непроданный товар - что бывает часто - необходимо вовремя его забрать из сети. Такая оперативность позволит улучшить отношения с сетью и избежать конфликта. После каждой акции поставщик просто обязан тратить свое время на анализ ситуации. Нужно фиксировать, в каком магазине что продано, чтобы в следующий раз предлагать оптимальный ассортимент в каждый из магазинов.

Как выгодно выглядеть на полке?

Итак, как привлечь покупателя и разместить товар таким образом, чтобы не было потом "мучительно боль-

но"? Полагаться здесь нужно, конечно же, на вкус, но и на знание рынка. Можно прислушаться и к советам экспертов-дизайнеров.

Самое простое правило - предлагать сети сочетающиеся между собой элементы коллекции. Также важно поддерживать ассортимент в коллекционном виде - так покупателю будет заметен товар и ему проще будет сделать выбор.

Хорошим ходом станет предоставление сети мерчандайзера, который будет специально следить за порядком на полке. При этом очень важен высокий уровень культуры такого работника. Если он будет вступать в конфликты с конкурентами, есть риск поссориться с сетью. Услуги мерчандайзинга должны быть бесплатны для сети и отражены в договоре в качестве бонуса для сети.

Обязательно нужно регулярно освежать коллекцию, при этом делая закупщику каждый раз предложение не одной тарелки, а целой серии. Предложения по обновлению ассортимента должны быть наглядны для закупщика. Показывайте хорошие профессиональные фотографии, чтобы менеджер мог представить себе полку своего магазина и предлагаемый товар на ней.

Как избежать штрафов и минимизировать потери по договору?

Основа выхода из любых конфликтных ситуаций - это максимальное соблюдение условий договора. Если партнеры поставщика ненадежны, лучше их сменить, иначе придется пожертвовать отношениями с сетями. Поставщику вести переговоры с партнерами нужно так же, как сеть ведет переговоры с ним. Если речь идет не о производителе, а о дистрибьюторе, не стоит брать на себя трудных условий договора.

В любом случае нужно следить, чтобы в компании менеджмент был на высоком уровне. Сильный менеджмент позволит сохранять 95-100% выполнения заявки. Сильный менеджмент позволит держать цены на товар на уровне инфляции. Сильный менеджмент позволит опускаться в цене на акции ниже конкурентов.

Статья подготовлена по материалам презентации компании TradeHelp



Компьютерные технологии моделирования и производства фарфоровых изделий от компании Delcam plc

Британская компания Delcam plc (www.delcam.com) является мировым лидером в разработке и продаже CAD/CAM-продуктов семейства Power Solution, предназначенных для трехмерного проектирования, производства и контроля качества изделий и технологической оснастки сложной формы. Компания начала свою деятельность в 1968 году в Кембриджском университете.



Рис. 1. Графический набросок дизайна будущего изделия

В настоящее время в компании Delcam plc, головной офис которой находится в городе Бирмингеме (Великобритания), работает более 400 сотрудников по всему миру. Через сеть своих 80 офисов и совместных предприятий компания ведет деятельность более чем в 40 странах. Компания Delcam plc работает в России с 1989 года. На сегодняшний день в России и странах СНГ успешно функционирует восемь региональных офисов и торговых партнеров.

Одним из важных направлений бизнеса компании Delcam plc является разработка программного пакета ArtCAM, активно применяемого производителями изделий из фарфора, стекла и керамики. Пакет ArtCAM позволяет автоматически генерировать трехмерные модели (рельефы) на основе двумерных векторных эскизов (чертежей) или растровых изображений (фотографий) и рассчитывать управляющие программы для механообработки на станках с числовым про-

граммным управлением (ЧПУ). Сегодня пакет ArtCAM является признанным лидером для проектирования трехмерных рельефов и практически не имеет равных себе конкурентов. Уникальной особенностью ArtCAM является возможность генерировать управляющие коды для трехосевых фрезерных и гравировальных станков с ЧПУ.

В том случае если форма изделия предполагает нанесение рельефа или текстуры на сложную трехмерную поверхность, то используется связка из пакета ArtCAM и системы геометрического 3D-моделирования PowerSHAPE. В тандеме они позволяют быстро создавать такие трехмерные модели, моделирование которых в конкурирующих продуктах либо в принципе невозможно, либо потребует колоссальных затрат времени.

Следует особо отметить, что компания Delcam plc известна главным образом благодаря своей CAM-системе PowerMILL, которая является одной из наиболее совершенных в мире систем для программирования самой сложной непрерывной пятиосевой механообработки. Многие стратегии фрезерования, заложенные в PowerMILL, были реализованы и в пакете ArtCAM, поэтому даже неспециалисты в области механообработки могут быть уверены в высоком качестве отфрезерованных поверхностей.

Давайте на примере продукции китайских производителей фарфоровой посуды Haengnam и HanKook Chinaware рассмотрим поподробнее компьютеризованный процесс проектирования и изготовления технологической оснастки. Первоначально вся продукция создавалась на этих предприятиях вручную. Из-за роста объема производства предприятия столкнулись с нехваткой квалифицированных кадров. Процесс создания оснастки был чрезвычайно трудоемким и медленным, поэтому предприятия были не в состоянии своевременно обновлять ассортимент выпускаемой продукции. Тогда руководство предприятий обратилось в южнокорейский университет города Кангнам (Kangnam), специалисты которого уже

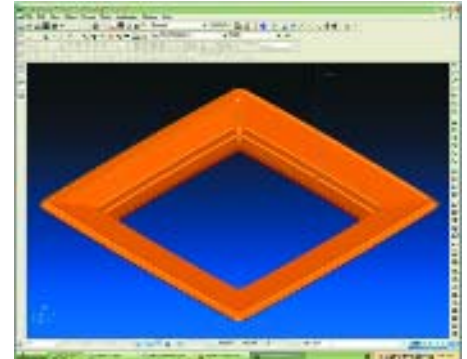


Рис. 2. Проектирование основы 3D-модели в PowerSHAPE

имели хороший опыт по применению программных продуктов компании Delcam plc. Использование пакета ArtCAM позволило радикально повысить производительность труда дизайнеров и проектировщиков массовой продукции. Благодаря ArtCAM существенно сократились сроки проектирования и улучшилось качество серийной продукции. Кроме того, массовые фарфоровые изделия стали более сложными по форме, что повысило конкурентоспособность продукции. Компьютерные технологии проектирования и производства позволяют значительно повысить производительность труда и точность изготовления изделий. Но не стоит думать, что компьютерные технологии способны заменить живого художника. В конечном итоге человек лишь получает в свои руки новый, гораздо более совершенный инструмент, поэтому частица души мастера все равно присутствует в каждом изделии. Художник



Рис. 3. На основе растровых эскизов пакет ArtCAM строит 3D-рельеф

освобождается от выполнения малопроизводительных рутинных операций, при этом у него остается больше времени для истинного творчества.

На начальном этапе дизайнер делает на бумаге эскиз будущего изделия (рис. 1). В принципе дизайн изделия можно начать разрабатывать изначально в пакете ArtCAM, но большинство художников привыкло работать с карандашом и бумагой.

Следующим этапом является моделирование трехмерной модели основы будущего изделия. Для этого предпочтительно изначально использовать CAD-систему PowerSHAPE (рис. 2), но можно и импортировать в PowerSHAPE готовую 3D-геометрию основы модели из любого другого геометрического моделировщика.

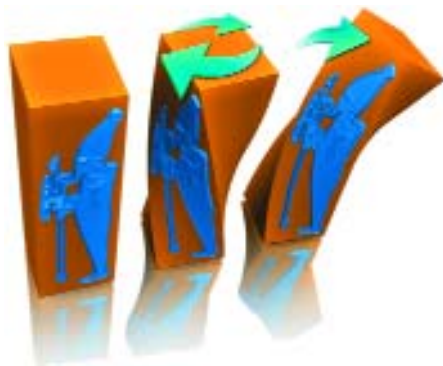


Рис. 4. Демонстрация возможности морфинга 3D-моделей, реализованная в PowerSHAPE

После того как в PowerSHAPE создана или импортирована трехмерная геометрическая модель основы изделия, можно приступать к моделированию 3D-рельефа поверхности в ArtCAM. Для этого бумажный набросок дизайна сканируется на обычном офисном сканере, и изображение записывается в растровый файл в монохромном режиме (градациях серого цвета). Затем растровое изображение передается в ArtCAM, и на основе градаций серого цвета ArtCAM строит трехмерный рельеф поверхности (рис. 3). Следует особо отметить, что в качестве основы может быть взята фотография любого объекта (предварительно обработанная в Photoshop). Естественно, растровое изображение обычно содержит в себе множество нежелательных артефактов, которые могут негативно повлиять на качество построения 3D-рельефа. Для устранения недостатков рельефов пакет ArtCAM имеет возможности по "скульптурной" обработке поверхнос-



Рис. 5. Результат рендеринга 3D-модели в ArtCAM

тей - они могут быть сглажены при помощи "кисти" (наподобие Photoshop) или наоборот, у рельефа может быть увеличена резкость переходов. Также легко можно отредактировать высоту рельефа, изменить масштаб, повернуть его вокруг оси и тому подобное, причем все это происходит в 3D-режиме. Отметим, что при желании опытные дизайнеры могут изначально создавать рельеф изделия в ArtCAM при помощи векторной графики, при этом результат, как правило, получается лучше, нежели чем при использовании растровых изображений.

Следующей стадией является наложение в CAD-системе PowerSHAPE трехмерного рельефа из ArtCAM на модель основы. Рельеф, подобно текстуре поверхности в программах для анимации, может быть точно размещен относительно основы 3D-модели. Но на этом работа над трехмерной моделью не заканчивается. Огромным преимуществом компьютерных технологий проектирования является простота копирования и масштабирования виртуальных 3D-моделей, например с целью создания модельного ряда с требуемым объемом вместимости.

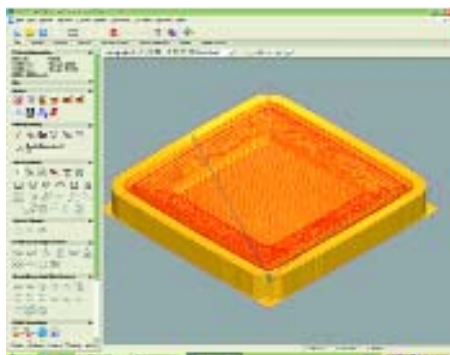


Рис. 6. Траектория черного фрезерования

В отличие от физического прототипа изделия, который крайне сложно привести к требуемому объему вместимости, компьютерная модель эле-



Рис. 7. Обработка модельной оснастки на станке с ЧПУ

ментарно масштабируется, причем при необходимости в CAD-системе PowerSHAPE над каркасной моделью можно произвести операции морфинга (рис. 4) (при этом изделие можно виртуально сжимать, вытягивать, скручивать и т.п.). Все эти операции занимают считанные минуты. Для проработки дизайна художнику не составит большого труда создать несколько вариантов изделия.

Итоговая трехмерная модель из-



Рис. 8. Матрица будущего изделия

делия может быть при необходимости экспортирована из ArtCAM в каркасном виде в формате STL. Каркасная модель обычно применяется для создания ("выращивания") прототипов на установках быстрого прототипирования для предварительной оценки дизайна физического образца. Если дизайнер по каким-то причинам решит, что дизайн модели должен быть изменен, можно быстро





www.delcam.com
www.delcam.ru



Экспертные решения для автоматизации проектирования изделий из фарфора, стекла и керамики, а также оснастки от ведущего поставщика программного обеспечения – компании Delcam plc



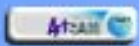
PowerSHAPE



PowerMILL



CopyCAD



ArtCAM

Обратитесь в ближайший офис *Delcam plc* в России, Украине или Беларуси и узнайте, как 30-летний опыт работы компании по всему миру может помочь Вам увеличить прибыль и сделать производство эффективнее!

Делкам-Урал (Екатеринбург)
ural@delcam.com
тел.: (+7 343) 214 46 70

Делкам-С.Петербург
st-petersburg@delcam.com
тел.: (+7 812) 305 90 08

Делкам-Москва
moscow@delcam.com
тел.: (+7 495) 380 05 14

Делкам-Самара
samara@delcam.com
тел.: (+7 846) 954 02 92

Делкам-Новосибирск
novosibirsk@delcam.com
тел.: (+7 383) 346 04 55

Делкам-Иркутск
irkutsk@delcam.com
тел.: (+7 3952) 56 67 40

Адекватные системы (Минск)
belarus@delcam.com
тел.: (+375 17) 331 15 44

Центр САПР (Львов)
ukraine@delcam.com
тел.: (+38 032) 297 66 17

Реклама

произвести редактирование виртуальной модели и буквально за одну ночь "вырастить" новый образец.

При желании фотореалистичное изображение будущего изделия можно получить прямо в ArtCAM (рис. 5).

В зависимости от сложности технологической оснастки ее проектирование может производиться либо в PowerSHAPE (в случае сборных форм), либо в ArtCAM (если модель не имеет поднутрений слой).

Заключительным этапом работы в ArtCAM является расчет управляющих программ для трехосевого станка с ЧПУ. Для задания обработки достаточно задать материал и размеры заготовки, тип станка, а также марку фрезы. Материал заготовки может быть любым - от модельного пластика до стали. Как правило, обработка проводится в два этапа - грубое черновое фрезерование (рис. 6, 7), при котором снимается основной слой материала, и последующее чистовое фрезерование.

В исключительно сложных случаях при сборной оснастке управляющие программы для станка с ЧПУ могут быть рассчитаны в PowerMILL. Готовая модель матрицы для создания серийной оснастки показана на рис. 8.

Решения компании Delcam plc уже давно успешно применяются российскими производителями, среди которых можно выделить Императорский фарфоровый завод и "Фарфор Сысерти" (рис. 9).

В заключение хотелось бы еще раз отметить, что программные продукты семейства

Power Solution позволяют быстро пройти весь путь - от концептуального дизайна до серийного изготовления изделия, а также обеспечивают возможность простого внесения изменений как в дизайн, так и в технологический процесс. Что касается преимуществ их применения для Императорского фарфорового завода, то, по словам генерального директора Николая Гордеева, внедрение новой технологии моделирования позволит заводу расшить узкие места на производстве и в кратчайшие сроки внедрить новые формы, что даст предприятию значительные конкурентные преимущества. По мнению Николая Гордеева, соединение богатых традиций Императорского завода с современными технологиями позволит первому российскому фарфоровому производству совершить прорыв на международном рынке, прежде всего в Европе и Северной Америке. Таким образом, ценители фарфора ИФЗ уже в скором будущем смогут обновлять свои коллекции гораздо чаще.



Рис. 9. Пример продукции Сысертского фарфорового завода, выполненной с помощью продуктов компании Delcam plc

**Материал подготовил
Константин Евченко
по материалам компании
Delcam plc**



Традиция для будущего



BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s.

Наши дистрибьюторы:

Богемиа-Люкс, г. Москва, www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемиа Трейдинг, г. Москва, www.impact.ru

Богемиа Плюс, г. Краснодар, www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz

ПОСУДА НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Новый виток развития бизнеса

Новаторские идеи финансистов могли приносить немалые прибыли благодаря точно рассчитанной работе коммерческих проектов. История бизнеса наполнена множеством таких ярких примеров. Но стоит ли сейчас об этом? Ведь история обладает прекрасным свойством - она повторяется, важно только правильно уловить момент и предложить рынку свое решение. Поэтому самое время поведать о настоящем...

Эмиссия ценных бумаг, открытые торги, игры с индексами - какое отношение это может иметь к посуде, к дилерским сетям, поиску дистрибьюторов и, как следствие, увеличению торговых оборотов? Как ни странно, самое прямое. Выйти на публичный рынок, став эмитентом, имеют право многие компании. Тем более что серьезную часть работы по управлению "бумажными" активами может взять на себя управляющая фирма. Однако не все решаются сегодня на такой шаг, ожидая мнения своих соседей по рынку.

Возможно, через несколько лет руководители посудных компаний и будут активно зарабатывать, предположим, на фьючерсах или иных фондовых контрактах, а также всегда иметь открытые кредитные линии... Сложно утверждать это сейчас. Но точно одно: в случае успеха "первые ласточки" окупят свои старания по максимуму.

Сегодня рынок посуды и сопутствующих товаров фактически шагнул на новое, не паханное ранее поле, ознаменовав свое появление вексельной формой долговых обязательств, выпущенных одним из лидеров торговли посудно-хозяйственными товарами. Спрашивается, для чего? А для того, чтобы расширять бизнес за счет заемных средств, формировать свою кредитную историю (в частности иметь возможность диверсифицировать кредитный портфель) и тем самым повышать инвестиционную привлекательность.

Кстати, о последней. Удачные инвестиции фирмы - это возможность привлечь дополнительных инвесторов, заинтересованных в развитии компании. Следовательно, приходится работать над эффективностью своего бизнеса, то есть развивать производственную базу, менеджмент, сле-



дить за кадрами, повышать уровень организации труда и пр., то есть полностью отслеживать все внутренние факторы, ведущие к раскрытию потенциальных возможностей. Немало важно умело использовать и внешние факторы, такие как привлекательность отрасли (ее рейтинг на рынке), характер деятельности, месторасположение компании и представительства и отношения их с местными органами власти.

Но вернемся к открытому рынку. Разумеется, лишь крупные компании в состоянии рассчитывать на быстрый старт при вхождении на рынок ценных бумаг. Такой компанией стала "Сибпластком", имеющая развитую сеть магазинов "Посуда Центр". Объем привлеченных ей обязательств за счет выпуска векселей составляет 61 млн. руб. Можно сказать, это пионер по созданию и наращиванию сетевого ритейла как в своем регионе, так и в других. Это прекрасно видно на рис. 1.

В планах компании работа над рос-

том инвестиционной привлекательности и последующий выход на рынок облигаций. И это не случайно. Ведь у компании прекрасная платформа для активного дальнейшего развития. Вот только основные фрагменты ее успешной деятельности:

- Сотрудничество с ведущими производителями. "Сибпластком" является дистрибьютором таких известных зарубежных компаний, как ARC-International, Groupe SEB, Tefal, CALVE и др. Также компания производит товары под собственными брендами (Matissa, Master Grill, Silver), что гарантирует оптимальное сочетание качества реализуемой продукции и ее цены.

- Известный бренд. Компания владеет специализированной розничной сетью по продаже товаров посудно-хозяйственного назначения, которая функционирует с 2001 года под широко известным брендом "Посуда Центр".

- Признание общественностью и деловыми партнерами. Сеть магазинов "Посуда Центр" неоднократно бы-

Рис. 1
Продажи: география покупателей за 1-е полугодие 2007 года

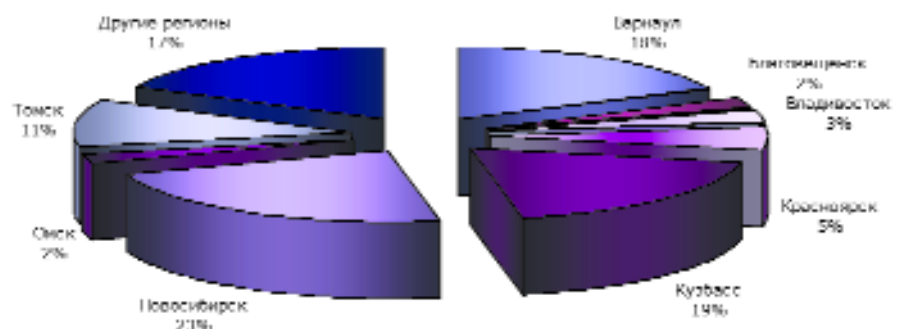
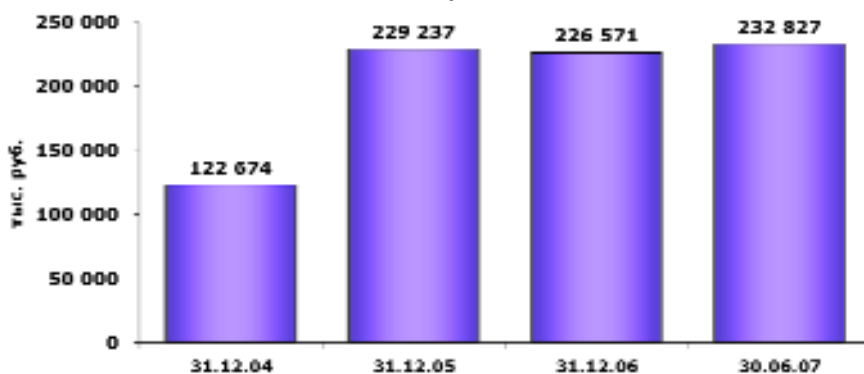


Рис. 2
Динамика валюты баланса ООО "Сибпластком-1"
за 2004-й - 1-е полугодие 2007 годы



ла отмечена золотыми медалями Сибирской ярмарки и дипломами производителей за вклад в продвижение продукции в Сибирском регионе.

- Ориентация на непрерывное развитие. Компания постоянно работает над расширением ассортимента продукции, вкладывая значительные средства как в развитие самого бизнеса, так и в каждого отдельного сотрудника.

- Глобальные планы. Компания проводит политику широкой экспансии сети магазинов "Посуда Центр" в регионы - от Урала до Дальнего Востока. Кроме того, развивает партнерские взаимоотношения с крупным сетевым ритейлом, в том числе зарубежным.

- Стабильное финансовое положение (рис. 2).

При выходе компании на публичный рынок к информационной открытости бизнеса предъявляются повышенные требования, поэтому компания уделяет большое внимание работе с инвесторами, средствами массовой информации, финансовыми аналитиками и аналитическими агентствами.

Стратегия развития "Посуда Центра" заключается не только в формировании современного бизнеса, соответствующего передовым технологиям рынка, созданию и продвижении сильного бренда, но и в повышении собственной прозрачности и инвестиционной привлекательности, тем более что последние тенденции свидетельствуют: конкуренция идет не только на отраслевых рынках, но и на рынках капитала.

Мы не случайно привели в качестве примера выхода на фондовый рынок конкретную компанию. Возвращаясь к началу статьи, можно сказать, что перед участниками посудного рынка сегодня имеется объективный пример расширения собственной ниши. И таких примеров может быть еще много. Ведь главное - не стоять на месте, а охватывать новые пространства и помнить: если не идешь вперед, то двигаешься назад.

Алексей Трембицкий



www.posudacenter.ru

Основной целью вексельной программы "Сибпластком" (сеть магазинов "Посуда Центр") является диверсификация источников финансирования и создание публичной кредитной истории с целью дальнейшего освоения инструментов финансового рынка. Привлеченные денежные средства планируется направить на инвестиционное развитие компании, включая открытие новых магазинов, а также на пополнение оборотных средств с целью финансирования операционной деятельности.



НАЗАД В БУДУЩЕЕ

секреты чугунной посуды



Может быть, кто-то скептически заметит, что чугунная посуда безвозвратно ушла в прошлое: на смену черным бабушкиным сковородам с ухватами или неподъемным обливным утятницам пришла легкая металлическая утварь с антипригарным покрытием или жаростойкое стекло.

Разумеется, новые материалы и покрытия расширяют посудный ряд любой хозяйки, но есть и неповторимые достоинства чугунной посуды, о которых сегодня незаслуженно позабыли...

Почему стали делать посуду из чугуна?

Изготовлением чугунной посуды начали заниматься очень давно. Первые сведения о появлении чугуна относятся к IV-VI векам до н. э. В Западной Европе чугунные изделия начали активно отливать в XII-XIV веках. В России их производство началось в XVI веке и в последующем довольно уверенно расширялось. При Петре I Россия обошла все страны по выпуску чугуна.

До появления на кухне чугуна почти все блюда приготавливали в керамической посуде - самой древней. Керамика хорошо переносила открытое пламя. Однако с появлением первых варочных поверхностей (тоже, кстати, часто выполняемых из чугуна) получили распространение сковороды, сотейники и другие виды посуды, которые удобно было отливать из чугуна. Кроме того, этот материал и прочнее, и, в отличие от керамики пригоден для жарки.

Со временем чугунная посуда совершенствовалась, расширялся ее ассортимент. Например, уже хорошо известны эмалированные чугунные кастрюли и сковороды, также можно встретить рюмки и стаканы из лакированного чугуна.

Альтернатива или другой материал?

Давайте спросим себя: а можно ли приготовить пищу в посуде из чугуна, так же, как в алюминиевой, стеклянной, нержавеющей или ином материале? По мнению специалистов - нет! И вот почему. Чугун за счет своей пористой структуры прекрасно сохраняет высокую температуру после нагревания. Это позволяет приготавливаемым продуктам испытывать эффект "русской печи", при котором блюдо не просто нагревается до определенной температуры, но и томится.

Вдобавок, чугун обладает естественными антипригарными свойствами, которые со временем только усиливаются. Помимо этого чугунная посуда, можно сказать, вечная, не случайно наши бабушки так хвалили свои любимые чугунные сковороды. Ну и, конечно, посуда из чугуна неприхотлива, ухаживать за ней совсем не сложно.

Чугун чугуну рознь

Все мы хорошо помним чугунные сковородки и казанки, которые можно было приобрести в любом хозяйственном магазине или "сельпо" еще в советские времена. Как правило, это была обмазанная маслом посуда, завернутая в хозяйственную бумагу. Прежде чем начать готовить на ней, ее требовалось вымыть, прокалить с солью и смазать внутреннюю поверхность растительным маслом. После этого масло полимеризовалось и впитывалось в поры - таким образом создавалась естественная антипригарная пленка.

Сегодня промасленные изделия из чугуна поступают к нам в основном из Белоруссии, реже из Украины; за счет масла посуда предохраняется от ржавчины. В отличие от нее некоторые иностранные компании предлагают посуду,





Изделия из чугуна от Skeppshult

уже пропитанную маслом и обожженную после этого в течение 2 часов в печи, что дает возможность покупателю не прибегать к процедуре прокаливания, а сразу приступить к процессу приготовления пищи.

Посуда премиум-класса, как правило, подходит для использования на любых варочных поверхностях: газовых, электрических, стеклокерамических, индукционных. Дно такой посуды снаружи специально обточено.

Также отличие дорогой качественной посуды - высокое качество обработки поверхности, соблюдение общепринятых размеров, гарантия качества на долгие годы, надежная фурнитура (ручки, крышки и пр.).

Экология - особая тема

Что касается экологичности чугунной посуды, то при условии правильной эксплуатации она, по мнению всех специалистов, считается полностью безвредной. Более того, чугун при контакте с пищей может выделять (в пищу) микроскопические дозы железа, полезные для организма.

Однако нельзя не предупредить о ржавчине, которая иногда возникает на поверхности чугунной посуды, если ее оставлять после мытья невытертой. Попадание в пищу оксида металла (ржавчины), мягко говоря, нежелательно! Нельзя допускать появление сколов на эмалированной чугунной посудой! Дело в том, что скол невозможен без так называемого осколочка с неровными острыми краями. Если такой осколочек попадет с пищей в организм он может поцарапать пищевод и привести к язве. Эмаль откалывается в результате падения посуды (ударов), резкой смены температуры, замораживания в такой посуде жидкостей и сочных блюд. Правда, это уже скорее тема эмалированной посуды, точнее самой эмали, а не чугуна и чугунных изделий.

Как правильно выбрать чугун для домашней кухни?

Советов по выбору чугунной посуды много. Кто-то обращает внимание на ее цвет, кто-то на звучание... И конечно, все внимательно разглядывают внутреннюю поверхность. Главное, чтобы на ней не было наплывов и ямок или, как их еще называют, раковин. К сожалению, далеко не все производители следят за качеством. Зачастую наплывы при кустарном производстве убираются в процессе стачивания, при этом образуются нежелательные впадинки, устранить которые невозможно.

Конечно, такие производители чугунной посуды, как **Skeppshult** (Швеция) и **Staub** (Франция), предлагают превосходную посуду премиум-класса (или топ-уровня), но она относится к высокой ценовой категории и доступна не всем покупателям (хотя качественную сковороду позволить себе раз в жизни все-таки можно).

Интересно, что на рынке вообще сложно найти посуду по средним розничным ценам. В основном это 300-400 руб. за сковороду китайского или белорусского производства или 1,8-3,5 тыс. за сковороду известной марки. Поэтому многие вынуждены довольствоваться по сути дешевыми и не всегда качественными изделиями.

Основные минусы дешевого чугуна:

- неровное дно, что не позволяет изделию плотно прилегать к варочной поверхности (критично для всех кухонных плит, кроме газовых),
- низкое качество внутренней поверхности ("горки", "ямки", заусенцы),
- низкое качество крепления ручки или короткие литые ручки,
- несоответствие классическим размерам сковород, в результате не подходят стандартные крышки,
- могут быть тонкими стенки посуды, например, 3-4 мм вместо 5-6 мм.

Уход за чугунной посудой: что нужно и чего нельзя?

Как уже писалось выше, чугунная посуда весьма неприхотлива. Перед началом использования ее требуется вымыть, прокалить с солью в течение 1,5-2 часов и промазать растительным маслом. И более ничего! По завершении готовки вымыть нецарапающей губкой без абразивных моющих средств и насухо вытереть или прогреть на конфорке в течение 2-3 минут, иначе она может поржаветь, и тогда ее придется отчищать от ржавчины и затем вновь прокалить и смазывать. Кстати, если сковородой не планируется пользоваться в течение длительного времени, лучше ее после мытья в течение нескольких минут прогреть на конфорке и негусто смазать растительным маслом.

В большинстве случаев не допускается мытье чугунной сковороды в посудомоечной машине. Это может вызвать ржавчину!

Достоинства и недостатки чугунной посуды	
Достоинства	Недостатки
За счет низкой теплопроводности чугунная посуда сравнительно медленно нагревается и длительно сохраняет тепло (хорошо для блюд длительного приготовления)	Ржавеет, если оставить невытертой или поставить в сырое место. Как правило, нельзя мыть в посудомоечной машине
Срок службы чугунной посуды практически не ограничен	Чугун очень тяжелый металл (удельная плотность 7,7 г/куб. см), соответственно посуду тяжело поднимать над плитой
В чугунных сковородах пища практически не пригорает	При падении чугунная посуда может расколоться
Чугуну не страшен перегрев	Может не отличаться особым изяществом и красотой, хотя, разумеется, это дело вкуса
Чугунная посуда нагревается гораздо сильнее алюминиевой, что необходимо для жарки и особенно для приготовления блюд на гриле	В непокрытой чугунной посуде нельзя оставлять пищу, она чернеет от чугуна, а посуда может поржаветь (некоторые производители в покрытой тоже не рекомендуют)
Можно использовать любые аксессуары, в том числе металлические	Хорошая чугунная посуда как правило недорогая



Правила торговли посудой из чугуна



Александр Сугаков, генеральный директор компании SuperPovar.RU (эксклюзивный импортер и дистрибьютор шведской чугунной посуды премиум-класса Skeppshult)

- На сегодняшний день набирает обороты розничный рынок чугунной посуды (ниша опта уже практически заполнена).

Если раньше многие хозяйки склонялись к антипригарной посуде, видя в ней альтернативу чугуну, то теперь складывается обратная ситуация: чугун восстанавливает былую популярность, хотя это не означает, что чугунная посуда вытеснит "антипригарку". Эти посудные ниши будут сосуществовать всегда. В среднем достойная сковорода с антипригарным покрытием служит до 5-6 лет. Так что за последние 10-12 лет потребители успели сменить как минимум две сковороды с антипригарным покрытием. Понятно, что со временем хочется приобрести для дома что-то более долговечное, и качественная чугунная посуда (которой, кстати, и не было в бывшем Советском Союзе) является как раз тем самым разумным вариантом. К тому же она не так чувствительна к царапинам, которые появляются при использовании металлических аксессуаров.

Широкие перспективы имеются у компаний, планирующих занять средний ценовой сегмент по чугунной посуде, ибо эта ниша до сих пор испытывает дефицит. Если говорить о посуде низкого ценового уровня, то спрос на нее будет всегда, но не стоит забывать о том, что в последние годы покупатели стараются приобретать качественные изделия, несмотря на высокую цену.

Наличие широкого ассортиментного ряда чугунной посуды различных ценовых категорий позволит компании чувствовать себя уверенно и расширять наиболее востребованные на рынке линейки.

Часто задаваемые вопросы:

- Насколько меньше служит дешевая чугунная посуда по сравнению с дорогой при условии правильной эксплуатации?

- Срок службы дешевой чугунной посуды может исчисляться десятилетиями, так же, как и дорогой. Чугун не тот материал, который выгодно подделывать, например включать в него более дешевые добавки, снижающие качество (чугун сам по себе - дешевый металл), хотя соотношение добавок может различаться и зависит от производителя. Поэтому логичнее задать вопрос о качестве чугунной посуды, с которым покупатель остается в течение многих лет ежедневного использования: правильно обработанная поверхность, удобная форма, соответствующий размер, надежная ручка и пр. - вот за что мы платим деньги.

- Сейчас стали продавать чугун, обработанный неизвестным веществом, изделия от этого выглядят более гладкими. Насколько безопасно такое покрытие?

- Ведущие марки предлагают непокрытые и покрытые чугунные изделия. Первые - из обыкновенного чугуна, как правило, черного цвета. Вторые - это в основном эмалированные изделия, при этом эмаль может быть любой (матовой, глянцевой, цветной). Кроме того, ряд компаний покрывают чугун антипригарным покрытием. В силу того что не все покрытия проходят сертификацию, утверждать, что они безопасны для здоровья, нельзя. Более того, как пра-

вило, дешевые изделия имеют некачественное покрытие, разрушающееся вскоре после начала использования. Поэтому, покупая посуду из покрытого чугуна лучше поинтересоваться сертификатом соответствия и санитарным заключением. А самое надежное - приобретать посуду у уже зарекомендовавшей себя на рынке компании.

- Какие диаметры недорогих чугунных сковород подходят под стандартные крышки?

- Все диаметры заводских крышек - четные, начинаются с 16 см (говорят, существуют и меньше, но на рынке они отсутствуют) и выше... Почему-то не встречаются диаметры 34, 38, и 40 см. Самые ходовые размеры для домашнего использования - 20, 24, 26, и 28 см. Крышки с диаметром более 32 см - тоже большая редкость. Так что лучше подбирать сковороды под часто встречающиеся размеры крышек.

Мини-обзор основных чугунных марок чугунной посуды

SKEPPSHULT

Это первая в России европейская чугунная посуда премиум-класса без покрытия. Завод SKEPPSHULT, находящийся на юго-западе Швеции, был основан в 1906 году, и сейчас это единственный в Скандинавии литейный завод, который производит чугунные изделия для дома. У компании Skeppshult широкий ассортимент продукции - от классических чугунных сковород, кастрюль и



грилей, до чугунных рюмок, стаканов, подсвечников... Ассортимент завода составляют более 120 наименований чугунной посуды и других изделий. Песчаные формы для отливки посуды Skeppshult делаются исключительно из натуральных материалов: песка, глины, угольной пыли и воды. Именно песку из шведского озера Веттерн посуда Skeppshult обязана своим отличным качеством и филигранностью литья. Все дело в том, что такой песок обладает очень тонкой и однородной фактурой - это дает возможность делать качественные песчаные формы с оптимальной поверхностью. При последующей обработке это способствует проникновению масла в структуру металла, что обеспечивает чугунной посуде Skeppshult натуральные антипригарные свойства без использования искусственных покрытий. В отличие от многих других производителей чугунной посуды Skeppshult поставляет уже полностью готовые к приготовлению пищи изделия из черного чугуна. Для того чтобы чугунную посуду можно было использовать, необходимо, смазав ее маслом, прокалить в течение 2 часов при температуре 250-270 °C. Данная процедура создает на поверхности посуды полимерную пленку, препятствующую пригоранию и защищающую посуду от ржавчины. Skeppshult продельва-



ет это прямо на заводе, заранее и надолго избавляя потребителей от ржавчины и трудоемких манипуляций.

STAUB

Staub - признанный лидер в производстве профессиональной чугунной эмалированной посуды. Снаружи и внутри она покрыта несколькими слоями эмали. Эмалевое покрытие не окисляется при приготовлении пищи.

При длительной эксплуатации посуда Staub приобретает антиадгезивные свойства. Масло, используемое при приготовлении, со временем глубоко проникает в поры



эмалированного покрытия, что придает антипригарные свойства дну и стенкам посуды. Специальное керамическое покрытие для изделий Staub позволяет готовить в этой посуде на любых видах плит. Она подходит для мытья в посудомоечной машине. Широкий ассортимент изделий включает кокотницы, грили для рыбных и мясных блюд, сковороды, мини-посуду, кастрюли, казаны, воки и наборы для фондю, заварные чайники.

GIPFEL

Чугунные сковороды Вок, чугунные грили и большие казаны от Gipfel можно использовать на открытом огне. Посуда представлена в комплектации со стальной или стеклянной крышками и подарочной упаковке. Вся посуда из чугуна обладает антипригарными свойствами, поэтому на ней не используют антипригарные покрытия, а покрывают специальной жаропрочной эмалью для более эстетичного внешнего вида



От чего зависит цена на чугунную сковороду?



Ксения Миненкова, начальник отделения маркетинга и рекламы компании "НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА"

- Во-первых, цена зависит от литья.

Чем выше качество литья, тем меньше внешних дефектов на поверхности изделий и ниже ее пористость. А это значит, что остатки пищи и масло легко смываются и не будут раз за разом поджаривать, выделяя вредные вещества. Хорошая чугунная сковорода - это сковорода с толстым дном и высокими стенками: такая конструкция обеспечивает удобство и лучший эффект при тушении. В попытке снизить цену некоторые производители выпускают посуду с очень низкими бортами или с соотношением толщины дна и стенок, не обеспечивающим равномерного распределения тепла.

Во-вторых, цена чугунных изделий зависит от покрытия.

По требованию российских стандартов чугунная посуда из-за высокой склонности к ржавлению должна поступать в продажу только с защитным покрытием.

Дешевый вариант такого покрытия - обработка маслом. Этот способ широко применялся в советское время, и не все покупатели знают, что перед первым использованием такую сковороду надо тщательно прокалить несколько часов на огне, чтобы масляная смазка закрепилась на корпусе в виде защитного слоя.

Покрытие подороже, не требующее прокаливания в домашних условиях, - на эмалевой основе. Оно может быть любого цвета, в том числе и черного. Покупая такую сковороду, следует внимательно изучить кромку в месте ее соприкосновения с крышкой. Если кромка покрашена равномерно и не виден металл серого цвета (именно так выглядит чугун до обработки), это свидетельствует о качестве изделия и о том, что кастрюля не начнет ржаветь.

В-третьих, цена чугунной посуды зависит от фурнитуры: из какого материала сделана ручка, как крепится. При покупке полезно подержать сковороду в руке и даже потрясти, дабы почувствовать надежность ручки в процессе эксплуатации. Непосредственно с фурнитурой связана распространенная беда дешевых чугунных сковород - к ним сложно подобрать крышки, поскольку недорогие чугунные сковородки не соответствуют стандартным размерам.

Материал подготовил Алексей Трембицкий



КРАСИВЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ КАСТРЮЛИ - СКАЗКА ИЛИ БЫЛЬ?

При покупке посуды мы часто сталкиваемся с проблемой: какой материал предпочесть, купить кастрюлю подешевле или подороже, что важнее - удобство применения или красивый дизайн? Выбор всегда дается нелегко. Попробуем сравнить посуду с различными характеристиками и подобрать приемлемый вариант на любой вкус.

Эмаль

Эмалированные кастрюли можно встретить сегодня на каждой кухне. Такая посуда чаще всего изготавливается из стали или чугуна, а на ее поверхность в несколько слоев накладывается стойкое эмалевое покрытие. Современная эмаль является достаточно прочным материалом, не вступающим в химические реакции с кислотами и щелочами, содержащимися в пище. А гладкая эмалированная поверхность препятствует размножению бактерий и не впитывает в себя запахи продуктов. Производители эмалированных кастрюль всегда учитывают коэффициент теплового расширения чугунной или стальной основы. Делается это для того, чтобы эмаль не трескалась при нагревании и охлаждении посуды. Но все равно механические свойства металла и эмали заметно отличаются, вследствие чего при повреждениях или резких перепадах температуры эмаль начинает откалываться - сначала только около ручки, а потом и у краев кастрюли. Необходимо отметить, что эмалированная посуда имеет еще несколько существенных недостатков - у нее довольно низкая теплопроводность и высокая адгезия, поэтому тепло в таких кастрюлях при готовке распределяется неравномерно, а еда часто пригорает. Если мыть пригоревшую посуду металлическими мочалками и щетками, на эмали неминуемо появятся трещины. Но если эмалированную кастрюлю использовать аккуратно, не стучать ложкой о ее края и не ронять, то посуда с эмалевым покрытием будет служить верой и правдой долгое время.

Анодированный алюминий

Кастрюли из алюминия давно рекомендовали себя как легкая и долговечная посуда. Благодаря отличной теплопроводности алюминия вода в

таких кастрюлях закипает быстро. Тот факт, что алюминий значительно дешевле меди, позволил сделать такой вид посуды одним из самых популярных на рынке. Кроме того, алюминиевые кастрюли обычно изготовлены методом штамповки, а это тоже делает их цену более доступной. Однако алюминий обладает и существенными недостатками - он легко попадает в пищу при готовке и небезопасен для здоровья.

Поэтому в последнее время посуду стали изготавливать из анодированного алюминия. Этот материал получается при нанесении оксидной пленки на поверхность металлов и сплавов в растворе электролита. При использовании посуды анодированный алюминий предотвращает процесс окисления металла на воздухе, а также защищает его от механических повреждений и коррозии. Анодированный алюминий устойчив к механическим повреждениям и абсолютно безопасен для здоровья. Посуда с таким покрытием не разрушается со временем, не влияет на вкус блюд, не вступает в реакции с кислотами и в то же время сохраняет все преимущества непокрытой алюминиевой посуды.

Нержавеющая сталь

Для производства кухонной посуды сегодня все чаще используется нержавеющая сталь. Самая популярная нержавейка для посуды имеет маркировку 18/10. Такой сплав содержит помимо железа 0,12% углерода, 18% хрома, 10% никеля и до 1% прочих примесей. На твердой стали не образуются царапины, как на алюминиевой или эмалированной посуде, которые создают благоприятную среду для размножения микробов. Кастрюли из нержавеющей стали абсолютно гигиеничны и даже при высоких температурах устойчивы к воздействию кислот и щелочей. Посуда из такого материала имеет полированную поверхность и блестит как зеркало. Это не только красиво, но и практично, ведь блестящие поверхности остывают намного медленнее, чем матовые. Поэтому пища в посуде из нержавеющей стали дольше остается горячей.

Но необходимо учитывать, что посуда из нержавеющей стали дороже эмалированных и алюминиевых аналогов, и имеет значительные недос-

татки. У стали самая низкая теплопроводность из всех материалов, когда-либо использовавшихся для изготовления посуды. Кроме того, стальное дно начинает выгибаться при высоких температурах, вследствие чего контакт дна с конфоркой нарушается. Несколько лет назад производители кастрюль нашли решение и этой проблемы. Дно посуды из нержавеющей стали усовершенствовали путем вмонтирования дисков из алюминия или меди. Такое дно называют термораспределительным: пища не пригорает, посуда долго сохраняет тепло, а пища по-прежнему соприкасается только с гигиеничной нержавеющей сталью. Оптимальной с точки зрения критерия "цена/качество" считается толщина алюминиевого слоя в 4-5 мм, а меди в 2 мм. Сделать эту прослойку толще можно, но не нужно. Большая толщина лишь удорожает и утяжеляет посуду.

Медь

Посуда из меди господствовала на кухне несколько сотен лет. Еще в начале прошлого века из нее изготавливали почти всю кухонную утварь - от котлов и ковшей до сотейников и кастрюль. Несколько позже пришло и научное обоснование такой популярности: оказалось, что медь обладает самой высокой теплопроводностью из всех материалов, пригодных для производства кухонной посуды. И сегодня медь - один из самых лучших, долговечных и экологически чистых материалов, посуда из нее не деформируется, не выделяет вредных веществ, а, приобретая со временем темно-красный оттенок, выглядит только привлекательнее. Медная посуда особенно подходит для французской кухни и для рецептов на основе выпаривания. Кондитеры нередко используют ее для приготовления деликатесных блюд и нежных соусов.

Но и у медной посуды есть свои недостатки. Химики относят медь к благородным металлам, хотя назвать медь инертной никак нельзя: она не очень стойка к окислению. Нежелательно допускать прямой контакт меди с пищевыми продуктами. К тому же кастрюли из меди очень тяжелые, требуют чрезмерного ухода и (что немало важно) очень дорогие.

Александра Гуркова



GIZIA

non-stick cookware

АНТИПРИГАРНАЯ ПОСУДА



*Элегантность на кухне
Mutfaklardaki Zerafet...*

www.evrenmutfak.com





ОПАСНАЯ ПОСУДА, или как готовить без вреда для здоровья

Каждый материал, из которого изготавливается посуда, может быть вреден по-своему. Из некачественных эмалей выделяются тяжелые металлы, из пластмасс - вредные органические вещества; одни материалы не выдерживают высоких температур, другие - контакта с жирными или кислыми продуктами. Одним словом, подвоха можно ожидать от практически любого вида посуды. Поэтому при покупке новой кастрюли или сковороды необходимо внимательно изучить, насколько качественно изделие и из какого материала оно изготовлено.

Ядовитый меламин

Специалисты считают, что пользоваться посудой из меламина (полимеризованного формальдегида) крайне опасно. Оказавшись на таком блюде, еда станет ядовитой. Физико-химические анализы показали, что в меламиновой посуде в основном китайского и турецкого производства содержание формальдегида превышает до-

пустимую норму в десятки раз. Для прочности в меламиновую посуду иногда добавляют асбест, применение которого в настоящее время запрещено даже в строительстве. Доказано, что формальдегид и асбест очень вредны, они могут вызвать рак. Рисунок на меламиновой посуде тоже вреден. Ведь на меламин нельзя нанести такой же безвредный краситель, что на фарфор или фаянс, - держаться не будет. Поэтому для украшения подобной посуды производители используют краски, содержащие тяжелые металлы, прежде всего свинец.

Чтобы ядовитая посуда не попала на ваш стол, воспользуйтесь советами, которые позволят отличить ее от любой другой. Прежде всего, меламин - это пластмасса, а значит, в отличие от керамики он достаточно легкий. Как бы красиво такая посуда не выглядела, взяв ее в руки, вы безошибочно определите, стеклокерамика это или пластмасса. Кроме того, ориентируйтесь на сертификат. Это поможет отличить меламин от прочей пластмассы. На вредной посуде нередко присутствует надпись melamin.

Нержавейка - враг или друг?

Нержавеющая сталь, явившись на свет, произвела революцию в мире бытовой посуды. Содержащиеся в ней никель и хром обеспечивали легкую штамповку и нержавеющие свойства. Но позже эксперты доказали, что число людей, у которых появилась аллергия на никель, удваивается с каждым десятилетием. Сегодня повышенная чувствительность к никелю наблюдается у 25 процентов женщин и 10 процентов мужчин и это только официально зарегистрированные случаи.

И хотя по российским же нормативам ограничений на изделия из нержавеющей стали нет, дерматозы и воспаления слизистой оболочки у аллергиков из-за частого пользования подобной посудой - не такая уж редкость. Так что лучше не использовать эти кастрюли постоянно и особенно нежелательно готовить в них острые блюда. А вот разные вазочки, подносы, подстаканники из нержавеющей стали совершенно безвредны - их можно не опасаться.

Свинец, бронза, медь...

Зачастую, услышав про вредную посуду, потребитель покупает "безвредную", по словам продавца, качественную посуду из-за границы. Но даже из европейских цивилизованных стран в Россию приходят, например, чайные и кофейные наборы с чемпионской вредности - свинцом. Что говорить о китайской посуде, где содержание свинца превышает установленные нормы в десятки раз. Как же определить, есть свинец в изделии или нет? При покупке посуды необходимо вчитаться в сопроводительные документы.

Следует быть внимательным и к старинной посуде из бронзы, латуни и меди. Такая посуда должна сиять, как солнце. А если она потемнела, появилась на ее поверхности пленка, зеленый или коричневый налет - то опасные вещества будут взаимодействовать с продуктами, образуя вредные соединения.

Хрупкая эмалированная посуда

Из традиционных видов посуды хорошо зарекомендовала себя эмалированная, ведь современная эмаль - очень стойкое покрытие. В такой посуде можно готовить и хранить любые продукты питания. Можно без опаски делать в ней засолки, маринады.

Однако один из главных недостатков эмали - хрупкость. На эмалированных кастрюлях достаточно быстро могут появиться трещины и сколы. Если продолжать пользоваться такой посудой, через поврежденное покрытие влага может легко проникнуть к металлу, и начнется коррозия. В этом случае в пищу попадает ржавчина, а вместе с ней и вредные примеси с тяжелыми металлами. Кроме того, не стоит исключать возможность попадания в еду отколовшихся кусочков эмали. Острые частички в свою очередь легко могут повредить слизистую оболочку пищеварительного тракта или, засев в стенке желудка или кишечника, вызвать воспаление и даже небольшую язву.



Алюминий - окисление и соли

Специалисты, занимающиеся испытанием и сертификацией посуды, в том числе и алюминиевой, советуют ее использовать только для кипячения воды - все остальные вещества при высокой температуре провоцируют в алюминиевой посуде активную реакцию. При нагревании и кипячении в такой посуде образуются соли, которые ухудшают вкусовые качества еды, портят цвет и запах блюд. В больших количествах эти соли опасны для здоровья, при ежедневном использовании такой посуды возможны даже пищевые отравления.

Особенно не рекомендуется варить, а тем более хранить более суток в алюминиевых кастрюлях щи, квашеную капусту, маринованные овощи и грибы, соленую рыбу, а также минеральную воду, молочные, молочнокислые блюда и компоты. Кислая среда этих продуктов тоже воздействует на алюминий, в результате чего в микроскопических дозах металл может оказаться у вас в желудке. По результатам опытов были установлены предельно допустимые количества алюминия, попадающего из стенок посуды в пищу. Когда же стали проверять, сколько его растворяется в реальных продуктах, оказалось, что эти нормы превы-

шаются во много раз. Например, в кислых щах металла нашли в 70 раз больше положенного, а в клюквенном морсе и в маринаде - в 500!

По мнению ученых, алюминий, окисляющийся в воде, способствует возникновению ряда тяжелых заболеваний, а особой опасности подвергаются люди с большими почками.



Как же выбрать посуду?

Специалисты настоятельно советуют покупать посуду только в вызывающих доверие специализированных магазинах. Вредной может оказаться даже на первый взгляд безупречная фарфоро-фаянсовая посуда, если производители изготовили покрытие изделия из давно запрещенной глазури с содержанием свинца. В фирменных магазинах такая посуда сейчас встречается все реже, а вот за то, что продают на рынках и в переходах, ручаться трудно. Обращать внимание необходимо как на имя производителя посуды и упаковку товара, так и на соответствующие сертификаты качества.

Александра Гуркова



ООО "ОПЫТНЫЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД

Россия, Гусь-Хрустальный, ул. Интернациональная, д. 114



Опытный Стекольный Завод — один из крупнейших производителей сортовой посуды в России. Стеклоизделия изготовленные методом прессования рассчитаны на массового потребителя, они самые дешевые на Российском рынке, но при этом не теряют своих потребительских качеств. Продукция выпускается на немецком оборудовании фирмы Waltec. Ассортимент продукции богат и с каждым годом увеличивается. Он включает в себя: стаканы, стопки, креманки, кружки для пива, кружки для чая и кофе, пепельницы, салатники и многое другое. На предприятии успешно развивается направление по декорированию стеклоизделий. Особый колорит изделия достигается за счет современного и лаконичного декора: японских мотивов, морской тематики, живописных цветов и т.д. Постоянное стремление руководства к совершенству позволило предприятию выйти на европейский уровень. География коммерческой деятельности предприятия не ограничена, стеклоизделия извест-



ны по всему миру. Среди постоянных зарубежных партнеров можно отметить такие крупные компании как ИКЕА (Швеция), Ritzenhoff (Германия), Sahm (Чехия). И это не случайно, ведь девиз компании: "Качество по разумной цене". На предприятии создана специальная служба, осуществляющая контроль за выпуском высококачественной продукции.

Мы действительно стали выпускать красивую, современную и качественную посуду, выходим на новые рынки, ищем новые пути развития, претворяем в жизнь наши идеи.

Своим партнерам готовы предложить интересный товар и сотрудничество на выгодных условиях.

Приглашаем всех желающих к сотрудничеству!





НИТВЕНСКИЕ
СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ



www.nytva-nmz.ru

ОАО «Нытва»

Нытвенский металлургический завод
Россия, 617000, Пермский край,
г. Нытва, ул. Карла Маркса, 71
тел: +7 (34272) 3 09 29
факс: +7 (34272) 3 01 21

ООО «Торговый дом «ЭСТАР-Нытва»

Россия, 617000, Пермский край,
г. Нытва, ул. Карла Маркса, 71
тел: +7 (34272) 3 10 19
www.tdestar.ru

ООО «Управляющая компания «ЭСТАР»

Россия, 125126, г. Москва,
ул. Парфеновская, 34-1
тел./факс: +7 (495) 540-15-70
www.estarholding.ru

ТОРЖЕСТВО НЫТВЕНСКОЙ СТАЛИ

Прошли те времена, когда отечественные столовые приборы ассоциировались с алюминиевыми ложками и вилками из "совкового" общепита. На смену им идут красивые, выполненные в лучших традициях европейского дизайна изделия отечественных производителей. Так, например, только за 2007 год предприятием ОАО "Нытва" было произведено 16,1 млн. штук столовых приборов и кухонных принадлежностей. А в этом году помимо известных марок завод предложит своим покупателям новые модели изделий в сегменте "эконом-класс".

Требовательные покупатели давно оценили мастерство умельцев из Нытвы. В послевоенные годы, когда на Нытвенском металлургическом заводе была выпущена первая партия ложек, продукция сразу вошла в разряд престижных. Специалисты постоянно работают над новыми моделями столовых приборов, успешно сочетая возможности современных технологий и секреты мастеров, передающиеся из поколения в поколение. Об этом свидетельствуют многочисленные награды предприятия.

Успехи ОАО "Нытва" были не раз отмечены дипломами на крупных отечественных ярмарках. На двух международных выставках 2001 года изделия предприятия получили самую высокую оценку. Мастерство нытвенских умельцев

было отмечено почетным призом "За качество" Парижской международной выставки в 1999 году.

В прошлом году предприятие выиграло два тендера и выполнило в срок заказ по поставке 1 млн. 750 тыс. и 480 тыс. штук столовых ложек, вилок и чайных ложек модели "Торжество" для Вооруженных Сил РФ. На юбилейной X Всероссийской межотраслевой выставке отечественных товаров "Покупайте российское" набор столовых приборов модели "Торжество" отмечен медалью "Золотой Сири" I степени. За производство и продвижение высококачественной и конкурентоспособной продукции организационный комитет программы "Покупайте российское" также наградил предприятие специальным призом "Возрождение".

Главными составляющими успеха ОАО "Нытва" являются высокое качество продукции и широкий ассортимент, который пользуется спросом как у потребителей эконом-сегмента, так и среди рестораторов, отдающих предпочтение продукции премиум-класса. Так, наиболее узнаваемой и популярной в этом сегменте на сегодня является торговая марка **Garde**. Это столовые приборы, выполненные в европейском стиле специально для людей, которые стремятся подчеркнуть свою индивидуальность. Модель "Мондиал" торговой марки **Garde** имеет широкий ассортимент изделий и подойдет для сервировки блюд на любой вкус не только дома, но и в



лучших ресторанах. Все изделия выполнены из хромоникелевой стали на современном импортном оборудовании и соответствуют мировым стандартам качества и дизайна. Столовые приборы эконом-класса торговой марки **"Добросталь"** сочетают в себе доступную цену и высокое качество. Сегодня компания проводит ребрендинг, в результате которого произойдет слияние этих двух торговых марок в одну - **"Нытвенские столовые приборы"**.

При изготовлении продукции в Нытве используются специальные высококачественные марки пищевой нержавеющей стали - хромоникелевая 18/10, особо устойчивая и долговечная при использовании в общественном питании, а также безникелевая 18/00. Так, в 2007 году были изготовлены первые образцы моделей столовых приборов из тонколистовой стали новой торговой марки **"Новинка"**.

Весь металл проходит строжайшую санитарную проверку, его состав определен до сотых и тысячных долей процента с использованием методик спектрального анализа. Это делается для того, чтобы при соприкосновении с горячей пищей ложки, вилки и ножи были абсолютно экологически безопасны.

Новая продукция ОАО "Нытва", несомненно, порадует своих покупателей безупречным качеством и фирменным блеском нытвенской стали.

www.nyтва-nmz.ru

Нытвенский металлургический завод был основан в 1756 году. Сегодня ОАО "Нытва" входит в Металлургический холдинг группы компаний "ЭСТАР". Это многопрофильное предприятие, продукция которого находит широкий спрос практически во всех отраслях экономики, в том числе монетных дворах России и СНГ, крупнейших автозаводах, предприятиях электротехнической, машиностроительной промышленности, в оптовой и розничной торговле. По итогам Национальной премии в области бизнеса "Компания года 2007" ООО "Управляющая компания "ЭСТАР" удостоено премии в номинации "Металлургия" за успешную деятельность в 2007 году.



СВЕТ РУБИНОВЫХ ЗВЕЗД



Кто сегодня не знает о чайнике со звуковым сигналом, или, как говорят, со свистком? Для завода "Рубин" такой чайник своего рода визитная карточка. Хотя ассортимент предприятия огромен: все виды эмалированной посуды, а также посуда с тефлоновым покрытием, огнетушители, мусорные контейнеры, сельхозтехника. Сейчас осваивается выпуск деталей для автомобильного производства. Налажено сотрудничество с автомобильными заводами в Таганроге и в Ижевске. На заводе имеется высококачественное оборудование, которое позволяет выполнять сложные заказы по штамповке и покраске.

А начиналось все в 1927 году, когда было создано совместное русско-австрийское предприятие "Жесть-Вестен". В то время Михаил Матвеев, руководитель паевого товарищества "Жесть", заключил договор о совместной деятельности с Петером-Фридрихом Вестеном. Буквально за год предприятие развернуло серьезную филиальную сеть с представительствами в Москве, Минске, Харькове, Киеве, Днепре, Петровске и Владивостоке. Выпускаемая эмалированная посуда пользовалась высоким спросом, и к 1929 году ее прекрасно знали не только в центральной части страны, но и в Средней Азии, и на Дальнем Востоке.

Однако в 1934 году "Жесть-Вестен" ликвидировали... Правда, образовав на его базе новое предприятие - завод эмалированной посуды "Рубин". Именно ему предстояло пройти сквозь годы войны, сквозь непростую эпоху восстановления экономики молодого тогда еще государства, а позже перейти на рельсы рыночной экономики.

Сегодня "Рубин" - известная марка не только в отечестве, но и за его пределами. Об этом свидетельствуют международные награды, дилерские сети и заинтересованность в сотрудничестве иностранных компаний. Но не стоит забывать, что за всем этим стоит непрерывная и кропотливая работа сотрудников предприятия, всех тех, кто не оставил работу в цехе на волне перестроечных лишений и смены прежних жизненных ориентиров!

За этим стоит умение перестроить предприятие на нужды фронта, когда "Рубин" выпускал гильзы для патронов и снарядов, когда все работники, несмотря на голод, трудились не покладая рук для нужд фронта. За этим стоят реальные люди, вписанные в историю завода, который в 2007 году отметил свое 80-летие.

Серьезные шаги в освоении новых направлений деятельности, а также расширения торговых связей завод совершил в последние годы. Большую роль в освоении рыночного пространства сыграл опытный руководитель - Фред Германович Глonti, уже в течение 10 лет занимающий должность генерального директора. Когда-то по окончании института он пришел на "Рубин" рядовым сотрудником и начал свой трудовой путь с цеха №2. Сегодня завод - это дело всей его жизни, дело, которому он служит уже более 30 лет.

Новые эмали, дизайнерские находки, расширение ассортиментной линейки, развитие торговой сети - для всего этого фактически пришлось выстраивать работу предприятия заново, в соответствии с требованиями рынка. Сегодня "Рубин" прочно занял свою рыночную нишу и успешно развивается.

Недавно завод приобрел новую газовую печь (изготовлена в Словении) для обжига стальной эмалированной посуды

мощностью 200 тонн изделий в месяц! Не секрет, что эмалированная утварь всегда пользовалась устойчивым спросом. Ведь это самый экологически чистый вид посуды. Эмаль, которой покрывается металлический корпус изделия, не содержит вредных примесей и ничего не выделяет при контакте с любой пищей. Именно поэтому эмалированная посуда прекрасно подходит для хранения продуктов и сохраняет их природный вкус.

Сегодня потребность в качественной эмалированной посуде не снижается. Покупатели с удовольствием приобретают отечественную качественную, экологически чистую посуду, исполненную по новейшим дизайнерским разработкам. Тем более что в отличие от зарубежных аналогов розничная цена данной посуды соответствует низкой и средней ценовым нишам.

"Рубин" готов наращивать объемы своего производства и предлагает всем партнерам выгодные условия сотрудничества и осуществление совместных проектов.

Сегодня привлекательность и индивидуальность самых востребованных товарных линеек и наработанных технологий - рубиновых "звезд" известнейшей в России завода - может обеспечить звездную карьеру многим отечественным и зарубежным компаниям.

"НАМ ЕСТЬ ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ!"

ОАО "Ростовский-на-Дону" завод "Рубин" сертифицирован по системе менеджмента качества. Ему вручены два сертификата на соответствие ГОСТ: Р ИСО 9001-2001 и РВ 15.002-2003. Получение сертификата - подтверждение высокого класса выпускаемой продукции, доказать которое "Рубин" безоговорочно готов одним: качеством своей продукции.

С 2002-го по 2006 годы "Рубин" получил более 20 дипломов. Среди них: "За практический вклад по насыщению потребительского рынка товарами для быта", "За развитие и укрепление межрегиональных отношений, продвижение на российский рынок лучших отечественных технологий и готовой продукции", "За существенный вклад в рост промышленного потенциала Юга России".

В 2005 году завод занял второе место на всероссийском конкурсе "100 лучших товаров России".

В 2006 году в рамках регионального этапа Всероссийской программы "100 лучших товаров России" эмалированная посуда "Рубина" вошла в число "Лучших товаров Дона", а затем стала победителем во всероссийском этапе конкурса в номинации "Промышленные товары для населения".



for your home

**BOHEMIA
CRYSTALEX
TRADING a.s.**

Наши дистрибьюторы:

Богемия-Люкс
г. Москва
www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемия Трейдинг
г. Москва
www.imract.ru

Богемия Плюс
г. Краснодар
www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz

Традиция для будущего



BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s.

Наши дистрибьюторы:

Богемиа-Люкс, г. Москва, www.bohemia-glass.ru

Импакт Богемиа Трейдинг, г. Москва, www.impact.ru

Богемиа Плюс, г. Краснодар, www.bohemiaplus.ru

www.bct.cz

175 лет Дулеву



В декабре 2007 года ПК "Дулевский фарфор" отпраздновал 175-летие со дня своего основания Т. Я. Кузнецовым.

Специализируясь на выпуске посуды массового спроса, продолжая исторические традиции, завод стремится идти в ногу со временем. В связи с этим расширяется спектр производства: увеличивается объем подарочного ассортимента, а также скульптуры.

С учетом требований мирового рынка специалисты завода вплотную занимаются обновлением ассортимента ряда. Разрабатываются новые формы изделий, новые рисунки для декорирования. Наряду с этим восстанавливаются работы известных

скульпторов прошлого века, созданные ими в годы их творческой деятельности на Дулевском фарфоровом заводе. В настоящее время в связи с запросом на более дорогую посуду ведется разработка нового столового сервиза по мотивам кузнецовских изделий.

С целью дальнейшего роста производства и расширения рынков сбыта завод постоянно принимает участие в многочисленных выставках. Так, в январе нынешнего года он участвовал в Международной агропромышленной выставке "Зеленая неделя - 2008" в Берлине. В период работы выставки стенд "Дулевского фарфора" посетили потенциальные заказчики из Швейцарии, Италии, Германии, Китая, Арабских Эмиратов и других стран дальнего и ближнего зарубежья. Все заинтересовавшиеся партнеры

получили каталоги и полную информацию о ценах, условиях сотрудничества, а также консультацию по сертификации и экологичности фарфора. Восторг и нахлынувшие воспоминания произвел наш фарфор на посетителей и участников выставки из СНГ и особенно на жителей Германии - эмигрантов из России. Многие с удовольствием приобрели сувениры на память.

По вопросам сотрудничества обращайтесь:
142670, Московская область,
Орехово-Зуевский р-н,
г. Ликино-Дулево, ул. Ленина, 15.
Тел.: (4964) 140-291, 143-660, 140-873

www.dulevo.ru
e-mail: farfor@dulevo.ru
market@dfz.ru



Столовые Приборы от TalleR!

Каждому разь и стрин-ровке стала играть столовые приборы. Они могут придать столу роскошный или строгий классический вид. Каким он будет - решать только Вам, а торговая марка TalleR в этом поможет.

Дизайны наборов TalleR

различны: от простых классических форм до вычужденных, с вычужденной глянцевой или сложным узором, с сочетаниями глянцевых и матовых поверхностей, но при этом все они удобны в использовании. Отлично сбалансированные, столовые приборы марки TalleR «хорошо ложатся в руку».

Столовые наборы TalleR - это наборы действительно высокого качества, отвечающие строжайшим предъявляемым к ним требованиям. При изготовлении приборов, мы используем высококачественную нержавеющую сталь 18/10. Ножи изготавливаются из стали AISI3, которая сохраняет им долгие оставаться острыми. Толщина приборов TalleR - 2,5 мм, что помогает избежать деформации в процессе использования.

Благодаря высочайшей полировке и вычужденной глянцевой и матовой поверхности предметов, набор станет великолепным подарком к любому празднику.

Живи со Вкусом!

www.taller.ru



Мы ищем надежных партнеров и предлагаем глубокую систему скидок и маркетинговую поддержку. +7 (812) 290 66 83 +7 (812) 290 66 84



ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ
ПОСТУПАЕМ В НАШ ПОДРАЗДЕЛ
СЛЕДУЮЩИМ БУДУЩИМ ПЕРИОДАМ
www.techhalt.ru





ВЕСНА В КАСТРЮЛЬКЕ, или кулинарное настроение от "Лысьвы"



CHERRY

Весной особенно хочется чего-то нового - новых образов, форм, расцветок, вкусов и запахов, в конце концов! Это естественная потребность человека, связанная с желанием совершенствоваться, достигать новых целей, делать свою жизнь яркой, насыщенной приятными событиями и воспоминаниями о них.

Попробуем смело предположить, что любое приятное событие начинается с вкусного обеда. Почему бы и нет? Ведь недаром говорят (словами шотландского поэта Роберта Бернса): - "Желудок сыт - и жизнь бодрее!". А с чего начинается вкусный обед? Конечно же, с хорошего настроения хозяйки! Многие мужчины наверняка и не догадываются, что ее кулинарное настроение рождается не где-нибудь, а на кухне - в симпатичной эмалированной кастрюле. Кстати, это следует иметь в виду и тем, кто решил подобрать хороший ассортимент стальной эмалированной посуды для прилавков своего магазина.

Женский взгляд

В 1785 году княгиня Варвара Шаховская получила разрешение на строительство завода в Прикамье. Уже в XIX веке листовое железо с печатью мифического единорога становится известным на мировом рынке. В 1913 году на заводе было основано первое отечественное производство по эмалированию изделий из тонколистовой стали. На протяжении прошлого века лысьвенская посуда была практически в каждом доме. Ее образ - добропорядочной помощницы, веселой, милой, чистоплотной - сохранился и по сей день. Ей можно доверить свои лучшие кулинарные секреты - многие женщины годами охотно "секретничают" со своими лысьвенскими "подружками". А еще в отличие от неэмалированных кастрюль в ней можно хранить приготовленную пищу, не боясь химических реакций. Ведь всевозможные кисели, компоты, наваристые щи, борщи, грибницы и другие супы невозможно приготовить столь



"Уральский сувенир"



"Шехерезада"

РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

вкусными и ароматными в другой посуде. А что говорить о соленых огурчиках и квашеной капусте, которые хозяйки заготавливают впрок и каждую зиму радуют себя и близких разносолами. Более того, гладкая глянцевая поверхность эмалированного покрытия, получаемая плавлением при температуре более 700°C, препятствует размножению разного рода бактерий, а настои лекарственных трав из народной медицины рекомендуется готовить только в эмалированных емкостях. Посуда легко моется, в том числе в посудомоечных машинах. С ней удобно и потому всегда вкусно!

Сегодня производитель гарантирует неизменность сложившегося образа и для тех, кто впервые выбирает надежную помощницу для своей кухни, разглядывая красивую посуду на витринах магазинов. А продавец в свою очередь должен быть уверен в качестве этой продукции, знать особенности ее производства, уметь объяснить покупателю правила ухода за изделиями. Такое взаимодействие производителя и продавца делает бизнес эффективным и, главное, действительно полезным.

Все, что нужно знать о лысьвенской посуде

Лысьвенская эмалированная посуда - красивая и долговечная, удобная и практичная, стильная и безопасная. Ведь на заводе действуют собственные лаборатории, где специалисты работают над улучшением свойств эмалевых покрытий и внедряют свои новые разработки: белая эмаль с белоснежным оттенком, темноокрашенная химически стойкая эмаль, эмалевые покрытия "металлик" различных расцветок. Эмалированное покрытие лысьвенской посуды защищает продукты, сохраняет их природный состав и, следовательно, вкусовые качества пищи. Это подтверждается и решением независимого народного жюри в передаче "Контрольная закупка" на Первом телевизионном канале, в которой лысьвенская кастрюля попала в число лидеров, пройдя все этапы отбора из выбранных пяти отечественных и импортных брендов посуды. Но, как говорят в народе, с красивого лица воду не пить, и, перефразируя этот афоризм для посудной темы, не все то полезно, что красиво (импортная посуда не выдержала испытания лабораторными анализами на содержание вредных веществ).

Сегодня знаменитый Лысьвенский завод выпускает изделия и наборы посуды для разных целевых аудиторий. Для особых случаев и семейных торжеств - наборы с праздничным дизайном. Для романтических натур - изделия с нежным декором. Для любителей хайтека - актуальные расцветки с матовой поверхностью. Миниатюрные кастрюльки и удобные кашеварки благодаря экологичности эмалированного покрытия идеально подходят для приготовления пищи малышам. Словом, разнообразные коллекции посуды из Лысьвы позволяют экспериментировать и создавать не только неповторимые блюда, но и отличное настроение в интерьере любой кухни.

"Готовь со вкусом!"

ОАО "Акционерная Компания
Лысьвенский металлургический завод"
Тел. (34249) 9-20-79, факс (34249) 9-26-44

**E-mail: sbyt2@aklmz.ru
www.aklmz.ru**



Новинка -
дизайнерская линейка
"Золотая маргаритка"



ЦВЕТОЧНАЯ ФАНТАЗИЯ INTEROS



Качество всех линеек продукции остается неизменным: на заводе Avsar Enamel при производстве эмалированной посуды используется сталь толщиной 1,2 мм (для сравнения - обычно ведущие производители эмалированной посуды используют сталь толщиной 0,7-0,9 мм). Благодаря этому посуда дольше нагревается, исключая возможность пригорания пищи, и дольше удерживает тепло. Эмаливое покрытие устойчиво к воздействию щелочей и кислот и не вступает в химические реакции с пищевыми продуктами.

Цена изделий варьируется в зависимости от деколи и используемой фурнитуры. На всю продукцию нанесен логотип компании Interos. Так, наборы эмалированной посуды из 3 предметов с нержавеющей фурнитурой составляют ассортимент эконом-класса. Изделия с полноцветной деколью можно приобрести поштучно. Они представлены 16 цветовыми решениями по 18 наименований в каждом. Здесь покупатель найдет не только милые сердцу кастрюли, но и ковши, чайники, сковороды, сотейники, наборы для хранения готовой пищи и сыпучих продуктов. Каждое изделие упаковано в пленку и индивидуальную коробку, что оберегает их от механических повреждений, которые могут возникнуть в процессе доставки товара от производителя к покупателю. Цена индивидуального набора такой посуды будет

Чуть больше года назад молодая развивающаяся компания INTEROS впервые на российском рынке представила эмалированную посуду с полноцветной деколью турецкого производителя Avsar Enamel. Изделия, декорированные красочными соцветиями по всей поверхности, стали открытием для поклонниц эмалированной продукции. Ведь и ее цена остается вполне приемлемой на российском рынке посуды. Сегодня компания Interos, являясь эксклюзивным представителем завода Avsar Enamel в Восточной Европе и СНГ, планирует расширить свой ценовой сегмент и предложить наиболее взыскательным покупателям изделия класса люкс.

чуть выше цены эконом-класса.

Посуда класса премиум, с дорогой деколью под золото, серебро, с металлическим эффектом, представлена 5 цветовыми решениями по 11 наименований. На внутренние стенки всех изделий нанесено антипригарное покрытие. Это позволит умелой хозяйке использовать самую обыкновенную кастрюлю для жарки котлет, не прибегая к помощи сковороды и не беспокоясь о том, что плита может быть забрызгана жиром.

И самая дорогая серия, которую компания планирует представить своим покупателям в ближайшем будущем, -



ДИСТРИБУТОРЫ

эмалированная посуда класса люкс. Это изделия оригинальной формы с полноцветной деколью, керамическими ручками.

Как известно, цвет изделия, воздействуя на эмоции человека, играет важную роль в принятии решения о покупке. По мнению маркетологов, "правильный" цвет может стимулировать продажи практически любого товара. А самые "правильные" цвета и оттенки можно встретить только в живой природе. В наш технологичный век у многих обостряется желание быть ближе к своей естественной среде обитания. Это выражается в стремлении создавать в рамках своего дома собственный, экологически чистый мир. В нем есть место не только безмятежному скандинавскому ландшафту, но и разнообразию цветущей флоры. Цветочная тематика чаще всего используется в декорировании изделий из фарфора и стекла и отличается постоянным покупательским спросом, особенно в России (Восточной Европе).

До выхода компании на российский рынок такого буйства красок на привычной эмалированной посуде еще не было. Популярность посуде турецкой компании Avsar Enamel принесла именно полноцветная деколь. Сегодня завод занимает лидирующие позиции на мировых рынках по производству подобной посуды. Его продукция экспортируется преимущественно в страны Восточной Европы и США.

Технология полноцветной деколи до сих пор в достаточной степени не освоена, в том числе и российскими производителями. И хотя такие попытки предпринимались, по количеству деколей, цветовых решений, ассортиментных позиций и в таком объеме эмалированная посуда представлена только в компании Interos.

Компания действует в Ростове-на-Дону, Казахстане и Украине. В планах компании - расширить свой ассортимент, дополнив популярные деколированные изделия керамической посудой, чтобы получить готовое предложение для кухни в одном цветовом решении и подарить хозяйкам всегда отличное "цветочное" настроение.



ООО "ИнтерЕрос"

Тел.: +7 (4822) 39-49-15
+7 (4822) 39-47-88
www.interos-posuda.ru
e-mail:
office@interos-posuda.ru

Представительства:

Россия
ООО "ИнтерЕрос-Дон"
344065, г.Ростов-на-Дону
ул. Орская, 31в.
Тел.: +7 (863) 332-26-49
+7 (863) 332-27-53
office@interos-don.ru

Украина

ООО ТД "Интер-Трейд"
51200, Украина
г. Новомосковск
ул. Советская, 255.
Тел: +380 (5693) 71442
+380 (5693) 79171
www.intertrade.dp.ua

Казахстан

ТОО "ЮТС-Казахстан"
Республика Казахстан
050016, г.Алма-Ата,
ул. Панфилова, 20, офис 9
Тел.: +7 (3272) 790-462
utc-toro@nursat.kz



Администрация Волгограда, ВЦ "Царицынская ярмарка"

1-3 апреля 2008



XXIV специализированная выставка с международным участием
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК
ТАРА И УПАКОВКА

ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
РЕСТОРАН. БАР. СУПЕРМАРКЕТ



www.zarexpo.ru

ВОЛГОГРАД

Дворец Спорта Профсоюзов

Государственный оператор миссии



ВЦ "ЦАРИЦЫНСКАЯ ЯРМАРКА"

400005, Волгоград, пр. Ленина, 88, офис 504

Тел./факс: (8442) 23-33-77, 26-50-34, 26-95-07, e-mail: zarexpo@avtlg.ru

ЦАРСТВО СТЕКЛА НА ДОНСКОЙ ЗЕМЛЕ



Адрес:
344037, Россия,
г. Ростов-на-Дону,
ул. 14-я линия, 82.
Тел.: +7(863)295-55-55,
251-47-44, 266-53-92,
266-53-93, 266-53-94
Факс (автомат) +7(863)266-53-95
www.rostovposuda.ru



Toppodarky.ru

от Топ Стиль Групп

"Топ Стиль Групп", г. Москва,
ул. Молодогвардейская, 57.
Тел./факс 980-76-44
E-mail: info@topstylegroup.ru
www.toppodarky.ru

Все большее количество российских оптовых компаний рассматривают Интернет как перспективную среду продвижения товаров и услуг, позволяющую покупателям быстро находить интересные предложения, сравнивать цены и ассортимент товаров, оценивать их качество, время и стоимость доставки.

Интернет-торговля позволяет расширить пакет услуг компании и увеличить продажи.

Важной характеристикой является отсутствие временных ограничений и возможность для партнеров производить заказы и покупки в любое удобное время.

Оптовый интернет-магазин www.toppodarky.ru предлагает высококачественные сувениры и подарки из разных стран мира. На сайте компании можно найти элитные подарки для мужчин и женщин, для деловых людей, для людей, имеющих необычные хобби, например коллекционеров кукол или статуэток, интересующихся английскими традициями или восточной культурой, большое количество подарков для любителей кошек, собак, лошадей и других домашних и диких животных.

На любые вопросы, возникающие в процессе заказа, ответят компетентные менеджеры компании "Топ Стиль". Они всегда подскажут и посоветуют, что лучше подарить, какие подарки предпочесть, что выбрать. Важной является возможность подобрать подарки для определенного события в жизни человека - например, сервиз или фарфоровую куклу на свадьбу, подарок на день рождения, Новый год, новоселье, годовщину и так далее.

Предлагаемый в оптовом интернет-магазине ассортимент уникален, так как компания "Топ Стиль" является эксклюзивным представителем в России наиболее знаменитых английских подарочных компаний, разрабатывающих и поставляющих по всему миру свои собственные коллекции подарков и сувениров.

Среди партнеров компании знаменитые корпорации: Royal Doulton - производитель статуэток, столовой посуды и подарков из костяного фарфора; James Sadler, известный тем, что для декорирования чайников, шкатулок и кружек использует традиционные английские сюжеты: виды Лондона, английских гвардейцев и полицейских, знаменитые замки и дворцы, шекспировские сюжеты; Roy Kirkham, производящий подарочные чайные и кофейные наборы "Для завтрака" и "У телевизора", заварочные кружки и многое другое; Creative Tops - английский лидер в произ-

водстве "подносов с подушкой" и подставок на пробке.

Основой подарочного ассортимента оптового интернет-магазина являются коллекции двух грандов сувенирного рынка Великобритании - компании Lesser & Pavey со знаменитой маркой Leonardo Collection и компании Enesco с брендом Country Artists и многими другими коллекциями.

Обе компании поставляют на мировой рынок широкое разнообразие статуэток из фарфора и полистоуна, фей и ангелов, фигурок собак, кошек, лошадей, лягушек и других животных. В разработке изделий, включенных в коллекцию, принимают участие известные английские дизайнеры: Анни Роу, Кристин Хавортс, Грант Палмер, Ванесса Миллер и многие другие.

Дизайнерские коллекции "Леди", "Фей и ангелы", "A Breed Apart", "Best in Show" и другие не оставляют равнодушными российских покупателей и коллекционеров.

Еще одним успешным направлением подарочного ассортимента являются хрустальные и стеклянные вазы ручной работы от знаменитых польских производителей Jozefina и Jablonski.

Приглашаем вас на наш стенд D08 на Международной выставке "Подарки, весна 2008" 24 - 27 марта 2008 года, по адресу: Москва, Центральный Выставочный зал Манеж, а также на выставку "Мир Ресторана 2008", стенд В 26, которая пройдет с 23 по 26 апреля 2008 года в Гостином Дворе.



Приглашаем наших покупателей посетить оптовый магазин www.toppodarky.ru, где этой весной вас ждет большое разнообразие новых модных и качественных товаров:

фарфоровых кукол, прозрачных и цветных ваз, дизайнерских коров, искусственных элитных цветов, декоративных свечей, статуэток и фигурок животных из фарфора и полистоуна и многое другое.





Создай уют в нём!

Накануне нового, 2008 года торговая марка "Милый дом" и лично генеральный директор компании ООО "УютДепо" Надежда Владимировна Комиссарова получили почетную награду - орден I степени "За обустройство земли Российской". Орден был учрежден в 2007 году Международной академией общественных наук с целью поддержки эффективного социального партнерства российских предприятий. По этому случаю мы взяли интервью у Надежды Владимировны Комиссаровой.

- Ваша компания работает на российском рынке товаров для дома уже 8 лет и за эти годы стала широко известной как для профессионалов, так и для обычных покупателей. Расскажите, пожалуйста, о своей истории.

- До 1998 года у нас был другой бизнес, связанный с распространением в России немецких отделочных ма-

териалов (обоев и т.п.). После кризиса мы стали искать, куда приложить свои силы в новых условиях, и открыли небольшой магазинчик хозяйственных товаров на Савеловском рынке в Москве. Подбирая ассортимент для нового магазина, столкнулись с парадоксальной, на наш взгляд ситуацией: на тот момент в России - стране, славящейся своими лесными ресурсами, не было ни одного производителя или торговой компании, у которых можно было бы купить отечественную деревянную кухонную утварь европейских дизайнов и качества. Существовали народные промыслы (Хохлома, "Карельские узоры", Семеново и другие), но традиционная народная роспись часто не вписывается в стилистику современных кухонь. Люди хотели покупать разделочные доски без каких-либо изображений на них. Было несколько компаний, завозивших деревянные изделия для кухни и дома из Германии, Китая, Таиланда и других стран, а вот в нашей стране достойной

коллекции по данным товарам никто не производил. Стало несколько "обидно за державу", мы решили изменить данную ситуацию, и нам это удалось!

Сейчас ситуация изменилась, на российском рынке появились компании, изготавливающие множество товаров для дома, в том числе из дерева. Но нам при-



ДИСТРИБУТОРЫ

ятно, что мы были первопроходцами и остаемся законодателями тенденций в данной области. До сих пор в нашем ассортименте достаточно много эксклюзивных позиций, которые можно купить только у нас. Наши модели копируют конкуренты, но мы всегда стараемся быть на шаг впереди.

- Вы продаете только российские товары?

- Мы также размещаем свои заказы на фабриках в Китае, Таиланде, Индии, Украине. Словом, там, где предложение по цене, качеству и дизайну наиболее оптимально. "Милый дом" - это ведь не только деревянная кухонная утварь, в нашей коллекции широкий выбор разнообразной посуды и товаров для дома: качественный китайский фарфор с современными модными дизайнами, яркий домашний текстиль российских и китайских фабрик, посуда из стекла, термосалфетки из ПВХ и на пробковой основе, скатерти, ножи и навеска, формы для выпечки, изделия из силикона, пластика и меланина, кухонная утварь из нержавеющей стали, плетеные изделия, свечи, товары для ванной комнаты и бани: коврики и шторы в ванну, мочалки, массажеры, банные наборы и другие хозяйственные товары.

- А кто ваши основные клиенты?

- У нас широкая клиентская база по всей стране. Но в основном это магазины, работающие по системе самообслуживания. Поэтому весь наш товар имеет красочную и удобную индивидуальную упаковку, снабженную штрих-кодами по системе UNISCAN.

Сейчас мы разработали новую упаковку для всех товаров "Милого дома" в едином стиле. Нам хочется, чтобы изделия "Милого дома" выделялись на полках наших партнеров яркостью и позитивным посылом и являлись привлекательными для конечных покупателей. Мы богаты новыми идеями и всегда рады предложить что-то интересное. "Милый дом" - надежный партнер на пути к успеху!

- Спасибо, Надежда Владимировна, за интересную беседу. Желаем вам и вашему "Милому дому" благополучия и дальнейшего развития.

www.milydom.ru

www.houseware.ru

milydom@houseware.ru

Телефон

(495) 510-68-35

Факс

(495) 510-68-36





ЛИЛЛО

Сувенирная продукция и посуда

На протяжении 15 лет компания "Лилло" сотрудничает как с оптовыми клиентами, так и практически со всеми крупными московскими и региональными ритейлерами.

Занимая огромный сегмент рынка сувенирной продукции и предметов интерьера, мы стремимся к постоянному расширению ассортимента, обновлению дизайнов и цветовых решений.

В связи с повышением уровня жизни россиян и, соответственно, большими возможностями потратить средства на вещи изысканные, одним из приоритетов деятельности нашей компании стало развитие направления, рассчитанного на покупателей подарков премиум-класса и класса люкс. Главной идеей этого направления является стремление предложить специально подобранные и дополняющие друг друга предметы для стилистического и цветового решения интерьера.

Впервые мы представили эксклюзивную коллекцию ваз дизайн-студии Tiffany и линию интерьерных вещей Ormolu и Moretti.

Эти коллекции скорее не вопрос престижа фирмы, а возможность восполнения дефицита инноваций для требовательного покупателя.

Хрустальные изделия Deruta - это вазы, шкатулки, пепельницы из белого и голубого хрусталя.

Многими обывателями ваза воспринимается исключительно как универсальный подарок "чтобы не идти с пустыми руками". Но истинные ценители прекрасного понимают, что вазы способны создать дома совершенно утонченную атмосферу уюта. Казалось бы, что можно добавить к цветам, и без того прекрасным?

Ответ прост. Можно оттенить их красоту так, что она засияет новыми красками. Например, вазы Blue Crystal в сочетании с цветами переливаются как вечерний снег, создавая особое, романтическое настроение.

А вещицы из белого хрусталя, инкрустированные бронзой, подчеркивают романтику богемы. Вам захочется накрыть стол при приглушенном освещении, плотно закрытых шторах, мерцающих свечах. Каждое изделие линии Deruta производится вручную лимитированными партиями. То есть мастер изготовил 300 шкатулок определенной формы, и после этого форма уничтожается, а вместо нее появляется совершенно новая.

Коллекция Moretti - это бокалы, декантеры, предметы сервировки стола из венецианского стекла, инкрустированного разноцветной эмалью и хрусталиками. Линия Il Vetro del Mistero - "Таинственное Стекло" - одна из самых оригинальных. Каждая серия - "Парижский март", "Счастливые чувства", "Навсегда" - оригинальна по-своему. Бренд был создан в процессе современных инновационных разработок в двух профессиональных областях: дизайне и производстве. Стекло Moretti - это революция в передаче эмоций.

Коллекцию ваз от студии "Тиффани" компания "Лилло" представляет линией Favrile.

Favrile в переводе с латинского означает "сделано вручную".

В 1878 году американский бизнесмен и дизайнер Луис Комфорт Тиффани, сын основателя известного ювелирного дома, открыл стекольную фабрику в Европе.

Особый успех сопутствовал марке Favrile - окрашенному особыми реактивами стек-



Группа компаний ЛИЛЛО
 Москва, ул. Дыбенко, дом 7
 (495) 933-24-80, 933-24-84
www.lillo.ru
lillo@narod.ru

лу, отшлифованному до радужного сияния. В его структуру входят узоры в виде наплавленных рельефов, эмали и полудрагоценных камней. Фирма (известная с 1900 года как "Студия Тиффани") исполнила, в частности, серию дорогих высокохудожественных изделий для домов Вандербильтов, Осборнов, Карнеги, Марка Твена. Дизайн ваз от Тиффани дает нам возможность увидеть природную красоту цветного стекла и внести элементы роскоши в интерьер.

Интерьерная коллекция Ormolu - это декоративные изделия с элементами винтажа. В течение последнего десятилетия винтажность стоит на пике популярности среди элиты всего мира. мода на старину не проходила никогда. Может быть, мы просто устаем от суеты современных мегаполисов, уличного шума и сумасшедшего темпа, с которым несется жизнь. Любая седовласая бабушка скажет, что раньше было не так. А шарм старой вещи ненавязчиво свидетельствует о своих хозяевах как о людях состоятельных, интересующихся искусством и историей, а следовательно, приятных и высокодуховных индивидуальностях. И невольно хочется повернуть время вспять. Линия ваз, фоторамок, блюд Ormolu - это изысканная серия искусственно состаренных, выполненных под мрамор, вещиц, с элементами восточного батика, а также с коваными элементами. Коллекция аристократична в любом интерьере.

Компания "Лилло" планирует представлять российскому покупателю новые дизайнерские решения интерьерных коллекций. Мы надеемся на взаимовыгодное сотрудничество с серьезными партнерами.



ROSENBERG

Серебро, которое дешевле денег

(Rosenberg - нем. "розовая гора")

Уникальная технология немецкой компании Rosenberg позволила получать внешне серебряные изделия по цене в 1000 (!) раз дешевле цельносеребряных.

Среди обилия продукции для дома, подарков и украшений на прилавках все чаще можно заметить бирюзово-синюю упаковку с белым логотипом Rosenberg. По оценке компании Reuter GmbH, каждая десятая продажа в России в сфере металлических товаров для кухни, ванной или аксессуаров для сервировки приходится на продукцию Rosenberg.

У такой популярности продукции Rosenberg есть причины. Во-первых, продукция Rosenberg востребована. С каждым годом россияне все увереннее вкладывают деньги в свое благополучие, здоровье и

комфорт проживания. Во-вторых, по состоянию на 2006 год компания Reuter GmbH производила 5500 наименований продукции для дома, подарочной продукции и украшений - это самый большой в мире ассортимент металлической продукции для дома от одного производителя! В-третьих, компания интенсивно развивается, ежемесячно представляя на рынок новинки и уникальные разработки, интересные продавцам и покупателям. Кроме того, Rosenberg - это одна из первых компаний, которая еще в конце XIX века начала производить утварь для дома.

Компания Reuter GmbH структурно построена так, чтобы новые разработки как можно быстрее и в сохранности доходили до покупателей. Служба поддержки потребителей в каждой стране ведет мониторинг тенденций в моде и спросе, логистика отслеживает сохранность товара и упаковки в любой момент времени, а департамент разработки и промышленного дизайна разделен на дивизионы, каждый из которых занимается разработкой конкретно своего направления, которых всего пять.



Аксессуары с никельсеребряным покрытием

Пожалуй, самым успешным направлением Rosenberg стала посуда и аксессуары из металла с никельсеребряным напылением. Напыление из серебра в несколько микрон толщиной позволяет сотворить из любой основы товар, аналогичный по внешнему виду серебряному. Никель, входящий в состав напыления, укрепляет верхний слой и делает серебряное напыление более износостойким.

Покрытие разработано и запатентовано основателем марки Rosenberg Густафом Розенбергом в конце XIX века и внешне практически идентично серебру. Напыление серебра толщиной в 8 микрон на основу из силумина (твердый металлический сплав) делает изделие тверже, долговечнее и значительно (в 1000 раз!) дешевле цельносеребряного. В результате, заплатив небольшие деньги, покупатель получает практичное изделие, которое только специалист сможет отличить от серебряного. Технология изготовления позволяет создавать самые сложные рисунки и формы. Все предметы - вазы, подставки, подсвечники, винные и коньячные наборы, салфетницы, сахарницы, подносы, шкатулки, подставки под украшения и многое другое - все выполнено в виде коллекций и позволяет выбрать для обстановки вашего дома или офиса свой стиль.

ROSENBERG

Тел. +7 (495) 741-00-41
Факс +7 (495) 789-38-38
E-mail: od@tdkit.ru
www.tdkit.ru



Компании - участники выставки HouseHold Expo

В каталог включены компании, предоставившие сведения нашему изданию



ООО "КОМПАНИЯ "СОУЗПЛАСТИК"

Компания "Союзпластик" - один из крупнейших в России поставщиков хозяйственных товаров: изделий из пластмассы, стекла, металла, керамики, предметов и наборов для кухни и ванной комнаты.

111141, Россия, г. Москва, 2-й пр-д Перова Поля, д.2.
Тел., факс: (495) 231-21-77 (многоканальный), (495) 231-20-57, 58, 59
www.souzplastic.ru, E-mail: info@souzplastic.ru



ООО "СТЕКЛОПРИБОР"

ООО "Стеклоприбор" предлагает широкий ассортимент бытовых термометров, насчитывающий более восьмидесяти наименований: термометры оконные, комнатные, офисные, фасадные, водные, для сауны и т.д.

Европейское качество продукции достигнуто благодаря использованию современных технологий и высококачественного сырья. Специальное предложение - производство термометров по индивидуальному заказу с нанесением контактной информации и логотипа заказчика.

129515, Россия, г. Москва, ул. Академика Королева, д. 9, корп. 5
Тел.: (498) 681-55-11, 681-55-12 Факс (498) 646-26-67
www.steklopribor.ru, E-mail:stekloplus@korolev-net.ru



ООО СП "ТСИН ЭСТ ТРЕЙД"

Производство и реализация товаров народного потребления: хозяйственные губки для посуды, губки для уборки помещений, губки для тела, салфетки хозяйственные (вискоза, целлюлоза и другие материалы), пластмассовые изделия компаний KONEX, МТМ (Польша).

220070, Республика Беларусь, г. Минск, пр. Партизанский, д. 14
Тел. +375 17 248-90-83 Факс +375 17 248-20-53
www.tet.by, E-mail:a.dis@tet.by

ООО "ПЛАСТ ТЕКС"

Оптовая продажа хозяйственных товаров турецкого производства (аксессуары для ванной комнаты и туалета, аксессуары для кухни и т.д.).

115432, Россия, г. Москва, 2-й Южнопортовый пр-д, д. 12В.
Тел.: 958-89-54, 644-37-58 Факс 644-37-58
www.plas-tex.ru, E-mail:plast-tex@rambler.ru

ООО "УЛЬТРА ЛАЙТ"

Светильники настольные, торшеры, настенно-потолочные, ночники, прожекторы, ИК-датчики, фотореле, энергосберегающие лампы. Дизайн-бюро "Ультра Лайт" разрабатывает новые оригинальные модели.

105082, Россия, г. Москва, ул. Большая Почтовая, д. 34, стр. 12. Региональный отдел: 143985, Россия, Московская обл., г. Железнодорожный, ул. Автозаводская, д. 50А, офис 406.
Тел. 7 (495) 228-09-81 Факс 7 (495) 228-09-81
www.ultralight.ru, E-mail:torg_otdel@ultralight.ru

ГРУППА КОМПАНИЙ "СКРАП"

Оптовые поставки широкого ассортимента товаров народного потребления: посуда Mallony, бытовая техника Energu, теплотехника, садовый инвентарь, хозяйственные товары. Поставки по регионам России.

197348, Россия, г. Санкт-Петербург, Коломяжский пр., д. 10Э.
Тел., факс (812) 320-09-99
www.skrap.ru
E-mail:romanov@skrap.spb.ru info@skrap.spb.ru

ООО "ВТФК"

Компания является официальным представителем и дистрибьютором фирм York (г. Познань, Польша), AZUR, PLAFOR в России по товарам хозяйственно-бытового назначения (губки, салфетки, предметы домашнего обихода из пластика).

127238, Россия, г. Москва, Ильменский пр-д., д. 4.
Тел., факс 775-83-99
www.hoz-tovar.ru
E-mail:vtfk@hoztovar.ru

ООО "М-ДЕКОР"

Дизайн, декорирование, упаковка стеклоизделий (стаканы, бокалы, рюмки, стопки, пепельницы, кружки, наборы для воды, вазы декоративные).

601500, Россия, Владимирская обл., г. Гусь-Хрустальный, ул. Кравчинского, д. 14.
Тел.: (49241) 3-51-48, 2-09-22 Факс: (49241) 3-51-48, 2-09-22
www.m-decor.ru, E-mail:info@m-decor.ru

VALIANT

Производство и дистрибуция изделий для ванной комнаты и туалета.
59-60 Russel Square, London, United Kingdom
Российское представительство: Московская обл., г. Мытищи, Олимпийский пр., д. 46.
Тел., факс +7 (910) 107-36-70
www.valiant-new.com, E-mail:valiant.com@mail.ru

UCSAN PLASTIK

OUR FIRM HAS BEEN PRODUCING PLASTIC HOUSEHOLD AND KITCHENWARE ARTICLES AND FLOWER POTS SINCE IT WAS ESTABLISHED IN 1973. OUR FIRM HAS BEEN MANUFACTURING ALL ITS PRODUCTS FROM MOULD PRODUCTION TO PACKING WITH ITS OWN SKILLED STAFF IN ITS OWN PREMISES. UCSAN PLASTIK HAS BEEN WORKING TO SATISFY OF ITS CUSTOMERS NEED BY PRODUCING THE BEST WITH ITS OWN SKILLED STAFF IN ITS OWN PREMISES. UCSAN PLASTIK HAS BEEN WORKING TO SATISFY OF CUSTOMERS NEED BY PRODUCING THE BEST WITH THE CHEAPEST COST AT THE SHORTEST TIME.
BAGLAR MAH.M,MAR SINAN CAD.FIDAN.SK NO:7 34540 GUNESLI/BAGCILAR/TURKEY
Тел. 00 90 212 655 01 00 Факс 0090 212 515 36 03
www.ucsan.com.tr, E-mail:export@ucsan.com.tr

ООО "ОПТИМА-ТОРГ"

Производство, продажа и дистрибуция изделий для кухни и предметов домашнего обихода.
59-60 Russel Square, London, United Kingdom.
Российское представительство: Московская обл., г. Мытищи, Олимпийский пр., д. 46.
Тел., факс +7 (910) 873-74-62
www.else.com.ru, E-mail:contact@else.com.ru

"М-ПЛАСТИКА"

Производство хозяйственных изделий из пластмасс для дома, сада, ванной, кухни, детей.
140090, Россия, Московская обл., г. Дзержинский, ул. Энергетиков, д. 20.
Тел. (495) 775-33-70 Факс (495) 775-33-71
www.idea-home.ru, E-mail:info@m-plastika.ru

"ИСТОК"

Уникальное производство термосов со стеклянной колбой объемом 0,5 л, 1 л, 2 л - пластмассовый и металлический корпус; трубы из пропилена для холодной и горячей воды.
141190, Россия, г. Фрязино, ул. Вокзальная, д. 2А
Тел. 465-86-16 Факс 465-86-16
E-mail: info@thermos.ru

ООО "ТАВ-ТОРГ"

Широкий ассортимент посуды металлической: чугунной, алюминиевой, в т.ч. с антипригарным покрытием, из жаропрочного стекла, столовые приборы, медные турки.
109518, Россия, г. Москва, ул. Газгольдерная, д. 6А.
Тел. (495) 777-13-93 Факс (495) 777-13-29
www.tavtorg.ru, E-mail:tavtorg2002@mail.ru

ОАО "ИСКОЖ"

Производим и реализуем: клеенку столовую на тканевой основе и декоративную "Виниллайт"; винилискожу: галантерейную, обивочную; комплекты для обивки дверей, шланги ПВХ; скатерти из клеенки столовой.
225710, РБ, Брестская обл., г. Пинск, ул. Брестская, д. 57.
Тел. +375 (165) 341-585 Факсы: +375 (165) 350-161; 341-038
www.iskoz.com, E-mail:iskoz@mail.by, iskosh@brest.by

ООО "ТАНДЕМ-ПЛАСТ"

Изготовление и продажа изделий из пластмассы и стекла для кухни и ванной комнаты
127410, Россия, г. Москва, Алтуфьевское ш., д. 79А.
Тел.: (495) 901-94-95; 901-96-35 Факс (495) 901-94-80
www.tandemplast.net, E-mail:mail@tandemplast.net

ООО "КОМПАНИЯ РЕЛАКС"

Клеенка, скатерти в рулонах, коврики ворсовые, резиновые придверные, шторы, гладильные доски, сушилки, кастрюли в наборах и отдельными предметами, комплекты постельного белья и др.
111123, Россия, г. Москва, ш. Энтузиастов, д. 56, стр. 25.
Тел. (495) 786-99-11 Факс (495) 786-99-11
www.relaxcom.ru, E-mail:compani_relax@stream.ru





ПЕРВЫЙ ТЕРМОМЕТРОВЫЙ ЗАВОД

Ведущий российский производитель термометров бытового назначения. Самые низкие цены.
121471, Россия, г. Москва, ул. Рябиновая, д. 36, стр. 1.
Тел. (499) 726-01-38, 39 Факс (499) 726-01-38
www.1thermometer.ru, E-mail: info@1thermometer.ru



ООО "ЗОЛУШКА"

"Золушка" предлагает большой выбор хозяйственных товаров.
Наша продукция конкурирует с зарубежными аналогами по двум позициям: качеству и цене.
Клиентам предлагаем постоянное наличие товара и пакет маркетинговых материалов.
109382, Россия, г. Москва, Егорьевский пр-д, д. 1
Тел. (495) 514-07-22 Факс (495) 580-95-73
www.zolushka.cc, E-mail: domarket@mail.ru

ООО "ВОДОЛЕЙ"

Оптовая торговля столовыми приборами и подарочными наборами, из них от российских производителей: ОАО "З-д им. Кирова", ОАО "Труд", ОАО "Нытва", ОАО "Электросталь".
606100, Россия, Нижегородская обл., г. Павлово, ул. Красноармейская, д. 20А, офис 12.
Тел.: (83171) 2-19-09, 2-59-38 Факсы: (83171) 2-38-85, 2-38-75
E-mail: vdl@bk.ru

УП "БЕЛТОР7"

Производство литой алюминиевой посуды.
220141, Республика Беларусь, г. Минск, пр. Независимости, д. 164, 2-й подъезд, 14-й этаж
Тел. +375 (17) 285-92-00 Факс +375 (17) 285-92-11
www.beltor7.net, E-mail: beltor7@mail.ru

ООО "БЕКАРПЛАСТ"

Оптовая торговля товарами народного потребления из пластмассы производства Польши (Marc-TH, Bentom, Artgos, Gemet, Warmel, Practic, Group Pack и др.).
117405, Россия, г. Москва, ул. Дорожная, д. 60.
Тел. (495) 740-25-15 Факс (495) 389-26-00
www.bekars.ru, E-mail: bekars@bk.ru



ООО ЗПИ "АЛЬТЕРНАТИВА"

Мы сэкономим ваши деньги и время! Высокое качество. Современные технологии.
Стильный дизайн. Более 300 наименований изделий. Гибкая система скидок.
Любая форма оплаты. Бесплатная доставка. Трудно поверить? Легко проверить!
452613, Башкортостан, г. Октябрьский, ул. 8 Марта, д. 9А.
Тел. (34767) 4-34-24 Факс (34767) 4-34-24
www.alternat.ru, E-mail: grumov83@mail.ru, PANEL@ALTERNAT.RU

ЗАО "АЙТИН"

Белорусское производственное предприятие основано в 1996 году, производитель светильников для жилых помещений, бра, торшеров, настольных ламп, изделий из керамики: горшков для цветов, кашпо, а также подставок для цветов, выпускает широкий ассортимент зеркал бытовых и для ванных комнат.
220024, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Бабушкина, д. 6А, офис 1.
Тел. +375 (17) 291-90-82 Факс +375 (17) 291-90-82
www.aitin.com, E-mail: sbut@aitin.com

"АСБ-РЕЙТИНГ"

Компания "АСБ-РЕЙТИНГ" - крупнейшая в России компания - дистрибутор хозяйственных и сопутствующих товаров для дома, ориентированная на работу с крупными розничными сетями.
Работает на рынке с 1993 года.
109316, Россия, г. Москва, Остаповский пр-д., владение 4.
Тел. (495) 231-20-77 Факс (495) 231-21-01
www.hoztorg.ru, E-mail: refer@hoztorg.ru

ООО НПФ "БЕЛГАМИД"

Импортер и производитель аксессуаров для ванной комнаты, кухонного инструмента, предметов домашнего обихода из пластмассы, форм для выпечки.
109202, Россия, г. Москва, Перовское шоссе, дом 25
Тел. (495) 121-01-75 Факс (495) 171-10-12
www.belgamid.ru, E-mail: Alexander@belgamid.ru

ООО "БЕРНЕР ИСТ"

Германский завод по производству предметов кухонного обихода всемирно известной торговой марки BORNER:

- механические овощерезки, терки и овощечистки, не требующие заточки;
- кухонные ножи и наборы ножей изготовленные из высоколегированной ковanej стали для дома и для профессионалов;
- наборы профессиональных ножей "Карвинг" для декоративного вырезания из овощей и фруктов;
- перцемолки и солонки.

129626, Россия, г. Москва, Рижский пр-д, д. 11.
Тел. +7 (495) 683-26-27 Факс +7 (495) 683-00-78
www.borner.ru, E-mail:bornermos@yandex.ru

TOKYO

Эксклюзивный дистрибутор торговой марки TOKYO. Оптовая торговля.

121170, Россия, г. Москва, ул. Кульнева, д. 4, офис 527.
Тел.: 737-36-09, 737-39-20 Факс 737-07-20
www.tokyowares.ru, E-mail:info@tokyowares.ru www.tokyowares.ru

THERMOS

Компания THERMOS предлагает высококачественную продукцию: посуду из нержавеющей стали профессионального уровня, пластиковые контейнеры для хранения продуктов, более 200 различных моделей термосов, изотермические сумки. Оптовые поставки со склада в Москве, Европы и завода-изготовителя

121170, Россия, г. Москва, ул. Кульнева, д. 4, офис 527.
Тел.: 737-36-09, 737-39-20 Факс 737-07-20
www.thermos-russia.ru, E-mail:info@thermos-russia.ru

DUCK and DOG

Фирма Duck and dog является производителем элементов экстерьера и интерьера для дома, дачи, коттеджей и приусадебных участков: флюгеры, указатели ветра, кронштейны для цветов и фонарей, вывески, уличные термометры, указатели грядок, универсальные крючки, пирамиды-флюгеры для вертикального озеленения, этажерки для интерьера квартиры и дома

123423, Россия, г. Москва, а/я 58.
Тел. (495) 781-51-73 Факс (495) 781-51-73
www.duckanddog.ru, E-mail:info@duckanddog.ru

BEROSI

КУП "Легпромразвитие" производит: продукцию швейного производства (спецодежда), изделия домашнего обихода и изделия инженерно-производственного назначения из полимеров, пресс-формы.

Россия, Московская обл., г. Реутов, ул. Заводская, д. 4.
Тел. 981-35-23 Факс 983-05-82
www.berossi.ru, E-mail:zakaz@berossi.ru



www.berossi.ru

ООО "ИНСТРУМ-АГРО"

Производство и оптовая торговля инструментами для садоводов, снегоуборочным инвентарем и товарами для отдыха. Работа со всеми регионами. Экспорт и импорт.

606100, Россия, Нижегородская область, г. Павлово, ул. Кирова, д. 58.
Тел.: (831-71) 3-28-83, 3-28-84 Факсы: (831-71) 3-28-85, 3-28-86
www.iagro.ru, E-mail:info@iagro.ru

"ИНТЕР КЕРАМИКС"

Оптовая продажа фарфоровой и керамической посуды, сувенирных изделий, предметов интерьера.

117036, Россия, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3, офис 422.
Тел.: (495) 124-53-79, 124-53-74 Факс (495) 124-54-40
www.bestfarfor.ru, E-mail:interceramics@rambler.ru

ООО "ЛИМЕКС"

Производство и оптовая торговля аксессуарами из пластмассы для дома и ванной комнаты (зеркальные наборы, угловые полки, мягкие и жесткие крышки для унитаза, комоды, прищепки, карнизы, шторы, сушилки для белья, сиденья на ванну, табуреты, стремянки, гладильные доски, чехлы для гладильной доски и т.д.).

353922, Россия, Краснодарский край, г. Новороссийск, пр. Дзержинского, д. 211.
Тел.: (8617) 77-27-20/28/82 Факсы: (8617) 77-27-20/28/82
www.limeks.com, E-mail:info@limeks.com

ООО "ТД МЕТИЗ"

Производство ножей хозяйственных, поварских, для мясopереработки; буфетных принадлежностей и изделий из дерева для дома и общепита; товаров для отдыха: шампуров, мангалов, наборов барбекю, гамаков, котелков, ножей охотничьих.

606100, Россия, Нижегородская обл., г. Павлово, а/я 23.
Тел. (83171) 5-34-48 Факс (83171) 5-34-48
www.metizplant.ru, E-mail:metiz-pavlovo@narod.ru



ООО "АЛТАЙСКИЙ ПОЛИМЕР"

Компания производит и реализует оптом товары народного потребления из пластмассы, в том числе посуду и кухонные принадлежности, хозяйственно-бытовые принадлежности, изделия для цветоводства и растениеводства, осуществляет бесплатную доставку продукции компании по России.

656038, Россия, г. Барнаул, ул. Промышленная, д. 180.
Тел.: (3852) 299-747, (831) 221-38-15 (Нижний Новгород), 8 (910) 381-22-34 Факсы: (3852) 668-147, 668-713
www.alpol.ru, E-mail:sales@alpol.ru

ООО "АРКО"

Оптовые продажи товаров народного потребления: гладильных досок, сушилок для белья, лестниц-стремянков, посуды, сковород.

Россия, Московская обл., Одинцовский р-н, пос. Новоивановское, д. 1, корп. 3, этаж 4.
Тел.: (495) 941-90-99, 98, (495) 940-67-47, 97 Факсы: (495) 940-67-47, 97
www.arko.com.ru
E-mail:arko@bk.ru

КОМПАНИЯ "БИОСТАЛЬ"

Компания "БИОСТАЛЬ" предлагает вашему вниманию широкий ассортимент высококачественных термосов, термкружек и фляг из нержавеющей стали под торговой маркой BIOSTAL

105122, Россия, г. Москва, Щелковское ш., д.5.
Тел. 644-16-77 Факс 644-16-77
www.biostal.ru, E-mail:biostal@biostal.ru

ООО "ВИЛИНА"

ООО "Вилина" - российская компания, специализирующаяся на производстве и сбыте товаров для дома: душевых шторок, ковриков для ванных комнат, клеенок, скатертей ПВХ, салфеток и других аксессуаров, всегда востребованных покупателями.

192148, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Седова, д. 13, офис 239.
Тел. (812) 332-36-02 Факс (812) 332-36-02
www.vilina.ru, E-mail:vilina@rambler.ru, ifnfo@vilina.ru

ООО "ГУСЬ-ПОСУДА"

Оптовая продажа изделий из стекла, хрусталя, керамики, сувениров.
Нанесение логотипов, декорирование посуды.

601508, Россия, Владимирская обл., г. Гусь-Хрустальный, ул. Герцена, д. 21.
Тел.: (49241) 2-35-90, 3-38-00 Факсы: (49241) 2-35-90, 3-38-00
www.gusposuda.ru, E-mail:info@gusposuda.ru

ООО "ДЖИАРЕТТИ ИНДАСТРИ"

Giaretti - один из наиболее известных и перспективных итальянских брендов посуды. Под маркой Giaretti производятся: антипригарная и жаропрочная посуда, аксессуары для кухни, силиконовые формы.

143400, Россия, Московская обл., г. Красногорск, 2-й км Ильинского шоссе. Территория завода "БЕЦЕМА".
Тел. 992-65-27 Факс 741-75-39
www.giaretti.it, E-mail:sale@giaretti.ru

ЗАО "ДОБРУШСКИЙ ФАРФОРОВЫЙ ЗАВОД"

ЗАО "Добрушский фарфоровый завод" - ведущий производитель фарфоровой посуды в Беларуси. Более 300 наименований изделий: чайные, кофейные, чайно-кофейные, столовые сервизы, наборы, розничный ассортимент.

247050, Республика Беларусь, Гомельская обл., г. Добруш, ул. Лесная, д. 8.
Тел.: +375 (2333) 7-12-12, 7-10-07, 7-12-96 Факсы: +375 (2333) 2-19-48, 7-11-50
www.dzf.by, E-mail:market@dfz.by, sales@dfz.by

Группа компаний "ИИС-ПОСУДА"

ГК "ИИС-Посуда" уже более 15 лет занимает на рынке посуды лидирующие позиции и имеет представительства во всех регионах России. Группа компаний "ИИС-Посуда" реализует продукцию из стеклокерамики, фарфора, керамики, стекла и нержавеющей стали, столовые приборы и изделия для сервировки стола ведущих производителей мира. В ассортиментный портфель компании входит более 15 торговых марок, а также эксклюзивные сувениры ко всем праздникам. В составе Группы Компаний успешно работают два крупных фарфоровых завода страны.

142102, Россия, Московская обл., г. Подольск-2, пос. Ерино, д. 10.
Тел., факс (495) 984-64-30
www.iisposuda.ru, E-mail:refer@iisposuda.ru

ЗАО "ГК "ПЛАСТИК-ЦЕНТР"

Производственно-торговая компания, на рынке с 1996 года. Сегодня ассортимент "Пластик-Центр" насчитывает более 250 наименований изделий для дома из пластмасс.

121486, Россия, г. Москва, Коровинское ш., д. 13, корп. 1.
Тел.: (495) 223-00-77 Факс (495) 223-00-77
www.plastic-centre.ru, E-mail:mail@plastic-centre.ru



ОАО "ПОЛИМЕРБЫТ"

Производство товаров народного потребления из пластмасс
109202, Россия, г. Москва, ул. 2-я Карачаровская, д. 3.
Тел.: (495) 171-06-05, 170-87-56, 170-43-47, 171-36-68, 171-36-06 Факс (495) 170-87-56
www.polimerbyt.ru, E-mail: info@polimerbyt.ru, marketing@polimerbyt.ru

ООО "ПОЛИПЛАСТ-ТОРГ"

ЗАО "Компания "Полипласт" производит изделия из пластмассы: ведра, тазы, горшки для цветов, ковши, совки, вешалки, мыльницы и т.д. Все виды полиэтиленовой пленки.
152906, Россия, Ярославская обл., г. Рыбинск, ул. Бурлацкая, д. 14.
Тел. (4855) 28-41-30 Факс (4855) 28-41-13
www.ppk.yaroslavi.ru, E-mail: polyplast_k@mail.ru

ООО "ПРОМОС"

Оптовая поставка товаров для дома, отдыха и сада в сетевые магазины.
Постоянный ассортимент и сезонные коллекции.
107497, Россия, г. Москва, ул. Иркутская, д. 11/17, корп. 5.
Тел. (495) 730-30-74 Факс (495) 980-75-90
E-mail: sales@rcls.ru

ООО "РУСИНСТРУМЕНТ-РЕГИОН"

Замки врезные, висячие, накладные, изделия для ванной комнаты.
606185, Россия, Нижегородская обл., Сосновский р-н, с. Елизарово, ул. Советская, д. 1.
Тел. (83174) 2-28-52 Факс (83174) 2-28-88
www.rus-region.ru, E-mail: sales@rus-region.ru

ОАО "СТУПИНСКАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ"

Одним из направлений компании является производство ТНП: кухонной и хозяйственной посуды, молочных фляг и столовых приборов; алюминиевых отопительных радиаторов; кованых автомобильных дисков.
142800, Россия, г. Ступино, ул. Пристанционная, вл. 2.
Тел.: (49664) 4-71-81, 4-74-41 Факс (495) 580-54-75
www.smk.ru, E-mail: feoktistova@smk.ru

ООО "ФОРТ ВИД"

Оптовая торговля изделиями из пластмассы хозяйственно-бытового назначения от ведущих российских производителей. Пластиковая мебель.
107497, г. Москва, ул. Байкальская, д. 1/3.
Тел. (495) 748-44-66 Факс (495) 748-44-66
www.fortvid.ru, E-mail: sale@fortvid.ru

ООО "ХОЗТОРГПОСТАВКА"

Оптовая торговля - предметы домашнего обихода из пластмассы, товары для уборки дома производства Польши (YORK, PLAFOR, MTM)
143900, Россия, Московская обл., г. Балашиха, Западная промзона, ш. Энтузиастов, д. 4.
Тел.: (495) 223-63-12, (495) 782-74-58 Факс (495) 223-63-12
www.hoztorgpostavka.ru, E-mail: hoztovar@hoztorgpostavka.ru

КОММЕРЧЕСКАЯ ГРУППА "НЕГОЦИЯ"

Текстиль и пластик для дома. Производство, импорт, дистрибуция.
Скатерти, коврики, аксессуары для ванной комнаты.
Москва, ул. Южнопортовая, д. 7, автокомбинат №5.
Тел. (495) 540-55-49 Факс (495) 540-55-49
www.negoprom.ru, E-mail: emtex@user.ru

"ЭЛЕКТРО-ДЕЛЬТА"

Оптовая торговля: бытовая техника, садовый инвентарь, хозтовары, посуда из фарфора, керамики, стекла, нержавеющей стали.
346720, Ростовская обл., г. Аксай, ул. Промышленная, д. 6.
Тел.: (86 350) 5-20-10, 5-50-12 Факс (86 350) 5-20-10
www.el-delta.ru, E-mail: shilova-delta@yandex.ru

ООО "ММЦ" (ООО "Межрегиональный многопрофильный центр")

Производство и продажа текстильных изделий.
153025, Россия, г. Иваново, ул. Фролова, д. 6.
Тел. (4932) 30-70-86 Факс (4932) 30-70-86
www.ivanovommc.ru, E-mail: Rud-ra@mail.ru



**ООО "ПИЛОТ МС"**

Надежный поставщик посуды, кухонных аксессуаров и карнизов для штор с 1992 года. Дилер ведущих отечественных и зарубежных производителей. Лучшая классическая и современная посуда для дома.
125315 Россия, г. Москва, ул. Балтийская, д. 10, корп. 2.
Тел. (495) 231-24-44 Факс (495) 231-28-05
www.pilotms.ru, E-mail: pilot@pilotms.ru

**ООО "ВОСТОЧНЫЙ ПУТЬ"**

ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ И РАБОТА С МАГАЗИНАМИ. ТОВАРЫ ДЛЯ КУХНИ МАРКИ "ORIENTAL WAY", ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА, ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ. ИЗДЕЛИЯ ПРОИЗВОДЯТСЯ В ТАИЛАНДЕ И КИТАЕ. ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ ПОСТАВЩИКОВ КУХОННОЙ УТВАРИ ИЗ ДЕРЕВА.
РОССИЯ, 105264, МОСКВА, УЛ. 9-Я ПАРКОВАЯ, д. 37, ОФИС 407.
Тел., факс (495) 771-65-00
WWW.ORIENTALWAY.RU, E-mail: STATUS@ORIENTALWAY.RU

**ООО "ЧИСТЫЙ ДОМИК"**

ООО "ЧИСТЫЙ ДОМИК" предлагает более 5000 товаров для дома - посуду из керамики и стекла, изделия из пластмассы, щетки и швабры, губки и салфетки из Италии, Бразилии, Польши, Китая.
Тел.: (495) 363-34-61, 787-69-00, 785-04-19 Факс (495) 797-57-48
www.dom-k.ru

**ООО "АННА ЛАФАРГ И КО."**

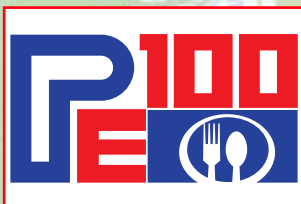
Оптово-розничная торговля. Предметы сервировки и декора стола: посуда из фарфора, керамики, стекла, хрусталя, металла; кухонные принадлежности; столовые приборы и аксессуары; подарки; предметы интерьера.
105425, Москва, ул. 3-я Парковая, д. 41А.
Тел.: (495) 234-61-64, (495) 965-16-01 Факс (495) 363-99-62
www.lafarg.ru, E-mail: info@lafarg.aha.ru

**ЗАО "ИМПАКТ БОГЕМИЯ ТРЕЙДИНГ"**

Фирма "Импакт Богемия Трейдинг" уже 15 лет крупнейший дистрибутор посуды, аксессуаров для сервировки стола, предметов интерьера и сувениров из 16 стран мира. На складе в Москве представлен ассортимент из более 25000 наименований 45 известных мировых марок.
105318, Россия, г. Москва, ул. Вельяминовская, д. 9, к. 1.
Тел. (495) 744-0050 Факс (495) 744-00-50
www.impact.ru, E-mail: info@impact.ru

**ООО "НОВАЯ ЛАГУНА"**

Группа компании "ЛИЛЛО" - оптовая продажа сувенирной продукции, новогодние сувениры, посуда из фарфора, хрусталя, керамики, стекла, фаянса, аксессуары для декорирования и сервировки стола.
Тел. факсы: 933-24-80, 933-24-84, 775-27-53
www.lillo.ru

**"ТОРГОВАЯ СЕТЬ "РЕСТО"**

Торговая сеть "Ресто" является первой в России системой класса Cash&Carry, ориентированной как на сектор HoReCa, так и на потребительский рынок. В ассортименте сети "Ресто" богатый выбор фарфора, стекла, наплитной посуды, бытовой и профессиональной техники, а также технологического оборудования.
127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 1.
Тел. (495) 737-38-37
Факс (495) 742-90-01
www.re100.ru, E-mail: info@re100.ru

ООО "ТК ПОЛИВАЛЕНТ"

Посуда нержавеющая, эмалированная, алюминиевая с а/п покрытием, столовые приборы, термосы, ножи, дерево.
111123, г. Москва, ш. Энтузиастов, д. 56.
Тел.: 672-29-78, 746-86-02, 746-86-26
Факсы: 305-59-71, 305-59-91
www.polivalent.ru, E-mail: polivalent@mail.ru

ООО "РОЯЛТОН ГРУПП"

Оптовая торговля:

-посуда из фарфора, керамики и стекла - "VABENE";
-посуда и аксессуары из нержавеющей стали "BERGNER", "Hermann Miller",
"STAHLHAUS", "Millerhaus", "KAISER HOFF";
-Бытовая техника "TRION", "EL-com" "Avilla", товары для красоты "Vivion".

117105, г. Москва, Нагорный пр-д, 12Б.

Тел., факс (495) 660-02-22 (многоканальный) www.royalton.ru, E-mail:info@bergner.ru, opt-royalton@bergner.ru

"МИЛЫЙ ДОМ"

Торговая марка "Милый Дом" широко известна в России своей уникальной коллекцией деревянной кухонной утвари. Мы предлагаем, качественные товары для дома российского и зарубежного производства в среднем ценовом диапазоне.

В нашем ассортименте вы найдёте товары для кухни (разделочные доски, ножи, фарфор, посуду из нержавеющей стали, текстиль и т.д.), товары для ванной комнаты (коврики, мочалки, массажеры, банные шапочки и пр.), хозтовары и подарки. Весь товар имеет яркую и удобную для магазинов самообслуживания упаковку со штрих-кодами.

142784, Московская обл., Ленинский р-н, с/к Московский, а/я 131.

Тел.: (495) 785-36-69, 510-68-35 Факс : 510-68-36 www.milydom.ru, E-mail:milydom@houseware.ru

ГК "СПЕЦТОРГ"

Оптовая торговля металлической посудой, хозтоварами, пластмассой, дачно-кемпинговой мебелью, столовыми приборами, изделиями из керамики, стекла, фарфора.

141031, г. Москва, п. Вешки, д. 24А.

Тел.: (495) 742-73-33 Факс (495) 742-73-33 www.spetstorg.ru, E-mail: info@spetstorg.ru

ООО "ВМЗ-УНИВЕРСАЛ"

ООО "ВМЗ-Универсал" - дочернее общество ОАО "Выксунский металлургический завод".

ООО "ВМЗ-Универсал" - это устойчивое высокоэффективное производство товаров народного потребления (в том числе: грабли, вилы, лопаты, с/о инструменты), изделий из металла, продукции порошковой металлургии, изделий из древесины и пластических масс, отгрузочных реквизитов для головного предприятия, ориентированное на постоянное улучшение качества и совершенствование процессов.

Основным видом деятельности является производство и сохранение широкого ассортимента продукции: *Вилы - 24 наименования; *Лопаты - 9 наименований; *Грабли - 4 наименования; *Прочий с/огородный инструмент - около 40 наименований; Планки, пластины и др. - для строительных целей.

607060, Нижегородской обл., г. Выкса, ул. Братьев Баташевых, д.45.

Тел.: (831-77) 9-30-47, 9-33-81, 3-04-93, Факс (831-77) 3-76-13

www.vsw-universal.ru, E-mail: korobkova_nv@vsw.ru

ООО "ПОЛИТЕХФОРМ" (СОЮЗПЛАСТИК)

Компания ООО "Политехформ" (СОЮЗПЛАСТИК) - один из крупнейших в России поставщиков хозяйственных товаров, изделий из пластика, стекла, металла, керамики; предметов и наборов для кухни и ванной комнаты.

Москва, 2-й пр. Перова поля, д.2.

Тел. 231-21-77 (многокан.)

www.souzplastic.ru, E-mail:info@souzplastic.ru

ООО "КАЛИПСО" (TESCOMA)

Полный ассортимент кухонной посуды из нержавеющей стали, принадлежностей и аксессуаров для приготовления и сервировки.

Москва, 2-й Павелецкий пр-д, д. 5, стр. 1, офис 302.

Тел.: (495) 772-97-72, 772-97-73, 772-97-74

Факс (495) 772-97-75

www.tescoma.com, E-mail:info@tescoma.com.ru

ООО "ДОМТЕК"

Оптовая продажа: Кухонные комбайны, измельчители, блендеры, чайники, пылесосы водной фильтрации, гладильные доски, напольные раскладные сушилки для белья, жаропрочное стекло Anchof, сковороды с тефлоновым покрытием торговой марки Bierhof, наборы посуды из нержавеющей стали 18/10 торговой марки Bierhof.

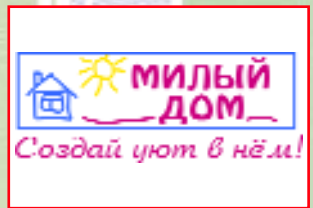
Тел.: (495) 795-07-81 (86,87),www. Bierhof.com, E-mail:Choco7506@mail.ru

ООО "АЛЕКС ТРЕЙД"

"Алекс трейд" - один из крупнейших российских дистрибьюторов бытовой техники. Основная стратегическая задача компании: продвижение на российский рынок брендов высокого и среднего ценового сегментов крупногабаритной и малой бытовой техники, а также посуды. Компания имеет успешный опыт работы с новыми брендами, являясь эксклюзивным дистрибьютором в России трех швейцарских торговых марок - Valera (приборы по уходу за волосами, www.valera.com), Bamix (погружные блендеры, www.bamix.com), Swiss Diamond (антипригарная посуда, www.swissdiamond.com).

127322, Россия, г. Москва, Огородный пр-д., д. 20.

Тел. (495) 755-99-13. Факс (495) 755-99-13 www.alextrade.ru, www.bytovaya.ru



СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

Только с 20 марта по 20 апреля в московском офисе компании "Комплекс-Бар" уникальная акция: **скидка 25%** на серию "Gibraltar"

Libbey®

Олд Фэшн «Gibraltar» 265мл
1020448 **31р50к**

Олд Фэшн «Gibraltar Tall» 207мл
1020320 **30р38к**

Хайбол «Gibraltar» 266мл
1010329 **31р50к**

Хайбол «Gibraltar» 355мл
1010510 **31р50к**

129085 Москва ул. Годовикова 9, стр. 31, этаж 4
тел/факс: (495)411-90-60
e-mail: sale@complexbar.ru www.complexbar.ru

Комплексное оснащение баров, ресторанов и кафе посудой, столовыми приборами, предметами сервировки стола, барным и кухонным инвентарем и другими аксессуарами

Бесплатная доставка любого количества товара по Москве, до аэропортов и вокзалов

КОМПЛЕКС **БАР**

*на правах рекламы