

ЖУРНАЛ



ИНФО

ПОСУДА

2011/2

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

НОВОСТИ

УКРАИНА

ВЫСТАВКИ

Событие, которое
обсуждают!

На Ambiente каждый
купец найдет свой товар

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Подведение итогов
2010 года

«Альтернатива» есть
всегда!

«Дулевский фарфор»
Лидирующее
предприятие России

Будущее начинается
сегодня!

Сохраняя сибирские
традиции

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Узнай правду
из первых уст!

РЫНОК ОН-ЛАЙН

Посуда в Интернете.
Возможности рынка

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Ритейл. Ситуация на
рынке сегодня и завтра

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ





VITESSE
Authentique Français

VITESSE®
Authentique Français



Pasabahçe





АЛЬТЕРНАТИВА
ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПЛАСТМАСС

БОЛЕЕ 800 НАИМЕНОВАНИЙ ИЗДЕЛИЙ
WWW.ALTERNAT.RU





452615 Россия, Республика Башкортостан, г. Октябрьский, ул. 8 Марта, 9А
Тел./факс: +7 (34767) 4-34-24, 3-99-91, www.alternat.ru, e-mail: tnp@alternat.ru

Crystalex



Claudia

THE ORIGINAL - since 1974

www.crystalex.cz

Crystalex



Angela
THE ORIGINAL since 2001

www.crystalex.cz

НОВОСТИ**Дальнее зарубежье
Россия и СНГ****12
16****ГОСТИ НОМЕРА****«АНЖЕЛА». Десять
успешных лет
Рельефный декор и объемные
формы****26
28****Evolution. Новая линейка
посуды из нержавеющей стали
DuPont представил новые
высококачественные
антипригарные технологии на
выставке Ambiente 2011****30
32**

Выпуск покрытий Teflon® в элегантном и натуральном оттенке слоновой кости подтверждает приверженность DuPont технологиям, которые компания направляет на непрерывное развитие своей продукции в соответствии с предпочтениями потребителей.

УКРАИНА**33****Таблица выставок
по посудной тематике****36****ВЫСТАВКИ**

**«Консумэкспо 2011». Событие,
которое обсуждают!** **38**
**IV Всероссийский форум
поставщиков и ритейлеров...** **42**
Macef 2011. **44**
Юбилей молодости! **44**
**На Ambiente каждый купец
найдет свой товар** **48**

В фарфоре и керамике главным героем 2011 года стал элегантный белый цвет с включениями «старых» или «состаренных» элементов в художественное оформление современных изделий.

**ПРОИЗВОДИТЕЛИ**

**Подведение итогов
2010 года** **51**
**«Альтернатива»
есть всегда!** **53**

Улучшению качества изделий способствует применение новых технологий, среди которых технология нанесения рисунка на изделие, система быстрой смены пресс-форм, энергосберегающее оборудование, новые горячеканальные системы.

ОСВОБОДИТЕ ЧАЙ ОТ ПАКЕТИКА...

bodum[®]



bodum в России

ООО «Домострой»

+7(495) 225-25-96

+7(812) 334-96-34

www.domos.ru

Редакция:

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

Телефоны:

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

E-mail:

posuda7862091@yandex.ru
 reklamaposuda@mail.ru
 pochtoposuda@mail.ru

www.posuda.info
 www.posudainfo.ru

Тираж 10 000 экз.

ПОДПИСКА-2011

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

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

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

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

Стоимость одного номера – 180 руб. для подписчиков РФ.

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

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

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

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

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

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

«Дулевский фарфор». Лидирующее предприятие России

55

Будущее начинается сегодня!

56

Сохраняя сибирские традиции

57

НАШИ ПАРТНЕРЫ Tescoma. Настроение праздника

58

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Отечественная посуда. Узнай правду из первых уст!

60

Сегодня альтернативой полимерному антипригарному покрытию является так называемое керамическое антипригарное покрытие.

РЫНОК ОН-ЛАЙН

Посуда в Интернете. Возможности рынка

62

Росту торговли до сих пор препятствует ряд серьезных факторов. Среди них на первом месте стоит боязнь приобрести некачественный товар, который будет проблематично вернуть, а также отсутствие возможности подержать в руках приобретаемую продукцию.

МЕРОПРИЯТИЯ

International Home + Houseware Show 2011

65

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Ритейл. Ситуация на рынке сегодня и завтра

66

Рынок розницы непродовольственных товаров покажет рост на 9,5% (это больше, чем в прошлом и тем более позапрошлом годах).

РЫНОК

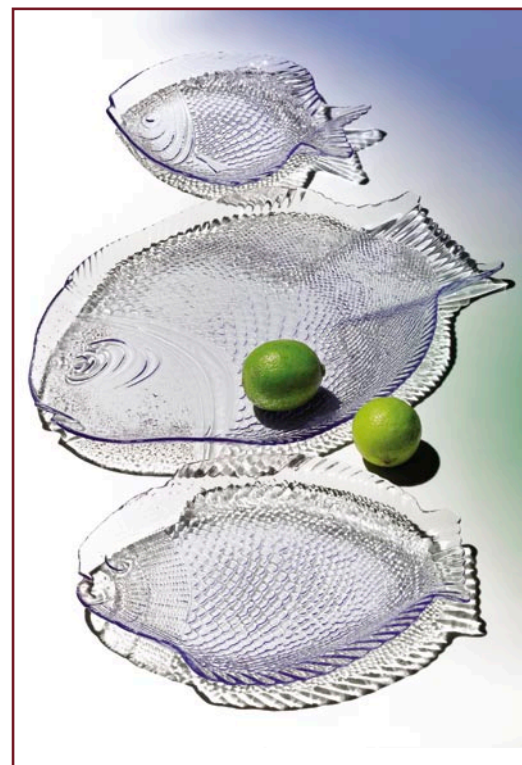
За державу обидно!

68

С 2010 года на интернет-портале www.buyfromturkey.org в посудной подкатегории покупатели имеют возможность видеть список производителей и экспортеров по группам товаров, а также установить с ними контакт через электронную почту или SMS-сообщение.

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ 70

Цветное стекло не потеряет свой светлосиний оттенок даже после многократного мытья в посудомоечной машине.



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

Заявка на подписку журнала «Посуда»

Наименование организации _____

ИНН/КПП _____ Юр. адрес: _____

Адрес доставки журнала: _____

Индекс

Обл./Край _____

Город _____

Улица _____

Корп., дом/офис _____

ФИО получателя _____

Тел. _____ факс _____

Количество экземпляров _____ перечень номеров _____

Способ получения счета: Факс E-mail

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





ΦΑΡΦΟΡ
SAM&SQUITO CLASSIC



SAM&SQUITO
STRENGTHENED BONE CHINA



www.klenmarket.ru, тел.: (495)925-00-87, 925-51-87
Студия сервировки и ресторанного дизайна, тел.: (495)788-07-01

Закрылась фабрика Haas & Czjzek

Haas & Czjzek, одна из старейших чешских фабрик по производству фарфора, продукция которой известна во всем мире, остановила свое производство 31 января 2010 года.

Владельцем фабрики являлся российский бизнесмен **Руслан Сайфулин**. В 2010 году убытки предприятия составили 10 млн крон. Их причиной стало повышение в России налога на чешский фарфор (40% продукции Haas & Czjzek поставлялось в Россию).

Существует вероятность, что бывшие хозяева фабрики выкупят ее у российского владельца и возобновят производство, оставив лишь 50 работников.

Справка. Фабрика по производству фарфора была открыта в городе Горни Славков (Карловарский край) в 1792 году. В 1992 году она была признана памятником культуры.

По материалам www.prague-express.cz

Концептуальная коллекция от Vrabantia

Торговая марка Vrabantia, хорошо известная на рынке хозяйственных товаров, открыла новое направление своей деятельности – **casual dining**.

На прошедшей выставке Ambiente во Франкфурте-на-Майне компания представила полную коллекцию **Get Together**, в которую вошли посуда, текстиль и аксессуары для сервировки стола (всего 100 наименований самых различных предметов).

Коллекция выполнена в сочетании модных цветовых оттенков: белого, серого и фиолетового. Использование таких материалов, как фарфор, нержавеющая сталь, дерево, текстиль и силикон, позволяет легко комбинировать отдельные предметы, создавая удивительные сочетания как по цвету, так и по тактильным ощущениям.

По словам **Дэвида Слейтера**, директора по продажам марки Vrabantia, Get Together открывает для компании новую категорию рынка, в которой очевиден серьезный потенциал для будущих продаж. И хотя любой предмет коллекции можно приобрести отдельно, концептуальная целостность будет стимулировать покупателя приобретать изделия в сочетании с другими предметами данной коллекции. Тестовые продажи подтвердили это мнение, доказав его справедливость на примере положительного опыта продаж в Великобритании, Бельгии, Франции и Нидерландах.

По материалам www.housewareslive.net



«АЖУРНЫЙ» ФАРФОР ALESSI



Голландский дизайнер **Марсель Вандерс** (Marcel Wanders) придумал для компании Alessi новый столовый сервиз, который был представлен публике в январе этого года на выставке Maison & Objet. Коллекция **Dressed** (англ. – «украшенный») включает все необходимое для сервировки стола: фарфоровые блюда, тарелки, чашки, столовые приборы и подносы из нержавеющей стали, а также хрустальные бокалы.

Серия выполнена в фирменной манере Вандерса – поверхности предметов украшает кружевная рельефная вязь, характерная для многих творений дизайнера. Аналогичный узор покрывает и оборотную сторону столовых приборов.

По словам автора, он старался создать посуду, которая одинаково подходила бы и для праздников, и для будней, делая каждый день особенным.

По материалам www.novate.ru



RIEDEL ПОМОЖЕТ КИТАЙЦАМ РАЗОБРАТЬСЯ В ВИННЫХ БОКАЛАХ



Известный производитель бокалов для вина Riedel начинает «агрессивную» кампанию по продвижению своей продукции в Китае. Учитывая, что сейчас здесь уже работают восемь франчайзинговых магазинов, к концу 2011 года компания планирует увеличить их число до 15. После этого планируется открывать по 30 магазинов в год. И если все пойдет по плану, то к 2015 году в 25 крупнейших городах Китая откроется более 120 франчайзинговых магазинов Riedel. По словам **Георга Риделя**, исполнительного директора Riedel, в Китае пока еще нет конкуренции в этом сегменте. Между тем, по прогнозам IWSR (аналитическая компания, изучающая мировой алкогольный рынок), рост потребления вина в Азии в течение следующих трех лет увеличится на 20%.

ВДОХНОВЕНИЕ ДЛЯ ВАШИХ ЧУВСТВ



Crystalex



Крупнейший чешский стекольный завод **Crystalex**, являющийся одним из главных производителей бытового и столового стекла, представил новые коллекции 2011 года. Три серии выполнены на автоматической производственной линии и заслуживают самых высоких пользовательских оценок. Это серии **Victoria**, **Sandra** и **Viola**.

Благодаря особому мастерству дизайнеров и декораторов к началу нового года было подготовлено более 100 высокохудожественных декораций, выполненных с помощью современного оборудования. Завод может предложить различные технологии декоративной отделки: «пантограф», «диарит» (т.е. алмазную гравировку), роспись. Также применяются методы напыления и трафаретной печати. Привлекательность такого рода украшений на изделиях фабрики Crystalex не вызывает сомнений.

Помимо дизайнерских новинок компания напоминает о прежних традиционных коллекциях, до сих пор подтверждающих свою привлекательность, например **Claudia** (дизайн М. Matousek, 1974) и **Angela** (автор дизайнера А. Holisova, 2001).

Компания Crystalex в 2009 году поменяла собственника и остается единственным владельцем всемирно известной торговой марки **Bohemia Crystal**.

Продукция под данной торговой маркой вывозится более чем в 80 стран мира.

www.crystalex.cz



Kukmara

Сделано в России

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

E-mail: kzmp@mail.ru

www.kukmara.com



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



изготовлена по современной немецкой технологии

Чайник для двоих

Дизайнер **Ewa Sendeka** (Польша) разработала концепт чайника «Инь-Ян», в котором можно заваривать два вида чая. И хотя функциональность этой разработки не слишком велика, зато в качестве «сувенира со смыслом» или подарка влюбленным он заслуживает внимания.

По материалам www.novate.ru



«Чувствительная» линия Rondine

Торговая марка **Rondine**, входящая в состав **Bialetti Industrie Group**, представила на выставке Macef 2011 новую линию сковород с антипригарным покрытием **Feeling Line**. Благодаря оригинальному цветовому решению сковороды способны «адаптироваться» к настроению шеф-повара. Это настроение непременно поддержит удобная бакелитовая ручка.

Amazonia – новая коллекция фарфора Villeroy & Boch

Компания **Villeroy & Boch** представила новую коллекцию столовой посуды **Amazonia**.

Коллекция, выполненная из костяного фарфора, включает тарелки нескольких размеров, чашки с блюдами, сервировочные блюда.

Впервые коллекция была представлена на выставке **Maison & Objet**, которая проходила в Париже в январе этого года.



«РЕТРО» ОТ PASABAHÇE



Новая серия **Retro** («Ретро») от компании **Pasabahçe**, разработанная специально для российского рынка, представлена бокалами для вина и шампанского, а также рюмкой. Высокие солидные бокалы, будто с королевских пиров, украсят любое торжество.



ВСТРЕЧАЕМ АКТУАЛЬНЫЕ НОВИНКИ!



ТМ **Zeidan** всегда чутко реагирует на потребности своих покупателей и постоянно радует их актуальными новинками. Этой весной **Zeidan** рада сообщить об очередном расширении ассортимента.

Популярная коллекция эмалированной посуды от **Zeidan** дополнена новой жаровней с внутренним антипригарным покрытием. Модель отличаются утолщенные стенки корпуса и дна и ручки из нержавеющей стали. Тяжелая и удобная жаровня

идеально подходит для использования в духовке, а также на всех видах плит, включая индукционную. Жаровня представлена в двух цветах и имеет подчеркнуто элегантный внешний вид.

Расширение ассортимента также коснулось и линии посуды из нержавеющей стали. Новый набор посуды из 7 предметов и одиночные кастрюли этой же серии отличаются необычайно привлекательной ценой и высоким качеством исполнения. Все изделия серии оснащены трехслойным термоаккумулирующим дном, имеют клепочное крепление ручек и внутреннюю шкалу литража.

Достойное место на любой кухне займет и новый набор кухонных принадлежностей от **Zeidan**. Набор выигрышно смотрится за счет матовой полировки. Оптимальное количество предметов набора обеспечивает его высокую функциональность.

Приглашаем вас ознакомиться с новинками ассортимента ТМ **Zeidan** на выставке **HouseHold Expo** с 5 по 8 апреля 2011 года в «Крокус Экспо», павильон №2.

ПЯТЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ KİKA В РОССИИ

Австрийский ритейлер **Kika**, развивающий сеть магазинов мебели и товаров для дома, открыл пятый гипермаркет в России. Новый магазин расположен в 3 км от Воронежа. Общая площадь гипермаркета – 13 тыс. кв. м.

Первый магазин **Kika** в России открылся в апреле 2009 года в Москве. На сегодняшний день магазины компании также работают в Самаре, Краснодаре, Ростове-на-Дону. Общая площадь магазинов сети в России составляет более 56 тыс. кв. м. Осенью 2011 года ритейлер планирует открыть второй гипермаркет в Москве.

Kika входит в пятерку крупнейших мебельных ритейлеров Европы. Компания работает на рынках Австрии, Венгрии, Румынии, Сербии, Хорватии, Чехии, Словакии и России. Сеть компании насчитывает 72 гипермаркета, совокупная торговая площадь которых – более 1 млн кв. м.

По материалам www.finmarket.ru





Vanity

Vanity 3x

В ожидании «сочного» лета

Наборы для сока с веселыми цветочными декорами пополнили ассортимент компании «Интерхозторг».

Также ассортимент компании пополнился новой линейкой металлической посуды с антипригарным покрытием торговой марки **Belezza**. Представленная посуда изготовлена методами штамповки, чеканки и литья.



Новинки Опытного стекольного завода

Опытный стекольный завод расширил свой ассортимент новыми изделиями с декоративной отводкой, а также представил новые деколи на кружках «Глинтвейн».

Компания «Джи-Лиан» расширяет свой ассортимент

Компания «Джи-Лиан» представит подарочный ассортимент торговой марки **Auratic** на выставке «HouseHold Expo. Весна-2011», которая будет проходить в Международном выставочном центре «Крокус Экспо» с 5 по 8 апреля 2011 года.

Посетите наш стенд №С304, мы будем рады вас видеть!



Новые подарочные наборы ОАО «Труд»

ОАО «Труд» выпустило ряд подарочных наборов в сериях «Сонет» и «Новинка». Наборы чайных ложек, 6-предметные и 24-предметные наборы на шесть персон украшены художественными росписями «Весна», «Лилия» и «Под золото».



СТЕКЛЯННОЕ EGO



Компания «Радиус» представила коллекцию стекла от итальянской торговой марки EGO. В разработке дизайна новой коллекции приняли участие лучшие дизайнеры Италии.

В «КРУАЖ» С RÖNDELL

Компания Røndell на мировом рынке профессиональной посуды с 1988 года, на рынке России с 2006 года, и за эти годы она стала признанным экспертом в области разработки дизайна и технологий. Бренд Røndell – трижды лауреат престижной премии «Бренд года/Effie» (в 2007, 2008 и 2009 годах).

11 марта 2011 года в Москве в стильном и гостеприимном ресторане «Круаж» состоялся званый ужин, на который компания Røndell пригласила своих партнеров и друзей. Гостей мероприятия встречала живая музыка, изысканные угощения, веселые, интересные конкурсы и, конечно, призы от Røndell. Во время интерактивной и яркой презентации гости узнали об истории бренда (название пошло от легендарного рыцарского кинжала Røndell) и об имиджевых коллекциях посуды. Далее был благотворительный аукцион в пользу Фонда «Подари жизнь», с которым активно сотрудничает Røndell (6% от продаж компания передает в Фонд). В завершение вечера все желающие насладились уникальным кулинарным шоу от итальянского повара. Компания Røndell подарила гостям не только посуду, но и потрясающее весеннее настроение праздника!

ГАРМОНИЯ ОТ ТМ КУКМАРА

ОАО «Кукморский завод Металлопосуды» освоило новую линию посуды – литую алюминиевую посуду с керамическим покрытием линии «Гармония». В качестве покрытия используется керамическое покрытие **GREBLON® Ceram** фирмы **WEILBURGER Goatings GmbH** (Германия).

Предлагаемая посуда с керамическим покрытием является альтернативой посуде с традиционным антипригарным покрытием и обладает всеми ее противопопригорающими свойствами. Данное покрытие не содержит **PFOA** и **PTFE** и отвечает всем требованиям, предъявляемым к качеству и безопасности посуды.

Нанесение керамического покрытия на изделие методом напыления по современной немецкой технологии обеспечивает посуде высокие эксплуатационные характеристики. Особый состав и структура керамического покрытия гарантируют высокую стойкость к истиранию, что дает возможность использовать металлические предметы. Хорошие термоаккумулирующие свойства покрытия способствуют увеличению скорости и равномерности распределения тепла по всей поверхности посуды, как следствие существенно сокращается время приготовления и снижается энергопотребление. Керамическое покрытие жаростойкое, в процессе приготовления пищи посуда может нагреваться до 400 °С, при этом внешний вид и свойства покрытия остаются без изменений. Глянцевая поверхность посуды с керамическим покрытием обладает высокой степенью скольжения, благодаря чему остатки пищи легко удаляются и посуда легко моется.

Линия «Гармония» представлена сковородами с несъемными ручками диаметром 220, 240 и 260 мм в различных цветовых решениях.

Также Кукморский завод выпустил новый казан для плова 110 л. Казан представляет собой сферическую форму с толщиной стенок от 5 до 8 мм (постепенное утолщение от стенок ко дну). Изделие предназначено для приготовления плова на открытом воздухе. Кроме того, оно подходит для приготовления большинства восточных блюд: лагмана, манпара и др.



CERAMIC GRANIT



Бери от жизни лучшее”



www.timaru.ru

Дистрибьютор торговых марок

TVS и **TimA** ООО “ТИМА”

MADE IN ITALY

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

Будянский фаянсовый завод обрел хозяйку?

На Будянский фаянсовый завод приехала новая хозяйка – племянница «фарфорового короля» Матвея Кузнецова. Пять лет Оксана Седых собирала документы и ходила по судам, чтобы доказать: завод – ее собственность. Четыре года назад предприятие стало банкротом. Производство практически разобрали на металлолом. В планах наследницы – найти инвесторов, возобновить производство и снова выпускать уникальную посуду. Ею представлены следующие документы:

- завещание известного предка, что в течение 25 лет после его смерти завод нельзя передавать никому, даже государству;

- справка из архива о том, что национализации не было;

- решение Октябрьского суда Харькова о том, что она имеет право претендовать на наследство.

Юристов такой набор документов и само дело очень впечатляют.

По материалам www.mediaport.ua

«Мраморная» Katrin

Торговая марка **Oriental Way** представила новинку – сковороды серии **Katrin** мраморного цвета с трехслойным антипригарным покрытием. Сковороды **Katrin** производятся из алюминия методом штамповки, антипригарное тефлоновое покрытие наносится методом напыления. Страна производства – Китай. Примерный срок службы при бережном использовании – около трех лет.

Новые рисунки на посуде от «Метрот»

В текущем году компания «Метрот» (официальный представитель сербского завода «Металац») продемонстрирует целую серию новинок. Первые из них – эмалированные изделия с рисунками «Шоколадница» и «Султан» уже поступили в продажу.

Литой алюминий от Regent inox

Ассортимент торговой марки **Regent inox** пополнился двумя новыми линиями посуды из литого алюминия **Magia** и **Element**. Обе линии посуды обладают качественным антипригарным покрытием **Quantanium**. Кроме того, ассортимент пополнился линией посуды **Easy** из высокопрочной углеродистой стали. Изделия имеют стойкое антипригарное покрытие и снабжены ручками на любой вкус – деревянными, пластиковыми и стальными.

«Английская классика»

Продукция ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» пополнилась изделиями с деколью «Английская классика» – цветочной композицией из весеннего букета ирисов, тюльпанов и нарциссов. С данной деколью представлены: чайный сервиз формы «Мария», столовый сервиз формы «Голубка», питьевой набор «Пингвин» и пр. Также завод продемонстрировал на ряде своих изделий новую деколь «Сирень».

УПРОЧНЕННЫЙ ФАРФОР SYMBOL



Фирма «ПИК» представила упрочненный фарфор от компании **Symbol** (Италия). Повышенное содержание оксида алюминия – так называемой алюминиевой крошки – и обжиг при более высоких, чем обычно, температурах делают фарфор особо прочным и стойким к механическим и химическим воздействиям. При глазуровании изделий используется особая технология, что позволяет добиться идеально гладкой поверхности.

Дизайнеры компании **Symbol** рекомендуют сочетать между собой посуду различных серий, а также использовать в сервировке стеклянную посуду, предлагаемую в дополнение к коллекции фарфора.

с собой посуду различных серий, а также использовать в сервировке стеклянную посуду, предлагаемую в дополнение к коллекции фарфора.

ЛОЯЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ «ПОСУДА ЦЕНТР»

Сеть магазинов «Посуда Центр» подвела итоги бонусной программы лояльности за 2010 год. Количество владельцев бонусных карт выросло более чем в 2 раза по сравнению с 2009 годом и составило 494 тыс. человек.

Всего за 2010 год было начислено бонусов на сумму более 16 млн руб. Такому результату, по мнению компании, способствовали активное продвижение программы лояльности и регулярные коммуникации с покупателями.

В настоящее время владельцы бонусных карт могут участвовать в акциях и получать больше баллов за частые покупки, покупку акционных товаров; дополнительные баллы начисляются также в день рождения.

Кроме того, в 2010 году стали проводиться персонализированные SMS-рассылки, а также анонсирование действующих акций на кассовых чеках.

Опыт компании «Посуда Центр» показал, что бонусная программа лояльности является эффективным инструментом управления покупательским поведением. В настоящее время программа лояльности действует во всех магазинах сети.

По материалам www.loyalty.info

КОРОТКО...

Ассортимент продукции **BIOSTAL** пополнился новыми термосами серии «Спорт». Корпус термоса покрыт защитным черным лаком.

Компания **Vitesse** представила новые модели посуды **Vitesse** и **Vitesse Classic**. Это серия новых сковород из углеродистой стали с цветным покрытием, различной формы и диаметра, а также серия сковород из алюминия с «мраморным» антипригарным покрытием.

В 2011 году компания «АСБ-Рейтинг» расширит свой ассортимент европейской посуды из жаропрочного стекла **TM TERMISIL** (Польша).

Компания «Мартика» представила новые термкружки с различными рисунками: «Знаки зодиака», «Родня», «Фрукты» и др. Изделия поставляются с крышками и без. Объем – 0,4 л.

Серия «Элит» торговой марки «Гурман» пополнилась новинкой – кастрюлей объемом 5 л.

Компания **Frybest** выпустит серию посуды **Orange**. Изделия, которые войдут в новую серию, а это сковородки, кастрюли и ковши, будут полностью выполнены в оранжевом цвете.

Сеть бутиков «Дом фарфора» пополнился новым магазином, который расположится в Москве в галерее «Кристалл» на ул. Марксистской, 38.



BERGNER®

НАРОДНЫЙ БРЕНД



Fusion

КРАСОЧНАЯ ПОСУДА ИЗ ЧУГУНА

По вопросам сотрудничества:
Bergner (HK) Ltd., ООО «Роялтон Групп»
www.bergner.ru
117105, Россия, г. Москва
Ул. Нагорный проезд, 12/Б
Тел./Факс: +7 (495) 66-00-22

Новая линейка приборов от Herp

Компания «Ина Интернешнл» представила новую линейку столовых приборов **Talia** от немецкого производителя изделий из нержавеющей стали для сферы HoReCa компании Herp. Тонкий, очаровательный дизайн приборов Talia является уникальным примером сочетания естественной элегантности и продуманной структуры.

В Чечне появится фарфоровая фабрика

В Грозном планируется строительство главной на Северном Кавказе фарфоровой фабрики. Инвестпроект по производству фарфоровых сервизов предполагается реализовать с участием немецкой компании, которая специализируется на поставках оборудования для фабричного производства керамической посуды, и российской Ассоциации производителей посуды. Фабрика будет выпускать фарфор и тонкую керамику для поставок во все регионы Северного Кавказа.

По материалам www.yuga.ru

«Криспар» он-лайн

Компания «ГенЛекс» запустила сайт, который продемонстрирует полный ассортимент продукции, представленный в фирменных салонах «Криспар».

Сеть салонов «Криспар» – это широкий ассортимент товаров для дома высочайшего класса: изделия из хрусталя и фарфора, столовые приборы, предметы интерьера и подарки.

По материалам www.krispar.com

Детские наборы Lubiana

Торговая фирма «Марита» представила детские наборы посуды от завода Lubiana. Изделия отличаются ярким, привлекательным дизайном, что очень нравится детям, а также высоким качеством фарфора и функциональностью, которые по достоинству оценят родители.

Новые серии WNK

Компания «Топ Стиль» сообщила о поступлении новых серий столовых приборов из высококачественной стали 18/10 от производителя WNK (Гонконг). Столовые приборы WNK – это многообразие серий классических и современных дизайнов, широкие линейки предметов, элегантный стиль и невысокие цены.

Справка. Завод WNK имеет более чем 50-летний опыт в производстве столовых приборов и поварских ножей высокого качества. Сегодня WNK – один из наиболее известных в Гонконге производителей столовых приборов.



КРУТЯЩИЙСЯ СТАКАН SHTOX



На прошедшей выставке «Консумэкспо-2011. Зима» особый интерес у посетителей вызвала оригинальная разработка отечественных дизайнеров – крутящийся стакан Shtox. Его можно сравнить с ротором в электрическом моторчике. Но, в отличие от электромоторчика, к стакану не нужно подключать электричество, он крутится от легкого прикосновения руки.

В 2009 году дизайнерский проект вращающегося стакана получил признание ведущих мировых экспертов в конкурсе **Red Dot Design Award**. Сегодня стакан Shtox изготавливается из высококачественного хрусталя в Германии, на заводе хрустальных изделий, принадлежащем известной компании **Nachtmann**. Дно каждого стакана вручную дорабатывается опытными мастерами завода для придания ему нужного рельефа.

НОВИНКИ СТОЛОВОГО СЕРЕБРА



ЗАО «Мстерский Ювелир» (Владимирская обл.) по заказу ООО «Сильвида» выпустило эксклюзивную коллекцию столового серебра «Сильвия». Изделия имеют оптимальный вес с утолщениями в местах наибольшего напряжения, что не позволяет приборам перегибаться. Дизайн подчеркнут классическим рельефным рисунком с легким оксидированием (чернением).

«КОРАЛЛ» РАСШИРЯЕТСЯ

Сеть магазинов подарков «Коралл» в 2011 году продолжит развитие в Центральной России. Компания планирует открыть не менее трех магазинов, инвестируя в них около 9 млн руб. Как рассказал Retailer.RU **Владимир Слепов, генеральный директор сети**, приоритетный регион – Владимир и крупные города Владимирской области. Магазины будут открываться в формате street-retail на центральных улицах.

В 2010 году продажи сети выросли примерно на 3% по отношению к 2009 году и составили более 450 млн руб. Общая сумма прибыли сети в 2010 году составила более 21 млн руб., чистая прибыль от продаж – более 10 млн руб.

В 2011 году компания рассчитывает увеличить продажи на 6% по отношению к 2010 году, а также улучшить показатель рентабельности за счет роста суммы среднего чека, заключил Владимир Слепов.

– Рынок подарков в городах Центральной России пока недостаточно насыщен, и уровень конкуренции на нем пока не высок, – считает представитель сети магазинов подарков «Красный куб» Анастасия Мостякова. – Рынок подарков как в крупных городах, так и по России в целом начал насыщаться последние год-полтора. Но все же, несмотря на выход новых игроков, есть еще место, где «развернуться», удивить покупателя, сделать его своим постоянным клиентом, – отметила она.

По материалам www.retailer.ru

СТЕКЛЯНЫЙ ЗАВОД НА КУБАНИ

В 2011 году в Краснодарском крае планируется строительство стекольного производства стоимостью 800 млн руб. Инвестором строительства предприятия, которое разместится в станице Архангельской, выступает компания «Кристалекс Рус». Завод будет выпускать стеклянную посуду и предметы интерьера. Завершение строительства планируется в 2012 году. В рамках проекта будет построен цех декорирования, где изделия будут расписываться вручную.





ЛЫСЬВЕНСКИЙ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ
ЗАВОД

Лысьвенская эмалированная
посуда

Готовь со вкусом!



ОАО "АК Лысьвенский металлургический завод"
618900, Россия, Пермский край, г.Лысьва, ул. Металлистов,1
Тел.(34249) 9-20-79, факс (34249) 9-26-44, e-mail: sbyt2@aklmz.ru, www.aklmz.ru

Коллекция Natura и Romona от Accademia Mugnano



Компания «АРТ-Трейд» представляет новые коллекции итальянского производителя качественной посуды из алюминия с антипригарным покрытием. Коллекции относятся к среднему и высокому ценовым сегментам и изготовлены методомковки. Презентация новинок прошла на выставке Ambiente во Франкфурте в феврале 2011 года.

В коллекции Romona использовано новое внутреннее экологическое биопокрытие **Cuore Bianco**. Биопокрытие произведено без перфтороктановой кислоты (PFOA) и сохраняет свой жемчужно-белый цвет в любых условиях, легко моется и позволяет готовить здоровую пищу без лишнего жира. Внешнее покрытие цвета «насыщенная медь» и ручки с эффектом soft-touch цвета кофе латте вносят эстетику элегантности на кухню и придают этой коллекции колорит Средиземноморья.

NATURA от «АРТ-Трейд» – это инновационная функциональная коллекция кухонной посуды из алюминия с керамическим белым покрытием с внешней и внутренней стороны. При производстве покрытия использованы самые современные нанокompозитные технологии, основанные на неорганических материалах с антипригарными свойствами. В такой посуде можно длительно хранить пищу. Тонкую эстетику белоснежного гламура дополняют белоснежные ручки с эффектом «змеиной кожи». В ассортименте коллекции представлены сковороды, сотейники, ковши и кастрюли.

Такая посуда именно для вас, дорогие гурманы и эстеты!



ООО «АРТ-Трейд»
Москва
Тел. +7 (495) 745-00-94
E-mail: arttreid@gmail.com

В СОЮЗЕ С «ДЕЛОВОЙ РОССИЕЙ»



3 марта 2011 года состоялось внеочередное общее собрание членов Ассоциации производителей посуды (НКО «АПП») и Комитета производителей посуды при ФМОС «Деловая Россия».

Представители исполнительного органа НКО «АПП» и Комитета производителей посуды при ФМОС «Деловая Россия» отчитались о своей деятельности во второй половине 2010 года. Члены правления озвучили рекомендации и пожелания по деятельности организации и обозначили планы развития на II квартал 2011 года.

На собрании обсуждалась программа 2-й Конференции НКО «АПП» «Реализация стратегии развития отрасли по производству посуды до 2020 года». Также подводились итоги деятельности Ассоциации по 2010 году. Было отмечено активное участие организации в профильных выставках и окончательно утверждена презентация Стратегии развития отрасли по производству посуды, хозяйственно-бытовых изделий из фарфора, керамики, хрусталя, стекла, металла и пластмассы в Российской Федерации, которая будет проходить в рамках выставки HouseHold Expo 5 апреля 2011 года.

TRIO OT BERGNER



Популярная во всем мире торговая марка Bergner выпустила на рынок новую посуду серии Trio. Это название серия получила благодаря комбинации трех разных сплавов в одном изделии – нержавеющей стали 18/10, меди и алюминия. Сочетание данных материалов позволяет объединить преимущества каждого из них:

- Нержавеющая сталь устойчива к окислению и воздействию агрессивных сред, в том числе при высоких температурах.

- Медь – лучший проводник тепла. Кухонная посуда из меди дает возможность прогреть блюдо быстро и равномерно.

- Прослойка из алюминия позволяет лучше накапливать тепло и более равномерно распределять его по поверхности.

Trio от Bergner – это не просто современный дизайн, но и последние технологии на вашей кухне!

ГОНКОНГ – ЕЩЕ БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ БИЗНЕСА!



3 марта текущего года в Москве прошел специализированный семинар «Гонконг – аспекты и возможности». Генеральный директор Торгово-экономического представительства в Лондоне правительства Специального административного района «Гонконг» г-жа **Эгнес Оллок** (на фото слева) отметила ряд важных моментов в развитии торгового и культурного сотрудничества между Россией и Гонконгом.

Не секрет, что для развития российского бизнеса Гонконг представляет очень важное звено на азиатском рынке. Сегодня Гонконг как столица выставочной деятельности Юго-Восточной Азии ежегодно привлекает более 5 тыс. бизнесменов из РФ и стран СНГ. Под влиянием европейской культуры Гонконг стал местом, где многим проще и спокойнее заключать сделки, чем, например, в ряде районов континентального Китая.

После отмены визового режима между Россией и Гонконгом в 2009 году количество российских бизнесменов (и, кстати, туристов тоже) возросло почти в два раза, что способствовало еще большему развитию торговых взаимоотношений и заключению новых партнерских соглашений. Кроме того, две авиакомпании – Cathay Pacific и Hong Kong Airlines – открыли регулярные рейсы между нашими странами, так что осуществить беспересадочный полет стало проще.



МНОГОЛИТРАЖНЫЕ КАСТРЮЛИ ОТ TALLER



Каждой, даже многочисленной семье необходима кастрюля большого литража, иначе как сварить холодец для приема гостей или компот для жарких летних дней?

Поэтому компания TalleR пополнила свой ассортимент двумя кастрюлями на 8 и 10 л из высококачественной нержавеющей стали марки 18/10.

Кастрюли имеют толщину стенок 0,8 мм и капсулированного дна 5,3 мм,

что обеспечивает быстрое нагревание и приготовление, исключает пригорание, дает возможность приготовить пищу с минимальным количеством масла и воды, а также максимально сохранить витамины, питательные и минеральные вещества.

Кастрюли подходят для всех типов плит и пригодны для мойки в посудомоечной машине.

ООО «Техбалт Таллер»

Тел.: +7 (812) 290-66-83, 290-66-84

www.taller.ru

Цветочные коллекции от Imari

Компания «Анна Лафарг» пополнила ассортимент новыми сериями посуды из высококачественной керамики ТМ Imari. Это новые серии «Весенний букет» и «Цветочная коллекция».

Новинки компании «Белый Парус»

Компания «Белый Парус» расширила ассортимент новинками ТМ Pasabahce. Это серия тарелок и салатников Blue и Green из закаленного стекла нежного голубого и зеленого цвета.





TalleR

| Живи со Вкусом!

МАРКА TALLER ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВУЮ ЛИНЕЙКУ КУХОННЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ ИЗ ХРОМИРОВАННОГО ЦИНКОВОГО СПЛАВА.

В ЛИНЕЙКЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ТРИ НАБОРА РАЗЛИЧНОЙ КОМПЛЕКТАЦИИ. ДВА С ПОДСТАВКОЙ ИЗ ДЕРЕВА, ОДИН — ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ, А ТАКЖЕ ОТДЕЛЬНЫЕ ПРЕДМЕТЫ: КОНСЕРВНЫЙ НОЖ, ОВОЩЕЧИСТКА С ПРОДОЛЬНОМ ЛЕЗВИЕМ, ОВОЩЕЧИСТКА С ПОПЕРЕЧНЫМ ЛЕЗВИЕМ, ПРЕСС ДЛЯ ЧЕСНОКА, ОРЕХОКОЛ, РАЗЛИЧНЫЕ ШТОПОРЫ И ОТКРЫВАЛКИ.

ВСЕ ПРЕДМЕТЫ ИМЕЮТ СИЛИКОНОВЫЕ ВСТАВКИ ДЛЯ УДОБСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ВЫСКАЛЬЗЫВАНИЯ.

(812) 290 66 83
(812) 290 66 84
www.taller.ru

Sam & Squito Quadro в компании «Клен»

Компания «Клен» представила фарфор серии Sam & Squito Quadro (Китай). Это широкая линейка изысканных предметов сервировки стола: блюда, мелкие и глубокие тарелки, салатники, кружки, чайники, кофейные и чайные пары. Изделия отличаются повышенной прочностью, что обеспечивает их эксплуатацию в течение длительного периода времени.

«Аппетитная» форма

Производственная компания «Дулевский фарфор» представляет столовый сервиз формы «Аппетитный» с новым живописным рисунком «Галина». Цветочный мотив выполнен в лучших дулевских традициях с использованием яркой мазковой росписи.

www.dulevo.ru



Весенние новинки

Торгово-производственная компания «Промснабфарфор» представила новую коллекцию товара к весеннему сезону – «Весна 2011». В ассортименте – кружки, чайные наборы, а также решетки для гриля.



Roll & Mix

Дизайнер Маркьял Ахсаян (Marcial Ahsayane) предложил концепт многофункционального кухонного приспособления – Roll & Mix. На вид ролик Roll & Mix похож на обычную скалку, однако он может быть и «толкушкой» для специй, и емкостью для жидкостей. Так, раскрутив скалку на две части, из одной половинки мы получим «толкушку», а другая половинка, полая внутри, станет бутылкой для смешивания соусов или коктейлей.

По материалам www.novate.ru



КОЛЛЕКЦИЯ НЕОБЫКНОВЕННЫХ ГРИЛЕЙ FYRKAT ОТ BODUM



Компания BODUM создала линию грилей Fyrkat и принадлежностей к ним. Красивые грили выпущены в шести ярких цветах: желтом, голубом, белом, зеленом, оранжевом и черном. К каждому из грилей можно подобрать комплект аксессуаров – сервировочные вилки, щипцы, лопатки, щетки – в аналогичной цветовой гамме.

Дизайнерская команда BODUM поставила себе целью сделать такие грили, на которые будет не только приятно смотреть, но и которыми будет удобно пользоваться. Грили

легко перевозятся в автомобиле и переносятся с места на место.

Для удобства транспортировки у гриля есть и специальные клипсы, закрепляющие крышку. Коллекция аксессуаров для гриля включает не только все необходимые приспособления для приготовления самых разных блюд, но и аксессуары для очистки гриля. Речь идет об удобной щетке с жесткими, легко справляющимися с задачей очисткой зубчиками. У щетки, как и у всех других аксессуаров BODUM, удобная ручка с силиконовой накладкой.

www.domos.ru

НОВАЯ СЕРИЯ СКОВОРОДОК ALZA ОТ «АРТ-ТРЕЙД»



ALZA – испанский производитель высококачественной посуды из нержавеющей стали 18/10. Сковорода в красивой индивидуальной упаковке – представляет новинку – сковороду серии **Natura**, которая произвела настоящий фурор на недавней выставке Ambiente во Франкфурте-на-Майне.

Модельный ряд включает все размеры от 20 до 32 см. Внешнее покрытие – нержавеющая сталь. Внутреннее – трехслойное антипригарное покрытие Quantanium кремового цвета. Эргономичные мягкие длинные ручки фиолетового цвета. Сковорода разработана на основе последних экологических норм и не содержит PFOA, подходит для всех типов плит.

Продукция ALZA отличается от аналогов безупречным европейским качеством и красивым дизайном, что делает ее неотъемлемой частью вашей кухни.

ООО «АРТ-Трейд»

г. Москва

Тел. +7 (495) 745-00-94

E-mail: arttreid@gmail.com



Accademia Mugnano

Непревзойденное Итальянское качество на Вашей кухне



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ДИСТРИБЬЮТОР
ООО «АРТ-Трейд»
+7 (495) 745-00-94
arttreid@gmail.com

NATURA MIA:
алюминиевая посуда
с керамическим покрытием.



accademia
mugnano

Angela

«АНЖЕЛА»
Десять
успешных лет

www.crystalex.cz



Коллекция рюмок Angela вместе с коллекцией Claudia принадлежат к наиболее популярным сериям компании Crystalex. Дизайнер А. Holisova представила свою работу Angela на международной выставке Ambiente во Франкфурте-на-Майне еще в 2001 году. Изделия сразу же вызвали большой интерес у клиентов.

Все рюмки прекрасно подходят для декорирования, поэтому в дальнейшем для них было разработано много декораций во всевозможных технологиях: «пантограф», «диарит», роспись или напыление. Огромный диапазон вариантов нанесения рисунков еще более увеличил заинтересованность клиентов.

Примечательно, что успех серии имеет не локальный, а глобальный характер: все предметы успешно продаются во многих странах мира.

Хотя изначально было предложено множество различных декораций, успешно продающихся до сих пор, коллекция Crystalex постоянно пополняется новыми очень интересными и привлекательными дизайнами. В частности, в 2011 году появился целый спектр оригинальных рисунков, выполненных различными способами.

После 10 лет продаж можно сказать, что Angela – это феномен компании Crystalex, и все указывает на то, что коллекция будет иметь успех и в будущем.

На выставке Ambiente в этом году, спустя ровно 10 лет после презентации Angela, А. Holisova представила еще одну свою коллекцию под названием Victoria. Эта серия вдохновлена традиционными вручную выдутыми формами, но иного характера, чем в коллекции Angela. При этом новая серия также ориентирована на выполнение различных декораций и, несомненно, будет иметь успех в будущем.

Но вернемся к юбилею. Пожелаем Angela дальнейшего успеха и еще много миллионов довольных клиентов.



Сделано в России



Крышка стеклянная
с металлическим ободом



диам. 20см.

арт. 4720



4687148913474

Изготовитель: ООО «ТимА»
Владимирская обл.,
Александровский р-н,
пос. Красное Пламя
тел.: (49244) 2-02-10
www.timaru.ru

Сделано в России

**Первый производитель
стеклянных крышек**

на Руси ООО «ТимА»

Владимирская обл., Александровский р-н,
пос. Красное Пламя, тел.: +7 (930) 748-39-00,
8(495) 543-82-28, 8(49244) 2-02-10

www.timaru.ru

РЕЛЬЕФНЫЙ ДЕКОР И ОБЪЕМНЫЕ ФОРМЫ



В создании стиля и имиджа ресторана участвует множество факторов, в том числе и используемая посуда. Бренд посуды – это своего рода визитная карточка ресторана. Непривлекательная, некачественная посуда может испортить впечатление даже от самого изысканного блюда.

Компания Steelite International является одним из ведущих мировых производителей и поставщиков превосходной высококачественной посуды и кухонных принадлежностей, продукция которого выпускается в г. Стоук-он-Трент в Великобритании, на заводе, имеющем более чем вековую историю производства. Завод является одним из самых современных и эффективных промышленных предприятий в мире и поэтому гарантирует вам высочайшее качество на весь срок службы изделия.

Деятельность Steelite International определяется простой философией «Сделано на всю жизнь», которая распространяется на все изделия коллекций Distinction и Performance.

Компания «Комплекс-Бар» предлагает вашему вниманию современную и универсальную серию белого фарфора Spugo («Спайро») – она относится к направлению Distinction, ориентированному на заведения высокого уровня.

Коллекция Spugo («Спайро») – эффектная серия, сочетающая в себе стильный дизайн и традиционный декор. Традиционные формы изделий для основных блюд удачно комбинируются с современным дизайном предметов чайно-кофейной группы. Каждое изделие украшено изысканным спиральным рельефным декором, который, отражая свет, рождает захватывающую игру света и тени, со-

здавая иллюзию объемности полых форм. Блюда, поданные на посуде серии Spugo («Спайро»), будут прекрасно смотреться как на банкете, так и в ресторане высокой кухни.

При производстве изделий этой серии используется белая фарфоровая глина с высоким содержанием оксида алюминия в глиняной массе. Вся продукция проходит до 53 видов различных проверок качества. Специальный высококачественный состав глазури покрывает не только рабочую, но и тыльную по-

верхность изделия. Фарфор обжигается полностью, включая дно, и при штабелировании тарелки не соприкасаются в основании друг с другом, поэтому посуда пригодна к «агрессивному» использованию, выдерживает многократное ежедневное мытье в профессиональных посудомоечных машинах с применением специальных моющих средств, а также подходит для морозильных камер и микроволновых печей.

Вопрос выбора посуды был и остается крайне важным. В целом рестораторы уже давно поняли, что на посуде лучше не экономить. Купив качественную профессиональную посуду, они получают возможность не тратить лишнего в последующие несколько лет.

Так, компания Steelite International дает на свою продукцию пожизненную гарантию от сколов по краю. Если на продукции появятся сколы или трещины в процессе ее использования, она подлежит замене. Компания «Комплекс-Бар», являясь генеральным дистрибутором компании Steelite, поддерживает эту гарантию на территории России и бесплатно производит замену приобретенных у нее изделий производства Steelite.

**Подготовлено по материалам
компании «Комплекс-Бар»
www.complexbar.ru**



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

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



★ ★ ★ ★ ★
RONA

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР:

«АЛ-Трейд»

Россия, г. Москва, ул. 3-я Парковая, 41А

Тел. +7 (495) 234-61-64

E-mail: info@lafarg.aha.ru

www.lafarg.ru

EVOLUTION

Новая линейка посуды из нержавеющей стали

Компания Røndell на мировом рынке профессиональной посуды с 1988 года, на рынке России с 2006 года, и за эти годы она стала признанным экспертом в области разработки дизайна и технологий. Бренд Røndell – трижды лауреат престижной премии «Бренд года/Effie» (в 2007, 2008 и 2009 годах).

Встречайте новую линейку посуды из нержавеющей стали – **Evolution!** Линия стальной посуды **Evolution** разработана для самых стильных хозяек – элегантное сочетание внешней сатинированной полировки корпуса посуды и изысканного дизайна ручек из нержавеющей стали не оставит посуду этой линии незамеченной.

Evolution от Røndell



Как и все остальные линейки от Røndell, посуда серии **Evolution** отличается высоким качеством и технологичностью.

Высококачественная нержавеющая пищевая сталь 18/10 на долгие годы гарантирует безупречный внешний вид посуды, ее практичность и долговечность. Посуда серии **Evolution** делается с использованием технологии «тройные стенки». Такая посуда нагревается на 30% быстрее за счет впавленной по всему корпусу пластины алюминия и при этом долго сохраняет тепло за счет свойств нержавеющей стали. В посуде с тройным монолитным корпусом создается тепловой эффект «русской печи», благодаря этому приготовленные в ней блюда сохраняют больше полезных свойств и получаются намного вкуснее!

В такой посуде лучше всего готовить блюда, требующие томления и длительного тушения, – щи, борщи, жаркое. Равномерный прогрев исключает возможность того, что часть еды начнет пригорать, в то время как другая останется сырой. Отметки литража на внутренней поверхности посуды **Evolution** позволяют легко соблюдать все рекомендации по рецептуре. Нужно отметить, что крепление всех аксессуаров у посуды этой линии – клепочное, что гарантирует его надежность и долговечность. Аккумуляция тепла при закрытой крышке создает замкнутый цикл парообразования, позволяя готовить в такой посуде без использования масла и воды или же с их минимальным количеством, что дает возможность сохранить натуральный вкус продуктов. Из нержавеющей стали в серии **Evolution** выпускаются: три кастрюли различного диаметра, сковорода, сотейник и ковш.

Эргономичный дизайн и функциональность посуды серии **Evolution** позволят вам наслаждаться процессом приготовления ваших любимых блюд! Все предметы продаются в элегантной подарочной упаковке с нетканым мешочком, к каждому прилагается буклет с рецептами фирменных блюд от Røndell.



Røndell
Professionals Recommend

Evolution от Røndell

УНИКАЛЬНЫЕ НАБОРЫ ПОСУДЫ FEST ОТ RÖNDELL

Посуда из нержавеющей стали Fest – это настоящая находка для всех любителей кулинарии, а особенно рады ей будут те потребители, которые не любят заполнять кухню бесчисленными предметами различной кухонной утвари.

Обновленная серия Fest представляет собой очень удобную и интересную посуду, отличающуюся некоторыми нюансами, делающими эту серию совершенно уникальной.

Во-первых, посуда серии Fest обладает надежной конструкцией съемных ручек, которая позволит вам легко присоединять ручку к корпусу посуды. Вы можете в любой момент присоединить ручку к базе, превратив емкость в удобный ковш или сотейник, а если рецептура блюда требует его доведения до готовности в условиях духового шкафа, вы легко перенесете предмет Fest внутрь духовки и отсоедините ручку. Крышки и ручку в духовке не использовать.

Во-вторых, в каждом наборе предусмотрена уникальная универсальная крышка с автоматическим клапаном для выпуска пара. В режиме AUTO клапан сам регулирует выпуск пара в зависимости от интенсивности кипения. Крышка подходит для пяти размеров посуды диаметром от 16 до 24 см.

Кроме того, предметы серии Fest комплектуются специальными пластиковыми крышками; используя их, вы получаете замечательную емкость для хранения продуктов. Ковши серии Fest выполнены из высококачественной нержавеющей стали 18/10, которая гарантирует безупречный вид посуды, практичность и долговечность, обладают отметками литража. Благодаря сверхпрочному антипригарному покрытию Excalibur, которое используется в сотейнике, вы можете применять металлические лопатки.

FEST от Røndell



Серия Fest предлагается в 2 вариантах.

В первый входит ковш диаметром 20 см, сотейник диаметром 24 см, съемная ручка, одинаково хорошо подходящая и к ковшу и к сотейнику, две пластиковые крышки и универсальная крышка, подходящая к посуде диаметром от 16 до 24 см.

Второй набор – это три ковши (диаметром 16, 18 и 20 см), три пластиковые и одна универсальная крышка, подходящая к посуде диаметром от 16 до 24 см, и съемная ручка.

Теперь вы сможете экономить пространство на кухне и готовить блюда на плите и в духовке, не меняя посуду! Наборы Fest из 6 и 8 предметов – это ковш, сотейник, форма для выпечки и запекания и емкость для хранения в одном предмете!

www.rondell.ru



Новинка в ассортименте!

ООО «Стеклопласт» представляет новинку своего ассортимента, крупнейшего польского производителя товаров народного потребления – «YORK».

Торговая марка «YORK» появилась на рынке в 1992 г. На сегодня это одни из самых крупных в Европе производителей товаров народного потребления, предназначенных для поддержания чистоты в Ваших домах. В ассортименте «YORK» представлена широкая гамма товаров из пластмассы, щеточная продукция, значительный выбор губок для мытья посуды и душа, кухонные металлические скребки, большое количество кухонных салфеток, резиновых перчаток и многое другое. Идя в ногу со временем, «YORK» внедряет выпуск нового товара, используя современный дизайн и учитывая при этом новейшие мировые тенденции в области производства товаров для дома. В ближайшее время продукцию торговой марки «YORK» Вы сможете приобрести в любом подразделении нашей компании: **С-Петербург, Москва, Уфа.**

Приглашаем к сотрудничеству!



15 лет заботы о Вашем доме



Санкт-Петербург
т/ф.: +7 812 702 31 09(10)
факс: доб. 205
ул. Профессора Качалова д.11



Москва
т/ф.: +7 495 544 28 28
+7 499 340 31 90
г. Королев,
ул. Силикатная д.10А



Уфа
т/ф.: +7 347 242 22 53
ул. Цветочная д.38



DuPont представил новые высококачественные антипригарные технологии на выставке Ambiente 2011



Показаны новые антипригарные системы Тefлон® для жаропрочной посуды следующего поколения.



Появление новых, более долговечных антипригарных покрытий DuPont™ Teflon® для домашней посуды подтверждает данное компанией DuPont обещание о постоянном создании инноваций и развитии новых технологий.

Новые антипригарные системы Тefлон® для кухонной посуды доступны в чистом, элегантном натуральном оттенке слоновой кости.



Новое антипригарное покрытие для кухонной посуды, выполненное в чистом, элегантном натуральном оттенке слоновой кости, будет доступно лицензированным европейским клиентам по соответствующему запросу в течение всего 2011 года.

DuPont продолжает творить историю и представляет новые антипригарные системы Тefлон® для жаропрочной посуды следующего поколения, а также покрытия для кухонной посуды, выполненные в чистом, элегантном оттенке слоновой кости.

Новое поколение антипригарного покрытия Teflon®, прекрасно продемонстрировавшее себя для кухонной посуды, теперь применяется и для производства жаропрочной посуды, обеспечивая ей еще большую долговечность. Новые покрытия, созданные на основе запатентованной технологии

DuPont™ GenX, позволяют выпускать высококачественные фторполимеры без использования перфтороктановой кислоты (PFOA), но по-прежнему с превосходными антипригарными свойствами, присущими бренду Teflon®.

Для эффективного позиционирования новинок DuPont реорганизовал портфель брендов антипригарных покрытий для жаропрочной посуды и привел их в соответствие с сегментом кухонной посуды. В портфель входят:

- однослойное покрытие Teflon® Classic для редкого использования на кухне, обеспечивающее легкость выпечки и простоту в уходе;
- двухслойное покрытие Teflon® Select для регулярного использования на кухне, обеспечивающее более легкое извлечение выпечки и простоту в уходе на протяжении длительного времени;
- усиленное двухслойное покрытие Teflon® Platinum, разработанное для толстостенной жаропрочной посуды и удовлетворяющее самым высоким требованиям к выпечке. Обеспечивает наилучшее качество с точки зрения устойчивости к царапинам и легкости извлечения выпечки на протяжении длительного времени.

Как и любое другое покрытие Teflon®, новая система позволяет легко и бережно извлекать выпечку из формы, подходит для мытья в посудомоечной машине и дарит возможность наслаждаться здоровым питанием – жарить с меньшим количеством масла или вообще без него.

– Наши новые системы Teflon® для бытовой жаропрочной посуды являются самым экологически безопасным решением. И не только потому, что в их основе лежит технология GenX, но и благодаря возможности более длительной эксплуатации по сравнению с продукцией конкурентов, – отметил Фил Бардслей (Phil Bardsley), менеджер по продажам бытовых и промышленных покрытий в Европе, Африке и на Ближнем Востоке отдела «Фторполимерные решения Дюпон».

Лидеры рынка, антипригарные покрытия Teflon®, – теперь в чистом и натуральном оттенке слоновой кости.

Следуя модным тенденциям рынка, DuPont вкладывает ресурсы в технологию Teflon®, предлагая производителям и потребителям кухонной посуды под-

DuPont™ Teflon® был открыт в 1938 году химиком из компании DuPont – Роем Планкеттом. Впервые посуда с антипригарным покрытием Teflon® появилась на рынке США 50 лет назад. Посуда с покрытием Teflon® облегчает процесс приготовления пищи и мытья посуды. Компания DuPont создала широкую линейку антипригарных покрытий для самых разных пользователей: от кулинаров-самоучек до профессиональных шеф-поваров. Для получения более подробной информации, пожалуйста, посетите сайт: www.teflon.com или www.genx.dupont.com.

линное и долговечное качество безопасного и наиболее прочного антипригарного покрытия, но теперь – в новом элегантном и натуральном оттенке слоновой кости. Непревзойденными остаются показатели превосходного извлечения из формы, устойчивости к образованию царапин и стиранию. При этом стойкость к появлению пятен, столь важная для посуды светлых оттенков, доведена до уровня, не уступающего конкурентам или даже превосходящего его. В результате потребитель получает альтернативный оттенок кухонной посуды в комплекте с гарантированными преимуществами, присущими бренду Teflon®, и более длительным сроком службы.

– Выпуск покрытий Teflon® в чистом, элегантном и натуральном оттенке слоновой кости лишней раз подтверждает приверженность DuPont технологиям, которые компания направляет на непрерывное развитие своей продукции в соответствии с предпочтениями потребителей. Для покрытия Teflon® это новый оттенок, но мы можем создать покрытие других цветов, если рынок проявит к этому интерес. Тогда у покупателей будет возможность приобрести кухонную посуду желаемого оттенка и внешнего вида и при этом получить лучшие на рынке антипригарные характеристики и высочайшее качество, – говорит Франсуа Симон (Francois Simons), менеджер по продукту отдела «Фторполимерные решения Дюпон».

Логотипы DuPont Oval, DuPont™, The miracles of science™ и Teflon® являются зарегистрированными торговыми марками или торговыми марками, принадлежащими компании E. I. du Pont de Nemours and Company или ее аффилированным структурам.

Контактное лицо по проекту:

Г-н Хорст Ульрих Реймер (Horst Ulrich Reimer), менеджер по связям с общественностью по Европе, Ближнему Востоку и Африке
Performance Chemicals & Fluoroproducts
Тел. +49 (6102) 18-12-97
Факс +49 (6102) 18-13-18
Моб. +49 (170) 915-87-42
E-mail: horst-ulrich.reimer@deu.dupont.com



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ

ПОДАРКОВ • НОВОГОДНЕЙ ПРОДУКЦИИ • ДЕКОРА
ПОСУДЫ • БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ

7-10 СЕНТЯБРЯ 2011 ГОДА

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



Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел.: +38 (044) 484-68-91

E-mail: info@pem.com.ua

www.pem.com.ua



БЕЗОПАСНАЯ ПОСУДА – ТВОЕ ЗДОРОВЬЕ

Украина – февраль 2011

2-5 февраля 2011 года в Киеве прошла **VIII сессия международной выставки посуды TableWare**. Свои новые коллекции продемонстрировали ведущий украинский производитель литой посуды **ООО «Силумин»**, **Борисовский хрустальный завод**, компания **«Интеркристалл»**, **ООО «Галерея стекла и фарфора»**, **Торговый Дом «Золотой Соверен»**, фирма **Dolce Vita**, **Gipfel**, **Helios**, **Коралл**, **Довбышский фарфоровый завод**, **ООО «Филл Маэстро»**, **«Галицьке скло»** и многие другие. Компания **«Немецкий Дом»** представила сервировочную, кухонную посуду и аксессуары ведущих немецких производителей **Leonardo** и **Asa Selection**. **Впервые** участвовала компания **«Элмаш Групп»**, которая на правах эксклюзивного партнера представила коллекции фарфоровой, стеклянной и металлической продукции турецкой компании **Karaca**. Компания **«Перфетто»**, которая недавно стала эксклюзивным представителем итальянской **TM DEM** продемонстрировала силиконовые формы **Fornelle** и **Gelee**, а на стенде компании **«Егла»** можно было ознакомиться с новинками кухонных аксессуаров австрийской **TM Dekok**.

Ключевым событием деловой программы выставки стала **открытая научно-практическая конференция «Безопасная посуда – твое здоровье»**, при участии **Государственного украинского научно-исследовательского института фарфоро-фаянсовой промышленности**; **Института экологии и токсикологии им. Л.И. Медведя**; **ГП «Укрметрестандарт»**; **Киевского Национального торгово-экономического университета**; **Научно-исследовательского Центра Независимых Потребительских Экспертиз «ТЕСТ»**; **ПЧУП «Белпромсервис Плюс» (Республика Беларусь)** и др.

Конференция собрала **более 40 специалистов с разных регионов Украины**, в основном, украинских производителей, а также, представителей компаний-дистрибьюторов посуды и руководителей розничных сетей. В рамках конференции были раскрыты вопросы безопасности, качества и сертификации посуды, проблемы присутствия на рынке некачественной посуды и ее влияние на здоровье, самые актуальные исследования посуды из различных материалов, критерии



Открытая
научно-практическая конференция
**«БЕЗОПАСНАЯ ПОСУДА –
ТВОЕ ЗДОРОВЬЕ»**

2 ФЕВРАЛЯ 2011 | КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛ № 3
ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ: 12.00 – 17.00

При участии: Государственного украинского научно-исследовательского института фарфоро-фаянсовой промышленности, Института экологии и токсикологии им. Л.И. Медведя, ГП «Укрметрестандарт», Киевского Национального торгово-экономического университета, Научно-исследовательского Центра Независимых Потребительских Экспертиз «ТЕСТ», ПЧУП «Белпромсервис Плюс» (Республика Беларусь), ООО «Бюро»

Организаторы: **PARUS**ExpoMedia **MAISON**



гигиенической оценки. Любая конференция – это отражение рынка. Необходимо отметить, что ни участники украинского рынка посуды ни украинский потребитель на сегодняшний день не отдают должного внимания вопросам безопасности посуды. Кроме этого в Украине, как и в странах СНГ еще не сформировался рынок добросовест-





ной конкуренции и доверять производителям и дистрибьюторам осуществлять самоконтроль продукции, как это принято в Евросоюзе, рановато. Кроме этого, необходимо пересмотреть нормативную базу, ГОСТы, стандарты, которые были созданы еще в советские времена, морально устарели и не соответствуют реальности. В завершении хотелось бы привести слова одного из докладчиков, ведущего эксперта по посуде из нержавеющей стали стран СНГ, коммерческого директора ООО «Белпромсервиса» **Петунова Ильи Николаевича**: «Период формирования рыночных отношений и челночных поставок ширпотреба в экономике стран постсоветского пространства остался позади. Пора переходить к правилам и нормам цивилизованного рынка, приближенного к европейскому, в котором определяющими являются добросовестная конкуренция, репутация торговой марки, безупречная деловая этика производителя, продавца и импортера. Пришло время настоящих професси-



оналов, знающих и глубоко разбирающихся в своем бизнесе, для которых приоритетом будет не сиюминутно заработанная прибыль, а строгое следование установленным стандартам и нормам безопасности»

Организатор выставки – компания «**Парус Экспо Медиа**» выражает благодарность всем участникам выставки, докладчикам и партнерам за участие и помощь в организации и проведении выставочных мероприятий.

Следующая, IX международная выставка посуды TableWare состоится 7-10 сентября 2011 года, в Международном выставочном центре, Киев, Украина.

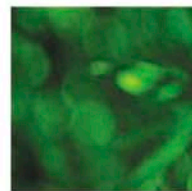


Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «HOUSEWARE EXPO / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА»	21.03.11 24.03.11
Посуда, товары для кухни, предметы интерьера, текстиль для дома, осветительные приборы, мелкая бытовая техника и др.	Москва ЦВЗ «МАНЕЖ» ООО «Подарки Экспо»
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ПОДАРКИ». САЛОН «ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА»	21.03.11 24.03.11
Посуда из фарфора, хрусталя, стекла, серебра, декор стола, столовые приборы, подарки, предметы интерьера и многое другое	Москва ЦВЗ «МАНЕЖ» ООО «Подарки Экспо»
HOUSEHOLD EXPO 2011	05.04.11 08.04.11
Международная специализированная выставка	Москва ООО «МОККА Экспо Групп»
ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС. WELCOME!	06.04.11 08.04.11
15-я Международная специализированная выставка	Сочи СОУД – Сочинские выставки
ТОВАРЫ XXI ВЕКА. ЭЛИСТА-2011	07.04.11 10.04.11
Товары народного потребления	Элиста ЭлистаЭКСПО
СИБИРСКИЙ ФОРУМ ГОСТЕПРИИМСТВА. NОRECA 2011	08.04.11 10.04.11
Специализированный форум	Красноярск «Красноярская Ярмарка»
LIFESTYLE VIETNAM	18.04.11 21.04.11
Международная выставка домашнего декора и подарков	Хошимин (Вьетнам) VIETCRAFT
BANGKOK INTERNATIONAL HOUSEWARE FAIR 2011	19.04.11 24.04.11
Международная выставка домашнего декора и подарков	Бангкок (Таиланд) Department of Export Promotion
HONG KONG HOUSEWARE FAIR	20.04.11 23.04.11
Одно из самых больших торговых событий, посвященное товарам для дома	Гонконг (Китай) Hong Kong Trade Development Council
ЮЖНОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО – 2011	28.04.11 30.04.11
Гостинично-ресторанный форум	Кисловодск РОСТЭКС
CANTON FAIR 2011	01.05.11 05.05.11
Выставка экспортных товаров Китая	Гуанчжоу Guangzhou Grandhub Exhibition Co., Ltd.
МАГАЗИН. ОТЕЛЬ. РЕСТОРАН – 2011	18.05.11 21.05.11
6-я Межрегиональная выставка	Белгород БК «Белэкспоцентр»





ORIENTAL WAY®



Компания "Восточный путь"
представляет кухонную
утварь из дерева
производства BSP Таиланд

5-8 апреля 2011

HOUSEHOLD EXPO
ХОЗТОВАРЫ ПОСУДА ИНТЕРЬЕР

Москва, МВЦ "Крокус Экспо"
павильон 2, зал 11,
экспозиция С2



ЭКСКЛЮЗИВ

Материал:



Достоинства:



www.orientalway.ru

«Консумэкспо-2011»

Событие, которое обсуждают!

Первое международное выставочное мероприятие в этом году, отразив ситуацию на рынке, выполнило свою главную задачу: заставило сильнее задуматься о возможностях дальнейшего развития.

23-я Международная выставка «Консумэкспо-2011. Зима» традиционно представила своим участникам два крупных павильона (№1 и «Форум»). Здесь был продемонстрирован богатый выбор предметов для дома и конечно же посуды. Разнообразная сувенирная продукция и подарки были представлены в павильоне №8 в салоне «Сувениры и подарки».

В 2011 году в составе выставки появился новый раздел «Развитие бизнеса, готовые решения».

В павильоне «Форум» собралось небывалое количество компаний из Азии. На государственном уровне в выставке участвовали компании из Италии и Китая. Масштабную экспозицию в этом сезоне представили и турецкие фирмы.

В то же время количество компаний из Европы несколько снизилось, гости из Старого Света не приехали

по причине печального опыта. Все помнят недавнюю ситуацию, когда зарубежные стенды пестрили тетрадными листочками, на которых от руки было написано: «Ищу дистрибутора!» С учетом слабоговорящей на английском языке публики, советуем иностранцам обзавестись профессиональными переводчиками и подготовиться к встрече с потенциальными клиентами, предварительно изучив вкусы и предпочтения российских компаний. На выставке нужно пахать, и пахать жестко, не жалея себя, как будто в первый раз! Те, кто работали, взяли от выставки все что хотели! Будем надеяться, что таких компаний в будущем станет больше.

Одним из ведущих разделов выставки стал специализированный салон **Homestyle**.

С последними дизайнерскими решениями и инновационными технологиями посетителей ознакомила специальная экспозиция **«Новинки и инновации»**.

Свои новинки продемонстрировали зарубежные и российские компании, в числе которых: **Arwa, Gipfel, Green Pan, De Kok, Accademia, Baldinini, Loriblu, Mario Bruni, Goodman, Nando Muzi, Napoleoni, «Богемия-Люкс-Посуда», «ГенЛекс», «Саксония-Фарфор», «Импакт Богемия Трейдинг», Stylish Tableware, «Роялтон Групп», «Полная чаша», «Радиус», «Русские подарки», «АртиМ», «Бибихауз», «Ремек», «Коралл», «Виком», «Нева-Металл Посуда», Marta Ponti, Tergan, Butun, Lancaster, Ideal Gift, «ДП-Трейд», «Не-**



СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ:

Количество участников – 557 компаний из 22 стран мира

Количество посетителей – 11 713, 80% из которых – специалисты отрасли

Общее количество посещений составило 15 438

Выставочная площадь – 10 515 кв. м





омаркет», «Импакт», Shtox, «Промснабфарфор», «Ронэкс», «Альга-Ком», «Бернер Ист», «Регент Казалинги Рус», «Алекс трейд», «АСД-имэкс», «Неомакет» и другие экспоненты.

Подтверждая марку международного выставочного шоу, «Консумэкспо» традиционно устроила многочисленные презентации, тематические мероприятия, выступления и пр. В рамках «Консумэкспо-2011. Зима» состоялась крупнейшая встреча первых лиц рынка товаров народного потребления – IV Всероссийский форум поставщиков и ритейлеров товаров для дома, посуды, подарков и сувениров «Эффективные закупки, поставки, продажи – 2011» с Центром Закупки Сетей™ non-food, организованный КВК «Империрия» и ЦВК «Экспоцентр».

В Центре Закупки Сетей™ non-food 140 производителей и оптовиков провели более 1,5 тыс. переговоров о поставках своих товаров в 25 розничных сетей.

Впервые в рамках выставки в павильоне «Форум» был организован проект «Презентационная площадка». В ходе ярких презентаций посетители ознакомились с преимуществами посуды торговых марок Fissler, «Хорс» и «Бернер Ист». Все презентации сопровождались демонстрацией приготовления блюд и дегустациями. Партнерами проекта выступили Национальная гильдия шеф-поваров и компания «Тарпан».

В рамках «Консумэкспо-2011. Зима» получил свое боевое крещение Фести-

валь молодых дизайнеров «Консумдизайн-2011».

На конкурсе творческих работ студентов-выпускников профильных вузов для разработки была предложена тема «Чайник/Чашка/Тарелка/Кастриуля/Сумка/Обувь как арт-объект». В представленных на конкурс дизайн-проектах молодые дизайнеры продемонстрировали свое умение объединить в арт-объекте творческую концепцию, функциональность и возможность практического воплощения.

Конкурс предоставил начинающим дизайнерам исключительную возможность заявить о себе в профессиональном сообществе, продемонстрировать творческий потенциал, заинтересовать своими проектами и идеями компании-производители.

Самые интересные проекты были отмечены наградами и спонсорскими призами от компании «Богемия Люкс Посуда».

В рамках выставки состоялся 6-й Международный конкурс в номинациях «За высокие потребительские свойства товаров» и «За успешное продвижение качественных товаров». Конкурс, ставший традиционным мероприятием выставки, проводился АНО «Союзэкспертиза» Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и ЗАО «Экспоцентр».

Участниками конкурса стали экспоненты выставки – российские и иностранные производители и дистрибу-



торы, стремящиеся упрочить свои позиции на российском рынке. В этом году дипломами «За высокие потребительские свойства товаров», золотыми и серебряными медалями отмечена продукция, представленная компаниями «Антарес-групп», «Роялтон Групп» и ПКФ «Кедр».

Что говорят сами участники о выставке?

В отношении первого дня преобладают мнения, что день ушел на раскатку. Второй и третий дни показали гораздо более высокие результаты.

Наиля Колосова (Н.К.), ведущий менеджер отдела продаж столовых наборов и кухонных принадлежностей ОАО «Нытва»



Корр.: – Вы ощутили какие-нибудь изменения на рынке по сравнению с прошлым годом?

Н.К.: – Да, мы почувствовали оживление. Рынок активизировался. Уже во второй половине 2010 года заказов стало больше. В частности, мы выиграли тендер Министерства обороны и уже в сентябре поставили крупную партию продукции в воинские части.

Корр.: – Насколько сильно обновился ваш ассортимент за последнее время?

Н.К.: – Мы выпустили две новые модели и новую упаковку для наших наборов.

Корр.: – Какая информация должна содержаться на упаковке, чтобы покупатель хотел совершить покупку?

Н.К.: – Прежде всего, достоверная: о назначении, свойствах, особенностях качествах продукции, а также о сырье, из которого она выполнена. Современный покупатель, совершая покупку, очень внимательно изучает упаковку и информацию на ней.

Константин Хлебников (К.Х.), директор ООО «Борисовская керамика»



Корр.: – Вы впервые принимаете участие в выставке. С каким настроением вы приехали и какие впечатления уже успели получить?

К.Х.: – Настроение – прекрасное! Цель – расширение рынка. Хотим найти новых клиентов и делаем все, чтобы переговоры с нашими потенциальными покупателями принесли ощутимые плоды. Впечатление о выставке благоприятное, число посетителей стенда высокое, многие



раньше не сталкивались с нашим ассортиментом.

Корр.: – Национальные черты вашей посуды способствуют росту продаж или, наоборот, тормозят процесс реализации?

К.Х.: – Я бы не сказал, что национальные особенности отпугивают какую-то часть наших покупателей. Скорее, наоборот. Интерес к русскому стилю сохраняется высоким, причем не только у иностранных, но и у российских покупателей, в том числе у молодежи, что особенно приятно. Наша продукция подчеркивает преемственность поколений, создает ощущение стабильности и семейного уюта. Поэтому мы планируем расширять наш ассортимент.

Корр.: – Сталкивались ли вы с подделками своей продукции и если да, то как реагировали?

К.Х.: – К сожалению, сталкивались. Это очень неприятно, так как затрагивает наши коммерческие интересы: подделки были далеки от уровня качества той продукции, которую выпускает наше предприятие. Мы четко реагируем на подобные ситуации. Вообще, на часть особо популярных изделий и роспись мы имеем патенты, так что в случае подделок нам есть что предъявить мошенникам, чтобы заставить их возместить понесенные убытки.

Корр.: – Вы можете назвать три основные причины, по которым в России не развивается собственное

производство посудных изделий?

К.Х.: – На первое место я бы поставил отсутствие защитительных барьеров для низкосортных товаров, а также присутствие недобросовестной конкуренции. На втором месте, по-моему, стоит извечная беда – высокие тарифы на электроэнергию. На третьем месте – кадровый голод. К сожалению, в последнее время настоящих мастеров, в частности умеющих работать с керамикой и фарфором, становится все меньше.

Людмила Сычева (Л.С.), менеджер по продажам группы компаний «АБ2Плюс»



Корр.: – Вы можете описать сегодняшнего регионального покупателя?

Л.С.: – Поскольку мы занимаемся только оптовыми поставками, то можем судить лишь на примере наших клиентов-оптовиков. Сегодня разница между покупателями в регионах практически стерта.

Корр.: – Сколько времени проходит с момента появления в вашем ассортименте новинок до формирования на нее устойчивого спроса?

Л.С.: – Сроки могут быть разными. Чаще всего – в пределах полугода, но бывает и дольше. Много времени уходит на анализ пробных партий, по результатам которых рассчитывается потенциальный уровень спроса.

Борис Репнин (Б.Р.), директор по развитию компании «Чистый домик»



Корр.: – Вы привезли на выставку немало новинок. Как вы думаете, через какое время они будут пользоваться устойчивым спросом?

Б.Р.: – Судьба каждой новинки начинается с опытного образца. Далее ситуация может складываться по-разному. Бывает, что спрос не подтверждается, а бывает, что уровень спроса превышает ожидаемый. При втором варианте желательно иметь эту продукцию на складе, потому что в случае ее отсутствия (особенно длительного) можно лишиться заказа. В последнее время мы стараемся рассчитать покупательские предпочтения и имеем наготове основную партию для быстрого оформления заказа, но в любом случае в среднем от появления новинки до реальной продажи крупной партии может пройти от 1 до 3 месяцев.

Корр.: – Вы можете назвать свое главное отличие от компаний, предлагающих аналогичную продукцию?

Б.Р.: – Надеюсь, это наше образцовое обслуживание. Даже на выставке мы готовим стенд, исходя из соображений комфорта: пол покрыт мягкой искусствен-

ной травой. Другими словами, мы стараемся предоставить максимально приятный и удобный сервис нашим клиентам. При таком подходе легче строить взаимоотношения и достигать взаимопонимания.

Александр Надыршин (А.Н.), заместитель руководителя отдела договоров ООО «ЗПИ «Альтернатива»



Корр.: – В чем для вас состоит самое важное преимущество выставки?

А.Н.: – Это преимущество – прямое общение. Ни телефон, ни факс, ни Интернет не дают возможности для такого полноценного контакта. В результате непосредственной встречи мы лучше узнаем покупателя и понимаем его пожелания, представляем людям свой товар в формате живой презентации. На выставку приезжают наши старшие менеджеры отдела сбыта для того, чтобы лично пообщаться со своими уже существующими клиентами и еще более повысить качество обслуживания.

Корр.: – Насколько актуально для вас стоит вопрос конкуренции?

А.Н.: – Конкуренция касается абсолютно всех участников рынка и является хорошим рыночным стимулом для развития собственных возможностей. Мы – лидеры в своем сегменте рынка, и другие компании конкурируют с нами лишь по отдельным позициям. Но чтобы сохранить лидерство, нам приходится внимательно следить за тенденциями рынка изделий из пластмассы, появлением новинок и постоянно ставить перед собой более высокую планку.

Корр.: – Каким способом

вы добиваетесь лояльности от своих покупателей?

А.Н.: – Мы стараемся подобрать индивидуальный подход к каждому покупателю, предлагая ему и широкий ассортимент качественного товара, и высококлассный сервис. Кроме того, с завидным постоянством радуем наших покупателей всевозможными скидками, акциями, бонусами и пр.

Корр.: – Как много в работе вашей компании зависит от команды?

А.Н.: – Практически все. Только по-настоящему сплоченный коллектив способен обеспечить реальное развитие компании. И мы все, независимо от занимаемой должности, стараемся оптимизировать свою работу и создать максимально комфортные условия для наших сотрудников.

Корр.: – Вы приехали на выставку с посудой, внешне напоминающей художественные изделия из стекла. Что послужило поводом для создания таких изделий, ведь ваш основной ассортимент – недорогая хозяйственная утварь?

А.Н.: – Все наши изделия созданы для активного ежедневного использования, и коллекция столовой посуды, которую мы экспонируем

на своем стенде, также относится к недорогой группе товаров. Но помимо своих практических качеств, таких как легкость, безопасность, износостойкость, она еще и прекрасно смотрится в интерьере каждого дома.

Евгений Бушковский (Е.Б.), директор проекта Shtox (хрустальный крутящийся стакан)



Корр.: – Вы приехали с совершенно новым изделием. Ваш стакан, в том числе наполненный напитком, вращается вокруг своей оси за счет ускорения, придаваемого кистью руки. Расскажите о возникновении такой идеи и ее воплощении.

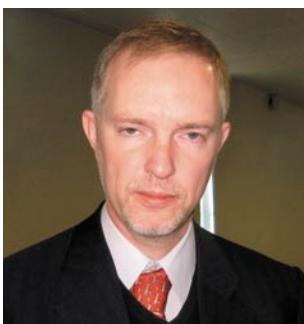
Б.Р.: – Идея возникла достаточно давно, 6 лет назад. После этого был получен патент на изобретение. На это ушел примерно год. Затем

начался поиск того, кто мог бы воплотить это изобретение в жизнь. Оказалось, что процесс изготовления такого стакана крайне сложен даже для опытных мастеров европейских фабрик. Но все-таки нам удалось найти одного производителя, который лишь спустя год смог изготовить то, что нам было нужно. Однако последний экономический кризис не позволил нам продолжать выпуск таких стаканов. Пришлось искать нового производителя и ожидать первого достойного опытного образца. Сегодня мы работаем с немецким заводом «Нахтманн», который выпускает крутящиеся стаканы практически без брака. Стоит под-

черкнуть, что наша продукция не обходится без ручного процесса, в ходе которого поверхность дна шлифуется с учетом нескольких микрон.

Корр.: – Насколько оправдан этот проект с экономической точки зрения, ведь цена одного вашего стакана на выставке 3,5 тыс. руб.?

Б.Р.: – Да, действительно, цена высока. Если бы мы делали точно такой же, но некрутящийся стакан из хрусталя, его цена была бы в 10 раз ниже! Но мы продвигаем именно крутящийся стакан. Это наша фишка! Уникальность нашего изобретения стоит вложенных средств.



В рамках выставки «Консумэкспо-2011» прошла презентация торговой марки **GreenPan**. Презентация включала выступление генерального директора компании **Thermolon Ltd.** доктора химических наук **Кристофера Филипса** (Christopher H. Philips). В своей речи доктор Филипс отметил преимущества покрытия Термолон™ как передового высококачественного и абсолютно безопасного керамического антипригарного покрытия. По завершении выступления нам

удалось задать Кристоферу Филипсу (К.Ф.) два вопроса:

Корр.: – Какое внимание уделяется материалу посуды, на которую наносится термолон? Насколько безопасен этот материал в случае повреждения антипригарного покрытия?

К.Ф.: – Все изделия выполнены из Алюминия-3003. Алюминий этой марки традиционно используется для изготовления посуды. Безопасность сковород GreenPan можно уверенно гарантировать, так как покрытие Термолон™ полностью закрывает алюминий. Последний не имеет никакого контакта с пищей. Если же по каким-либо причинам целостность антипригарного покрытия Термолон™ оказалась нарушенной до алюминиевой основы, то такую сковороду лучше не использовать для приготовления пищи.

Корр.: – Каким образом покупатель может удостовериться в том, что приобретенная им сковорода от GreenPan не является подделкой?

К.Ф.: – Сегодня во многих местах, где осуществляются продажи посуды GreenPan, присутствует консультант, торговые точки выполнены в едином фирменном стиле. Также с недавних пор каждое изделие GreenPan с покрытием Термолон™ имеет свой индивидуальный номер, который выбивается на обратной стороне ручки.



**IV ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ
ПОСТАВЩИКОВ И РИТЕЙЛЕРОВ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА,
ПОСУДЫ, ПОДАРКОВ И СУВЕНИРОВ
«ЭФФЕКТИВНЫЕ ЗАКУПКИ, ПОСТАВКИ,
ПРОДАЖИ – 2011»**



ПОСТ-РЕЛИЗ



17-18 января состоялась крупнейшая встреча первых лиц рынка товаров народного потребления – IV Всероссийский Форум поставщиков и ритейлеров товаров для дома, посуды, подарков и сувениров «Эффективные закупки, поставки, продажи – 2011» с Центром Закупок Сетей™ non-food (Москва, Экспоцентр, выставка «Консумэкспо»).

В Центре Закупок Сетей™ non-food 140 производителей и оптовиков провели более 1 500 индивидуальных переговоров о поставках своих товаров в 25 международных, федеральных и региональных розничных сетях.

Опрос закупщиков по результатам Центра Закупок показал, что перспективными для заключения контрактов оказались от 30 до 70% переговоров.

Отбор поставщиков вели 46 закупщиков по разным категориям таких специализированных и широкопрофильных торговых сетей, как IKEA (Москва), Obi (Москва), «Кенгуру» (Иваново), «Семь Холмов» (Санкт-Петербург), «Южный двор» (Москва), «Ламира» (сети «Ларес» и «Витвяна», Москва), «Радов» (Калининград), «Ашан-Радуга» (Москва), Spar Russia (Москва), «О'Кей» (Москва) и многие другие.

Результативная работа производителей и дистрибуторов с закупщиками была подготовлена конференционной частью Форума: участники получили практическую информацию от звезд Российского Консалтинга и ключевых лиц крупнейших ритейлеров. 200 делегатов – топ-менеджеров компаний-поставщиков, руководителей и закупщиков розничных сетей, а также экспертов исследовательских компаний, специализирующихся на рынке товаров народного потребления, приняли участие в решении стратегических задач, связанных с ассортиментной политикой, закупками, поставками и розничными продажами. Делегаты Форума получили свежую информацию о состоянии рынка и ряд прогнозов его дальнейшего развития.

Четыре ключевых вопроса, которые были раскрыты на Форуме:

● **Продвижение товаров для дома, посуды, подарков и сувениров**

Игорь Романов («Контакт-Эксперт») дал делегатам пять методов убеждения покупателя в подлинности продаваемого товара, которые ближе к политическим технологиям, нежели к традиционному маркетингу. «Маркетинг аутентичности» действует, когда потребитель не смотрит на бренд, а внимательно изучает этикетку с составом продукта: сегодня, когда рекламе доверяет всего лишь 1,5% потребителей, приемы увеличения сбыта меняются кардинально.

● **Увеличение розничных продаж – общая стратегическая задача поставщиков и ритейлеров**

Этой темы коснулись многие докладчики – в том числе руководители специализированных розничных сетей «Коралл» и «Семь Холмов», а также крупнейшего в России интернет-магазина Ozon.ru.

1 500 переговоров о поставках
200 делегатов Форума
140 поставщиков
46 закупщиков из 25 розничных сетей

● **Интернет как один из основных каналов сбыта товаров народного потребления в 2011 году**

По словам Инги Микаелян (департамент консалтинга РБК), Интернет имеет огромный потенциал для продаж товаров non-food, в первую очередь бытовой техники, кухонных принадлежностей и сувениров. Насыщения интернет-рынка еще не произошло, и поэтому уже сейчас время занимать нишу.

Илья Балахнин (директор New Media & Digital Creative Agency «Paper Planes») представил лучшие кейсы 2010 года на тему применения new-media (блогов, сообществ, социальных сетей, вирусных роликов и т.д.) для существенного увеличения сбыта продукции.

● **Успешное взаимодействие с китайскими производителями**

Дмитрий Потапенко (Management Development Group) в своем специальном выступлении не только дал обзор существующих проблем во взаимодействии российских импортеров и китайских производителей, но и поделился практическими подходами к их решению. Известный бизнесмен является владельцем 12 торговых и ресторанных сетей, дистрибуторских компаний и производственных предприятий в России и за рубежом и имеет длительный опыт партнерства с китайскими компаниями. По его словам, ключом к эффективной работе с китайскими производителями для российского бизнеса является не только тщательный контроль всех бизнес-процессов, но и изучение местной культуры и традиций ведения бизнеса.



Следует отметить возросшую активность делегатов, которые задавали множество вопросов спикерам, а также обращались за индивидуальными консультациями в перерывах между сессиями.

Следующая встреча поставщиков и розничных сетей сегмента non-food состоится в рамках VI Всероссийского Антикризисного Форума 20-21 апреля в Москве, в Центре Международной Торговли.

Дополнительная информация:

Тел./факс: +7 (495) 730-79-06, (812) 327-49-18
E-mail: imperia@imperiaforum.ru



Джи-Лиан

ИСТОЧНИК
ВДОХНОВЕНИЯ
ОТ СОЗДАТЕЛЯ

ООО «Джи-Лиан»

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

www.Ji-Lian.ru



Star Festival



*Новинка
Коллекция Auratic*



MACEF 2011

Юбилей молодости!

Прошедшая с 27 по 30 января в Милане выставка Macef оказалась 90-й по счету. Круглая цифра, впрочем, не предусматривала отклонения от традиционной программы этого передового в области дизайна домашних товаров мероприятия. Торжественное открытие, периодические презентации, работа баерского клуба – все было подчинено идее развития бизнеса и расширения рынка.

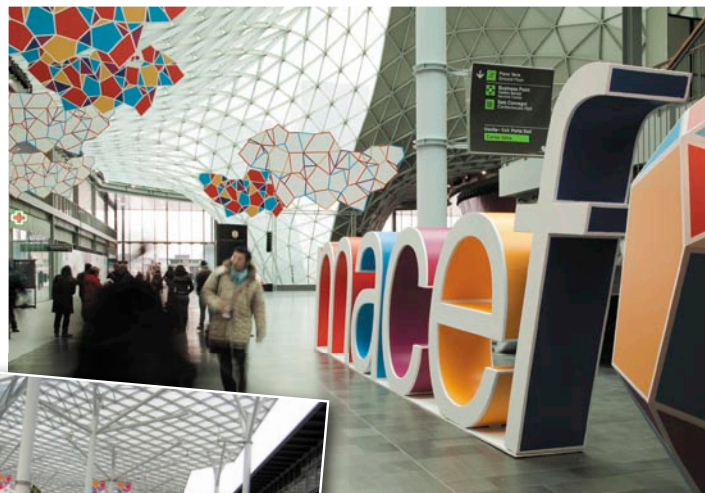
В отличие от предыдущих выставок, в этом году под پوستую тематику было отведено значительно больше пространства. Экспоненты столовой и кухонной посуды, а также столовых приборов заняли почти 4 павильона, а не 2, как это было раньше. Вдобавок количество иностранных посетителей, согласно последним подсчетам,

возросло примерно на 10%. По словам одного из руководителей Fieramilano **Марко Сериоли**, положительная тенденция расширения некоторых выставочных тематик, несмотря на неблагоприятный экономический климат, свидетельствует о восстановлении лидирующей позиции Macef в сфере выставочной деятельности, как это было в прошлые годы. Марко Сериоли также акцентирует внимание на трех числах: 90, 1 985 и 105 284 (число мероприятий, количество участников, рабочая площадь), символизирующих прошедшую выставку и подчеркивающих ее как вновь набирающую силы.

Поскольку выставка считается юбилейной, в отдельной зоне были показаны ведущие дизайны различных компаний за последние десятилетия. Это позволило не только разнообразить выставочное пространство, но и подчеркнуть динамику преобразований дизайнерских тенденций на протяжении ряда прошедших лет.

Кроме того, в честь юбилейной выставки многие компании получили призы за регулярное участие в Macef (всего было вручено более 250 призов).

Среди наиболее ярких и крупных стендов стоит отметить оригинальные и масштабные экспозиции **R2S, Cerve, Barazzoni, Pasabahce, Tescoma, Guardini, Fastoval**,



СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ:

- Количество участников – более 1 985 (на 16% больше, чем в прошлом январе)
- Площадь выставки – 105 284 кв. м
- Количество посетителей – 95 000 (на 5% больше, чем в прошлом году)
- Первый выход Macef – 1964 год (с 1972 года Macef выходит два раза в год)





Ballarini, Giannini, Bialetti (с гигантской кофеваркой), **Cosmoplast** и др.

Нельзя не упомянуть некоторые из представленных на выставке новинок. Например, кофеварку Moka от Alessi, коллекцию кухонного оборудования от Knindustrie, стильные аксессуары от IPAC, новые разработки сковород от Pensofal и Fissler, обновленные коллекции жаростойкой керамики от De Silva, изящные новинки от RCR и др.

Выставка окончательно подтвердила цвет 2011 года в сфере непродовольственных товаров. Им признан красный. Тот самый красный, который символизирует Помпею, эпоху Возрождения, фирменный стиль Ferrari или традиционное Campari.

Masef, как и раньше, продолжает уделять особое внимание работам молодых дизайнеров в возрасте до 35 лет, позволяя талантливым конкурсантам занять свою нишу в мире высокой моды. В этом году в конкурсе молодых дарований победили 4 проекта. Награждение победителей проходило в павильоне №5, вот имена призеров: **Cristian Dorigatti, Sara Dario, Alice Porto, Studio Zaven**.

Закономерное развитие показал бренд **Artistico Murano** (муранское стекло). По сравнению с прошлым показом компания, представляющая работы многих мастеров острова Мурано, еще более активно демонстрировала свои достижения, подтверждая положение абсолютного лидера на рынке в своей области. Стенд Artistico Murano, находящийся в павильоне №9, пользовался особым интересом посетителей, внимание которых было приковано к непревзойденному мастерству муранских умельцев.

В целом выставка произвела очень приятное впечатление. Подтвердив тенденции развития рынка, она традиционно создала стимул для продвижения новых дизайнерских течений, которые по традиции были продемонстрированы на ближайшей Ambiente.



В рамках выставочного мероприятия нам удалось в вольном стиле побеседовать с некоторыми его участниками. Интервью с рядом из них мы публикуем на страницах нашего издания.

Andrea Barlucchi (A.B.), менеджер по экспорту RCR CRISTALLERIA



Корр.: – Какие изменения произошли в вашей производственной деятельности за прошедший год?

А.В.: – Мы завершаем начатый в 2007 году цикл преобразований, связанных с продвижением двух материалов – Luxion и Crystal, постоянно совершенствуем свою производственную линию, создавая дополнительные возможности для расширения нашего ассортимента. Кроме того, мы позиционируем себя как «зеленую» компанию и в этой связи укрепили свои позиции, продемонстрировав устойчивое развитие, используя альтернативные источники электроэнергии.

Корр.: – Кто главный конкурент RCR?

А.В.: – Я думаю, нет такой компании, с которой мы могли бы конкурировать по всем своим товарным позициям. Можно назвать несколько ведущих брендов, с которыми мы соперничаем в том или ином направлении: «Богемия», Rona, Riedel, Rogaska, Bormioli. Каждый может продемонстрировать свою сильную сторону либо в модельном ряде, либо в развитии собственного рынка, либо в новаторстве дизайна. Я думаю, то же самое могут сказать и представители вышеупомянутых компаний. Кстати, наша коллекция Da Vinci, в которой мы удачно объединили современный дизайн и традиционную элегантность, – яркое тому подтверждение.

Корр.: – Каковы ваши планы по развитию рынка в России?

А.В.: – Российский рынок, безусловно, интересен, и для его расширения необходимо больше демонстрировать высокое качество, дизайн и предлагать постоянно обновляемые коллекции. Сегодня наша продукция полностью соответствует всем критериям для полноценного выхода на российский рынок. Мы можем предложить прекрасный дизайн, широкий набор всевозможных линеек из собственных материалов и обеспечить достойные объемы поставок. Поэтому я надеюсь, что в скором будущем покупателей нашей продукции в России станет больше.



Александра Бушуева (А.Б.), экспорт-менеджер компании IPAC S.p.A.



Корр.: – В каких выставках, кроме этой, вы принимаете участие и какими еще способами продвигаете продукцию своего бренда?

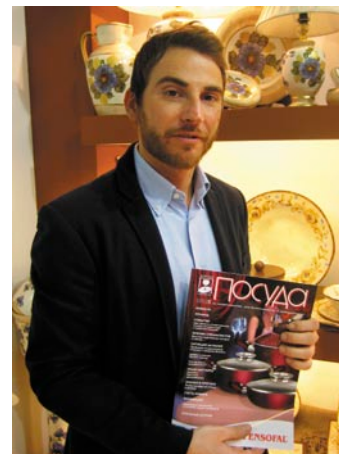
А.Б.: – Наша компания принимает ежегодное участие в выставке Ambiente во Франкфурте-на-Майне; периодически мы выходим со стендом на Maison в Париже. Для нас выставки – это наиболее верный способ установления новых контактов и поддержания старых. Поэтому при возможности мы также с удовольствием принимаем участие в международных выставочных конкурсах.

Корр.: – Как часто вы обновляете свою ассортиментную линейку и за счет каких изделий планируете расширить ее в скором будущем?

А.Б.: – Мы уже имеем достаточно широкую гамму изделий, но стараемся ее пополнять новыми интересными предметами. На каждом показе мы демонстрируем интересные позиции или новые линейки. В настоящее время наибольшее внимание уделяется экологически чистым товарам. Поэтому сегодня мы направляем все силы на то, чтобы предлагать покупателю только актуальный здоровый продукт.

Корр.: – Планируете ли в этом году выйти на российский рынок и если да, то с какими трудностями вы сталкиваетесь в данный момент?

А.Б.: – Да, мы планируем выходить на российский рынок. Но главная трудность связана с тем, что мы неизвестны российскому рынку. Нужна «узнаваемость», и конечно же необходимо найти своего покупателя.





www.mirovik.ru

С нами выгодно работать!



Мы предлагаем

ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ИЗ:

ООО «МиРоВик плюс»

Россия, Владимирская область,
г. Гусь-Хрустальный, ул. Рудницкой, 3
Тел. +7 (4922) 37-39-19
E-mail: info@mirovik.ru

- фарфора;
- фаянса;
- керамики;
- стекла;
- пластмассы;
- хрусталя, а также
- эмалированную посуду

**качественный товар
выгодные условия работы
удобная доставка
действующая система скидок**

НАШИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА:

г. Нижний Новгород,
ул. Федосеенко, 57
Тел./ф. +7 (831) 225-73-91
E-mail: keramika_stil@mail.ru

г. Липецк,
Универсальный проезд, 2
Тел. +7 (4742) 34-52-47
Факс +7 (4742) 34-72-51
E-mail: mirovik-plus@mail.ru

НА AMBIENTE КАЖДЫЙ КУПЕЦ НАЙДЕТ СВОЙ ТОВАР

С 11 по 15 февраля во Франкфурте-на-Майне (Германия) прошла международная выставка **Ambiente** – одно из самых значительных событий на рынке посуды. Франкфуртская ярмарка по-прежнему занимает лидирующую позицию в мире.

Уникальность Ambiente заключается в том, что здесь экспонируются товары, интересные для оптовиков, розничных продавцов и конечных потребителей. Ambiente – Мекка предпринимателей, здесь каждый купец находит свой товар.



– Франкфуртская ярмарка продолжает быть необходимо для всех ритейлеров, желающих выделяться из толпы, – подтвердил **Торстен Клэппрот, председатель правления WMF AG**. – Для нас Ambiente – самая важная ярмарка в мире по функциональности, устойчивости и качеству.

В этом году ярмарка открыла свой сезон одновременно с началом экономического роста после мирового кризиса. Рынок стал более динамичным, масштабы контрактов приближаются к докризисному уровню.

Выставка – это пункт наблюдения за изменениями в области формирования домашнего уюта и украшения своего жилья, потребительских предпочтений и, кроме того, место деловых встреч, приобретения новых контактов и партнеров.

Главный результат для Ambiente: почти на 10% больше посетителей, чем в прошлом году. **Свыше 144 тыс. покупателей** (2010 год – 132 096) **из 150 стран мира** прибыли во Франкфурт для посещения самой большой ярмарки в секторе товаров народного потребления. Это достижение говорит о расширении экономики и росте объема продаж в 2011 году. В числе посетителей выставки встречаем модных дизайнеров, владельцев бутиков, ну и конечно же производителей, которые привыкли держать нос по ветру для того, чтобы удовлетворить капризный спрос своего потребителя.

– Большое увеличение числа посетителей и связанный с этим высокий уровень удовлетворения потребностей со стороны экспонентов указывают, что экономика восстанавливается, – сказал **Детлеф Браун, член правления Messe Frankfurt GmbH**.

В выставке участвовали приблизительно **77 500 посетителей из Германии** (увеличение на 8%). **52% посетителей Ambiente 2011 приехали из-за границы** (в 2010 году – 49%). Прибыло больше гостей из стран, которые не были хорошо представлены ранее, например Ливана (+41,3%), Таиланда (+44,1%) и Сингапура (+88,1%). Уровень интернациональности – приблизительно 46%. После Германии самыми активными странами-посетителями являются Италия, Нидерланды, Франция (+15,5%), США (+11,2%), Швейцария и стабильно Китай (+55%). Таким образом, с каждым годом выставка объединяет под своей крышей все большее количество представителей разных государств. Со дня открытия первой выставки число иностранных посетителей возросло на 60%.

Позитивная атмосфера в Германии, которая подтверждается обзором, проводимым Институтом социологических исследований от имени Messe перед ярмаркой, была также очевидна на Ambiente. Согласно обзору, 90% немцев готовы потратить больше средств на высококачественные продукты. Во время посещения ярмарки министром экономики Германии Рэйнером Брюдерлом было отмечено, что увеличивающаяся заработная плата в Германии явилась важным фактором, способствующим расширению немецкой экономики. Среднее увеличение продаж на 8%, ожидаемое в сфере товаров народного потребления в 2011 году, кажется полностью реалистичным.

Это оптимистическое представление о будущем ощущалось в положительно заряженной атмосфере ярмарки. «Тоска испарилась, а склонность потреблять значительно выросла», – сказал **Бернд Д. Эхренгарт, генеральный менеджер Lambert GmbH**.

Торстен Клэппрот, председатель правления WMF AG, подтвердил: «Для нас Ambiente – самая важная ярмарка в мире. Настроение на высоком уровне в соответствии с индексом климата потребления. Торговля готова рискнуть новыми продуктами».

С первого дня было замечено большое количество посетителей во всех залах выставки.

Настроение на ярмарке было стабильно деловым, посетители и экспоненты уверены в продолжении экономического подъема. Положительная динамика также была видна в результатах репрезентативного опроса экспонентов и посетителей, проводимого во время ярмарки. Если в прошлом году участники и экспоненты с большим недоверием высказывались о будущем рынка товаров народного потребления, то в этом году результаты опроса значительно лучше. В целом более 80% опрошиваемых полагают, что текущая экономическая ситуация является удовлетворительной и имеет тенденцию к росту.

А теперь пройдемся по выставочному комплексу. Какие тенденции отличают Ambiente 2011?

Все чаще интересы известных дизайнеров концентрируются на посуде. В результате все чаще появляются смелые, авангардистские решения. Франкфуртская ярмарка тому подтверждение. Она – как зеркало будущего. Заглянув в него, мы видим новые тенденции в цвете (переход от мягких тонов к более ярким), новые решения формы и содержания.



DINING TRENDS

В этом году серьезное внимание уделяется деталям, функциональности и подлинности бренда. В фарфоре и керамике главным героем 2011 года стал элегантный белый цвет, который ассоциируется с чистотой и свежестью. Этот цвет используется как в изделиях, так и в оформлении салонов. Креативность решений дизайнеров мы видим во включении «старых» или «состаренных» элементов в художественное оформление современных изделий. Белая посуда украшена вспомогательными мотивами, мелкими или тонкими цветочками, особенно синими. Синий цвет символизирует чистоту неба. Рядом можно увидеть дополнение в виде аксессуаров, выполненных в желтых тонах. Яркий желтый цвет фонтанирует энергией и жизненной силой. Именно благодаря усилению функциональных моментов, повышающих потребительские свойства изделия, обычная посуда предстает совершенно в новом качестве, что благоприятно сказывается на продажах.



На выставке демонстрировалась кухонная посуда насыщенных тонов. Доминирует тенденция к новым цветам как на внутренней, так и на внешней части горшков и кастрюль. Преобладают сиреневые, розовые оттенки, а также цвет молока или сливок.

Новый дизайн ручки в кастрюле теперь обязан препятствовать ее нагреванию выше температуры тела, этот вид кухонной посуды должен быть безопасным и удобным. Темное внут-



реннее покрытие антипригарных сковород не является обязательным, как альтернатива часто предлагаются белый или кремовый оттенки. На выставке было представлено много разнообразных материалов, сочетающихся с керамическими и классическими антипригарными покрытиями в различных изделиях: от нержавеющей стали до алюминия.

Что касается изделий из стекла, то здесь преимущество осталось за классикой и функциональностью, хотя все больше экспонентов пробуют экспериментировать с необычными формами. В кухне акцент ставится на принадлежностях, маленьких электроприборах и ножах. В цветах преобладают «известь», «ягода», фиолетовая, оранжевая и желтая краски. Для выделения пластмассовых изделий из общей массы домашней утвари используются прозрачные оттенки синего, зеленого, сиреневого и естественных цветов, например коричневого, бежевого или кофе со взбитыми сливками.



На определенных стендах выставки посетители могли также увидеть продукты, сделанные из переработанного сырья. Таким образом удовлетворяется спрос на экологические товары.



LIVING TRENDS

Секрет успеха в секторе оформления дома и обстановки – совмещение больших пространств с индивидуальными комнатами. В дизайне дома становится модным сочетание различных стилей и направлений. Поэтому пространство разбивают на несколько комнат, в каждой из которых можно создать свой любимый уголок и создать там собственный стиль. Предпочтение отдается брендовым изделиям и высококачественным торговым маркам. В случае домашних аксессуаров есть признаки увеличенного спроса на продукты, произведенные в Германии. В местном масштабе вспомнились часы с кукушкой и экстравагантные трости. Очарование и мода пятидесятих годов дует через гостиные Германии. Стулья и столы отражают тенденции той эпохи. Когда дело доходит до обстановки, ключевым фактором остаются экологичность и природные компоненты. В качестве декоративных элементов растущую популярность завоевывают произведения искусства, особенно картины и скульптуры.

Цветовая гамма более широкая, чем много лет назад, – от бледно-горохового до лимонно-зеленого, являющегося особенно популярным. Фигурки к празднику Пасхи сделаны из грубого, необработанного дерева, дизайн кроликов и петлиц достаточно прост.

GIVING TRENDS

Когда дело доходит до творческих идей для подарка, предпочтение отдается дизайнерским решениям, воплощающим совмещение практичности, функциональности и уникальности. Шелковые и шерстяные одеяла превращены в отдельные сумки и портмоне любых размеров. Потребители, желающие приобрести долговечный продукт, обращаются к естественным материалам, таким как кожа и бамбук. Маленькие вещицы, приносящие радость в повседневную жизнь, – брелки для ключей, мобильные телефоны, блокноты – дают простор для любой фантазии, любого вкуса. Здесь используются все цвета радуги в соответствии с индивидуальными предпочтениями.



Приглашаем вас посетить Ambiente в следующем году! Выставка пройдет с 10 по 14 февраля 2012 года. Можно будет проверить наши прогнозы по рынку, узнать о новых технологиях и дизайнерских изысканиях.



Гостей и участников выставки объединяет общая заинтересованность профессиональным журналом «Посуда»



ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ 2010 ГОДА



ОАО «Нытва» анализирует результаты своей деятельности за прошедший период.

Рост объемов продаж составил порядка 15% к предыдущему периоду. Мы смогли выйти на докризисные объемы продаж и производства.

Мы удержались на рынке в сложный для всех производителей период экономического спада, отстояли и упрочили свои позиции ведущего отечественного производителя высококачественных столовых приборов и кухонных принадлежностей.

Благодаря своей эффективной деятельности в 2010 году доля рынка ОАО «Нытва» среди производителей отечественных столовых приборов превысила 30% и завод в очередной раз занял лидирующие позиции в своем сегменте.

В 2011 году планируется увеличение объемов продаж, в том числе и за счет выхода на новые рынки сбыта путем обновления ассортимента.

Уже в марте мы будем рады представить нашим потребителям новую модель детских столовых приборов «Непоседа» и модель столовых приборов «Уют». Они будут изготовлены из медицинской стали, прошедшей строжайшую проверку в лабораториях завода. Над дизайном детских изделий работали наши технические специалисты, и мы надеемся, что новые детские столовые приборы придется по душе нашим покупателям и их малышам. Новая модель столовых приборов с «говорящим» названием «Уют» разработана и предназначена для создания атмосферы уюта в



вашем доме, а также домашней обстановки в заведениях HoReCa.

Также весной текущего года мы начнем выпуск продукции в упаковке «Подвеска», предназначенной для магазинов формата самообслуживания, что должно обеспечить удобство при надлежащей организации мест продаж нашим потребителям.



ОАО «Нытва» сертифицировано по системе менеджмента качества ISO 90001:2008, что накладывает высокую степень ответственности на завод как на производителя, поэтому одним из приоритетных направлений остается конечно же качество продукции. Изделия, прежде чем попасть к нашим покупателям, проходят несколько этапов проверки. Мы с уверенностью говорим о высоком качестве своей продукции и ее безопасности для здоровья.

Благодарим наших покупателей за выбор нашей продукции!

Надеемся на дальнейшее упрочнение и расширение связей с отечественными и зарубежными покупателями.

Контакты отдела продаж ОАО «Нытва»:

617000 Россия, Пермский край,
г. Нытва, ул. К. Маркса, 71
Тел./факс: +7 (34 272) 3-09-50,
3-08-72, 3-00-43

**E-mail: tnp@nytva-nmz.ru
www.nytva-nmz.ru**





VI ВСЕРОССИЙСКИЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ ФОРУМ

С Центром Закупок Сетей™

ПОСТАВЩИК-2011: Стратегии работы с сетями food/non-food

21-22 апреля 2011 года, Москва, Центр Международной Торговли

Для Вас на Форуме:

Стратегическая информация:

Новая ассортиментная и закупочная политика розничных сетей; новые потребительские предпочтения в разных отраслях и регионах; реальные планы госрегулирования потребительского рынка от представителей законодательной и исполнительной власти до конца 2011 года; ключевые бизнес-стратегии, без понимания которых сложно будет сохранить рыночные позиции в 2011 году.

Переговоры о поставках в сети:

Каждый участник Форума принимает участие в **Центре Закупок Сетей™** и получает возможность за один день провести десятки переговоров об оптовых поставках товаров в торговые сети.

В Центре Закупок Сетей™ принимают участие закупщики 50 международных, федеральных и региональных розничных сетей

За отдельным рабочим столом сети Вы сможете лично и напрямую представить Вашу продукцию закупщику выбранной вами сети, задать важные для Вас вопросы, получить нужный контакт для продолжения переговоров о поставках



Всероссийский Антикризисный Форум



Переговоры о поставках с сетью X5 Retail Group в Центре Закупок Сетей™

Организатор:



www.no-crysis.ru

3 простых способа
участвовать в форуме



Тел/факс: (495) 730 7906, (812) 327 4918
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
Вебсайт: www.no-crysis.ru



«АЛЬТЕРНАТИВА» ЕСТЬ ВСЕГДА!

Пришла весна — пора активизации многих представителей бизнес-структур. Для производителей посуды это также время особой занятости. Помимо традиционных весенних выставок и конкурсов необходимо помнить и о своих прямых обязанностях, тем более если этого требуют условия конкуренции.

На рынке полимерной продукции ЗПИ «Альтернатива» выгодно отличается от других производственных компаний. Высокопрофессиональный менеджмент, современные европейские технологии, квалифицированные кадры, использование только качественных материалов, прошедших российскую сертификацию, — все это является немалым преимуществом компании.

«Альтернатива» предлагает то, что другим не под силу. Это относится и к качеству продукции, и к уровню обслуживания. На заводе действует полный замкнутый цикл всех технологических процессов, необходимых для выпуска качественных изделий. Для этого созданы конструкторское и дизайнерское бюро, цех по изготовлению высококачественных пресс-форм, выдувные и литейные цеха, которые оснащены современными высокопроизводительными станками-автоматами. Улучшению качества изделий способствует применение новых технологий, среди которых

технология нанесения рисунка на изделие, система быстрой смены пресс-форм, энергосберегающее оборудование, новые горячеканальные системы. Все это позволяет постоянно расширять ассортимент продукции. На сегодняшний день предприятие выпускает более 1 тыс. наименований изделий, и это число постоянно растет. Многие дизайнерские разработки запатентованы.



Среди производимых «Альтернативой» изделий можно выделить несколько товарных групп, отвечающих любым потребностям: товары для дома, изделия для кухни, товары зимнего ассортимента, изделия для сада и огорода, детские товары, разнообразные канистры, хозяйственные баки и многое другое. Дизайнеры и конструкторы уделяют особое внимание разработке оригинальных моделей из пластика, поэтому эти изделия всегда находят своего покупателя.

Еще одной из сильных сторон предприятия является удобный и качественный сервис. Менеджеры компании не только принимают заказы, но и контролируют весь процесс доставки заказа до клиентов. Причем до-

Поставки осуществляются по всей России, а также в страны Евросоюза и СНГ.

Компания «Альтернатива» постоянно стремится к лучшему, поэтому ее развитие продолжается. Совершенствование технологий, новые идеи и

профессионализм сотрудников, несомненно, способствуют высокому качеству продукции. А это для нас самое главное. Продукция «Альтернативы» и само предприятие за качество и достигнутые успехи отмечены многими российскими и международными наградами.

452615 Россия,
Республика Башкортостан,
г. Октябрьский,
ул. 8 Марта, 9А
Тел./факс:
+7 (34767) 4-34-24, 3-99-91

www.alternat.ru

E-mail: tnp@alternat.ru



THE MUTUAL POINT OF BIG TARGETS

by Zuchex
idealHome

5th international
housewares & gift
fair

24 march **2011**
27 march
tuyap fair center / istanbul


Organized by: **LIFE** LI-FE FUARCILIK LTD. Tel : +90 212 292 60 31 Fax: +90 212 292 34 20 www.idealhomefair.com info@idealhomefair.com



Product Range

- Housewares
- Glassware
- Tableware
- Decorative Object
- Home Textile
- Giftware
- Electrical Appliances
- Decorative Furniture
- Bathroom & Kitchen Accessories
- Lighting & Chandelier

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



Zuchex
HOUSEWARES FAIR & LIFESTYLE

Product Range

- Housewares
- Glassware
- Tableware
- Decorative Object
- Home Textile
- Giftware
- Electrical Appliances
- Decorative Furniture
- Bathroom & Kitchen Accessories
- Lighting & Chandelier

**22nd INTERNATIONAL
HOUSEWARES
& GIFT FAIR
ELECTRICAL APPLIANCES
ISTANBUL**

22 SEPTEMBER **2011**
25 SEPTEMBER
tuyap fair center / istanbul
Visiting Hours: 09:30 - 19:00



Organized by: **LIFE** LI-FE FUARCILIK LTD. **DTM** **KOSGEB** **IMMIE** **züçder**

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

www.zuchex.com
info@zuchex.com

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

«ДУЛЕВСКИЙ ФАРФОР»

Лидирующее предприятие России



ПК «Дулевский фарфор» – лидирующее предприятие России по выпуску фарфоровой посуды столового, чайного ассортимента и скульптуры.

Разнообразие производимой продукции по формам и рисункам, а также экологическая безопасность, высокое качество и оптимальные цены – это те параметры, которые привлекают покупателей.

Совсем недавно завод разработал новую, практичную и более функциональную серию для сектора HoReCa. В нее вошли фasonsы чайной пары «Эра», штабелируемой чашки «Заря» и тарелки различных диаметров с утолщенным краем. Изделия данной линии отличаются повышенной прочностью и без проблем подвергаются мытью в посудомоечной машине, безопасны для применения в микроволновых печах, поскольку при декорировании не используются золото и платина. Глазурованная поверхность изделий очень устойчива к истиранию и применению различных моющих средств.

Важным достоинством посуды сектора HoReCa является возможность штабелирования. Это позволяет более рационально использовать площади и создает удобство для хранения изделий в кафе, барах и ресторанах.

На посуду данной серии в настоящий момент действует сезонная скидка.

Наряду с этим завод приступил к выпуску новых линеек посуды с рисунками «Брусничная поляна», «Цветные горошки», «Марита».

Дизайн и цветовая гамма разрабатывались с учетом моды и стиля.

Дулевский фарфор – это сочетание русских традиций и современных тенденций.



«Цветные горошки»



«Брусничная поляна»



«Марита»

Наш адрес: 142670 Россия, Московская область, Орехово-Зуевский район, г. Ликино-Дулево, ул. Ленина, 15

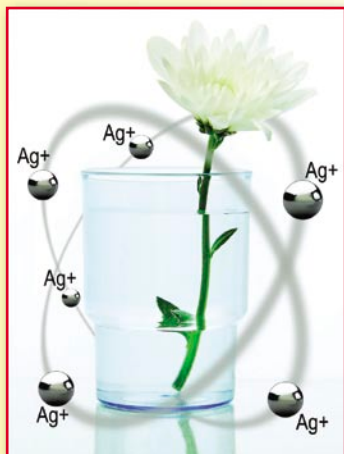
Отдел маркетинга: **тел./факс:** +7 (496) 414-36-60, 414-03-79

Служба продаж: **тел./факс:** +7 (496) 414-24-45, 414-13-76. Отдел заказов: **тел./факс** +7 (496) 414-13-74

www.dulevo.ru E-mail: market@dfz.ru, farfor@dulevo.ru, plan@dfz.ru

БУДУЩЕЕ НАЧИНАЕТСЯ СЕГОДНЯ!

Почему мы выбираем посуду с ионами серебра?



Участники посудного рынка нередко говорят, что придумать что-то новое в посуде очень сложно. Однако московский завод «Техоснастка» опровергает такую точку зрения. И предлагает посуду из тонкостенного поликарбоната и антибактериальную пластиковую посуду с ионами серебра. Благодаря тонкостенному литью и уникальным качествам используемого сырья дизайн и потребительские свойства данной посуды просто завораживают. Мы решили подробнее рассказать о том, что же представляет собой такая посуда и почему ее по праву можно считать посудой будущего.

Темпы развития рынка пластиковой посуды в России впечатляют. Однако с некоторых пор цены на пластик стали расти и спрос на популярные изделия из полипропилена начал снижаться. Поиски альтернативного, но



более доступного сырья преподнесли сюрприз в виде менее дорогого поликарбоната (ПК), превосходящего по своим качествам многие материалы, и в том числе стекло.

Оказалось, что посуду из поликарбоната можно использовать в качестве контейнеров для хранения продуктов в морозильной камере, можно без опасения разогревать в ней готовые блюда в СВЧ-печах, а также сервировать ею стол. Эти изделия прозрачны, не боятся резкого перепада температур (от -25 до +110 °С), имеют тонкие и прочные стенки и не лишены оригинального дизайна.



Что касается антибактериальных свойств, то в настоящее время благодаря последним разработкам в области освоения нанотехнологий стало возможно насыщать полимерные материалы ионами серебра в безопасной для человека концентрации. Но стоит помнить, что простое внедрение наночастиц в материал не дает нужного эффекта, поэтому технология, применяемая «Техоснасткой», предусматривает использование специального губчатого носителя, который после обработки на молекулярном уровне внедряется в сырье и «работает» в течение всего срока эксплуатации изделий. Ионы серебра (Ag⁺) сдерживают размножение бактерий на поверхности посуды, безопасны для окружающей среды, не имеют цвета, запаха и абсолютно безвредны. Механизм действия (Ag⁺) на микроорганизмы выглядит следующим образом: активные ионы серебра проникают сквозь клеточную мембрану бактерии, и та теряет свою протеиназу. Также ионы серебра помогают разрушить ДНК микроорганизмов.

О полезных свойствах серебра документально известно с V века до н. э. Уже в то время люди знали об антимикробном эффекте этого благородного металла. Согласно данным научных исследований, ионы серебра убивают до 650 разновидностей опасных для человека микробов, вирусов и грибов. Это превосходит возможности даже самых сильных антибиотиков, которые могут уничтожить не более 10 разновидностей вредных бактерий.

– Далеко не все производители пластиковой посуды имеют возможности для расширения своего ассортимента посудой из поликарбоната. В чем проблема?

С этим вопросом мы обратились к генеральному директору завода «Техоснастка» **Илье Антонову.**

– Новый материал и тонкостенное литье предполагают внедрение иной технологии производства. Это далеко не просто, так как требуются: обновление оборудования, новые пресс-формы, а также придание нужных литейных свойств сырью. Только конструктивных особенностей пресс-форм можно назвать около десятка! Не все производители в состоянии освоить сегодня новое направление, и многие продолжают работать с прежним сырьем.

– Оказывается, ваша посуда препятствует травматизму. Что имеется в виду?

– Столовая посуда может разбиться или расколоться. Случается сталкиваться и с использованием посуды не по назначению. В результате возникает опасность пораниться осколками... Пластиковая посуда в этом смысле не так опасна для окружающих. Даже если она упадет, то, скорее всего, не разобьется, разлетевшись на мелкие острые осколки. Это особенно важно в заведениях общественного питания, и в частности там, где организовано питание детей.

– Случалось слышать, что пластиковая посуда вредна для здоровья. Вы согласны с такой точкой зрения?

– Все зависит от сырья. Если в качестве сырья был использован некачественный пластик или пластик вторичной обработки,

то такую посуду нельзя использовать в пищевых целях. Мы, например, не допускаем применения вторичного сырья в своем производстве посуды. Кроме того, вся наша продукция сертифицирована и проходит обязательные проверки в соответствующих лабораториях Ростеста. Результаты испытаний неизменно подтверждают экологическую чистоту всех изделий, предлагаемых компанией. Так что при четком соблюдении всех правил пластиковая посуда не только безвредна, но и улучшает здоровье, в частности за счет ионов серебра.

Сегодня с уверенностью можно сказать, что будущее развитие посудного рынка невозможно без посуды из поликарбоната. А придание посуде антимикробных свойств ставит ее в один ряд с дорогой серебряной или посеребренной посудой. Только, в отличие от последних, вся посуда от завода «Техоснастка» доступна каждому покупателю и пользуется устойчивым спросом у конечных потребителей.



«ТЕХОСНАСТКА»

109202 Россия, Москва,
ул. 1-я Фрезерная, 10
Тел.: +7 (499) 170-38-86,
171-94-02,
171-33-05, 170-37-14
www.texosn.ru



СОХРАНЯЯ СИБИРСКИЕ ТРАДИЦИИ



Всех принимала Сибирь, всем давала возможность проявить себя, испытывая характер своей суровостью и строгостью. Выживали сильные, упрямые, находчивые и надежные. Так складывался знаменитый сибирский характер, а вместе с ним и культура русской Сибири.

В наш стремительный век мы все меньше времени уделяем себе и своим близким, слишком мало обращаем внимания не только на то, что мы едим, но и на то, в чем готовим. А ведь богатый стол начинается с кухни, и поэтому важно, чтобы кухонная посуда была удобной, красивой, прочной и безопасной для здоровья.

ООО «Сибирские товары» является одним из лидеров по производству эмалированной посуды в России, единственным за Уралом.

Посуда от ООО «Сибирские товары» – это залог сохранения традиционного вкуса еды. Используя традиционные и уникальные современные технологии, ООО «Сибирские товары» создает посуду, которая делает жизнь чуточку лучше, заботясь о здоровье и долголетию.

Эмалированная посуда ООО «Сибирские товары» изготавливается из высококачественного стального листа, покрытого двумя слоями жаропрочной эмали.

Одно из самых главных качеств эмалированной посуды – ее удобство. Эта посуда имеет красивый внешний вид. В элементах



декора нашли свое отражение уникальная природа Сибири и характер жителей этого края. Сибирская рябинушка стала одним из ярких образов в дизайне посуды ООО «Сибирские товары».

Широкая палитра оттенков эмали, которую ООО «Сибирские товары» закупает в Чехии и Японии, разнообразие рисунков дают возможность выбрать именно ту посуду, которая идеально подойдет к интерьеру вашей кухни. И даже после нескольких лет использования эмалированной посуды при бережном отношении к ней она будет привлекательно выглядеть.

Стоит обратить особое внимание на кастрюли с утолщенным дном и наборы кастрюль с нержавеющей ободком производства ООО «Сибирские товары», так как их можно использовать для приготовления пищи на стеклокерамических плитах.

Выпускаемый предприятием ассортимент про-

дукции рассчитан на самые широкие слои населения, поэтому продукция находит стабильный сбыт на территории всей РФ и во многих странах ближнего зарубежья независимо от уровня доходов населения, места проживания, пола и возраста.

ООО «Сибирские товары» с 2010 года проводит комплекс работ по реконструкции и техническому переоснащению действующих цехов и производств. Закупаются новые штампы. Устанавливаются новейшие газовые печи. Эффект от работы газовых печей в скором времени сможет ощутить каждый покупатель продукции ООО «Сибирские товары». Формат печей позволит осуществить производство изделий нестандартной формы. При обжиге в газовых печах меняется качество стекловидного эмалевого покрытия, при этом продлевается срок эксплуатации эмалированной посуды. ООО «Сибирс-

кие товары» радо удивлять приятными новинками своих покупателей.

Возобновлено производство посуды бытового назначения из оцинкованного холоднокатаного листа.

Всех, кто заинтересован в надежных, долговременных взаимоотношениях с российским, единственным за Уралом, производителем традиционной эмалированной посуды, ООО «Сибирские товары» приглашает к сотрудничеству.

ООО
«Сибирские товары»
654010 Россия,
Кемеровская область,
г. Новокузнецк,
пл. Побед, 1

Тел.:
+7 (3843) 79-10-15,
79-44-60, 79-58-39
Тел./факс
+7 (3843) 79-32-93

www.sibtov.ru



tescoma®

НАСТРОЕНИЕ ПРАЗДНИКА

Все любят устраивать праздники. Что может принести большее удовольствие? Зарядиться хорошим настроением и веселить друзей – это так здорово!

Но каждый раз нужно придумывать что-нибудь новенькое, иначе праздничные дни не будут отличаться от будней. Чтобы этого не произошло, **Tescoma** знакомит нас со своими новыми «помощниками». Уж с ними точно будет весело и уютно!

К СТОЛУ!

Ожидание друзей только усиливает желание поскорее приготовить что-нибудь вкусненькое. За чашечкой чая или кофе и домашней выпечкой можно обсудить тысячу тем и найти ответы на самые трудные вопросы.

Поэтому скорее готовим тесто. Чтобы не использовать лишний жир и сделать тесто воздушным и упругим, воспользуемся специальным ковриком из

термостойкой ткани с антипригарным покрытием. На нем очень удобно раскатывать будущие сдобные творения. Благодаря материалу коврика тесто к нему не прилипает. Кроме того, на таком коврике сырое тесто можно ставить в духовку: теперь оно не пригорит к противню и поднимется до нужного объема.



Из раскатанного теста выполним всевозможные формы, которые в испеченном виде станут незаменимым кушаньем на любой вечеринке. Для этого самое время воспользоваться одним из наборов формочек **DELICIA** от **Tescoma**. Они позволяют легко и быстро изготовить 30 штук форм печенья или пряников. Листы теста раскатыва-

ют на специальных шаблонах, в результате получаются изображения знакомых предметов, животных или произвольные геометрические формы, которые радуют глаз. После запекания авторские печенья будут поедаться в один момент!



Чтобы улучшить результат, рекомендуется украсить печенье шоколадом, сахарной пудрой или глазурью, сбитой из яичного белка.

Однако не одной выпечкой жив человек! Когда вы принимаете компанию гостей, имеет смысл подать на стол что-нибудь еще. Вы можете порадовать приглашенных горячим мясным блюдом (с гарниром или без), запеченными овощами и многим другим. С помощью новой линейки керамической посуды **Gusto Rouge** от **Tescoma** приготовить еду в духовом шкафу или микроволновке не составит труда. Все предметы новой линейки прекрасно переносят термический шок – перепад температур от -18 до +240 °C (их можно ставить в духовку прямо из морозилки) и рассчитаны на длительный срок активной эксплуатации. Обратите внимание на современный дизайн и цветовой решение каждого изделия. Яркие контрастные красно-белые оттенки и стройность форм позволяют использовать эту посуду как сервировочную. Больше не нужно заниматься утомительным переключением готового блюда в тарелки, боясь нарушить его целостность. С новой посудой от **Tescoma** все просто и красиво!

tescoma.

Delicia

23 x 33 cm



Cookie cutting sheet for crescent shaped rolls.
Выкаточная форма на силиконовом покрытии.
Ausrollblech für Vanille Kugeln.
Stanzblech pour petits croissants.
Stampa tagliabiscotti crescent.
Lamina cortapastas para hornos de coque.
Forma de modelamento orgânica.
Выкаточная форма на силиконовом покрытии для печеных изделий.

3 YEARS



БОЛЬШЕ ОБРАЗОВ!

Как известно, все мы в душе мечтатели. Домашняя вечеринка позволяет раскрыть и проверить свои мечты.

Чтобы дружеская встреча была еще радостней, лучше всего украсить стол разнообразными фигурками. Их можно приготовить из цельного теста, покрыть цветной глазурью, ореховой или кокосовой стружкой, а также наполнить любимым джемом.



Благодаря специальным формочкам, поставляемым в тематических наборах, каждый из нас без труда сможет создать праздничные образы к Рождеству, Пасхе, дню рождения и другим праздникам.



Главное – набраться немного терпения, и уже совсем скоро выпечка с помощью формочек от Tescoma принесет долгожданные плоды. Вы можете получить тончайшее хрустящее печенье произвольного вида или же десерт со своей любимой начинкой.

Проявляйте фантазию – и тогда результат превзойдет все ожидания. Фантазировать с помощью Tescoma можно бесконечно. Это легко, приятно и увлекательно!

Дополнить впечатление от свежеспеченных десертов поможет чашечка горячего капучино. Обильная пенка напитка становится полем для выражения новых фантазий и эмоций. С помощью специальных масок-шаблонов не сложно украсить пенку тертым шоколадом. Полученный рисунок прибавит изысканности вашему общению.

ЧИСТАЯ КУХНЯ – В ОДИН МОМЕНТ!

После гостей всегда приходится мыть посуду. Оказывается, это занятие может принести массу приятных эмоций. Нужно только правильно оформить свою раковину! С этой целью Tescoma предлагает целый арсенал приспособлений **CleanKit** для лучшей организации кухонного пространства: размещения мыла, моющего средства, а также губочки для мытья посуды. Преимуществом многих пластиковых аксессуаров является возможность прикрепить их с помощью присоски к внутренней стороне раковины таким образом, чтобы не оставлять вокруг капли воды.

Дозатор для моющего средства, герметичная силиконовая заглушка для раковины, противоскользящий перфорированный вкладыш в подносике для мыла и аксессуаров, вешалка для губчатой салфетки, отсек для щетки... Список можно продолжать очень долго. Но главное, что все представленные предметы помогают нам и упрощают наш труд, когда мы стоим за раковиной.

После мойки посуду лучше сразу же разложить в столе или на полке в шкафчике. Tescoma рекомендует выкладывать вымытую посуду на специальную подложку. Она прекрасно крепится ко дну выдвижного ящика или буфетной полке и препятствует скольжению размокающих на ней предметов.

Сегодня существует множество способов облегчить свою жизнь и наполнить ее радостными и интересными событиями. Tescoma помогает раскрыть ваши собственные возможности на пути к созданию праздника!

WWW.TESCOMA.COM



ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПОСУДА

Узнай правду из первых уст!

20 января 2011 года группа журналистов во главе с директором по маркетингу завода Scovo Петром Черенковым отправилась увидеть своими глазами, как же производятся в России самые популярные антипригарные сковороды, а заодно развеять сильно преувеличенные слухи о вредности антипригарных покрытий, представив документальные подтверждения безопасности покрытий марки **Whitford**.

Итак, зимнее утро. Комфортабельный автобус пересекает МКАД и движется вдоль родных просторов и заснеженных лесов. Петр Черенков



рассказывает о заводе и о выпускаемой на нем продукции. Оказывается, доля Scovo (согласно специально проведенным исследованиям) составляет 36% от всего рынка антипригарных посудных изделий. В качестве сравнения, доля марки

«Тефаль» – 32%, из которых 23% производится на территории России.

Журналисты засыпают... лектора вопросами. Выясняется, что часть продукции закупается (читай – производится) в Китае (в частности, марка «Топаз»), так как там изготавливают качественные ручки, стеклянные крышки, а также литые чаши для сковород – и проще и дешевле, чем в своем отечестве. И все же в целом завод выпускает внушительное число изделий на российских заводах и, что приятно, не скрывает от общественности подробности своего производства, включая описание конечных продуктов и сырья для него.

Так, в процессе такого общения выяснилось, что используемый в качестве основания сковород металл – алюминий является пищевым (из такого же материала изготавливают матовую непокрытую алюминиевую посуду) и не причинит вреда в случае нарушения целостности антипригарного покрытия (антипригарные качества в этом месте, разумеется, будут потеряны). Что касается самого антипригарного покрытия, то сейчас на заводе используют покрытие марки Whitford, в котором отсутствует перфтороктановая кислота (PFOA).

Кстати, завод Scovo рекомендует менять антипригарные сковороды один раз в три года, но в процессе обсуждения данной темы выяснилось, что служить верой и правдой данные сковороды будут намного дольше.

Полтора часа дороги – и мы в уютном зале, где одна из стен полностью увешана всевозможной продукцией марки Scovo.

Завод существует достаточно давно (первая линия по производству товаров народного потребления заработала в 1947 году в одном из цехов Каменск-Уральска) и выпускает не только антипригарную продукцию



различных видов и ценовых категорий (эконом-класс, как и у многих других производителей антипригарной посуды, лидирует), но и другие предметы посуды и изделия хозяйственного назначения из матового алюминия (канистры, бидоны, противни и пр.).

Здесь же устроен специальный зал и подготовлено оборудование для предстоящей презентации. Тема – **«Антипригарные покрытия: правда и вымысел»**.

Chris Pehoviak – один из руководителей компании Whitford – уверен, что, если у вас появился вопрос относительно антипригарного покрытия, он, скорее всего, уже имеет ответ на него. Но вначале лекция. Крис подготовил более полутора десятка слайдов, из которых можно понять, что споры вокруг пресловутого политетрафторэ-

тилена (PTFE) и одного из его компонентов – перфтороктановой кислоты не более чем элемент не самой честной конкуренции или агрессивного маркетинга, направленного на дезинформацию основной час-

ти конечных покупателей (с более подробным описанием данного выступления можно ознакомиться у представителей торгового дома Scovo).

Оказывается, некоторое время назад учеными был установлен факт накопления в организме человека перфтороктановой кислоты (PFOA), которая сохраняется в PTFE (антипригарном покрытии) до момента его высыхания (то есть эта кислота улетучивается в процессе конечного обжига при температуре более 300 °С). Токсичность накопленной в организме



кислоты рядом исследователей ставится под сомнение. По крайней мере, нет ни одного доказательства того, что именно эта кислота привела к какому-либо заболеванию (хотя сегодня от весьма авторитетных источников информации или представителей научных кругов можно услышать прямо противоположное). Но все-таки практически все компании, использующие эту кислоту в производстве своих антипригарных покрытий, к 2015 году обязались ее не использовать. Причем с этой задачей все справились уже на 99% (из других источников можно узнать, что вместо PFOA – или, как ее еще называют, С8 – стали применять другую кислоту, в частности – С6, о вредности или безопасности которой пока еще ничего не известно!).

Все сковороды Scovo уже в течение более полутора лет покрываются антипригарным покрытием Withford, не содержащим в своем составе PFOA!

Крис утверждает, что PFOA полностью исчезает в ходе последнего пребывания сковороды в печи (в процессе сушки), так как при этой температуре (более 300 °С) кислота просто выгорает без остатка. Но существует немало иных предостережений, с которыми мы сталкиваемся ежедневно и которые могут выделять данную кислоту во внешнюю среду. Например, упаковочная бумага, наделенная водоотталкивающими свойствами (часто в нее заворачивают продукты питания), волокна современных ковров (ковры специально покрывают веществом, содержащим данную кислоту, для придания грязеотталкивающих свойств) и пр. По крайней мере, эти изделия не проходят высокотемпературную сушку! Но почему-то все беды возложили на полимерные антипригарные покрытия. (Сегодня можно услышать, что политетрафторэтиленовые антипригарные покрытия выделяют при нагреве до 260-280 °С чуть ли не десятки токсичных веществ, включая ту самую PFOA. Кстати, чтобы в домашних условиях разогреть так сковородку, нужно очень постараться. Обычное приготовление пищи происходит при температуре не выше 250 °С, а чаще всего при температуре 150-200 °С.)



Крис также упоминает о зарегистрированном факте гибели канарейки, смерть которой была вызвана газом, образовавшимся в результате перегрева сковороды... Но нельзя не согласиться с Крисом, который дополняет свой рассказ замечанием о том, что любая посуда при сверхвысокой температуре (фактически при плавлении или горении) может выделять в окружающую среду газ, который приведет к гибели не только домашних птиц, животных, но и человека... Поэтому следует просто использовать кухонную посуду по назначению, согласно инструкции.

Сегодня альтернативой полимерному антипригарному покрытию является так называемое керамическое антипригарное покрытие (которое, как утверждают его производители, не выделяет никаких веществ даже при температуре 450 °С и выше). Правда, антипригарные свойства последнего при прочих равных условиях сохраняются меньшее время, чем у полимерных покрытий (особенно если последние нанесены в несколько слоев). Значительное снижение антипригарных свойств у керамического покрытия происходит при нагреве посуды до температуры 300 °С и выше. В настоящее время ведущие специалисты в области

Вторая часть организованной экскурсии была посвящена демонстрации работы производственных линий, а также проверке антипригарных качеств и износостойкости покрытия Whitford. На заводе функционируют две линии: для производства сковород эконом- и премиум-класса. Для каждой из них вначале вырубается диск (для эконом-класса – от 1 до 2,2 мм, для премиум-класса – 3-4 мм и толще). Принципиальная разница в дальнейшей обработке дисков состоит в следующем. На дешевые заготовки краска (антипригарное и наружное покрытие) наносится методом роликового наката с последующим приданием им формы сковороды (антипригарный слой составляет примерно 30 мкм). Дорогие заготовки (диски) сначала формуются (методом чеканки под прессом с усилием 3,5 тонны), а только после этого окрашиваются методом напыления (толщина антипригарного покрытия – примерно 35 мкм). Окончательная сушка покрытий осуществляется при температуре более 400 °С.

Перед нанесением покрытий все заготовки проходят предварительную обработку. Дешевые изделия обрабатываются в шлифовальной машине, а дорогие (после создания формы) проходят обработку 4%-ным раствором гидроксида

натрия в специальном моечном тоннеле. После создания покрытой чаши сковороды у нее протачивают кромку, делают проточку на дне (если она предусмотрена дизайном) и наносят логотип. После чего крепят ручку: либо на заклепках, либо на винте (в этом случае предварительно к сковороде приваривается держатель, или, как его еще называют, гужон). На последнем этапе сковороду упаковывают, сопровождая каждое изделие информационной вкладкой.

Проверка качества сковороды на заводе Scovo осуществляется на каждом этапе ее производства. Проверяется толщина металлического диска, толщина внутреннего и внешнего покрытий и пр. Полностью сковороды проходят проверку в лаборатории, где проверяется стойкость и антипригарные свойства изделий.

Потребительские качества сковород Scovo продемонстрировал кандидат технических наук инженер по качеству и сертификации завода Scovo **Дмитрий Рынденков**. Всем посетителям было показано, как ведет себя покрытие при специальном нанесении повреждений острым лезвием ножа или воздействием абразивной тряпки с моющим средством (мыльным раствором), а также продемонстрированы антипригарные свойства после сгоревшего на поверхности сковороды коровьего молока. Последняя проверка проводилась в сравнении с другой сковородой.

Что можно сказать? Качество отечественных сковород Scovo, согласно проводимым испытаниям, не вызывает сомнений. Это действительно достойная продукция! Единственное, что можно посоветовать потребителям, – приобретать сковороды премиум-класса: они служат дольше, а это важное обстоятельство для тех, кто привыкает пользоваться качественной продукцией!



изучения антипригарных покрытий пытаются увеличить срок службы керамических покрытий.

натрия в специальном моечном тоннеле.

После создания покрытой чаши сковороды у нее протачи-



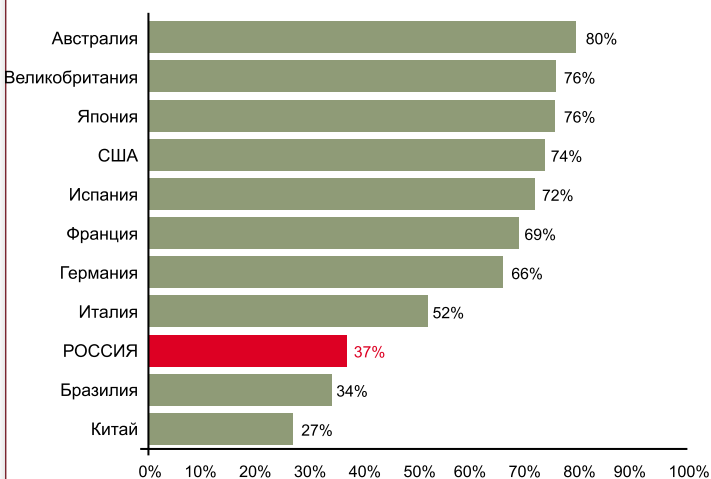
ПОСУДА В ИНТЕРНЕТЕ

Возможности рынка

Развитие дистанционной торговли набирает обороты благодаря интернет-продажам. По прогнозам аналитиков, к 2025 году он-лайн торговля достигнет предела своего наполнения. Поэтому занимать место в данном рыночном сегменте нужно уже сегодня.

Существующий уровень компьютеризации и интернетизации россиян пока в значительной мере отстает от ведущих стран мира. Так, в Австралии доля пользователей Интернета составляет порядка 80% от общей численности экономически активного населения. В Великобритании и Японии значения аналогичного показателя составляют 76%, в США – 74%. Среди западноевропейских стран самое низкое значение рассматриваемого показателя зафиксировано в Италии (52%). Россия с 37% оказывается позади большинства развитых стран, однако несколько опережает мощные развивающиеся экономики (например, Бразилию, Китай и Индию). Что касается двух российских столиц, то их уровень интернетизации в целом соответствует среднеевропейскому столичному уровню, однако существенно отстает от уровня мегаполисов в Австралии, Великобритании, Японии и США.

Доли пользователей интернета в странах мира, %



Казалось бы, чем дальше от магазина находится покупатель, тем у него меньше шансов совершить покупку... Однако последние исследования свидетельствуют об обратном. Удаленность покупателя от магазина не является помехой для расширения торговли. Статистические данные за последние годы свидетельствуют о росте популярности дистанционной торговли в сфере целых групп товаров для дома и продовольственной продукции.

Рынок дистанционных продаж держится на трех базовых каналах: **торговле по каталогам, интернет-магазинах и теле-, радио-, SMS-продажах.** Доля каждого из них по состоянию на начало прошлого года составляет в среднем 52,2; 42,5 и 5,3% соответственно (при этом доля торговли по каталогам три года назад равнялась 72,2%, а интернет-магазинов 22,5%). Бурное распространение Интернета в последние 5-7 лет доказало приоритетное развитие именно интернет-торговли, в отличие от двух других каналов сбыта. Не случайно практически все представители розничной торговли стараются как можно быстрее построить в мировой сети свой интернет-магазин (как правило, на базе собственного сайта).

Последний кризис 2008 года показал резкий провал в pop-food продажах, особенно с ноября 2008 года по февраль 2010-го. Обороты многих розничных магазинов (в том числе сетей) упали, не ожидая падения покупательского спроса. При этом Интернет в данный период стал практически единственным местом, которое демонстрировало устойчивый рост продаж.

Причин для этого несколько. С точки зрения продавцов, сказалось два серьезных фактора: популяризация он-лайн магазинов и общий интерес к новому виду бизнеса. Что касается покупателей, то для них главным образом важны: цена (она ниже, чем в обычном магазине, особенно в случае самовывоза), возможность сделать заказ в любое удобное время, а также доставка товара и пр. (см. **диаграмму 1**).

ДИАГРАММА 1. ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
(источник: РосБизнесКонсалтинг)



Заметим, что многие созданные несколько лет назад в дополнение к традиционным продажам интернет-магазины, в частности посудных компаний, представляли собой некий дополнительный элемент, который подчеркивал наряду с другими атрибутами принадлежность к касте профессиональных участников рынка. В лучшем случае таким магазином пользовался весьма ограниченный круг покупателей. Сегодня ситуация кардинально поменялась. Общий рост покупателей в сети завораживает. Сегодня их число находится на уровне примерно 6,5 млн человек. Это чуть меньше 5% от общего числа покупателей. Но, учитывая, что в течение следующих 12-15 лет число пользователей Интернета в России возрастет более чем в 2 раза, а также чуть ли не ежедневный рост популярности он-лайн торговли, количество покупателей уже в ближайшие годы будет существенно выше.

Социологический опрос позволил установить, что среди россиян, имеющих опыт приобретения товаров через Интернет, практически каждый второй из опрошиваемых (47,5% от общего числа) за последний год приобрел в интернет-магазине книги или иную печатную продукцию. Так же высоки процентные доли (от общего числа каждой группы опрошенных) купивших в интернет-магазинах:



Портрет покупателя интернет-магазина

Мужчины и женщины в равной степени пользуются интернет-магазинами. Средний возраст покупателя – 25-45 лет, то есть аудитория интернет-магазинов моложе аудитории каталогов; чем моложе потребитель, тем меньше вероятность, что он захочет ждать недели и месяцы, пока почта доставит его товар. 65% покупок доставляется курьером (и только 13% – Почтой России). В 80% случаев оплата покупки из интернет-магазина производится наличными в момент получения товара. Подавляющее большинство клиентов (около 90%) сосредоточено в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

- компьютеры, цифровую технику (39,4%);
- авиа-, ЖД-билеты (35%);
- косметику и парфюмерию (31,5%);
- одежду, обувь, аксессуары (31%);
- бытовую технику, товары для кухни (30,5%).

Товары для дома и кухни, значительная часть которых относится к различным посудным изделиям, также занимают далеко не последнее место (см. диаграмму 2).

При этом не стоит забывать, что росту торговли до сих пор препятствует ряд серьезных факторов. Среди них на первом месте стоит боязнь приобрести некачественный товар, который будет проблематично вернуть, а также отсутствие возможности подержать в руках приобретаемую продукцию (см. диаграмму 3).

Устранение тормозящих интернет-торговлю факторов еще более усилит темпы развития этого канала продаж. Учитывая одновременный приток новых покупателей за счет расширения аудитории пользователей Интернета и расширения сервиса интернет-магазинов (консультации, круглосуточная доставка и пр.), специалисты предсказывают увеличение числа покупателей посуды в среднем более чем на 25% в ближайшие 2-3 года, максимум – 5 лет!

Одной из основных проблем российской интернет-торговли, по мнению участников рынка и аналитиков, является **несовершенное законодательство**. Проект закона об электронной торговле, поправки в Закон «О защите прав потребителей», Законы «О персональных данных», «О связи» и новая редакция Закона «О рекламе» большинством экспертов признаны неприемлемыми для развития бизнеса. Правда, в ряде высокоразвитых европейских государств законодательство в отношении участников дистанционной торговли также оставляет желать лучшего.

Важными факторами, оказывающими на сегодняшний день тормозящее влияние на развитие интернет-торговли, являются **уровень логистики и таможенная политика** в отношении импортируемых товаров, если они составляют ассортимент магазинов.

КАКИЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ ПРИОБРЕТАЕМЫХ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ ВЫ ОБЫЧНО ИСПОЛЬЗУЕТЕ?

(Источник: РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ)

Платежное средство	% от общего числа совершавших покупки
Оплата наличными при доставке/самовывозе товара	69,8
Оплата на почте наложенным платежом	36,8
Пластиковые карты Visa, MasterCard и др.	27,6
Платежные системы WebMoney, «Yandex Деньги», RBK Money и др.	29,1
Оплата по банковским квитанциям	10,5
Почтовые переводы	8,0
Оплата через терминалы моментальных платежей (QIWI, «Элекснет» и т.д.)	10,0
Оплата через SMS	5,2

ДИАГРАММА 2. НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОВАРЫ, ПРОДАВАЕМЫЕ В ИНТЕРНЕТЕ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, СОВЕРШАВШИХ ПОКУПКУ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ
(Источник: РосБизнесКонсалтинг)



Доставка товаров, приобретенных через Интернет, теоретически может осуществляться тремя способами: Почтой России, собственной курьерской доставкой (штатными курьерами), а также альтернативными операторами (например, DHL) и специализированными курьерскими службами. Однако преимущественно (в 99% случаев) используется именно курьерская доставка. Но организовывать курьерскую доставку в маленькие города и села так же невыгодно, как и открывать там обычный магазин. Поэтому интернет-торговля активно развивается только в крупных городах. А в городах и населенных пунктах численностью менее 50 тыс. человек больше развита дистанционная торговля по каталогам – доставка почтой пока является здесь единственной альтернативой слабо развитой розницы. По этому поводу президент НАДТ (Национальной ассоциации дистанционной торговли) **Александр Иванов** отметил: «В традиционной рознице проще пригнать фуру с одинаковыми рубашками в Москву, чем две рубашечки отправить в деревню Петушково и еще две в Гребешково. Все это дополнительные операции – за них надо платить, поэтому в село продукт приходит значительно дороже».

Из-за изменений таможенной политики и отмены принципа почтовой консигнации ряд иностранных игроков вынуждены были свернуть свою деятельность на территории России.

Кроме перечисленных факторов, для развития дистанционной торговли имеются следующие препятствия:

- состояние банковской системы и платежных систем;
- валютное регулирование и контроль;
- нехватка квалифицированных специалистов, в том числе по логистике и маркетингу;
- сложность системы бухгалтерского и финансового учета;



ДИАГРАММА 3. ОПАСЕНИЯ РОССИЯН ПРИ СОВЕРШЕНИИ ПОКУПОК ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ, % ОТ ОБЩЕГО ЧИСЛА ОПРОШЕННЫХ (ИСТОЧНИК: РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ)



- отсутствие качественных легальных баз данных;
- слабое развитие инфраструктуры, проблемы доставки;
- проблемы со складскими помещениями в регионах;
- длительный срок возврата инвестиций;
- предубеждения потребителей по поводу торговли «на расстоянии»;
- недостаточный уровень интернетизации в России.

Но при всех недостатках и сложностях интернет-торговля, как мы уже говорили, будет набирать обороты. Этому способствуют помимо указанных выше еще и такие факторы, как рост доходов части населения, большая территория и связанные с этим значительные затраты на развитие традиционных форм торговли.

ВАЖНЫЕ АББРЕВИАТУРЫ:

НАДТ – Национальная ассоциация дистанционной торговли (www.namo.ru)
ЕМОТА – Европейская ассоциация дистанционной торговли (www.emota.org)

РЫНКИ ОН-ЛАЙН И ОФФ-ЛАЙН В 2007-2015 ГОДАХ, \$ МЛН (ПО МАТЕРИАЛАМ ДЕНИСА ПЕТРУШЕВСКОГО, WWW.OZON.RU)

Годы	Офф-лайн	Он-лайн	Объем общего рынка	%, он-лайн к общему рынку
2007	13 931	169	14 100	1,2
2008	16 762	238	17 000	1,4
2009	12 546	204	12 750	1,6
2010	16 260	315	16 575	1,9
2011	21 884	492	22 376	2,2
2012	28 391	698	29 089	2,4
2013	35 452	909	36 361	2,5
2014	43 163	1 198	44 361	2,7
2015	50 723	1 623	52 346	3,1

ПОПУЛЯРНЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПРАКТИКИ, % ОТ МЕСЯЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ. ПОКУПКА В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ ПО-ПРЕЖНЕМУ НЕ САМАЯ ПОПУЛЯРНАЯ ИНТЕРНЕТ-ПРАКТИКА В РФ. (ИСТОЧНИК: ФОНД «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ», 2010 ГОД)



МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

Наиля Колосова, ведущий менеджер отдела продаж столовых наборов и кухонных принадлежностей ОАО «Нытва»

– Новая упаковка помогает продавать наборы через Интернет?

– Интернет-продажи не являются основной формой нашей работы, хотя определенная доля заказов исходит от пользователей сети. А упаковка влияет на привлекательность продукции, кто бы ее ни покупал и в каком бы формате она ни продавалась. Поэтому, без сомнения, обновленная упаковка способствует более высоким объемам продаж, в том числе и посредством нашего сайта.

Константин Хлебников, директор ООО «Борисовская керамика»

– Насколько активно вы используете Интернет в своей работе?

– С каждым днем мы обращаемся к Интернету все чаще. Хотя могу сказать, что возможности Интернета у нас значительно ниже, чем в столице. Это общая проблема для регионов. Однако мы стараемся совершенствовать свой сайт, создавая на нем возможности для полноценных продаж. О поиске потенциальных клиентов я не говорю, их без помощи Интернета найти очень сложно.

Борис Репнин, директор по развитию компании «Чистый домик»

– Помогает ли вам Интернет в продвижении новинок?

– Трудно сказать. Сейчас мы работаем над сайтом, стараясь приспособить его для более удобного использования нашими клиентами. Также совершенствуем наш интернет-магазин, потому что его предыдущая версия не приносила желаемого эффекта. Но все-таки должен заметить, что посуда – специфический товар, который всегда хочется подержать в руках прежде, чем приобрести. На мой взгляд, покупки на сайте больше подходят для подарочной продукции, нежели изделий для повседневного использования.

Подарочная продукция – яркая, как правило имеет привлекательную упаковку, и это привлекает интернет-покупателей. Что касается продукции ежедневного спроса – она может выглядеть менее нарядно. И наша задача – правильно представить свою продукцию. Если у нас получится этого достигнуть, то можно полагать, что сайт станет более эффективным инструментом для продвижения нашего основного ассортимента и конечно же новинок.



INTERNATIONAL HOME + HOUSEWARE SHOW 2011

С 6 по 8 марта текущего года прошло одно из самых крупных выставочных мероприятий в сфере посуды и товаров для дома — знаменитое чикагское International Home + Houseware Show! Для представителей отечественного рынка данное шоу имело особое значение. Впервые в рамках известной программы GIA в числе лучших ритейлеров со всего мира была представлена российская компания — **омский розничный магазин «Мир посуды»**.

По мнению участников программы и представителей оргкомитета, участие в конкурсе и последующий выход на платформу GIA российского магазина дали начало новому витку в развитии партнерских взаимоотношений, а также повысили статус российских компаний в сфере товаров для дома на мировой арене. Ничуть не меньше, поскольку теперь информация о GIA 2011 и ее участниках разнесется специализированными СМИ по всему миру!

Стоит отметить, что осуществление первого шага стоило не одного года упорного труда как со стороны выставочного комитета, под эгидой которого организована GIA, так и со стороны нашего журнала, который в итоге представил на конкурс магазин «Мир посуды». Его руководитель и владелец **Владислав Шамбер** по досто-



Это неудивительно. Выставка не только позволяет ознакомиться с новым дизайном, интересными форматами выкладки и презентации товаров, но и создает благодатную почву для дальнейшего сотрудничества.

Сегодня ценовая политика в США и изобилие американских товаров позволяют закупщикам формировать свои товарные портфели по выгодным ценам. Конечно, ряд товаров из США на фоне аналогичной продукции, уже представленной на российском рынке, может стоить дороже. Но покупатель с каждым днем желает большего разнообразия. Предложение необходимо расширять, и прежде всего за счет новых товаров, которые сегодня предлагают в США.

В следующем номере нашего издания мы подробнее расскажем о самом шоу и победителях GIA. А сейчас хочется подчеркнуть главное: мы осуществили лишь первый шаг к новым победам российских компаний на международных конкурсах в будущем! Мы доказали — надо идти и побеждать! Это возможно! А еще это интересно, приятно и полезно для расширения бизнеса!



инству оценил проведенную работу и, как он сам признался, почерпнул немало полезного и интересного, приняв участие в конкурсе и впервые посетив выставку в США.

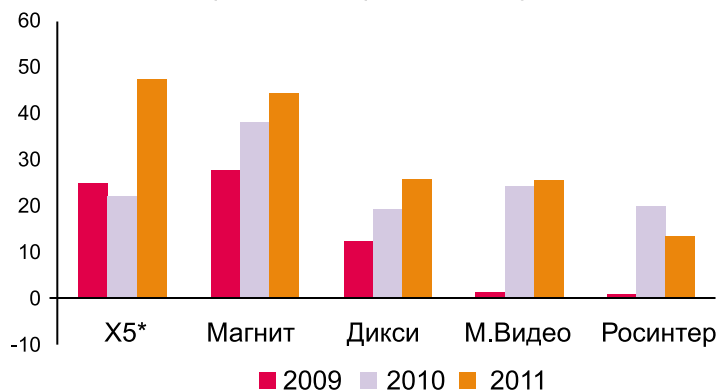
РИТЕЙЛ

Ситуация на рынке сегодня и завтра

Представители розничной торговли смотрят в будущее более уверенно, нежели в начале прошлого года. Покупатель легче расстаётся с деньгами в «средней» и «средней плюс» ценовых нишах, а также в сегменте «премиум». Однако ряд аналитиков отмечают реальное продолжение мирового кризиса и предсказывают возможность нового обвала со всеми вытекающими отсюда последствиями. Насколько оправданы эти опасения и возможен ли более высокий темп развития розницы в текущем году?

Не спокойное состояние испытывают многие. Наступивший год не прибавил настроения основной массе населения, которая после рыночного обвала конца 2008 – начала 2009 года с трудом сохраняла приемлемый уровень жизни. Общеполитическая ситуация оставляет желать лучшего: правительство реально не поддерживает частных предпринимателей и не принимает существенных мер для социальной поддержки слабозащищенных слоев населения; разрыв между богатыми и бедными увеличивается, равно как и разрыв в уровне жизни между теми, кто живет в крупных городах и глубинке; кадровые перестановки в верхах ничего, кроме видимости какой-то деятельности, не приносят. При этом, что характерно, вину чиновники и монополисты сваливают на летнюю засуху, которая привела к серьезным убыткам и жуткому неурожаю. При этом то тут то там просачивается информация о сговоре розницы, искусственно завышающей цену, наличии запасов продуктов на складах и черной бухгалтерии, дающей нажиться на пострадавших от прошлогоднего пожара «предприимчивым» коммерсантам.

Динамика продаж X5, Магнит, Дикси, М.Видео, Росинтера (2009-2011 гг.), % год к году



* - включая консолидацию Копейки с 01.01.2011

Источники: данные компаний, оценки Аналитического департамента Банка Москвы

В то же время ряд специалистов считают, что рынок розницы непродовольственных товаров покажет рост на 9,5% (это больше, чем в прошлом и тем более позапрошлом годах). Так, в 2009-м данный рыночный сегмент вообще демонстрировал упадок в размере 7,9%. С прошлого года оживился и банковский сектор, предлагающий ряд обновленных кредитных продуктов по приемлемым ставкам.

Ряд сетевых операторов также отмечают неплохой уровень роста. Например, рекордсмен российского рынка по числу магазинов – компания «Магнит» за 9 месяцев увеличила выручку на 45%, до \$5,43 млрд. Лидер рынка по

выручке и торговым площадям – X5 Retail Group за этот же период увеличила выручку на 28%, до \$7,8 млрд. Доходы «Дикси» выросли на 25,6%, до \$1,53 млрд.

Что касается операторов сугубо непродовольственной сферы (электроника, бытовая техника), здесь также отмечается рост, хотя и не такой ощутимый. Выручка «М.Видео» выросла на 16,8% (в прошлом году можно было отметить лишь 5% роста).

Ритейлер «Детский мир» отмечает положительную динамику, в частности в отношении возвращения уровня спроса к докризисным показателям.

Правда, во многих непродовольственных сетях отмечается влияние сезонности, несмотря на широкий ассортимент представляемой продукции. Например, ряд операторов отметили некоторое снижение уровня покупательского спроса по сравнению с ожидаемым в феврале текущего года (в размере 10-15%). Не хочется думать о продолжении кризиса и снижении спроса в макроэкономических масштабах, о которых недавно рассказывал президент компании «НЕ-ОКОН», действительный государственный советник

Согласно исследованиям РБК, до начала финансового экономического кризиса 2008-2009 годов рынок розничной торговли непродовольственными товарами показывал уверенный рост на уровне 16-18% в среднем за год. Под воздействием кризиса темпы прироста оборота розничной торговли в рассматриваемом сегменте стали стремительно снижаться. Уже в феврале 2009 года масштабы падения рынка непродовольственной розницы внушали серьезные опасения. Вместо привычного роста последовало снижение оборота! В сентябре оно достигло максимальных масштабов: рынок сократился на 13,4% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. В целом за 2009 год оборот рынка снизился на 7,9% по сравнению с 2008 годом. Таким образом, фактическое сокращение рынка с учетом несостоявшегося роста составило свыше 20,9%. Лишь в начале 2010 года рынок товаров pop-food стал показывать положительный прирост на уровне 6-7% относительно 2009 года. Восстановление протекает достаточно медленно, лишь к середине 2011 года ожидается увеличение оборота розничной торговли непродовольственными товарами на уровне 9-10% (без учета инфляции и роста цен).



Российское правительство запретило в 2011 году использовать иностранных работников в розничной торговле алкоголем, лекарствами, торговле на рынках и в палатках, а также в розничной торговле вне магазинов.

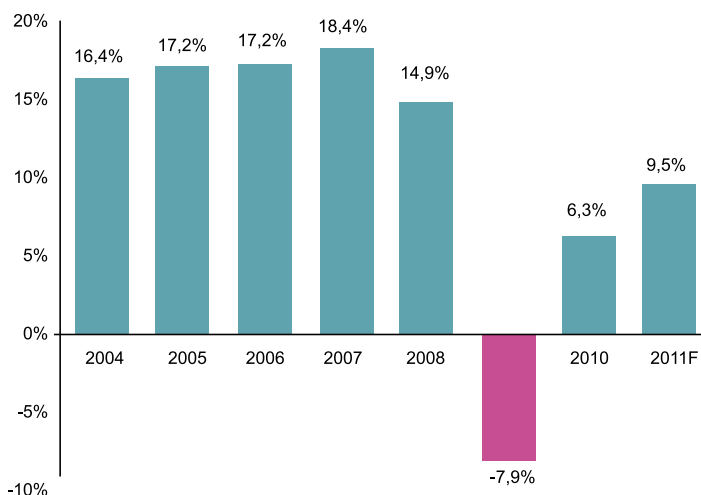
Российской Федерации **Михаил Хазин**, но такое тоже возможно! Цена нефти, по всей видимости, достигнет значения \$110-120 за баррель (по прогнозу М. Хазина) уже к концу весны. И что будет после этого, сказать сложно. Американский печатный станок пока работает, назвать достоверные данные по росту ВВП никто не может, поскольку инфляционные процессы и неустойчивость на валютных рынках создают все условия для плавающей статистики. В отношении уровня инфляции также присутствуют несовпадения. В среднем по результатам за 2010 год инфляция составила порядка 8-9% (некоторые считают, что 12-13%), а уровень роста ВВП за прошедший год равен примерно 3,1%.

И еще о наболевшем. Сегодня ритейлеры пожинают

первые плоды навязанного законодательства. Имеется в виду новый Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (проще «Закон о торговле»). Главную битву ритейлеры уже проиграли: несмотря на все протесты и лоббистские усилия, им навязали закон, который основатель и совладелец сети «Магнит» **Сергей Галицкий** когда-то назвал «запретом на профессию». Закон, в частности, ограничивает бонусы, которые ритейлеры получали от своих поставщиков. Бонусы были выгодны не столько сетям, сколько самим поставщикам, которые пользовались ими как инструментом продвижения своего товара, считает глава X5 **Лев Хасис**.

По мнению Льва Хасиса, главная проблема «Закона о торговле» – в менталитете на-

ТЕМПЫ ПРИРОСТА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ (В ЦЕНАХ ДЕКАБРЯ 2009 ГОДА) В РОССИИ С 2004 ПО 2011 ГОД, % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ



селения и властей, которые разделяют отрасли на «хорошие» и «плохие» – и к последним относят торговлю. «Восприятие очень простое: как говорил один из агрессивных оппонентов розничной торговли, торговля – это раковая опухоль на теле экономики. К сожалению, это представление значительной части населения страны», – говорит глава X5.

Что касается любимой сегодня темы коррупции, то здесь все сохраняется по-прежнему: борьба продолжается, коррупция тоже. В начале этого года шведский ритейлер IKEA огорошил общественность тем, что уволил топ-менеджера российского подразделения из-за его «терпимости по отношению к коррупционным действиям подрядчика». В декабре IKEA сообщила об итогах расследования деятельности российского подразделения, которое подтвердило, что вести «чистый» бизнес в России, скорее всего, невозможно, даже если принцип «не играть в эти игры» лежит в основе всей корпоративной философии.

Если говорить о работе розничных продавцов, то здесь тоже не все так просто. В случае снижения количества продаж, обусловленного сегодняшними изменениями спроса, продавец теряет бонусы, следовательно интерес к увеличению продаж у него проходит. А ведь надо

понимать, что сегодня мотивация потребителя становится более рациональной. В этой ситуации задача продавца – предложить покупателю достойное обоснование для совершения покупки. Кроме того, продавец должен быть готов работать с покупателем, понимая, что факт покупки состоится с меньшей вероятностью, чем в докризисный период.

Единого прогноза по будущему непродовольственной розницы не существует. Есть мнения, что рынок ритейла не достигнет высоких показателей, но есть и более оптимистический прогноз. В частности, ряд экспертов считают, что именно 2011 год покажет значительный рост в среде ритейла, особенно сетевого. Ритейлеры непродовольственных товаров и ресторанные сети демонстрируют рост продаж, который будет связан с открытием новых торговых точек и постепенным восстановлением общих покупательских трендов. Однако дальнейшие перспективы будут связаны с возможностью удержания темпов увеличения торговых площадей, уровня инфляции в стране, а также с влиянием макроэкономических факторов на покупательскую способность населения.

Что ж, будем надеяться на более благоприятное развитие ситуации!

По мнению генерального директора агентства INFOline Ивана Вадимовича Федякова, прогноз по ритейлу на 2011 год выглядит следующим образом:

1. В целом оборот розничной торговли будет расти, но рост не превысит 5-8% за год.

Это не значит, что обороты компаний не могут быть больше. Для более эффективной сетевой торговли помимо роста оборота в целом появится возможность воспользоваться уходом с рынка слабых игроков и нарастить оборот на 15-40%.

2. Кредитный бум продолжится. Триллион рублей на покупки могут выдать российские банки в 2011 году.

Банки не хотят кредитовать промышленность, потому что рисков много, а заработать много не получается, следовательно коммерческие банки будут активно кредитовать «нормальную» розницу и население. В краткосрочной перспективе это даст хороший потенциал для роста, но уже через 2-3 года за это придется платить в прямом и переносном смысле.

3. Рост и сила сохранятся в регионах. Количество регионов, в которых оборот розничной торговли растет, вновь начало увеличиваться, достигнув в августе 2010 года максимума – 76.

Высокая конкуренция и стоимость аренды в Москве и Санкт-Петербурге, а также городах-миллионниках заставляет идти в регионы. В то же время многие региональные компании уже окрепли настолько, что готовы теснить «федералов» в столицах. Кто победит, покажет 2011 год.

Материал подготовил Алексей Трёмбицкий



ЗА ДЕРЖАВУ ОБИДНО!

При покупке того или иного товара мы уже закономерно читаем: made in Turkey или made in China. За годы постсоветского пространства российская экономика по продукции товаров народного потребления потеряла мощности, отдав Турции и Китаю свои объемы. Что сделала Турция для роста продвижения своей продукции на мировые рынки, как государство защищает свои внутренние рынки? Может, стоит призадуматься?

Турцию справедливо относят к числу стран, в которых сформировалась достаточно развитая инфраструктура поддержки национального предпринимательства, в особенности – малого и среднего бизнеса, который, как известно, составляет основу любой динамично развивающейся экономики.

Наиболее активно эта инфраструктура начала формироваться в 50-е годы прошлого века, после принятия 15 марта 1950 года Закона «О торгово-промышленных, морских палатах и торговых биржах Турции», который стал правовой основой для систем



торговых и промышленных палат в Турции.

Заметно расширилась инфраструктура поддержки национального бизнеса в Турции в конце 70-х – начале 80-х годов. Быстрый экономический рост и форсированное развитие экспортно-ориентированных отраслей промышленности обусловили начало создания многочисленных ассоциаций и объединений, ставивших целью содействие в развитии экспортной деятельности, продвижение продукции турецких фирм, защиту коллективных интересов представителей того или иного сектора рынка. Эти структуры обеспечивают стабильность экономики независимо от политической и экономической ситуации.

Ассоциация внешней торговли Турции («ТЮРК-ТРЕЙД»), созданная в 1983 году, объединяет на сегодняшний день около 60 крупнейших турецких частных и государственных фирм-экспортеров, которые обеспечивают свыше 30% объема экспорта страны.

«ТЮРК-ТРЕЙД» является членом Конфедерации международных торговых ассоциаций, входящих в структуру органов ЕС.

Схожа по своим функци-

ям с «ТЮРК-ТРЕЙД» и другая турецкая экономическая организация – Центр развития экспорта Турции (сокращенно ИГЕМЕ, создан в 1960 го-

ду). Но, в отличие от «ТЮРК-ТРЕЙД», Центр является государственной структурой. К числу своих главных задач ИГЕМЕ относит продвиже-

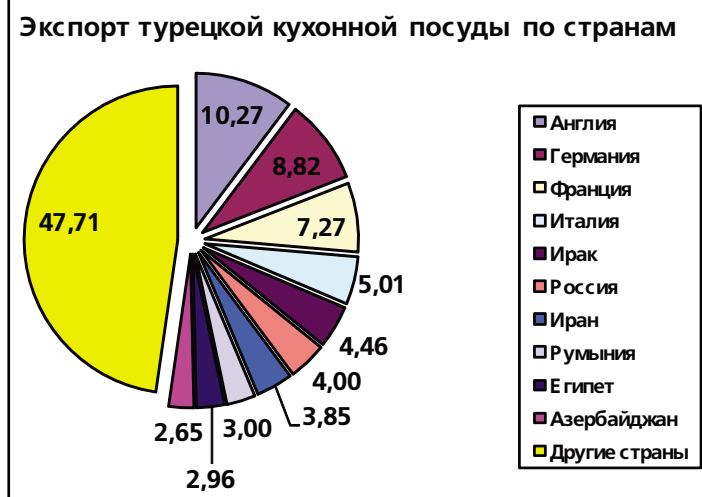


ние на иностранные рынки турецких товаров. С этой целью Центр проводит семинары и конференции по вопросам развития предпринимательской деятельности и внешней торговли, организует участие турецких компаний в международных выставках и ярмарках, предоставляет турецким и иностранным фирмам маркетинговые и консультационные услуги.

В инфраструктуре экономики Турции также важное место занимают отраслевые ассоциации и палаты, выражающие интересы тех или иных профессиональных групп.

Стамбульская ассоциация экспортеров минералов и металлов (ISTANBUL MINERAL AND METALS EXPORTERS' ASSOCIATION) является профессиональным объединением, которое занимается всеми вопросами экспортной деятельности, в том числе и экспорта посуды, и находится в ведении премьер-министра по внешней торговле Турции. Ассоциация представляет более 26 тыс. членов, которые производят и/или экспортируют практически все виды минеральной и химической продукции, изделий из черных и цветных металлов, электронику, косметику, ювелирные изделия, посуду для сервировки стола и приготовления пищи и т.д. Основными целями IMMIB являются увеличение экспортного потенциала и производительности национальных компаний, развитие двусторонних и многосторонних международных торговых отношений.

В рамках развития посудной отрасли IMMIB проводит активную рекламно-издательскую и выставочную деятельность. Для открытого доступа к турецкому сектору кухонной посуды из любой точки мира IMMIB разработан сайт, где можно найти исчерпывающую информацию по посудной отрасли Турции: www.turkishkitchenware.org. Ресурс служит для оперативного доступа потенциальных



покупателей к секторальной информации, отраслевым отчетам, базе данных турецких экспортеров кухонной посуды.

Начиная с 2010 года на интернет-портале www.buyfromturkey.org в посудной подкатегории покупатели имеют возможность видеть список производителей и экспортеров по группам товаров, а также установить с ними контакт через электронную почту или SMS-сообщение.

Портал является уникальным в своем роде, очень надежным и удобным источником информации для покупателей со всего мира.

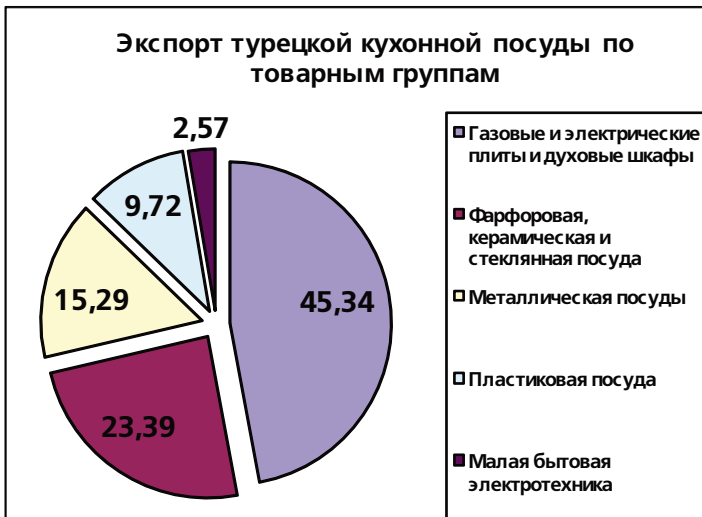
IMMIB издает журнал Turkish Kitchenware Magazine, где представлены подробная информация и свежие новости посудной отрасли страны, рецепты турецкой кухни, национальное искусство и дизайн. Журнал распространяется в основном на выставках, среди международных менеджеров по закупкам, профильных фондов,

ассоциаций и учреждений.

Турецкий сектор посуды процветает, чутко приняв изменения, обусловленные развитием новой эпохи потребителя, идет в ногу с глобальными инновациями и внимательно следит за динамикой требований внутреннего и внешнего рынка, в соответствии с ними расширяет свои производственные возможности.

В последние пять лет турецкие предприятия добились заметных успехов на мировом рынке посуды из стекла, фарфора, керамики, металла и пластика. Это подтверждается выдающимся ростом экспорта посуды турецкого производства от \$511,1 млн в 2000 году до \$1,94 млрд в 2010 году.

Турецкая продукция стала всемирно известной торговой маркой посудного рынка, получила признание специалистов розничной торговли и крупнейших торговых сетей Великобритании, Германии, Франции, Италии, России и многих других стран благо-



даря своим эстетическим преимуществам, функциональному и оригинальному дизайну, конкурентоспособным ценам и точным сроками поставки.

Сегодня продукция турецких производителей продается в более чем 160 странах.

Прогнозируемый рост турецкой экономики будет активно стимулировать дальнейший рост в посудном секторе. Турецкие экспортеры кухонной посуды обширно представлены на крупнейших международных выставках и ярмарках, таких как Ambiente (Франкфурт, Германия), IH & HS (США), Hong Kong Houseware Fair (Китай), Tendence (Франкфурт, Германия). Последние стали регулярными площадками для установления деловых контактов турецких производителей с покупателями со всего мира.

Турецкий экспорт кухонной посуды последние годы показывает положительную динамику, увеличившись в 2010 году на 12,46% (до значения \$1,94 млрд) по сравнению с экспортом на сумму \$1,73 млрд, достигнутым в 2009 году. (Источник: секретариат премьер-министра внешней торговли, 2010 год.)

Исходя из опыта динамично развивающихся стран Юго-Восточной Азии, для расширения объема российского производства товаров народного потребления требуется реальная государственная поддержка, для проведения мероприятий по защите внутреннего рынка и продвижению продукции на зарубежный рынок требуются значительные инвестиции, изменение налоговых ставок для производителей и других игроков рынка.

Можно надеяться, что созданная в 2010 году Ассоциация производителей посуды (www.nkoapp.ru) правильно воспримет зарубежный опыт создания и работы подобных организаций, поддержит, разовьет и активно пролоббировать интересы участников рынка ТНП на государственном уровне.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ПОХОД – ТРАПЕЗЕ НЕ ПОМЕХА!

Спортивный ритм жизни, частые поездки на природу или пешие путешествия – все это требует запаса энергии. Без качественного питания здесь не обойтись! **Light My Fire** предлагает прекрасное решение для всех, кто вынужден подкрепиться в пути. Это комплект из трех предметов, в который входят: пластиковый герметичный контейнер для хранения и переноски пищевых продуктов, ложка-вилка-ножик и специальный облегченный футляр с карабином. Комплект будет незаменимым аксессуаром для всех, кто ценит свободу путешествий и заботится о своем здоровье!



САЛАТ И ПАСТА В ТВЕРДОЙ РУКЕ!

Теперь разложить бесформенное блюдо не доставляет проблем! Благодаря **Gama-Go** традиционная салатная ложка превратилась в удобный аксессуар с фиксатором. Его рабочие части спрятаны в силикон, который легко моется и препятствует скольжению. Теперь ничто не выпадет из «железных рук» этого кухонного помощника.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



В СТИЛЕ КАНТРИ!

В сервировке от **The Homer Laughlin China Co.** простота деревенского стиля не предполагает возврата к прежним несколько грубоватым и лишенным изыска наборам посуды. Нынешнее поколение, в отличие от наших родителей, может наслаждаться настроением своего беспечного детства, сохраняя приверженность к высокому уровню исполнения каждого столового предмета.

НЕ ТОЛЬКО ФРЕНЧ-ПРЕСС!

Известная в нашей стране своими френч-прессами марка **Bodum** предлагает весьма обширный ассортимент новых изделий. Казан для тушения, приготовления плова и многих других азиатских блюд, емкости для хранения сыпучих продуктов (круп, бобовых, орехов и спагетти), универсальный гриль – вот лишь некоторые предметы, с которыми российским потребителям предстоит ознакомиться в скором будущем.



ТАРЕЛКИ, ПО МЕСТАМ!

Любителей и коллекционеров декоративных тарелок ждет приятный сюрприз! Теперь не нужно искать дефицитную подставку под купленную тарелку или приобретать ее по явно завышенной цене у спекулянтов. «Техоснастка» предлагает воспользоваться компактной устойчивой подставкой-фиксатором для такой тарелки по цене завода-изготовителя. В производстве подставки применяется высококачественный пластик. Продукция сертифицирована.

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ФИЕСТА, ГОСПОДА!

Не выходящая из моды керамика приобретает новые черты в обновленной цветовой серии **Paprika** от **The Homer Laughlin China Co.** Многообразие форм и рельефных рисунков дополняет трапезу ощущением свежести и новизны и одновременно устойчивости окружающего бытия, столь желанной в период жизненных перемен.

СОХРАНИТЬ И УДЕРЖАТЬ!

Ассортимент изделий от **Fusionbrands** позволяет не только связать рассыпающиеся артишоки, но и без риска обжечь руку держать раскаленный противень или кастрюлю. Силиконовая прихватка является превосходным термоизолятором! Для любителей шоколадного или карамельного желе имеется специальная палочка-зонтик, эффектно выглядящая на вечеринках или детских праздниках.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ТЕСТ-ТОСТ!

Существует несколько способов для поджаривания хлеба. Но для себя мы всегда выбираем самый лучший: чтобы корочка хрустела и не пригорала, чтобы хлеб был мягким, но слегка поджаренным, чтобы... У каждого из нас столько желаний! Для их осуществления достаточно выбрать один из тостеров от **WestBend**. И ваш хлебный тост будет лидером при любом тестировании!



МИКСУЙ!

Достаточно одного нажатия – и на вашем столе появятся свежеприготовленные кремы и пасты с ароматом ванили или фруктовых сиропов, а также фантастические фруктовые смеси! Теперь благодаря мини-блендеру от **Ninja** вы сможете ощутить самые удивительные сочетания вкусов!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ЛУЧШИЙ КОФЕ ЗДЕСЬ!

Сколько вкусовых пристрастий, столько и видов кофе, считают любители самого популярного в мире напитка. Поэтому специалисты **Nespresso** предлагают кофемашины, загружаемые капсулами с кофе. Благодаря различным вкусам содержимого капсул вы можете приготовить любимый напиток всего за 3 минуты!

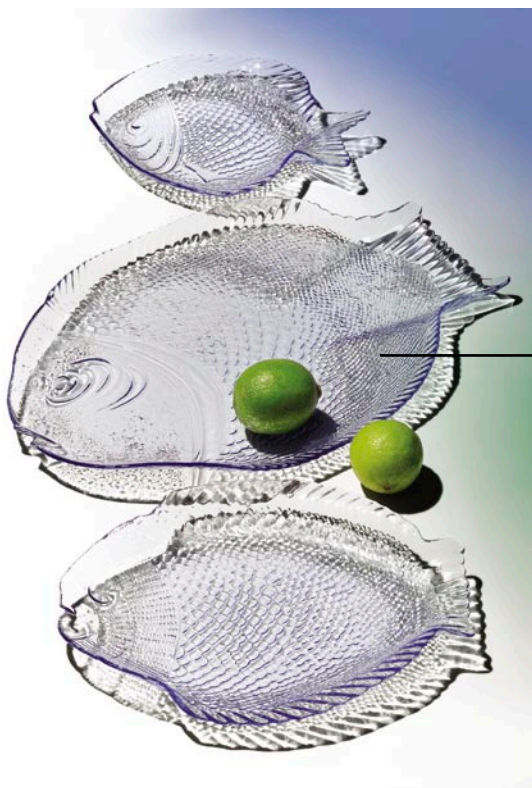


ЛЕЙ - НЕ ПРОЛЕЙ!

Не каждая пробка подойдет для растительного масла, уксуса или иной жидкой приправы (например, соуса), которыми мы так часто пользуемся на кухне и за столом. Поэтому **Jokari** подготовила специальные пробки, стойкие к жиру и пищевым кислотам, которые не только закроют бутылку, но и позволят аккуратно вылить из нее содержимое. При этом пробку не нужно вытаскивать из бутылочного горлышка, в ней предусмотрен специальный клапан или легко сдвигаемая заглушка.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ТАРЕЛКИ ИЗ ЗАКАЛЕННОГО СТЕКЛА «ЛАЙТ БЛЮ»

Компания **Pasabahce** предлагает вашему вниманию тарелки из закаленного стекла серии **Light Blue** («Лайт Блю»). Яркие, в форме необычных средиземноморских рыб, они украсят любой стол. Причем цветное стекло не потеряет свой светло-синий оттенок даже после многократного мытья в посудомоечной машине.

С ПЫЛУ, С ЖАРУ!

Горячие сэндвичи, тосты, сосиски, фрикадельки, домашние вафли и блины – это лишь малая часть вашего меню! Изобретать и экспериментировать разрешается бесконечно, особенно если в вашем арсенале есть электроповерхности от **WestBend** для быстрого приготовления аппетитных кусочков на все случаи жизни!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ЭТО УДОБНО!

Каждое полезное приспособление для кухонных нужд рано или поздно занимает определенное место. Воспользовавшись изделиями из силикона и пищевого термопластика от **Сорсо**, вы убедитесь в том, что место этих вещиц в радиусе ваших вытянутых рук. Если они лежат дальше – это не удобно, поскольку ими постоянно хочется пользоваться!



«ОТКРЫВАЙКА» ВСЕГДА ПОД РУКОЙ!

Отвернуть тугую крышку на баночке с витаминами, лекарствами или пищевыми добавками поможет удобное и простое приспособление из пластика от **Jokari**. Благодаря конусно-ступенчатому рельефу внутренней поверхности такая «открывайка» легко справляется с тугими крышками разных диаметров.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ДЕТЯМ – МОРОЖЕНОЕ!

Может ли праздник обойтись без такого популярного десерта, как мороженое?! Конечно же нет! Теперь приготовить живительную прохладу в домашних условиях не составит труда. С формочками от **WestBend** вы без хлопот создадите свой сорт мороженого из фруктового сока, крема или иных ингредиентов по собственному вкусу. Главное, не забудьте угостить этим лакомством детей!

ВКУСНОЕ КРАСИВО!

Хотите приготовить такие же аппетитные тосты с начинкой? Тогда вам нужно использовать специальную подставку для духового шкафа или портативной электродуховки от **Chicago Metallic**. Благодаря такому приспособлению каждая порция вашего блюда сохранит правильную форму и не потеряет своего содержимого.



СТИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ!

Неплохо перекусить можно и на дощечке, особенно если эта дощечка от **Picnic at Ascot**. Здесь на одной поверхности собрано все необходимое для полноценного кушанья. При этом благодаря японскому стилю такой сервировки можно поразмышлять о великой философии, которую изучали японские императоры.



7-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

5-8 АПРЕЛЯ

ВЕСНА



**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

5
АПРЕЛЯ

**ПРОИЗВОДИТЕЛЬ-ПОСТАВЩИК-РИТЕЙЛЕР
СТРАТЕГИЯ ЭФФЕКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

10.00 – 15.00 Зал презентаций

КОНФЕРЕНЦИЯ И КРУГЛЫЙ СТОЛ АССОЦИАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПОСУДЫ

Стратегия развития отрасли по производству посуды и хозяйственно-бытовых изделий в Российской Федерации, разработанная Ассоциацией производителей посуды. Реализация долгосрочная – до 2020 и краткосрочная – на ближайшие три года.

13.00 – 17.00 Конгресс-холл

ПРОГРАММА СЕМИНАРОВ И МАСТЕР-КЛАССОВ ОТ КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ «СУПЕР-РОЗНИЦА»

- Как повысить эффективность взаимоотношений производителей, поставщиков и розницы?
- Что нужно знать производителям и поставщикам о технологии работы розничных сетей? Автоматизация бизнес-процессов розничной сети: заказ, приемка, реализация товара.
- Розничная сеть: процесс закупки «день за днем». «Борьба» с отсутствием товара на полке. Мотивация менеджера категории и директора магазина.
- Что такое категорийный менеджмент? Оптимизация ассортимента и полочного пространства магазина.
- Розничная сеть: продажи «день за днем»: Заказ товара у поставщиков в режиме on-line. Контроль состояния заказов. Стандарты работы с поставщиками. Рейтинг поставщиков. Программы лояльности и стимулирование повторных покупок. Маркетинговый и экономический подход. Обзор практик. Эффективность игры в лояльность.

Авторы и ведущие мастер-классов:

- Новоселова Наталия Алексеевна
- Казаринова Екатерина Анатольевна

5-7
АПРЕЛЯ

СТЕНДЫ 11-И801, 11-И801, 11-И802

Супер-презентация «Посудная мода-2011»

ОТДЫХ НА ПРИРОДЕ — СТИЛЬНЫЙ ПИКНИК



Супер-презентация товаров для отдыха на природе с демонстрацией новинок для организации пикника и праздников на природе. Оборудование и приспособление для барбекю, посуда, мебель для отдыха, аксессуары и все мелочи, которые сделают ваш отдых удобным, практичным и красивым.

Спонсор проекта: **TM GreenPan**



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

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ , Правительства Москвы 

115093 Москва,
ул. Люсиновская, д. 36, стр. 1
тел.: +7 (495) 363-50-32
+7 (495) 363-50-33



7-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

МОСКВА
МВЦ «Крокус Экспо»
ПАВИЛЬОН 2, залы 9 и 11

6
АПРЕЛЯ

**ОТКРЫВАЕМ НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
И ИНТЕРЕСНЫЕ ИДЕИ**

11.00 – 11.45 Зал презентаций
**СЕМИНАР «ДИЗАЙН И ИННОВАЦИИ
В ПРОИЗВОДСТВЕ ПОСУДЫ»**

Ведущий: Константин Перегудов — редактор электронного журнала о рынке посуды posudka.ru

11.45 – 12.30 Зал презентаций
**КРУГЛЫЙ СТОЛ «БЕЗОПАСНОСТЬ ПОСУДЫ:
КТО И КАК ДОЛЖЕН ЕЁ ОБЕСПЕЧИВАТЬ»**

В дискуссии примут участие: Радетцкая Т.В. — главный эксперт по сертификации посуды ФГУ Ростест-Москва; Константин Перегудов — редактор электронного журнала о рынке посуды posudka.ru; Клименко Сергей Михайлович — вице-президент НКО «АПП».

13.00 – 15.30 Зал презентаций
**ЕЖЕГОДНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ
ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА «HOUSEHOLD EXPO — НОВИНКА-2011»**

Впервые награждение победителей и лауреатов Премии состоится под патронатом Всероссийской Организации Качества (ВОК) с правом нанесения знака «Новинка» на упаковку представленного товара.

13.00-14.30.....Презентации товаров участников Премии.
15.00.....Награждение лауреатов, мини-фуршет.

12.00 – 16.00 Конгресс-Холл
**INTERNATIONAL DAY — ПРЕЗЕНТАЦИИ
ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ**

12.00-14.00.....Презентация новых брендов из Франции.
14.30-15.30Торговая миссия Великобритании.

5-8
АПРЕЛЯ

СТЕНД 9-F701

Новый проект:

ЯРКИЕ ИДЕИ ДЛЯ КУХНИ



Новый подход к организации домашнего пространства. Кухни вновь обретают силу с точки зрения привлекательности для приема гостей и уютных романтических вечеров. Кухня, обеспечивающая хорошее настроение — девиз этого проекта.

Вы узнаете, какие идеи для кухни функциональны, эффективны и элегантны; как посуда, текстиль, растения и аксессуары, дополняют интерьер и сделают кухонное пространство эргономичным. Необычная экспозиция и презентация вашей продукции привлечет внимание закупщиков, ритейлеров и партнеров.

Спонсор проекта: ООО «Фрайбест»

FRYBEST

7
АПРЕЛЯ

**СЕКРЕТЫ
УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ**

СЕМИНАРЫ И КРУГЛЫЙ СТОЛ ОТ КОМПАНИИ RETAILITY
12.00 – 13.30 Конгресс-Холл

**«ОТ ДЕФИЦИТА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИДЕЙ
К АНАЛИЗУ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА»**

Ведущие: Уваров Илья Юрьевич — управляющий партнёр группы компании RETAILITY.
Богословский Андрей Сергеевич — генеральный директор, Управляющий партнер группы компаний RETAILITY.

13.30 – 15.00 Конгресс-Холл
**«СОЗДАЕМ ПРАВИЛЬНУЮ АТМОСФЕРУ
ДЛЯ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ!»**

Мастер-класс партнеров Retail Training Group — Дмитрия Левицкого и Елены Комковой.

15.00 – 16.30 Конгресс-Холл
**СЕМИНАР «ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА ЧЕРЕЗ
INTERNET. КАК СОЗДАТЬ СВОЙ INTERNET-МАГАЗИН»**

Ведущие: Северенков Евгений — Генеральный директор ООО «ЛЮКС СЕЛЛ», Александр Любин — Бизнес-тренер

11.00 – 11.15 Зал презентаций
Награждение победителей конкурса
**«ЛУЧШЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ ОТДЕЛОВ ПОСУДЫ,
СВЕТА, ТЕКСТИЛЯ, СУВЕНИРОВ И ПОДАРКОВ»**

11.15 – 14.45 Зал презентаций
**МАСТЕР-КЛАССЫ: «ПАСХА — ИГРА КРАСОК И ФОРМ
В СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ», «ВЕСЕННЕЕ НАСТРОЕНИЕ
В МАГАЗИНЕ»**

8
АПРЕЛЯ

ЛОГИСТИКА И СКЛАДИРОВАНИЕ

11.00-14.30 Конгресс-Холл
СЕМИНАР «СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА СКЛАДЕ»
**СПЕЦИАЛЬНАЯ СЕССИЯ
«НОВОСТИ ТАМОЖЕННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА»**

Спикеры: Васильев Михаил Юрьевич — главный редактор журнала «Логистика»; Кислова Юлия Евгеньевна — Директор «Агентства Маркет Гайд»; Кузьмин Игорь Валентинович — эксперт МИПК; Петрук Владимир Павлович — независимый консультант; Яценко Марина Ивановна — Директор филиала «РОСТЭК».

11.30 Зал презентаций
**НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ЭКСПЕРТНОЙ ПРОГРАММЫ
«ТЕХНИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА»**

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

WWW.HHEXPO.RU
E-mail: **info@hhexpo.ru**



eternum
created 1924

Ведущий
европейский
производитель
СТОЛОВЫХ
приборов
и предметов
сервировки
стола из
нержавеющей
стали
Eternum,
представляет
серию
Atlantis.

сталь 18/10
толщина ручки 4,0 мм.

«Комплекс-Бар»

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

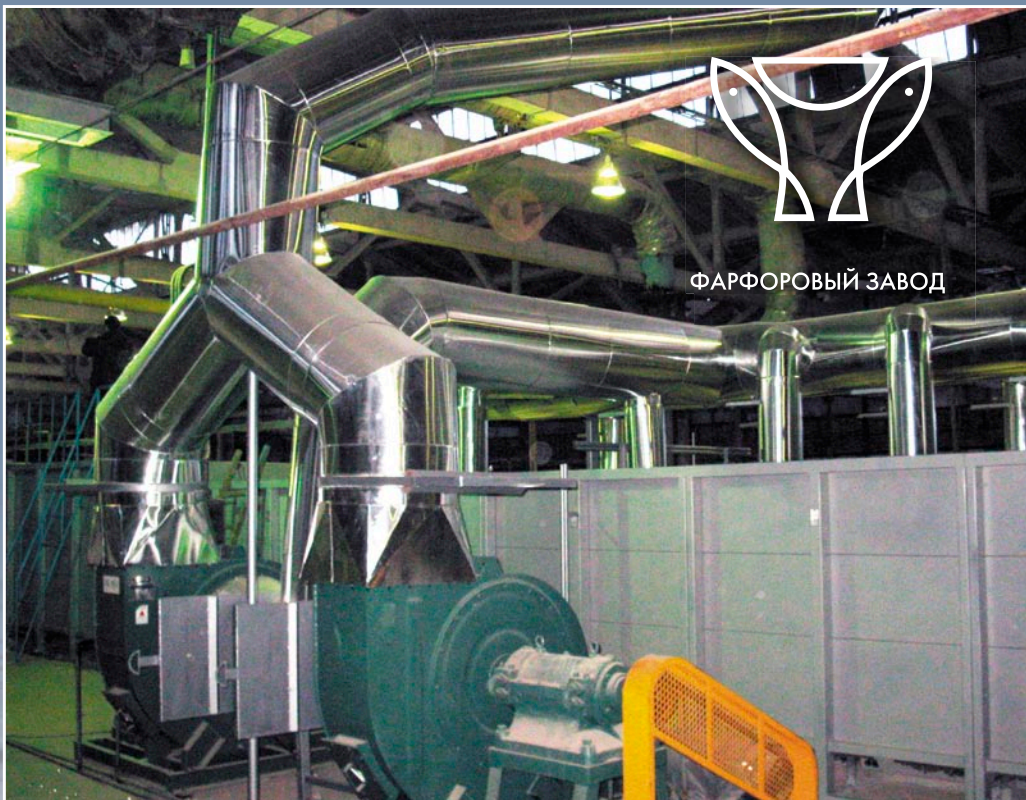


www.complexbar.ru

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

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







Возрождая фарфоровую отрасль России, ГК «ИИС-Посуда» продолжает модернизацию фарфоровых заводов, ранее принадлежавших промышленникам Кузнецовым, а сейчас входящих в состав холдинга.

Установка новых печей завершена, и теперь предстоит этап их отладки. Запуск нового оборудования повысит качество изделий, а также расширит ассортимент выпускаемой продукции.

Данный проект способствует улучшению экономической и социальной обстановки Ярославской и Новгородской областей, создавая дополнительные рабочие места и повышая профессионализм кадров в фарфоровой отрасли.

*Возрождая лучшие традиции
династии Кузнецовых*



ГРУППА КОМПАНИЙ «ИИС-ПОСУДА»

МОСКВА
КРАСНОДАР

РОСТОВ
СТАВРОПОЛЬ

КАЗАНЬ
ТЮМЕНЬ

ЕКАТЕРИНБУРГ
ПЕРМЬ

ЧЕЛЯБИНСК
ИЖЕВСК

WWW.IISPOSUDA.RU

*Возрождая лучшие традиции
династии Кузнецовых*



ГРУППА КОМПАНИЙ «ИИС-ПОСУДА»

МОСКВА
КРАСНОДАР

РОСТОВ
СТАВРОПОЛЬ

КАЗАНЬ
ТЮМЕНЬ

ЕКАТЕРИНБУРГ
ПЕРМЬ

ЧЕЛЯБИНСК
ИЖЕВСК

WWW.IISPOSUDA.RU



**ГРУППА КОМПАНИЙ
«ИИС-ПОСУДА»**

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ДИСТРИБУТОР В РОССИИ**

**МОСКВА
КРАСНОДАР**

**РОСТОВ
СТАВРОПОЛЬ**

**КАЗАНЬ
ТЮМЕНЬ**

**ЕКАТЕРИНБУРГ
ПЕРМЬ**

**ЧЕЛЯБИНСК
ИЖЕВСК**

WWW.IISPOSUDA.RU



**ГРУППА КОМПАНИЙ
«ИИС-ПОСУДА»**

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ДИСТРИБУТОР В РОССИИ**

**МОСКВА
КРАСНОДАР**

**РОСТОВ
СТАВРОПОЛЬ**

**КАЗАНЬ
ТЮМЕНЬ**

**ЕКАТЕРИНБУРГ
ПЕРМЬ**

**ЧЕЛЯБИНСК
ИЖЕВСК**

WWW.IISPOSUDA.RU

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



КАКОЕ НАСТРОЕНИЕ У ВАШЕГО ЧАЙНИКА?!

На самом деле настроение не у чайника, а у того, кто им пользуется. Но если вы воспользуетесь одним из решений от **Corso** и пригласите к себе друзей, они наверняка подумают, что хорошего настроения им прибавил именно такой чайник!



МАМЫ БУДУТ ДОВОЛЬНЫ!

Известно, что каждая мама, заботясь о своем ребенке, приучает его есть первое блюдо. И это правильно. Именно суп спасает наш желудок от всяческих проблем! Только вот времени на его приготовление всегда не хватает! Теперь ситуация в корне изменилась. С помощью электронной суповарки варка супа не вызывает никаких проблем. Вы засыпаете только ингредиенты, а процедура приготовления контролируется «волшебной кастрюлей» от **WestBend**.

БЛЕНДЕРЫ БЫВАЮТ РАЗНЫЕ!

Когда мы говорим о блендере, то подразумеваем удобную чашу, мощный электромотор, высокую надежность и оригинальный дизайн. Только в этом случае использование блендера приносит нам удовольствие. Не стоит отказывать себе в нем, тем более что **WestBend** уже подготовила целый ряд самых современных блендеров – на любой вкус!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ИСТОЧНИК ТЕПЛА В ВАШИХ РУКАХ!



Модернизация известных френч-прессов от **Bodum** привела к весьма интересным результатам. Благодаря комбинации термкружки из высококачественного пластика и поршня можно заваривать чай, травы или ягоды и пить теплый, защищенный от частичек заварочного сырья напиток. Благодаря специальной крышке жидкость не расплескается, даже если вы держите кружку в руках и одновременно идете. В коллекции также имеется целый ряд не менее интересных кружек

ТАЙМЕР НЕ ПОДВЕДЕТ!



Вовремя вынуть пирог из духовки – не это ли то самое, каждый день на кухне?! Так почто пригорает омлет или сбегают ответы на вопрос, воспользуются **Bend**, который не только сэконоит при приготовлении различных блюд, лишнего отмывания плиты и продуктов.



ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ ПОПКОРНА

Любителям попкорна нужна специальная кружка. Отличительная особенность – специальная крышка с перемешивающим элементом для приготовления

И У ТЕРМОКРУЖЕК ЕСТЬ ЛИДЕР!

Разумеется, один из лидеров в сегменте термкружек – **Corco**. Каждая из представленных компанией моделей прошла специальное тестирование и готова к вашим испытаниям в самых суровых условиях. Специалисты компании уверены: вы не останетесь равнодушными к этой кружке и в следующий раз возьмете с собой именно ее.



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ЗАЙМИ СВОЕ МЕСТО!

Чтобы не создавать вокруг себя беспорядок во время приготовления обеда или ужина, стоит воспользоваться контейнерами для консервов и стойкой для тарелок и мисок от **Corso**. Такие полочки занимают мало места и позволяют вам лучше организовать свое рабочее пространство на кухне.



НОЖ ДЛЯ ЖИЗНИ

В ноже важно все, если, конечно, речь идет о настоящем ноже, например от **Messermeister** изготовленном в Германии. Каждый из представителей этой марки может продемонстрировать свое неповторимое мастерство в руках даже неискушенного по



ПРОСТО И УДОБНО!

О домашнем консервировании можно говорить бесконечно. Но, при прочих равных условиях, всегда приятно, когда в руках имеется специализированный инструмент для удержания горячих и стерилизованных банок и крышек. С этой целью компания **WestBend** подготовила для такой работы все самое необходимое.

