

ЖУРНАЛ



ИНФО

ПОСУДА

2012/2

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

НОВОСТИ

СОБЫТИЕ

Green Pan Эко фестиваль

Emile Henry Французский шик...

Французская практичность...

ВЫСТАВКИ

Масеф - основатель трендов

«КОНСУМэкспо-2012» – старт деловой активности в новом году!

Город в крепких руках бизнеса

БИЗНЕС И ПРАВО

Главный тренд – экология или деньги?

Закон о торговле: за что боролись?

НАШ РЫНОК

Стоит ли ожидать изменений в рознице?

БИЗНЕС ОНЛАЙН

Посудный рынок: особенности будущей интернет-торговли

ИННОВАЦИИ

Здоровой конкуренции – здоровая посуда

УКРАИНА

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



Emile Henry
FRANCE





ОТРАЖАЕТ ВАС

75 лет мы вкладываем жизненные тонкости в прозрачность стекла. Созерцая жизнь, отражаем вас.





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

*1000 наименований
изделий*



Crystalex



Victoria Decor: IVY

www.crystalex.cz

Crystalex



ARABESQUE

www.crystalex.cz

Фото для обложки
предоставлено компанией
ООО «СпецТорг»

НОВОСТИ	12	ВЫСТАВКИ	
СОБЫТИЕ		Mascef - основатель трендов	44
Green Pan Эко фестиваль	30		
Emile Henry Французский шик... Французская практичность...	31		
НАШ АССОРТИМЕНТ			
Обновленная Helpina	32		
Bekker: единство многообразия	34		
Crystalex Ambiente 2012 во Франкфурте-на-Майне	36		
			
ГОСТИ НОМЕРА			
Calve. Испанское качество по демократичным ценам	38	«КОНСУМЭкспо-2012» – старт деловой активности в новом году!	48
<i>Благодаря полимерному покрытию сталь не вступает в контакт с нарезаемыми продуктами и не оставляет на них привкуса металла.</i>		Город в крепких руках бизнеса	52
Кулинарные хитрости	40	<i>Хочется отметить смелость и харизматичность российских компаний, которые в сложных экономических условиях приезжают (при отсутствии господдержки), участвуют, выигрывают и составляют конкуренцию западным производителям.</i>	
<i>Серия Eco-Line добавит весеннего настроения мягкостью оттенков внешнего и внутреннего покрытия. Это экологичная посуда, доступная каждому и представленная в девяти предметах, необходимых для различных блюд: сковороды, сковорода блинная, сковорода-гриль, сотейники, ковши, кастрюли, противни, формы, а также сковорода вок.</i>		БИЗНЕС И ПРАВО	
Таблица выставок	42	Главный тренд – экология или деньги?	56
		Закон о торговле: за что боролись?	57
		<i>О том, что стало проще заключать договоры с крупными торговыми сетями, говорит лишь 5% поставщиков, с мелкими торговыми сетями – 15% поставщиков. Остальные облегчения не наблюдают.</i>	





Дятковский хрусталь

„Мы дарим праздник“



- наборы
- вазы для цветов
- вазы для сервировки стола
- рюмки
- бокалы
- фужеры
- кружки
- стаканы
- сувениры



Россия 242600 Брянская обл., г. Дятьково, пр-кт Доброславина, 2
(48333)3-25-83, 3-26-98 т/факс www.dcrystal.ru
e-mail: sales@dcrystal.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:****reklamaposuda@mail.ru****pochtaposuda@mail.ru****www.posuda.info**
www.posudainfo.ru

Тираж 10 000 экз.

ПОДПИСКА-2012

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 я «ПОСУДА» обязательна.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ**В фокусе экологичного тренда****58****«БОРИСОВСКАЯ КЕРАМИКА»****Компания, которую знают.****Изделия, которые любят!****59****Хранители тепла. Ашинскому термосу – 20 лет****60****ДИСТРИБУТОРЫ****Посуда Vari – путь****к совершенствованию****62****Всегда только лучшее!****63****Tesco. Прикосновение к прекрасному****64****НАШ РЫНОК****Стоит ли ожидать изменений в рознице?****68****БИЗНЕС ОНЛАЙН****Посудный рынок:****особенности будущей интернет-торговли****70**

В этом году представители посудного бизнеса вообще разочаровались в интернет-торговле и не планируют развивать ее в ближайшем будущем. Удивляет и то, что данного мнения придерживаются не только российские, но и европейские бизнесмены.

ИННОВАЦИИ**Здоровой конкуренции – здоровая посуда****72**

Исследования потребительских предпочтений выявили, что конечных потребителей очень привлекает цветная посуда. И если модную цветовую гамму сочетать с непревзойденным качеством, то это даст большой скачок к увеличению продаж и охватит почти все потребительские сегменты.

УКРАИНА**74****СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ****78**

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)



ФАРФОР

SAM&SQUITO

STRENGTHENED BONE CHINA



*г.Москва. Центральный офис: ул. Академика Челомея, д.3,
тел.: (495) 925-00-87, 8-800-200-00-87,
www.klenmarket.ru*

*Филиал Медведково: Чермянский пр-д, д.7, подъезд 2,
тел.: (495) 925-51-87, 788-07-01 (мебель, текстиль),
www.startmart.ru*

КЛЕН 

**Комплексное оснащение и проектирование
магазинов, предприятий общественного питания,
пищевых производств**

Ножи по паспорту

Органы общественной безопасности Пекина предписали супермаркетам проводить регистрацию покупателей ножей, сообщила газета «Фачжи ваньбао». При регистрации покупатель ножа обязан сообщить уполномоченному продавцу магазина свое настоящее имя, номер удостоверения личности, адрес проживания, а также «способы использования» ножа. Людям, не взявшим в магазин удостоверение личности, ножей не продают. Ножи запрещено продавать несовершеннолетним, а также лицам с «необычным и ненормальным» поведением. С чем связано ужесточение режима продажи ножей в китайской столице, не сообщается. Раньше запрет на продажу ножей в Пекине вводился на время празднования 60-летия КНР в октябре 2009 года.

По материалам www.torgrus.com

В Китае запретили посуду Supor

В Китае изымается из продажи посуда крупной китайской компании Supor. На пункте контроля качества металлической электропродукции провинции Хэйлунцзян в ходе проверки обнаружили, что содержание марганца в используемом сырье многократно превышает норму. Несоответствующим стандартам качества оказался 81 вид кухонной посуды: кастрюли для супа, пароварки, кастрюли для молока, чайники.

После этого на сайте компании появилось открытое письмо потребителям, в котором говорится, что при проверке качества продукции были использованы старые стандарты и что в соответствии с новыми стандартами содержание марганца в посуде находится в пределах нормы. Однако в настоящее время продажа акций компании временно приостановлена, а проблемная продукция снимается с продажи.

По материалам www.epochtimes.ru

Pasabahçe

PASABAHÇE ДАРИТ ЦВЕТЫ

Российское подразделение Pasabahçe запустило производство декорированных тарелок из закаленного стекла.

Первые изделия с яркими цветочными узорами Serenade появятся на полках магазинов уже этой весной.

Коллекция будет представлена двумя плоскими тарелками разного размера, глубокой суповой тарелкой, а также столовым набором из 18 предметов.

В дальнейшем планируется дополнение коллекции декорированными кружками, стаканами, питьевыми наборами и салатниками Serenade.



КОНТЕЙНЕР ДЛЯ ЗАВТРАКА DABBA

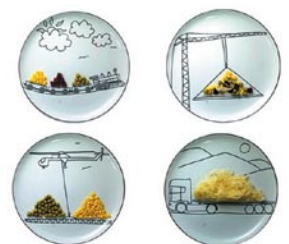


Дизайнер Роб Энглерт из студии Ram Industrial Design (США) разработал оригинальный контейнер для завтрака Dabba. Многоярусное приспособление состоит из различных по объему чаш, оснащено бамбуковой крышкой, эластичной ручкой для безопасной транспортировки, а также своеобразным «пальто» из войлока, которое сохранит любимые блюда в тепле.

ИГРАЯ ЕШЬ!



Польский дизайнер **Богуслав Сливинский** (Boguslaw Sliwinski) придумал серии забавных тарелок для детей под названиями **Transportation plates** и **FaceOn**. Все тарелки выполнены из высококачественной керамики и имеют диаметр 20 и 26 см.



НОВАЯ ВЫСТАВКА – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ!



Одна из наиболее крупных выставок, посвященных товарам для дома, – **Home Products** пройдет с 20 по 23 апреля на территории одного из островов Гонконга. Основную массу участников выставки составят компании из Китая и Индии. В отличие от всемирно известной Кантонской ярмарки, традиционно проходящей в Гуанчжоу, Home Products ориентирована не только на внутреннего потребителя (в частности, на китайские и индийские рынки), но и на партнеров со всего мира.

Среди множества тематических разделов выставки особое внимание будет уделено кухонной и сервировочной посуде, в том числе посуде из стекла и керамики (включая жаростойкую посуду), а также всевозможным кухонным аксессуарам.

На выставке будет представлено большое количество продукции от наиболее активных азиатских производителей, нацеленных на расширение своей деятельности и поиск новых

партнеров. Приблизительное количество участников – более 2 300!

Удобное географическое расположение выставочного комплекса позволяет максимально быстро добраться до него из крупнейших аэропортов мира.

В рамках выставки запланирован ряд тематических мероприятий, среди которых семинары по вопросам продвижения продукции, визуального мерчендайзинга, грамотного обслуживания клиентов и расширения бизнеса, а также множество мастер-классов, демонстрирующих успехи различных компаний в своей коммерческой деятельности. Но, безусловно, главным привлекающим внимание посетителей фактором являются минимальные цены на предлагаемую продукцию. Последнее позволяет полагать, что у всех посетителей будет возможность заключить не один серьезный договор о взаимовыгодном сотрудничестве.



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

«СКОВО» начал сотрудничество с Х5

Торговый дом **Scovo** начал сотрудничать с крупным российским ритейлером – компанией Х5. В 2012 году начались поставки 15 видов продукции торговой марки Scovo в более чем 500 собственных магазинов Х5 («Перекресток», «Пятерочка», «Карусель», «Копейка») и франчайзинговым партнерам. Ассортимент продукции включает литую и штампованную алюминиевую посуду с традиционным антипригарным покрытием темного и светлого цвета. В Х5 будет также продаваться посуда с керамическим покрытием от Scovo.

Поильнички от компании «Мир детства»

Компания «Мир детства» выпустила новую коллекцию поильников ТМ «**Курносики**» из серии «**Мои любимые животные**» для детей от 6 месяцев. Главный акцент в коллекции сделан на безопасность: соответствующий значок на упаковке сообщает, что в производстве посуды не используется бисфенол-А. Поильники подойдут и детям более старшего возраста: сняв крышку с носиком, их можно использовать как чашку.

TALLER РАСШИРЯЕТ ЛИНЕЙКУ ТЕРМОСОВ



Термос «**Никсон**» (TR-2404) стал лидером продаж среди полулитровых термосов TalleR в 2011 году. Покупатели выбрали его за стильный дизайн и удобство. Поэтому компания TalleR дополнила ассортимент в этом дизайне моделями популярных объемов: 0,7 литра – TR-2412 («Конкор») и 1 литр – TR-2413 («Джордан»).

Термосы изготовлены из высококачественной стали марки 18/10, которая отвечает самым высоким требованиям.

Представленные модели термосов укомплектованы плотным чехлом на молнии, дополненным ремешком, регулируемым по длине. Чехол дольше сохраняет температуру и защищает термос при падении. Внешнюю крышку термоса можно использовать как кружку. Термосы долго сохраняют тепло и станут незаменимыми в дороге и на природе.

ООО «Техбалт Таллер»

Тел.: +7(812) 290-66-83, 290-66-84

www.taller.su

TalleR
Живи со Вкусом!

Наборы посуды TalleR

Изготовлены из высококачественной нержавеющей стали марки 18/10, поэтому они прочны и устойчивы к деформации, обладают высокими антикоррозийными свойствами, устойчивы к воздействию кислот и щелочей, не изменяют вкусовые качества, запах и цвет пищи.

Имеют капсулированное дно с алюминиевой вставкой, что обеспечивает быстрое нагревание и идеальное распределение тепла; и сокращает время приготовления на 30 %.

Оптимальная толщина стенок посуды, капсулированное дно и плотно прилегающая крышка обеспечивают возможность приготовления пищи с минимальным количеством масла и воды; максимально сохраняют натуральный вкус продуктов; создают эффект «русской печки», сохраняя витамины, питательные и минеральные вещества.

Комбинированная крышка из нержавеющей стали и жаропрочного стекла позволяет следить за процессом приготовления пищи, не открывая крышки.

Специальные отверстия для выхода пара позволяют готовить с закрытой крышкой, предотвращая выкипание.

Удобные отметки литража на внутренней поверхности посуды позволяют готовить без использования дополнительной мерной посуды.

Силиконовые вставки на ручках позволяют использовать предметы без прихваток.

Подходят для всех типов плит, включая индукционные. Пригодны для мойки в посудомоечной машине. Гарантия на сталь – 30 лет.



Бакелитовая подставка под горячее предохраняет поверхность стола от неблагоприятных воздействий высоких температур.





Сервиз чайный «Богемия»



Сервиз чайный «Биатрис»



Сервиз чайный «Розовые цветы»



Сервиз чайный «Голубые цветы»



Сервиз чайный «Настроение»



Сервиз чайный «Подсолнухи»



Сервиз чайный «Дивная роза»

Матвеем Кузнецову посвящается...

С названиями «Кузнецовский фарфор» и «Товарищество Матвея Кузнецова», «Матвей Кузнецов с сыновьями» и «Матвей Кузнецов» – планируется выпустить серии посуды на подмосковном заводе Гарднера в Вербилках. Каким будет дизайн и позиционирование некузнецовских сервизов, на предприятии пока не раскрывают. Предприниматели решили возродить исторические марки. В XIX веке завод, основанный Францем Гарднером, перешел к Матвеем Кузнецову, который расширил фабрику и начал выпускать недорогую посуду. Увеличивая производство, потомки промышленника имели 18 заводов по всей стране. После революции они были национализированы и переименованы.

По материалам www.marker.ru

Тарелки для пиццы

Компания «Клен» представила новинку для владельцев пиццерий и итальянских ресторанов – оригинальные тарелки для пиццы диаметром 300 мм.

Тарелки декорированы тематическими рисунками «Натюрморт» и «Повар».

По материалам www.marker.ru

Расширение коллекции Stern от Röndell

Торговая марка Röndell пополнила коллекцию посуды из нержавеющей стали Stern сковородой вок диаметром 28 см. Внутреннее антипригарное покрытие нового поколения **Excalibur** не содержит PFOA, обладает высокой прочностью, что допускает использование металлических лопаток. Крышка сковороды сделана из термостойкого стекла, а ручки – из металла с отделкой из силикона.

Кроме того, две коллекции посуды бренда Röndell – **Vintage** и **Mocco & Latte** – получили награду в рамках немецкого конкурса промышленного дизайна Kitchen Innovation Design – 2012.

Коллекция Vintage отмечена в категориях «функциональность», «дизайн», «экология». Коллекция Mocco & Latte удостоилась награды в категориях «функциональность», «инновативность», «дизайн», «товарная выгода» и «экология». Торжественная церемония награждения прошла на международной выставке во Франкфурте-на-Майне.

К предпринимателям прислушаются...

Раиль Фахретдинов, президент Российской Ассоциации производителей посуды, член Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», примет участие в работе экспертных групп при Министерстве экономического развития РФ. Согласно новому порядку, экспертиза нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти будет осуществляться на основании взаимодействия министерства с различными общественными организациями, в частности с «Деловой Россией». Взаимодействие с предпринимателями позволит выявлять положения, необоснованно затрудняющие ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности.

ПОСУДА INDOCOR ДЛЯ ПРОФИ



Компания «Русский Проект» расширяет ассортимент посуды корейского производителя «Индокор» (Indokor). В линейку вошли профессиональные сковороды от 20 до 32 см в диаметре, низкие и высокие кастрюли и сотейники разных объемов, укомплектованные крышками. Вся продукция изготовлена из качественной нержавеющей стали.

По материалам www.novate.ru

МНОГОГРАННАЯ ЛОМОНОСОВСКАЯ КЕРАМИКА



Занимая одну из лидирующих позиций на российском рынке по производству керамических изделий, торговая марка «Ломоносовская Керамика» ассоциируется как с высокими инновационными технологиями, так и с верностью стародавним традициям гончарного производства.

Ассортимент посуды постоянно расширяется, и на сегодняшний день компания готова представить несколько новых серий и линеек, которые обязательно придутся по вкусу всем, кто интересуется полезной пищей как элементом здорового образа жизни.

В проекте «Посудная мода» на весенней выставке HOUSEHOLD-Expo 2012 «Ломоносовская

Керамика» представит новые идеи в производстве керамической посуды и посуды с антипригарным керамическим покрытием. Рождение каждой из них явилось итогом поистине удивительного процесса преобразования природных материалов в интересные и функциональные предметы для приготовления вкусной и здоровой пищи.

Приглашаем Вас посетить презентацию «Многоликая Керамика» в рамках проекта «Посудная мода-2012» на весенней выставке HOUSEHOLD-Expo в 11-00 4 апреля 2012 года, а так же наш стенд D201 в зале №11.

30 МЛН ЕВРО – ДЛЯ ТРЕТЬЕЙ ОЧЕРЕДИ «ПОСУДА»

Турецкий концерн Sisecam в 2012 году инвестирует 30 млн евро в строительство третьей очереди борского предприятия «Посуда» в районе поселка Неклюдово на площадке «Двигатель революции».

Как сообщает пресс-служба города Бор, строительство третьей линии позволит увеличить объемы выпускаемой продукции до 600 тонн посуды в сутки.

Источник: «Деловой квартал»

«ВУЛКАНО», «ЙОКО» И «МЕДВЕДЬ»...



Компания «Импакт» представила новые изделия в ассортименте богемского стекла и изделий из кристаллита. Это вазы «Йоко», салатники «Вулкано», а также оригинальные емкости для меда «Медведь».

Кроме того, компания сообщила о поступлении фарфора легендарной фабрики «Стара Роле» (Чехия). В ассортименте как дорогие декорации с золотом, перламутром и кобальтом, так и всеми любимые декоры «Гуси», «Платиновый вензель», «Колосок». Ассортимент порадует своим изобилием.





устойчиво к царапинам



газовой плиты



эмалитовой плиты



стеклокерамической плиты



индукционной плиты



мыть в посудомоечной машине



SteelWay™

Oriental Way®



ПОСУДА БУДУЩЕГО

Как узнать достойную кухонную посуду среди того множества изделий, которыми заполнены прилавки?

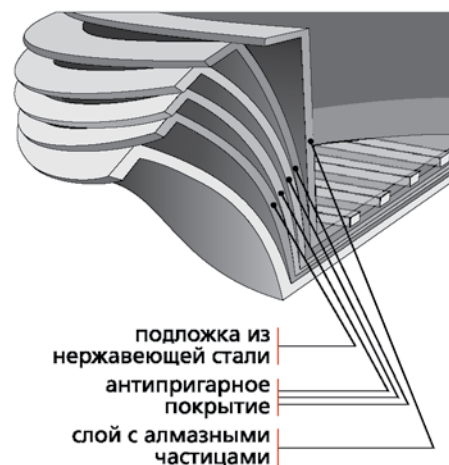
Посуда SteelWay™ от OrientalWay® создана для потребителей, готовых платить разумные деньги за продукцию, которая имеет продолжительный срок службы, обеспечивает безопасное и комфортное приготовление пищи.



Пятислойное антипригарное покрытие серии сковород Diana выполнено с применением нанотехнологий на основе нанокompозитных материалов. Нижнее армирующее покрытие выполнено из нержавеющей стали, что позволяет без вреда для покрытия, использовать при готовке металлические кухонные принадлежности. Наружнее покрытие усилено кристаллами алмаза – самого твердого минерала на планете, обладающего также и самой высокой теплопроводностью. Этот существенный прорыв в области изготовления и нанесения покрытий

на кухонную посуду, позволяет значительно улучшить антипригарные свойства и продлить срок их службы. На этих сковородах также применена новая технология изготовления дна методом плазменного напыления магнитного слоя, поэтому теперь они могут быть использованы на всех типах плит, включая индукционные. Срок службы алмазного покрытия считается самым длительным из всех известных PTFE покрытий. Сковороды Diana стоят несколько дороже широко используемых прессованных алюминиевых сковород, но при этом они в 1,5 – 2 раза дешевле европейских аналогов.

Все изделия SteelWay™ от OrientalWay® изготовлены в Корее, при их изготовлении не используется PFOA и другие вредные компоненты, что подтверждается российскими и международными сертификатами качества.



подложка из нержавеющей стали
антипригарное покрытие
слой с алмазными частицами

СТИЛЬ СО ВКУСОМ

Эксклюзивный поставщик сковород Diana с алмазным покрытием - ООО «Восточный путь».

Москва, 9-ая Парковая ул., 37, офис 407, (495) 771-65-00

WWW.ORIENTALWAY.RU

Новая сковорода от ТМ Kukmara

Торговая марка Kukmara представила новинку в ассортименте литой посуды с антипригарным покрытием линии «Восторг» – сковороду 280 мм со съемной ручкой. Литой толсто-стенный корпус изделия (толщина дна 4,7 мм, толщина стенок 3,6-3,8 мм) позволяет избежать деформации посуды от перегрева, падения и обеспечивает ее долговечность. А высокая теплопроводность алюминия, из которого изготовлено изделие, помогает посуде быстро и равномерно нагреваться.

Бразильский Oxford в России

Компания «Домйес» представила новые коллекции фарфора торговой марки Oxford (Бразилия).



Расширяем горизонты



Наша компания представляет вашему вниманию специальное предложение – мини-бары. Мини-бар это не просто подставка под бутылки и бокалы, это красота и изящество хранения и подачи алкогольных напитков. Они займут почетное место в любой комнате или на кухне, а также в кабинете или офисе. В последнее время мини-бары все больше завоевывают любовь покупателей. Они помогают украсить момент потребления спиртного, создав при этом некую атмосферу светского празднования. Такой подарок, несомненно, порадует состоятельного и состоявшегося человека, особенно если он понимает и ценит элитный стиль.

Покупая мини-бар для офиса, вы привнесете некую изюминку в интерьер, частичку теплоты и уюта, ведь эта вещь изготовлена вручную!

Ознакомиться с нашей продукцией вы сможете на сайте www.gusdekom.ru.



«МОДНАЯ» ЛИНИЯ ОТ ЗАВОДА «НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА»

Завод «Нева-Металл Посуда» представил две новинки – линию литой алюминиевой посуды «Модная» и сотейник с 4-слойной антипригарной полимер-керамической системой «ТИТАН ПК». Линия «Модная» имеет традиционное антипригарное покрытие на водной основе. В состав системы «ТИТАН ПК» также входят антипригарные слои на водной основе, выполненные без использования ПФОА.

«ПОЛНАЯ ЧАША»



Компания «Полная чаша» пополнилась новыми изделиями – коллекцией эмалированной посуды японского производителя **Ejiry** (серии «Бэйсик» и «Флора») и керамикой **Certified International** (США). Посуда расписана вручную и покрыта глазурью, что позволяет использовать ее в микроволновых (СВЧ) печах и мыть в посудомоечной машине. В ассортименте – 7 коллекций.

ЗАТОЧКА ДЛЯ КЕРАМИЧЕСКИХ НОЖЕЙ



ТМ Vorner представила новинку – алмазный брусок для заточки керамических ножей. Брусок двухсторонний, с покрытиями разной зернистости: для грубой и тонкой заточки. Нескользящее пластиковое основание позволяет использовать точильный камень на любой поверхности. Овальные отверстия предупреждают засорение камня керамической пылью и металлической стружкой. Пластиковая крышка защищает точильный камень от внешних воздействий во время хранения.

«СУХАРЕВКА» ОБЪЕДИНИЛАСЬ С ГК «ПОЛАИР»

С 2012 года компания «Сухаревка» стала торговым подразделением ГК «ПОЛАИР», предлагающим услуги комплексного оснащения предприятий питания – от разработки технологического проекта до монтажа и ввода в эксплуатацию поставленного оборудования.

Центральный офис «Сухаревки» теперь находится в московской штаб-квартире «ПОЛАИР» по адресу: Москва, Пресненская наб., 10. Демонстрационный зал, офис продаж и магазин Cash & Carry продолжают работать по адресу: Москва, ул. 2-я Хуторская, 38а, стр. 14, БЦ «Мирлэнд».

ВЕСЕННЕЕ НАСТРОЕНИЕ ОТ КОМПАНИИ «ДЖИ-ЛИАН»!



Весну ждут все: взрослые и дети, животные и растения, и даже самые равнодушные люди весной словно преображаются и становятся добрее. Поздравление с весной – это способ сказать близкому человеку, что все будет отлично, ведь впереди новые открытия и свершения. А мы, в свою очередь, спешим порадовать вас новинками и представляем весеннюю коллекцию фарфоровой посуды торговой марки Auratic. Auratic – это высокое качество, классические форма и дизайн, стильная упаковка, а самое главное – низкая цена!

С искренними пожеланиями теплой и солнечной весны, коллектив компании «Джи-Лиан». Тел. +7 (495) 617-41-53, www.ji-lian.ru.



Один из лидеров на посудном рынке – компания Bekker, продолжая радовать своих партнеров качественной и стильной посудой, предлагает познакомиться с новым на российском рынке брендом **Winner**



WR-6304

Всегда успешно

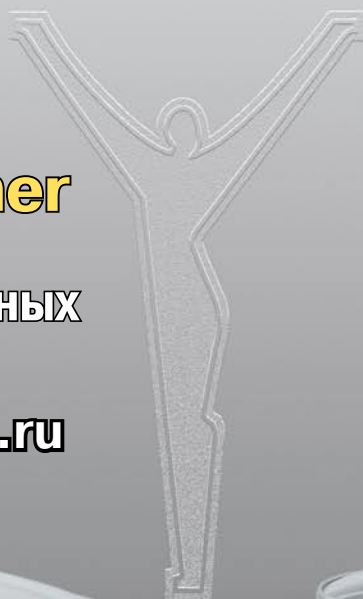


WINNER

GERMANY

Широкая линейка товаров марки **Winner** удовлетворит вкусы даже самых искушенных покупателей.

www.winner-posuda.ru



WR-6100



WR-6607



WR-1000 – элегантный, солидный набор посуды.

Информацию вы сможете получить по телефонам: (495) 980-88-82, 980-88-83, 980-88-84
Интернет-сайт: www.winner-posuda.ru

Приборы от REGENT inox

Компания REGENT inox расширила ассортимент столовых приборов. Вниманию покупателей представлены линии Bistro, Euro, Grano, Rosa, O2, Sonata. Все предметы изготовлены из высококачественной нержавеющей стали, имеют эргономичный дизайн.



Новые коллекции ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил две оригинальные коллекции. Первая – «Маленький Принц» – воплотила в себе образы философской сказки Антуана де Сент-Экзюпери.

Вторая – «Кают-компания» – родилась в результате творческого сотрудничества известного современного писателя, драматурга, режиссера Евгения Гришковца и художника по фарфору Веры Бакастовой.



KROSNO S.A. снова в России

После длительного перерыва польский производитель изделий из стекла Krosnienskie Huty Szkła KROSNO S.A. выводит на российский рынок свою новую продукцию. Дополнительная информация по тел. +7 (863) 280-06-94.

ТПП принимает гостей

В соответствии с Уставом и решением Правления Ассоциации 11 апреля 2012 г. в г. Москве, в Конгресс-центре Торгово-Промышленной Палаты Российской Федерации состоится XXVII Конференция Ассоциации «Народные художественные промыслы России».

К участию в работе Конференции приглашены руководящие работники Администрации Президента РФ, Правительства РФ, Государственной Думы ФС РФ, федеральных министерств и ведомств, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, руководители и специалисты промыслов, представители торговых организаций.

Программа работы Конференции включает вопросы, имеющие кардинальное значение для функционирования организаций промыслов в современных условиях.

ТЕРМОКРУЖКИ ДЛЯ АВТОЛЮБИТЕЛЕЙ



Серия «Авто» ТМ Biostal пополнилась двумя видами термокружек: с внешним корпусом из нержавеющей стали и ударопрочного пластика. Кружки представлены в белом, синем и оранжевом цветах. Плотные прилегающие крышки имеют отверстие для питья под герметичной заслонкой, внутренняя колба всех термокружек выполнена из нержавеющей стали. Объем кружек 450 мл.

«ГОЛУБКА» ИЗ ДОБРУША ПОКОРИЛА РОССИЮ



Добрушский фарфоровый завод стал лауреатом конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации» 2011 года. По итогам конкурса звание лауреата присуждено столовому сервизу из 37 предметов формы «Голубка» с рисунком «Бомонд».

«ЦВЕТУЩИЕ АНАНАСЫ» ОТ ТМ «МЕТРОТ»

Компания «Метрот» представила первую новинку 2012 года – серию эмалированной посуды с деколью «Ананасы». В основе рисунка – сочетание тропических цветов и созревших экзотических плодов ананасов. Серия выпущена на классической для ТМ «Метрот» форме – «Эмина». Деколь нанесена на всю поверхность изделия. Внешняя и внутренняя стороны посуды окрашены в молочнокремовый цвет.

Комплектация серии: кастрюли различного литража, а кроме того, ковш с крышкой 1,5 л и чайник 2,5 л.

Крышки изделий стеклянные с металлическим ободком и пароотводом. Фурнитура (бобышка) бакелитовая.

viconte

УНИКАЛЬНАЯ ХЛЕБОПЕЧКА ОТ ТМ VICONTE



ТМ Viconte рада представить новую уникальную модель хлебопечки **VC-801**. Ее основная особенность – **ЧАША С ВНУТРЕННИМ КЕРАМИЧЕСКИМ ПОКРЫТИЕМ**. Экологически чистое керамическое покрытие безопасно для здоровья и гарантирует высокое качество приготовления.

Большая чаша VC-801 позволяет приготовить **хлеб весом до 1,5 кг**,

что является конкурентным преимуществом хлебопечки Viconte.

12 автоматических программ сделают меню вашего стола не только разнообразным, но и полезным, ведь они дают возможность **выпечки ржаного хлеба и хлеба без глютена** (что особенно важно для людей с аллергией на глютен).



Классика жанра

Какую посуду выбрать, чтобы она была надежна, безопасна и, что немаловажно, гармонично вписывалась в интерьер кухни? Какую посуду можно поставить на полки в магазине, чтобы она привлекала покупателя и качеством, и ценой? Если вы решите остановить свой выбор на посуде марки Pensofal®, Вам откроются совершенно новые возможности.

В ассортименте Pensofal® не менее 10 линеек, каждая по-своему интересна и уникальна. Жемчужно-белый, насыщенный вишневый, теплый оливковый – палитра итальянского региона Кампания, в котором разрабатывается и производится посуда Pensofal®. Такой богатый выбор по дизайну и функционалу никого не оставит равнодушным. Например, где еще можно найти сковороды диаметром всего 14 см с маленькой аккуратной ручкой? Или кастрюлю со встроенным дуршлагом? Сотейник VarSi позволит не только потушить или пожарить продукты, но также будет служить отличной пароваркой, благодаря особой решетке и куполообразной крышке.

Посуду Pensofal® можно отнести к экологичным товарам, ведь антипригарное покрытие посуды не содержит PFOA, а авторитетная немецкая лаборатория «ТЮФ Рейнланд Групп» (TÜV Rheinland) гарантирует качество и безопасность продукции Pensofal®.

Посуда производится из довольно толстого алюминия (толщина дна не менее 5 мм, стенок не менее 3,5 мм), причем ее можно использовать на всех видах варочных поверхностей, включая индукционные. Каждая линейка Pensofal® представляет полный ассортимент посуды, куда входят как отдельные, так и подарочные наборы. Убедитесь сами, что Pensofal® - это идеальное направление для развития Вашего бизнеса.

Оптовые поставки:
ООО «Алекс трейд»
Отдел развития:
Провоторов Андрей
Юрина Ольга
тел.: (495) 755-99-13

www.alextrade.ru

PENSOFAL®

Посуда, которая нужна каждый день!



Розничная продажа: www.bytovaya.ru

Керамика в цвете

Компания «Коралл» расширила ассортимент изделий из цветной керамики. Это бульонница с двумя ручками, кружка-бочка и салатник. Внутренняя поверхность выполнена в красном, оранжевом, синем и желтом цвете. Внешняя поверхность изделий представлена как в матовом, так и в глянцевом исполнении.



РАСШИРЕНИЕ КОЛЛЕКЦИЙ ТМ ELSE

Марка ELSE расширила коллекции разделочных досок, банок для сыпучих продуктов, а также пищевых термосов.

Доски выполнены из прочных пород деревьев – гевеи и бамбука. В досках предусмотрена специальная канавка для сбора влаги по краям. Поверхность изделий тщательно отшлифована, что создает устойчивость к царапинам и повреждениям.

Банки для сыпучих продуктов изготовлены из стекла и нержавеющей стали, имеют три разных объема – 1,7; 1,2; 0,8 л. Термосы от Else оснащены дополнительным контейнером с пластиковой крышкой.



Готовьте здорово!



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ КУХОННЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ: наборы и одиночные предметы.

ОСОБАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОБРАБОТКИ НЕЙЛОНА.

ГЛЯНЦЕВАЯ ПОВЕРХНОСТЬ НЕЙЛОНА обеспечивает ему дополнительную влагуостойчивость, жаропрочность и антибактериальность.

www.zeidan-nl.com





ООО «МиРоВик плюс»

С НАМИ ВЫГОДНО РАБОТАТЬ!

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ

ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ИЗ:

- фарфора
- стекла
- керамики
- фаянса
- хрусталя
- эмалированной посуды
- **Качественный товар**
- **Выгодные условия работы**
- **Удобная доставка**
- **Действующая система скидок**

Россия, Владимирская область,
г. Гусь-Хрустальный, ул. Курловская, 50
Тел.: +7 (49241) 2-73-34,
+7 (49241) 2-29-47, +7 (4922) 37-39-19
E-mail: info@mirovik.ru

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

www.mirovik.ru



Гусевской хрустальный завод снова заработает!

Во Владимирской области готовятся к возрождению Гусевского хрустального завода. Однако теперь на заводе будут выпускать не только традиционный хрусталь, но и блоки из пеностекла, а также лобовые стекла. Напомним, что производство было остановлено в ноябре 2011 года, когда на предприятии отключили электроэнергию за долги, составившие 11 млн руб.

Возглавить работу по возрождению Гусевского хрустального завода предложено представителю Ассоциации предприятий стекольной промышленности Владимирской области Юрию Клеггу.

ПРИЯТНЫЕ МЕЛОЧИ И НЕ ТОЛЬКО ...



встроенной системой паровыпуска. На ручках – силиконовые вставки.

Компания «Фрайбест» запустила в продажу аксессуары для кухни – лопатку и кисточку из силикона. Также ассортимент пополнился серией посуды **Ever Green**. В основе дизайна – изысканное сочетание зеленого внешнего и нежного кремового внутреннего керамического покрытия. Изделия имеют запатентованную форму бобышки со



БУФЕТНАЯ СИСТЕМА ОТ IVV



почтительны прозрачные блюда и салатники, для более оригинальной – подойдут комбинации блюд различных цветов.

Также компания пополнила ассортимент декантеров от ZWIEZEL 1872. Каждое изделие выполнено вручную и поставляется под заказ.

Кроме того, компания «Радиус» представила новую «эконом» серию ножей Мепорса от ARCOS (Испания). Ножи выполнены из листовой нержавеющей стали NITRUM®, рукоять – из полипропилена.

Новую оригинальную буфетную систему **Multicolor** от итальянского производителя IVV представила компания «Радиус». Основа системы – универсальный каркас, на котором можно расположить блюда по своему вкусу. Для классической подачи пред-



«Домаркет» откроет в Москве «Мир посуды»

В Москве откроется магазин «Мир посуды» от компании «Домаркет». Помещение площадью 1 000 кв. м расположится в строящемся ТЦ. В сети будет представлен широкий ассортимент товаров для дома, посуда, кухонные принадлежности, наборы ножей и столовых приборов от ведущих европейских брендов.

Источник: www.shopAndMall.ru

3–6 апреля 2012 года выставка Household Expo

Уважаемые дамы и господа, клиенты и партнеры!
В 2012 году торговая марка Berossi празднует свой юбилей!

BEROSSI®

www.berossi.ru

Нам 10 лет!

Программа празднования 10-летия ТМ Berossi!

3 апреля

14.00 – 14.30 – мастер-класс шеф-повара.
14.30 – 17.00 – фуршет для посетителей стенда.
17.00 – розыгрыш лотереи. Приз Ipad2.

4 апреля

14.00 – 14.30 – торжественное награждение партнеров.
14.30 – 17.00 – фуршет для посетителей стенда.
17.00 – розыгрыш лотереи. Приз Ipad2.

5 апреля

14.00 – 14.30 – презентация новой продукции 2012 года.
14.30 – 17.00 – фуршет для посетителей стенда.
17.00 – розыгрыш лотереи. Приз Ipad2.

*Приглашаем Вас на празднование
нашего Дня рождения!*





BLUE KNIGHT
COOKWARE SERIES
СЕРИЯ ПОСУДЫ



The BLUE KNIGHT & WHITE KNIGHT

Перед каждым кулинаром при выборе посуды стоит задача – найти посуду, которая будет иметь изящный внешний вид и будет функционально качественна.

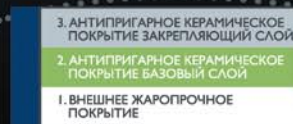
Компания Bergner, учитывая потребности покупателей, выпустила серии посуды Blue Knight и White Knight. Серии посуды Blue Knight и White Knight (с англ. knight рыцарь) получили такое название благодаря схожести по своим качествам с прочностью доспехов рыцаря. Благодаря использованию нового, экологически чистого керамического покрытия, посуда отличается такими уникальными свойствами, как жаропрочность, отличные антипригарные качества, долговечность. Посуда выполнена из литого алюминия и имеет внешнее жаропрочное покрытие и утолщенные стенки, что позволяет использовать её в духовке. Благодаря таким функциональным качествам посуды, любые кулинарные задачи будут вам под силу

Особым отличием этих серий является уникальный дизайн. Удобные ручки из нержавеющей стали, яркий цвет, носики для слива – эти серии посуды сосредоточили в себе природную чистоту и элегантность

Серии посуды Blue Knight и White Knight займут достойное место на вашей кухне и станут отличным подарком для тех, кто не привык выбирать между дизайном и функциональностью.



- ✓ не содержит ПФОК
- ✓ не содержит ПТФЭ
- ✓ безопасно



WHITE KNIGHT
COOKWARE SERIES
СЕРИЯ ПОСУДЫ



«Мартика» – лауреат краевого конкурса

Компания «Мартика», специализирующаяся на производстве изделий из пластмасс, стала лауреатом XIV краевого конкурса «Лучший алтайский товар года». В номинациях «Промышленные товары для населения» и «Продукция и товары для детей» изделия компании были отмечены дипломами лауреата и дипломанта первой степени.



Набор для двоих «Инь-ян»

Компания «Топ Стиль» представила набор для двоих «Инь-ян» из костяного фарфора (производство – Франция). Изделия представлены в подарочной упаковке.



Модернизация Добрушского фарфорового завода

ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» продолжает модернизацию фарфорового производства. Так, уже в I квартале 2012 года в эксплуатацию будет введена новая автоматизированная линия для литья изделий в гипсовых формах модели CMF 47 французской фирмы CERINNOV. Это позволит значительно повысить производительность труда литьевого производства и увеличить выпуск дефицитных позиций.

Гжель онлайн

На обновленном сайте ЗАО «Гжельский фарфоровый завод» по адресу www.efarfor.ru открылся интернет-магазин с функцией онлайн-консультанта.

Ассортимент завода насчитывает более 600 наименований бытовых и декоративных изделий, изготовленных по передовым методам технологии производства. Сегодня Гжельский фарфоровый завод – лидирующее предприятие среди гжельских производителей традиционного фарфора с ручной кобальтовой росписью.

ДЯТЬКОВСКИЙ ХРУСТАЛЬ

Продукцию Дятьковского хрустального завода характеризуют оригинальные формы, широкое использование красивых и сложных рисунков алмазных граней, фирменная упаковка.

Каждое изделие – это маленький шедевр, задуманный талантливыми художниками и выполненный потомственными мастерами завода. В ассортимент входит значительное количество высокохудожественных изделий заказного характера и подарков для vip-персон.



Сувенир «Охотничье ружье» (выполнено в натуральную величину)

Россия 242600, Брянская обл., г. Дятьково, пр-т Доброславина, 2
Т./ф.: +7 (48333) 3-25-83, 3-26-98

www.dcrystal.ru

E-mail: sales@dcrystal.ru



ВКУСНЫЙ КОФЕ ОТ ZEIDAN



TM Zeidan рада представить уникальную коллекцию френч-прессов на силиконовых подставках.

Высокая эластичность силикона обеспечивает плотное прилегание подставки к колбе, а его яркая расцветка подарит всем хорошее настроение.

Удобство и безопасность использования френч-прессов обеспечиваются за счет ненагревающейся ручки. Она изготовлена из жаропрочного стекла и имеет особый способ крепления.

Приятным дополнением для хозяек станет и мерная ложка, которая входит в комплект.

Подарите себе незабываемое утро с вкусным кофе во френч-прессах от Zeidan.

ЖИТЬ ЗДОРОВО И ЗДОРОВО



В феврале в ассортименте GreenPan появилась новая коллекция экологичной посуды «Жить здорово». Первая стальная посуда с керамическим покрытием Термолон™ – совместный проект одноименной популярной передачи и бельгийской компании GreenPan Сталь и керамика. Блеск металла и благородная сдержанность серого покрытия. Изысканность формы и абсолютная безопасность. Это все о новой стальной коллекции. В ее состав входят сковороды и сотейники с керамическим покрытием различных диаметров, а также соусники и кастрюля без антипригарного покрытия.

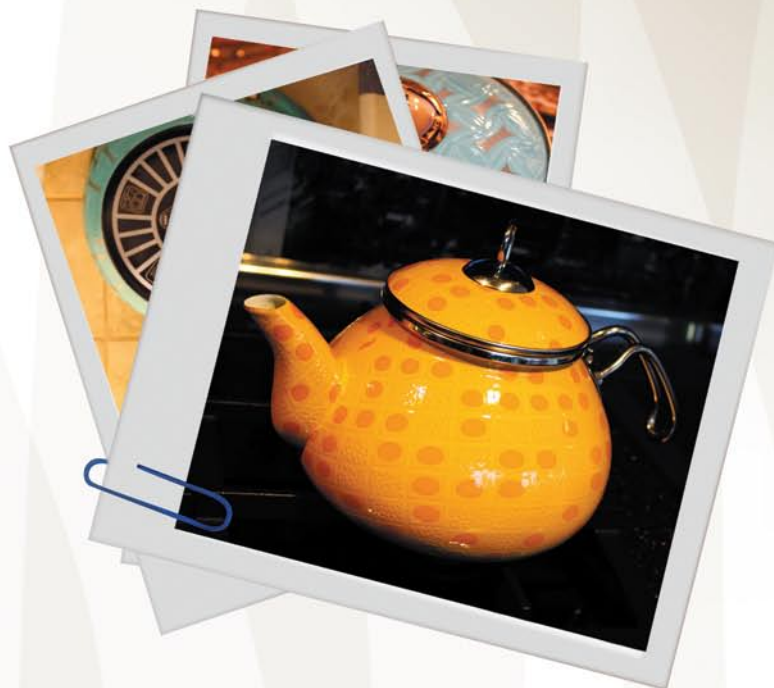
Посуда «Жить здорово» – это:

- высококачественная нержавеющей сталь 18/10
- многослойное утолщенное дно
- керамическое покрытие Термолон с отличными антипригарными свойствами
- надежность и абсолютная безопасность
- комфортные ненагревающиеся ручки

Лучшее для вашей кухни: легко мыть, приятно готовить!

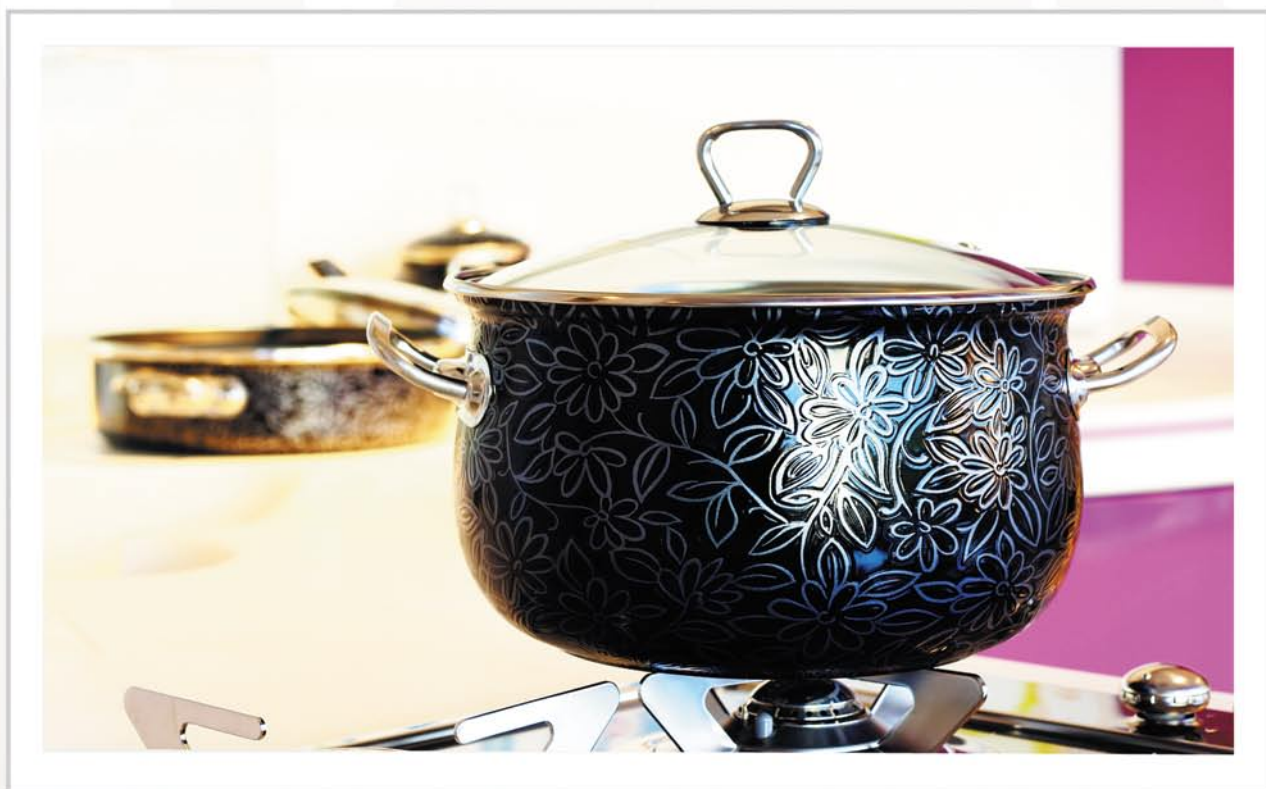


+7 (495) 645-85-48
info@interos-posuda.ru
www.interos-posuda.ru



interos

Яркие идеи для Вашей кухни...



2012 год богат на новинки от TM Verossi!



Популярная линейка товаров для СВЧ TM Verossi пополнилась кастрюлей для СВЧ «Экспресс» (Express). Она предназначена для приготовления пищи в микроволновой печи и выгодно отличается рядом преимуществ:

- блюда готовятся быстрее;
- сохраняется большее количество витаминов;
- продукты не пригорают;
- не требуется перемешивание;
- можно использовать для хранения в холодильнике;
- кастрюля имеет удобный механизм открывания, который позволяет снять крышку буквально одним нажатием;
- книга рецептов в комплекте!

Вы сможете по достоинству оценить удобство и пользу кастрюли для СВЧ Express и получить призы! Условия ищите на сайте!

С другими многочисленными новинками TM Verossi вы можете познакомиться на сайте www.verossi.ru.

КОРОТКО...

В Москве открылась новая секция посуды Дулевского фарфорового завода. Салон расположен в ТЦ «Матвеевский» (ул. Матвеевская, 20).

Компания «Пилот MC» пополнила свой ассортимент чугунной эмалированной посудой TM **Myron Cook** (Китай) и эмалированной посудой **Thermosol** (Таиланд).

В феврале открылся новый магазин сети «Посуда Центр» в Набережных Челнах. Площадь магазина – 1 800 кв. м, ассортимент включает более 15 тыс. наименований посуды и товаров для дома.

Ассортимент компании «Коралл» пополнился новыми столовыми наборами «Полет», «Виолет» и «Шотландка».

Новая серия столовой посуды **Ess Klasse** от чешского производителя **G. Benedikt Karlovy Vary** появилась в ассортименте компании «Комплекс-Бар».

ГОНКОНГ – АСПЕКТЫ И ВОЗМОЖНОСТИ



В столичной гостинице Renaissance Moscow Hotel 21 февраля 2012 года более 160 представителей официальных и деловых кругов Москвы в рамках семинара «Гонконг – аспекты и возможности» получили возможность ближе познакомиться с Гонконгом как с основной платформой для ведения бизнеса в Азии. Организаторами семинара выступили: Торгово-экономическое представительство в

Лондоне Правительства Специального административного района «Гонконг» и Совет по развитию торговли Гонконга и Ассоциация делового сотрудничества «Россия – Гонконг».

В приветственном слове председатель правления Ассоциации делового сотрудничества «Россия – Гонконг» И.В. Поляков подчеркнул, что главным импульсом развития и укрепления российско-гонконгских экономических отношений стал первый визит президента России Дмитрия Медведева в Гонконг в середине апреля прошлого года.

Генеральный директор (полномочный министр) Торгово-экономического представительства в Лондоне Правительства США «Гонконг» Эгнес Оллок отметила, что среднегодовой рост взаимного товарооборота России и Гонконга составляет 19%. Следуя принципу «Одна страна, две системы», Гонконг остается привлекательным благодаря политической стабильности, защищенности бизнеса, верховенству закона, независимой судебной системе и принципам свободного рынка. Гонконг, глобальный финансовый центр, в котором действуют 70 из 100 крупнейших банков мира, более 10 лет подряд завоевывает звание «Самой свободной экономики мира» в ежегодных рейтингах Fraser Institute и др. Г-жа Оллок обратила внимание аудитории на высокое качество жизни и прекрасную природу Гонконга, подчеркнув, что с 2010 года для граждан России действует безвизовый режим, к их услугам 10 прямых вылетов в неделю из Москвы.

Директор Московского представительства Совета по развитию торговли Гонконга Л.В. Орлов также рассказал о возможностях Гонконга. Стабильная и простая налоговая система, а также низкие налоговые ставки позволяют компаниям сохранять больше прибыли. Превосходная инфраструктура, первоклассные телекоммуникации и новейшие информационные технологии обеспечивают свободное движение капиталов, информации и профессионалов. Возможность разговаривать не только на китайском, но и английском языке значительно облегчает общение.

Своим опытом ведения бизнеса в Гонконге и Китае поделился с присутствующими президент Группы компаний «Космос» А.В. Савельев.

После семинара все участники были приглашены на прием по случаю Нового года по Лунному календарю.

ОБОРОТ РОЗНИЦЫ ПОДРОС!

По данным Росстата, оборот розничной торговли в России в 2011 году вырос на 7,2% по сравнению с 2010 годом – до 19,075 трлн руб.

В декабре темпы роста стали самыми высокими за прошлый год и составили 9,5% – до 2 трлн 42,5 млрд руб. В IV квартале оборот увеличился на 9,1% – до 5 трлн 432,8 млрд руб.

Также Росстат сообщает, что в 2011 году оборот розничной торговли формировался на 88,5% торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, а доля розничных рынков и ярмарок составила всего 11,5%.

В 2011 году 9 трлн 121 млрд руб. пришлось на торговлю продуктами питания, включая напитки, и табачными изделиями, оборот торговли этими видами товаров увеличился на 3,6% с 2010 года, а оборот торговли непродовольственными товарами вырос на 10,7% – до 9 трлн 954 млрд руб.

Источник: www.torgrus.com



Лысьвенская эмалированная



ПОСУДА



Готовь со вкусом!

ОАО "Акционерная Компания Лысьвенский металлургический завод"
618900, Россия, Пермский край, ул. Металлистов, 1
Тел. (34249) 9-27-14, 9-20-79; e-mail: sbyt2@aklmz.ru



Эко фестиваль

В конце февраля в известном московском ресторане домашней кавказской кухни «Gayane's» состоялась открытие весеннего «Эко фестиваля здорового питания».

«Эко фестиваль» - совместный проект бельгийской компании «GreenPan», популярной телепередачи 1-го канала «Жить здорово» и ресторана домашней кавказской кухни «Gayane's». Такое сотрудничество неслучайно, ведь программа «Жить здорово» - это единственный в своем роде проект, всесторонне описывающий простые способы здорового образа жизни, компания GreenPan - лидер в области экологичной и безопасной посуды, а в меню ресторана «Gayane's» преобладают блюда не только очень вкусные, но и полезные, здоровые, гарантирующие кавказское долголетие.

Открыли фестиваль профессор Елена Малышева и соведущие программы «Жить здорово» Андрей Продеус, Дмитрий Шубин и Герман Гандельман. Почетные гости вместе с известным московским ресторатором Гаяне Бреивой продемонстрировали гостям фестиваля, что кавказская кухня, отличающаяся разнообразием мясных и овощных блюд, не просто вкусная, но и полезная и приготовили бараньи ребрышки, лобио из нескольких видов фасоли и молодой картофель со специями в посуде от компании GreenPan «Жить здорово» абсолютно без МАСЛА!

По словам «главного доктора страны» Елены Малышевой, «... фасоль необходимо включить в свой рацион женщинам после 40 лет, поскольку это кладь растительного белка и витаминов группы В. А вот мужчинам я рекомендую во все блюда добавлять больше зелени: петрушку, укроп и «конский» щавель».

Комментарии Елены Малышевой, посвященные здоровому питанию, выбору продуктов, способам готовки вызвали горячий интерес гостей и профессионалов - поваров ресторана «Gayane's».

В рамках фестиваля состоялась презентация новой коллекции стальной эко посуды с керамическим покрытием от компании GreenPan.

После мастер-класса и презентации гостей ожидал эко фуршет и дегустация блюд кавказской кухни, приготовленных из экологически чистых и полезных продуктов без использования масла на современной стальной посуде с керамическим антипригарным покрытием Термолон™. Это еще раз подчеркнуло тематику эко фестиваля - здоровое питание для долгой и счастливой жизни.

Особое очарование вечеру придавала прекрасная джазовая музыка и, конечно же, сама атмосфера ресторана «Gayane's».

www.green-pan.ru



С GreenPan экологически чистые продукты становятся стандартом а не модным течением!



История компании Emile Henry началась в маленьком городке Марсиньи на юге Бургундии в 1850 г. с создания небольшой мастерской Жаком Анри.

Бургундия славится не только шеф-поварами и гастрономическими открытиями, но и высококачественной жаропрочной глиной. Бережное отношение к традициям, использование самых современных технологий, умение «чувствовать» потребности потребителя и трепетное отношение к качеству сделали компанию и торговую марку Emile Henry – одной из самых востребованных в мире. Сегодня семейная компания Emile Henry – крупнейший производитель премиальной керамической посуды. Марка популярна среди знатоков более чем в 50 странах мира. Наличие собственной лаборатории позволяет тщательно контролировать производство на всех этапах и проводить собственные исследования, благодаря которым создаются уникальные серии, такие как Flame для «открытого огня».

Продукция настолько уникальна, что многие ее формы запатентованы производителем. Еще одна особенность: изделия Emile Henry дорабатываются вручную, каждый мастер ставит на дне изделия свои инициалы, такая персональная ответственность становится залогом качества. Посуда устойчива к царапинам и сколам, термическому шоку, легко очищается и надолго сохраняет температуру приготовленных блюд. Прочная глазурь французской керамики позволяет использовать острые инструменты, без опасения повредить поверхность посуды.

10-летняя гарантия на всю посуду – красноречивая характеристика качества французской керамики.

В 2012 г. компания представляет на российском рынке **HR керамику**, которая включает 3 основные коллекции: *Natural Chic, Urban Colors u Classics*. Каждая коллекция предлагает свои цветовые и дизайнерские решения для создания неповторимого стиля и уюта.

Flame керамика специально разработана для «открытого огня». Эта керамика подходит для всех видов плит, кроме индукционных. Flame можно ставить и в духовку, и в микроволновую печь. Благодаря медленному и равномерному распределению тепла, ингредиенты не подвергаются воздействию широкого диапазона температур и при этом сохраняются витамины и полезные свойства. Блюда, приготовленные с помощью Flame керамики, получаются нежными, с насыщенным вкусом и ароматом. Серия включает тажины, кастрюли различного объема, вок, блюда для выпечки.

В ближайшее время на российском рынке появится новая серия BBQ, которая позволит готовить блюда на барбекю более мягким и здоровым способом без дополнительного жира.

Эксклюзивным российским дистрибьютором ТМ Emile Henry является компания ООО «Антарес Трейд», тел.: 956 47 55.



Откройте для себя вкус здоровой кухни и поистине вкусных блюд!
Готовьте с Emile Henry и воплощайте ваши творческие идеи!



ОБНОВЛЕННАЯ HELPINA

Ведущим трендом посудного рынка остается экология. В связи с этим пристальное внимание участников рынка приковано к стеклянной посуде как наиболее экологически чистой. Стекло абсолютно инертно и не выделяет каких-либо веществ в пищу. Но изготовление качественной кухонной посуды из стекла требует не только обладания секретами производства, но и наличия современного оборудования. Именно поэтому продукция марки **Helpina** от Васильевского стекольного завода (ВСЗ) пользуется такой популярностью.

За последнее время ВСЗ существенно расширил объем и ассортимент выпускаемых изделий благодаря недавно введенной в эксплуатацию новой современной печи и производственной линии от всемирно известной немецкой фирмы **Waltec**.



Васильевский стекольный завод ведет свою историю с 1901 года. Сегодня это единственное предприятие в России, которое выпускает термостойкую стеклянную посуду из боросиликатного стекла марки «Пирекс» – самого гигиеничного и экологически чистого материала.

В отличие от дешевых и недолговечных изделий сомнительных брендов, продукция, произведенная на Василь-



евском стекольном заводе, полностью соответствует стандартам качества, служит долгие годы и имеет самое широкое применение на каждой кухне. Васильевскую стеклянную посуду применяют для приготовления, хранения и разогрева различных блюд, а также используют при сервировке стола.

Помимо способности выдерживать высокую температуру и перепад температур, посуда из боросиликатного стекла хорошо поглощает тепло, легко моется и всегда сохраняет неизменным свой внешний вид.

С 2010 года Васильевский завод выпускает продукцию под собственной торговой маркой **Helpina**. Ассортиментная линейка предметов из боросиликатного стекла включает цельностеклянные крышки для кастрюль и сковород пяти видов, кастрюли и салатники.

Кроме прессованной посуды из термостойкого боросиликатного стекла, завод также занимается производством тонкостенной посуды, изготавливаемой способом ручного выдувания. В числе таких изделий в первую очередь можно отметить разнообразные заварочные чайники от 0,5 до 1,2 л, чайные пары, тонкостенные выдувные кастрюли и горшки и химико-лабораторную посуду различного назначения. Данные изделия специально изготовлены для использования на открытом огне.

Немалое внимание сотрудники завода уделяют упаковке своих изделий. С запуском современной технологической линии и началом выпуска новых изделий руководством завода принято решение об изменении внешнего вида упаковки торговой марки **Helpina**.

С марта 2012 года на заводе приступают к выпуску высоких цельностеклянных крышек пяти типоразмеров. Особенностью данных моделей являются



их высокие бортики. Данные крышки дают возможность увеличить внутренний объем посуды и усилить паровую конвекцию. Благодаря отсутствию металлического ободка на крышках марки **Helpina** они не накапливают со временем на себе остатки жира или мельчайшие частички пищи, оставаясь чистыми в течение всего срока службы.

В ближайшее время ассортиментная линейка **Helpina** расширится еще больше. В производство будут внедрены новые модели кастрюль, салатников, форм для запекания и т.д. Серьезным преимуществом посуды от ВСЗ будет, как и прежде, не высокая в отличие от иностранных конкурентов цена конечного изделия.

Благодаря уникальному современному оборудованию завод имеет возможность увеличения объема выпускаемой продукции до 600 тысяч изделий в месяц, что будет в полной мере способствовать удовлетворению растущего спроса.

Вся выпускаемая на заводе продукция проходит многоступенчатый контроль качества, соответствует всем российским и международным стандартам и снабжена необходимыми сертификатами.

**ЗАО «Васильевский
стекольный завод»
Россия 422532, РТ,
Зеленодольский район,
п.г.т. Васильево, ул. Школьная, 58
Генеральный директор
Олег Александрович Антонов
Тел. +7 (84371) 6-12-22
Факс +7 (84371) 6-22-96
Отдел сбыта
Тел. +7 (84371) 6-27-71**

**infosteclo@yandex.ru
www.helpina-vgp.ru
www.steklo-zavod.ru**



质量 Джли-Лиан

Все, что радует Вас, приносит еще больше радости!



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

www.ji-lian.ru

Ji-Lian®

STAR FESTIVAL®

auratic®

BEKKER: ЕДИНСТВО МНОГООБРАЗИЯ



Bekker, ведущий бренд на российском рынке посуды, продолжает обновлять свои коллекции и позволяет покупателям максимально выгодно заполнить кухонное пространство различной утварью и создать изысканную сервировку. Эта торговая марка хорошо знакома российским покупателям с 2000 года. Сегодня Bekker – динамично развивающаяся структура, имеющая огромный внутренний потенциал, солидную материальную и клиентскую базу для работы в различных сегментах посудного рынка.

Bekker олицетворяет собой современную посуду среднего и экономного ценовых уровней, отвечающую высоким стандартам качества, прочности и эстетики. Ее покупатели представлены всеми возрастными группами: от молодых людей, еще только вступающих в самостоятельную жизнь, до представителей старшего поколения, чьи интересы сформированы устоявшимися взглядами. Каждая покупка изделий Bekker влечет за собой последующие приобретения. Благодаря разнообразию и высокому качеству изделий покупатели этой известной марки автоматически становятся ее постоянными приверженцами, стремясь к созданию гармонии на своем столе.

Постоянные маркетинговые исследования, проводимые специалистами Bekker, позволяют в кратчайшие сроки эффективно реагировать на рыночные изменения и разрабатывать новые виды современной посуды для потребителей с

разными вкусами и разными уровнями достатка.

В настоящее время компания Bekker является одним из крупнейших отечественных поставщиков посуды для дома и предметов для кухни из различных материалов (нержавеющей стали, фарфора, керамики, жаропрочного стекла, силикона, углеродистой стали, чугуна, алюминия, дерева и пр.). Объем предложений компании включает в себя свыше 1 300 наименований.

Наиболее значимой группой предметов кухонной посуды и столовых приборов считаются предметы, изготовленные из нержавеющей стали в наборах или по отдельности. Среди них стоит выделить кастрюли, ножи, термосы и всевозможные кухонные аксессуары. Работая с крупными российскими дистрибуторами, представляющими развитую дилерскую сеть во всех регионах России, Bekker предлагает несколько серий металлической кухонной посуды в зависимости от тол-

щины ее стенок и строения дна:

- **Classic** (посуда экономуровня, низкий ценовой сегмент);
- **Jumbo** и **Super Jumbo** (следующий уровень, куда входит посуда с двойным дном);
- **Premium** (посуда более высокого класса с тройным дном);
- **De Luxe** (посуда оригинального дизайна из высококачественной стали).

Покупатели могут приобрести как единичную продукцию из разных серий, так и посуду в наборах одной серии, где представлено от 4 до 14 предметов. При этом одинаковые изделия исключены! В каждый набор входят кастрюли разных размеров;





они могут быть дополнены сковородой или ковшом.

Стоит напомнить и о металлических чайниках, которые компания наряду с другими предметами для кухни представляет в широком ассортименте. Так, классическая форма каждого чайника может быть дополнена интересным носиком или крышкой со встроенным свистком!

Не оставят равнодушными покупателей и практичные подносы, а также вазы для фруктов, дизайн которых разработан в соответствии с последними модными тенденциями.



Кухонные принадлежности традиционно представлены комплектами на подставке, в которые входит половник, картофелемялка, лопатка, шумовка, а также ложка и вилка для готовки. Оптимальное количество предметов обеспечивает комфортное приготовление самых различных блюд.

Если говорить о столовых приборах, то наибольшим вниманием покупателей пользуются комплекты из 24 предметов (по шесть столо-

вых ложек, чайных ложек, вилок и ножей), представленные либо на подставке, либо в подарочной упаковке, либо в оригинальном чемодане. Качество и дизайн продукции этого направления не вызывают сомнений даже у самого искушенного покупателя.

Предлагаемые наборы ножей – одно из устоявшихся направлений компании. Их разнообразие позволяет подобрать тот, который как нельзя лучше подойдет к стилю вашей кухни.

Повышенный интерес со стороны покупателей в последнее время обращен к тер-

мосам Bekker. Различные объемы и оригинальный дизайн позволяют выбрать тот самый термос, который станет любимым спутником не только на туристических маршрутах, но и везде, где так хочется иметь горячее блюдо без потери времени, хлопот и использования кухонной техники.

Не давая шансов потенциальным конкурентам в своем сегменте, Bekker предлагает ознакомиться с богатым выбором кухонных аксессуа-

ров, к которым традиционно относят сахарницы, масленки, наборы для специй, машинки для изготовления пельменей, лапшерезки и многое другое. Все предметы выполнены из экологически чистых материалов: углеродистой стали, силикона, чугуна, высококачественной пластмассы, стекла и пр. А ряд изделий, например разделочные доски, подчеркивают следование мировому тренду – экологии, так как выполнены из натурального материала – бамбука.

Особое место в ассортиментной матрице компании занимают изделия из керамики и фарфора. Милые чайные наборы и изящные обеденные сервизы давно получили популярность благодаря точному соответствию времени и утверждению индивидуального стиля. Позиции этой товарной группы отличаются различной комплектацией, выдержанным стилем и высоким качеством.

Перечислять все товарные позиции от Bekker просто нет возможности. Помимо рассмотренных сюда входят также кофемолки, измельчители, терки, дуршлага, вакуумные контейнеры, стеклянные формы для микроволновых печей и многое другое.

Благодаря многообразию и разной направленности продукции, а также широкой географии поставок по России Bekker сегодня занимает внушительную часть рынка в сегменте низкого и среднего ценовых уровней. Говоря языком цифр, доля Bekker составляет около 15-20% от общего объема поставок самой распространенной в нашей стране кухонной и столовой посуды, а также столовых приборов и различных аксессуаров.

Компания предпочитает продвигать свою продукцию через крупных оптовых покупателей, которые одновременно являются ее представителями и дилерами в большинстве регионов страны. Однако с расширением рынка сбыта в последнее время список клиентов пополняется различными по масштабу компаниями, включая и сети розничных магазинов. Офис ком-



пани расположен в Москве.

Ассортимент товара постоянно обновляется, при этом обеспечено регулярное поступление на склады наиболее популярной продукции, которую всегда можно заказать повторно.

Высокое качество товара является одним из главных принципов деятельности Bekker. Вся продукция проходит многоступенчатую систему контроля качества на всех этапах производства. Отличительной чертой сотрудников компании является высокий уровень обслуживания: внимательное отношение к клиенту, компетентное консультирование, быстрое реагирование на индивидуальные запросы и пожелания.

Среди важных преимуществ компании Bekker как финансового партнера – сильная ценовая политика, обеспечивающая конкурентоспособные цены.

Приоритетным направлением деятельности компании остается постоянное развитие, основанное на аналитическом подходе и учете маркетинговых исследований отечественного и зарубежного рынков.

Crystalex Ambiente 2012 во Франкфурте-на-Майне



Компания Crystalex CZ, являющаяся крупнейшим чешским производителем домашнего стекла, приготовила исключительные коллекции на 2012 год.

Компания представляет одновременно пять новых автоматических коллекций. Были подготовлены более 100 новых декораций с использованием целого ряда декоративных технологий. Интересные коллекции в основном производятся с использованием технологий: «пантограф», «диарит», «напыление» или «трафаретная печать». В дополнение к инновациям представлены и выбраны старые декорации на различных коллекциях, включая знаменитые коллекции Claudia (проект M. Matousek, 1974) и Angela (проект A. Holisova, 2001), созданные Crystalex. Большую часть продукции компания Crystalex продает под торговой маркой Bohemia Crystal более чем в 60 стран мира.

НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ

Новинку, которая принадлежит к категории классических форм, представляет элегантная серия Elisabeth. Гладкие или декорированные изделия украсят каждый празднично накрытый стол.



Elisabeth

Другие новые серии включены в категорию гладких коллекций для напитков. Коллекции Giselle и Cindy привлекут особое внимание любителей хорошего вина.

Программа BAR содержит тщательно отобранные рюмки для вина, пива, коктейлей и других напитков. Коллекция включает в себя и 2 новых элегантных графина.

Пятой новинкой в области автоматических серий является новая серия стаканов Samba, которая должным образом расширяет существующий ассортимент стаканов для напитков.



Bar

ТРАДИЦИОННЫЕ КОЛЛЕКЦИИ

Традиционное предложение Crystalex, очевидно, гораздо шире, что позволяет компании удовлетворить широкий круг потребителей. Отметим некоторые коллекции из самых известных: Angela, Claudia, Diana, Lara, Natalie, Maxima, Vintage, Vicenza, Bastia, Barline, Ideal Gina. Это коллекции классические и современные, старые и не очень старые, но все они успешны и пользуются спросом у покупателей.

Конечно, презентуются и новинки, представленные весной 2011 года коллекции рюмок Victorie, Gloria, Viola, Sandra и стаканы Jive.



Giselle

ДЕКОРАЦИИ

Crystalex является весьма успешной и в области декораций. Поэтому неудивительно, что на выставке представлено более пятидесяти новых декоров.

Предложение декоративных технологий достаточно широкое: декорация панто (этой технологии травления 150 лет, и в настоящее время она снова переживает возрождение), следующая – технология гравирования (осуществляется на современном оборудовании), роспись, трафаретная печать, наклейки, шлифование, напыление... и, конечно, комбинация технологий.

В придачу к декорированным фужерам представлены и коллекции декорированных ваз, которые традиционно являются важным дополнением продукции Crystalex.

Некоторые декоры удалось представить на широкой коллекции форм – рюмки, стаканы и вазы, которые, конечно, очень впечатляют. Кажется, что выставочной площади для Crystalex явно недостаточно, так как компания действительно презентует очень много интересных новинок.

НОВИНКИ ДЕКОРАЦИЙ

Предложение новинок на 2012 год совершенно потрясающее – коллекция содержит более 100 новых декораций во всех декоративных технологиях.

«Пантограф»

Новые декорации по технологии «пантограф» выполнены в основном на формах, представленных в 2011 году, – это Victorie, Gloria, Sandra и Viola. Новые декорации приготовлены и для популярной на протяжении нескольких лет серии Angela, которая в прошлом году отметила 10-летний юбилей на рынке. В предложении представлен декор «чистое панто», дополненный золотым или платиновым ободком, который ориентирован в основном на Европу и Америку (представителем декора является, например, декор Motion).

Для восточных рынков, наоборот, подготовлены богатые декорации с золотом, платиной, в некоторых случаях они дополнены напылением краской (примеры богатых декоров: декор Ivy или декор Jewel).

В экспозиции выставки присутствуют и эксклюзивные декорации, комбинирующие гравировку, пантограф и роспись, как, например, декор Noble.



«Диарит»

В новой коллекции кроме технологии «пантограф» важное место занимает технология «диарит» – представлено более двадцати новых декоров.

Очень привлекательный декор Arabesque, который вдохновлен историческими декорациями, где сочетались роспись и гравировка. Современный декор Savanna инспирирован звериными мотивами.



Savanna



Arabesque

Среди предложенных новых вариантов декорирования есть современные простые декоры и декоры с использованием золота и краски, которые применяли ранее.

Прочие декоративные технологии

Из остальных декоративных технологий, кроме росписи, следует отметить трафаретную печать и напыление – технологии, которые широко используются, и до сих пор остаются востребованными благодаря своей уникальности. Примерами служат такие коллекции, как Fountain, Animals, Flowers и Harlequin.



Tulip



Jewel



Noble

Классические декорации

Самые популярные и хорошо продаваемые декоры отмечены в специальном каталоге Classic, который представляет собой лучшее из традиционных декораций Crystalex, будь то Tulip, роспись или традиционные декорации по технологии «пантограф» или «диарит».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Креативность, качество, современные технологии и удовлетворенность клиентов – это основные моменты стратегии Crystalex, стекольного завода, который является эксклюзивным владельцем известной торговой марки Bohemia Crystal и успешным наследником богатых традиций чешского стеклоделия.



CALVE**ИСПАНСКОЕ КАЧЕСТВО ПО
ДЕМОКРАТИЧНЫМ ЦЕНАМ****Популярный европейский производитель посуды и кухонных аксессуаров CALVE уверенными темпами набирает популярность и в России!**

Кастриули, сковородки с новейшим антипригарным покрытием, произведенные с использованием уникальных биотехнологий, всевозможные формы для выпекания и разнообразная кухонная утварь – широкий и постоянно обновляющийся ассортимент торговой марки CALVE удовлетворяет самых взыскательных потребителей, а в сочетании с умеренной ценой делает продукцию CALVE привлекательной для покупателя. На сегодняшний день в ассортименте компании представлено более 700 позиций в 19 товарных группах.

В этом выпуске мы хотели бы отдельно отметить актуальные новинки от CALVE, изготовленные из инновационных материалов, имеющие стильный дизайн и высокие эксплуатационные качества.

CL-3110 Набор ножей, 5 предметов**CL-3102**Набор ножей,
4 предмета

Коллекция наборов ножей марки CALVE дополнилась роскошными новинками в стиле Hi-Tech.

Прочные и долговечные ножи из новой коллекции изготовлены из высококачественной нержавеющей стали. Благодаря полимерному покрытию сталь не вступает в контакт с нарезаемыми продуктами и не оставляет на них привкуса металла.

Цветные ножи от CALVE существенно облегчают процесс нарезки. Форма и покрытие лезвий исключают прилипание продуктов к лезвию.

Рукоятки ножей изготовлены из прочного пластика и имеют специальную выемку, что делает их максимально комфортными и безопасными.

Набор **CL-3110** представлен уже в четырех цветовых решениях: к ярко-красному, насыщенному салатному и оранжевому прибавился стильный черный цвет. Преимущество нескольких цветовых решений делает возможным применение отдельного цвета к определенному продукту.

Наборы ножей от **CALVE** не только будут незаменимыми помощниками в хозяйстве, но и станут стильным украшением вашей кухни!

CL-4592

Дуршлаг складной



Даже такой привычный предмет, как дуршлаг, усилиями дизайнерского ателье CALVE превратился в очень удобный и стильный аксессуар для кухни!



Комплект дуршлагов от CALVE **CL-4592** имеет складную конструкцию для удобного хранения. Благодаря специальным силиконовым вставкам лилового и салатного цветов, защищающим руки и поверхности от случайных брызг, процесс процеживания становится абсолютно безопасным и комфортным. Удобная, нескользящая ручка и выступающие бортики позволяют максимально зафиксировать дуршлаг во время работы.

В комплекте представлены два дуршлага: размером 34 на 20 и 5 на 3 см. Дуршлага легко моются даже без использования моющих средств. Также их можно мыть в посудомоечной машине.

Разделочные доски от CALVE очень легко моются, также их можно мыть в посудомоечной машине.

Ни для кого не секрет, что сейчас Россия переживает самый настоящий «кулинарный бум». Все больше людей проводят свой досуг у плиты, готовя привычные и новые блюда, радуя своих родных и близких.

Теперь хозяйки предпочитают домашнюю выпечку и собственноручно приготовленные изделия из теста покупным. В связи с этим на отечественном рынке кухонной утвари значительно возрос спрос на инструменты для работы с тестом.

CL-4610



CL-4611



Особое место в линейке пластиковых гаджетов от CALVE занимают разделочные доски. Чрезвычайно прочные, устойчивые к деформации и царапинам, доски от CALVE станут настоящей находкой для вашей кухни.

Разделочные доски изготовлены из экологически безопасного пищевого пластика, который не позволяет запахам впитываться.

Оригинальные силиконовые вставки на доске надежно фиксируют ее на поверхности. Вставки имеют два популярных варианта цветовой раскраски: сдержанно-красный и сочно-салатовый, придающие изделию изысканный вид.

Доски CALVE выпускаются как с бортиками, предотвращающими стекание жидкости, выделяющейся из продуктов при нарезке на поверхность стола: **CL-4610**, так и без них: **CL-4611**.

Особенное внешнее покрытие досок исключает возможность выскальзывания как продуктов при нарезании, так и самой доски с поверхности стола.

Компания CALVE предлагает потребителям прекрасную и практичную скалку **CL-4596** размером 46,2 на 6,5 см.

Скалка изготовлена из пищевого пластика и имеет силиконовое покрытие. В отличие от деревянных скалок, к которым постоянно липнет тесто, силиконовая скалка максимально облегчает процесс раскатывания теста, позволяя с легкостью раскатывать пласты любой толщины, исключая деформацию и повреждение продукта.

При работе с силиконовой скалкой от CALVE значительно уменьшается расход муки.

Скалка имеет конструкцию шарнирного типа с вращающимся валиком, а удобные эргономичные ручки значительно снижают нагрузку на кисти рук.

Силиконовая скалка выпускается в ярко-красном цвете, и ее прекрасный дизайн не оставит равнодушным самого капризного покупателя.

WWW.CALVE-GROUP.RU

+7 (495) 783-34-00

CL-4596

Скалка силиконовая



КУЛИНАРНЫЕ ХИТРОСТИ

Одна из главных задач женщины – ведение хозяйства, но делать это надо умеючи. Помните толстую тетеньку из рекламы, которая опять жарит оладушки на подсолнечном нерафинированном масле на тонкой алюминиевой сковороде, а кругом дымовая завеса из ядовитых выделений от некачественного антипригарного покрытия?

Со временем PTFE, те самые химические элементы, содержащиеся в традиционных антипригарных покрытиях, полностью испаряются и сковороды теряют свои антипригарные свойства. Конечно, со временем портится все. Однако, если взять литую, а не штампованную алюминиевую сковороду с керамическим антипригарным покрытием, она прослужит гораздо дольше. В состав антипригарного покрытия из керамики входят лишь натуральные природные материалы, такие как песок, вода, камни. Керамическое покрытие не содержит вредных химических веществ – PTFE и PFOA, и даже при нагревании свыше 300 °C не происходит вредных выделений. Уникальная формула керамичес-

кого покрытия обеспечивает твердость и устойчивость к истиранию. Дно у таких экземпляров обычно доходит до 6 мм – это значит, что ваши котлеты не пригорят и не прилипнут во время готовки. При жарке на такой сковороде можно использовать минимальное количество масла, и, следовательно, в тетеньку из рекламы вы не превратитесь.

Размер дна сковороды лучше всего подбирать исходя из размера конфорок на вашей кухне. Стандартный шаг диаметра дна 2 см, от 20 до 28 см. Учитывать надо и высоту сковороды. Так, например, для тушения и приготовления затейливых кулинарных блюд вам понадобится сотейник с высотой стенки 7 см, для масленичных блинов – плоская сковорода 2,4-3 см высотой, для приготовления гриля в домашних условиях – квадратная сковорода с ребристой поверхностью. Кстати, самую большую в мире сковороду сделал Тони Хэнкок, проживающий в Великобритании. Ее размеры – 2,93 м в диаметре и 0,6 м глубиной, а вот цель у него была накормить 400 посетителей китайского ресторана.

Не стоит забывать про дизайн вашей кухни. Компания «Ломоносовская Керамика» предлагает серию посуды для здорового питания NaturePan, сочетающую в себе вышеприведенные качества.



возрастающей популярности восточной кухни, стремлению к здоровому образу жизни и высокому ее темпу сковорода вок стала чаще и чаще встречаться в наших кухнях. Из-за того что продукты в сковороде вок готовятся на сильном огне, их постоянно перемешивают, при этом используется очень мало масла и блюда получаются менее жирными. Благодаря быстрому обжариванию продукты получаются более ароматными, а овощи остаются хрустящими. Особая проточка и толщина дна позволяют использовать посуду как на газовых, так и на стеклокерамических плитах.

Ухаживать за керамическим покрытием несложно: нужно использовать деревянные, силиконовые или нейлоновые кухонные принадлежности для помешивания пищи.

Рекомендуется мыть посуду сразу после приготовления, так как старые кусочки пищи или масло при повторном нагреве могут быть причиной выцветания внутренней поверхности изделия.

Используя посуду с керамическим покрытием NaturePan, вы можете быть уверены, что ваши блюда будут иметь именно тот вкус, который вы задумали, а ваши родные и близкие будут веселыми и здоровыми, не догадываясь о ваших маленьких хитростях.

В серии Hi-Tech изысканного современного дизайна со съемной ручкой пищу можно не только жарить, но и томить, как в чугунной или керамической посуде. Каждая модель этой серии обладает практичными формами и запатентованным энергосберегающим дном, которое позволяет экономить электроэнергию, а значит, и время на 20%. В серию входят сотейники, ковши, кастрюли. Изюминкой серии по праву может считаться сковорода-гриль с особым рядом ребрышек, расположенных на дне, благодаря которым обжариваемые продукты не имеют полного контакта с его поверхностью. В результате во время жарки выделившийся мясной сок и жир скапливаются в канавках и не касаются поверхности мяса. В результате подобной термической обработки готовое блюдо сохраняет все свои вкусовые и полезные свойства, при этом получается сочным и менее калорийным.

Серия Eco-Line добавит весеннего настроения мягкостью оттенков внешнего и внутреннего покрытия. Это экологичная посуда, доступная каждому и представленная в девяти предметах, необходимых для различных блюд: сковороды, сковорода-гриль, блинная, сковорода-гриль, сотейники, ковши, кастрюли, противни, формы, а также сковорода вок. Благодаря

**Россия,
г. Санкт-Петербург,
пр-т Энергетиков, 19
Тел./факс
+7 (812) 441-31-00
(многоканальный)**

**<http://firmalk.ru/>
<http://naturepan.ru/>
<http://lkeramika.com/>**



05 08
april
istanbul 2012
Turkey



idealHome

Homestyle Fair

Product Range

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

7th INTERNATIONAL HOUSEWARES & GIFTS FAIR



Organized by:

LI-FE FUARCILIK LTD.

Tel : +90 212 292 60 31 www.idealhomefair.com

Fax : +90 212 292 34 20 info@idealhomefair.com

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

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения	Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
“ПОДАРКИ” САЛОН “ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА” ВЕСНА 2012	19.03.12 22.03.12	HOME PRODUCTS	20.04.12 23.04.12
Международная специализированная выставка	Москва, ЦВЗ “Манеж” ООО “Подарки Экспо”	Специализированная выставка товаров для дома	Гонконг AsiaWorld-Expo
HOUSEHOLD EXPO. ВЕСНА 2012	03.04.12 06.04.12	HONG KONG HOUSEWARE FAIR	20.04.12 23.04.12
Международная специализированная выставка	Москва ООО “МОККА Экспо Групп”	Крупнейшая в Азии выставка товаров для дома	Гонконг Hong Kong Convention and Exhibition Centre
СИБИРСКИЙ ФОРУМ ГОСТЕПРИИМСТВА NORESA – 2012	05.04.12 07.04.12	ЛЕТНЯЯ ПОРА – 2012	25.04.12 28.04.12
Специализированный форум	Красноярск Красноярская Ярмарка	Универсальная выставка товаров народного потребления	Тольятти Экспо-Тольятти
IDEAL HOME	05.04.12 08.04.12	СДЕЛАНО В РОССИИ – 2012	22.05.12 25.05.12
7 International Housewares & Gifts fair	Стамбул Tuayr Fair and Convention Center	Межрегиональная универсальная выставка	Архангельск Выставочная компания “КАНТ”
CHRISTMAS TIME / ВЕСНА – 2012	10.04.12 13.04.12	МАГАЗИН. ОТЕЛЬ. РЕСТОРАН – 2012	23.05.12 26.05.12
19-я Международная торговая ярмарка	Москва ООО Экспо-Парк Выставочные проекты	8-я Межрегиональная выставка	Белгород ВК “Белэкспоцентр”
ВСЁ ДЛЯ ЛЕТА – 2012	19.04.12 22.04.12	МЕЖДУНАРОДНАЯ УЛАН-УДЭНСКАЯ ЯРМАРКА - 2012	23.05.12 25.05.12
Выставка-продажа	Санкт-Петербург FarExpo	Международная специализированная ярмарка	Улан-Удэ ЗАО “Улан-Удэнская ярмарка”
ВСЕРОССИЙСКАЯ ЯРМАРКА В УДМУРТИИ – 2012	19.04.12 23.04.12	CHINA IMPORT & EXPORT FAIR	23.05.12 27.05.12
Всероссийская ярмарка продукции предприятий регионов России	Ижевск Выставочный Центр “Удмуртия”	Международная торговая ярмарка импортных и экспортных товаров	Гуанчжоу China Import & Export Fair Complex
ПЕТЕРБУРГСКАЯ ЗЕЛЁНАЯ НЕДЕЛЯ - 2012	19.04.12 22.04.12	MACEF	30.05.12 01.06.12
Выставка-продажа	Санкт-Петербург FarExpo	Международная выставка товаров для дома	Москва ВВЦ, 75-й павильон



Посетите специализированную выставку товаров для дома в Гонконге!



20-23 Апреля 2012 года
AsiaWorld-Expo • Гонконг

На выставке вы:

- увидите уникальные павильоны с жаропрочной и кухонной посудой, принадлежности для ванной, спортивные сумки, товары для путешествий и многое другое
- встретите большое количество креативных производителей из континентального Китая, и Индии
- увеличите эффективность поиска партнеров, просматривая главные выставки и посылая запросы на наши уникальные выставки в режиме онлайн: www.onlinesourcingfair.com



Главные экспозиции:

- Кухонная посуда и сервировка стола
- Жаропрочная и кухонная посуда
- Винные и барные принадлежности
- Посуда из стекла и керамики
- Домашние продукты
- Товары для любимых животных
- Принадлежности для ванной
- Предметы домашнего декора
- Домашний текстиль
- Домашние приборы – *Новая!*
- Наружная мебель и художественное оформление
- И многое другое ...

EXPRESS
REGISTER
ONLINE

Зарегистрируйтесь бесплатно здесь:
www.chinasourcingfair.com/cykc
www.india-sourcingfair.com/cykv

В содействии с:

global sources
Christmas & Seasonal Products
China Sourcing Fair

global sources
Gifts & Premiums
China Sourcing Fair

Апрель		Гонконг				
В	П	В	С	Ч	П	С
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	Прямо перед Canton Fair				

Посетители только старше 18 лет
Не для розничных продаж

www.chinasourcingfair.com

МАСЕФ ОСНОВАТЕЛЬ ТРЕНДОВ

Ни одна выставка в мире не может отразить то количество модных тенденций, которое демонстрирует Масеф, хотя по своей площади и числу экспонентов она не является лидирующей. Но именно сюда за последними дизайнерскими разработками, отвечающими мировым трендам, приезжают самые активные представители рынка товаров для дома.

Открывшись для посетителей в 92-й раз, выставка Масеф не изменила своей традиции – удивлять и дарить хорошее настроение! На выставке, как и прежде, были широко представлены такие сектора, как «Домашняя обстановка», «Сервировка стола и кухонная посуда», «Подарки», «Украшения и бижутерия» и др. Количество экспонентов составило 1 887 компаний!

Посудной теме было отведено четыре первых павильона. И видимо, не случайно. Кухонная и столовая посуда,

а также соответствующие ей аксессуары, рассчитанные на все вкусы, являются неотъемлемой частью имущества каждого человека. Именно сегодня кухня и застолье выходят за общепринятые рамки, сглаживаются границы между посещением ресторана и приготовлением пищи дома. Рестораторы все чаще предлагают уютную домашнюю обстановку и близкое к ней обслуживание, в то же время домохозяйки, дабы украсить свою повседневность, изобретают необык-



новенные кулинарные шедевры и создают стильный, порой экзотический антураж своего дома.

Квинтэссенция европейской и азиатской кулинарии проникает в рестораны, дома и мелкие кафешки. Посудные компании четко следуют современной тенденции, предлагая все больше различных этнических решений для посуды и инструментов для обработки экзотических овощей, фруктов.

Традиционный фарфор отходит от классических канонов. Новый дизайн отра-





цветовых решений, поскольку сейчас как никогда заметно влияние того или иного оттенка на восприятие человека. Пожалуй, никогда еще не было столь сильного желания подобрать буквально для каждого покупателя свой цвет. И никогда цвет не имел такой власти над покупателями. Иными словами, цвет стал главным трендом сезона! Но он не отодвинул на задний план тренд экологии, попавший в лидеры еще несколько лет назад. Оба тренда идут параллельно.

Двумя выделенными зонами на выставке были обозначены «Баерский клуб» и «Зона креативных решений». В последней было представлено несколько десятков работ молодых дизайнеров, предложивших оригинальные решения для обустройства окружающего пространства. Помогая молодым художникам и мастерам, выставка

Клуб баеров также не был лишен дизайнерской новизны. Оформленный в зеленых тонах, он подчеркнул первоочередность экологичности в каждом предмете окружающего нас быта. Не случайно к баерскому клубу вели зеленые дорожки и в его оформлении преобладала пусть и искусственная, но все же зелень, символизирующая красоту и девственность природы. Посетители клуба могли



жает век высоких скоростей и обилия доступной информации. Формы и рисунок могут быть далеки от привычных образов, которыми мы наслаждались еще 5 лет назад. Это и квадратные тарелки с асимметричным дном, и причудливые ручки бокалов. То же самое происходит и на рынке посуды из стекла. Компании демонстрируют новые возможности «стеклянных дел мастеров», новые формы, деколи и модели.



Отдельно хочется сказать о цвете. В этом году на Масеф уделялось особое внимание демонстрации различных

не только демонстрировала их работы, но и наградила победителей проведенных тематических конкурсов.

с наслаждением расположиться в уютной зоне и за чашечкой кофе обсудить важные коммерческие вопросы.



Что же отличает данную выставку Масеф от предыдущих? Если не брать в расчет массу новых или обновленных линеек (в большей степени – все-таки второго), то можно отметить преобладание крупных, известных брендов, успокаивающих своей устойчивостью в период не самого благоприятного экономического развития. К сожалению, во многих ев-



ропейских странах сегодня довольно сильно ощущается некая депрессия, вызванная ожиданием рыночного спада и снижением покупатель-

ской активности. В этой связи особенно приятно наблюдать на международных выставках стремление представить что-то новое, а не только прошлогодние дизайны. К сожалению, небольших компаний, занимающих, как правило, скромные площади со своими стендами, практически не было, равно как и стендов компаний из Китая. Видимо, китайским фабрикам не имеет смысла выстав-

ляться с продукцией, произведенной для итальянских брендов, которых было на выставке более чем достаточно. Еще одной выделенной зоной в рамках прошедшего выставочного мероприятия стала «Зона ручного производства», где было представлено немало интересных изделий, выполненных без участия заводских станков и промышленного оборудования. Ремесленники демонстрировали свое мастерство, развивая направление «хэнд мейд», весьма актуальное в периоды вынужденных пауз многих фабрик. Резюмируя, можно сказать, что выставка подарила ощущение свежести и открытости для воплощения самых различных творческих идей, которые по праву могут занять почетное место в списке наиболее заметных и даже трендовых направлений.

Резюмируя, можно сказать, что выставка подарила ощущение свежести и открытости для воплощения самых различных творческих идей, которые по праву могут занять почетное место в списке наиболее заметных и даже трендовых направлений.



ропейских странах сегодня довольно сильно ощущается некая депрессия, вызванная ожиданием рыночного спада и снижением покупатель-

ской активности. В этой связи особенно приятно наблюдать на международных выставках стремление представить что-то новое, а не





601500 Владимирская область, г. Гусь-Хрустальный,
ул. Октябрьская, 57, оф. 13. Тел.: +7(49241)2-58-42, +7(495)967-75-61
www.gusdekom.ru

ДЕКОМ

Профессиональный подход к декорированию
стеклоизделий.



«КОНСУМэкспо-2012» – старт деловой активности в новом году!

После новогодних торжеств и праздности участники рынка товаров для дома, демонстрирующие свою продукцию на выставочных площадках, приходят на выставку «Консумэкспо». Сложно представить январь без этого мероприятия. Компании после новогоднего затишья задают старт для работы в течение всего последующего периода. Каков он, этот старт?

Это зависит от самих компаний, от их подготовки к выставке и, естественно, от профессионализма и креативности организаторов выставки. С начала года многие компании запускают новые линейки, проекты, что требует совместной работы поставщика и покупателя, поиска новых партнеров, поэтому январь – самое удачно выбранное время для выставки. Для посудных компаний традиционно предоставили два павильона: «Первый» и «Форум». И хотя многие посетители отмечают некоторое уменьшение числа российских и европейских компаний, активно выставившихся ранее, основной костяк посудных брендов сохранен и позволяет судить о серьезных позициях выставки. Получил дальнейшее развитие проект «Новинки и инновации». Более 30 компаний представили свои новые товарные позиции в рамках специальной экспозиции. Также прошел фестиваль молодых дизайнеров «Консумдизайн-2012», организованный ЦВК «Экспоцентр», Московским художественно-промышленным институтом и Московским государственным университетом дизайна и технологий.

Основные показатели выставки

Площадь всей экспозиции: около 10 000 кв. м.

Количество экспонентов: более 470, из них российских – более 250.

Количество стран-участниц: 21 (Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Дания, Индонезия, Испания, Италия, Казахстан, КНР, Латвия, Нидерланды, Польша, Республика Беларусь, Россия, США, Турция, Франция, Чехия, Швейцария, Япония). Национальные экспозиции в этом году представили фирмы из Италии и Китая.

«Консумэкспо-2012. Зима» по традиции проводилась по салонному принципу, образовав в своих павильонах салоны «Хоумстайл»/Homestyle, «Подарки и сувениры», «Обувь, кожгалантерея, одежда и аксессуары», «Развитие бизнеса, готовые решения».



Экспоненты отметили повышение уровня сервиса, активно работающую деловую площадку выставки.

Не секрет, что на данный момент у посудных компаний есть выбор участия в той или иной выставке. Сейчас посудники могут выбирать разные площадки для своих экспозиций. И ожидать встречи со всеми компаниями, которые прежде имели лишь одну возможность для массового общения в лице «Консумэкспо», не следует. Рынок не стоит на месте. Именно в таком разрезе следует обсуждать так называемую «наполненность» и посещаемость профессиональных выставок. Кроме этих показателей имеется и еще один, – не менее важный, – это эффективность, то есть послевыставочный результат, на основе

которого компании и составляют свой выставочный календарь на будущий период.

Нельзя не отметить на выставке растущее число компаний из Китая. Это также закономерное отражение отечественного рынка, где подавляющее число предлагаемых товаров доставляется из Поднебесной. Ряд представителей европейских посудных брендов предпочитают сегодня только посещать выставку или «гостить» на стендах у своих дистрибуторов.

В рамках насыщенной деловой программы стоит отметить выступление Григория Трусова, президента консалтинговой компании «Контакт-Эксперт», наглядно продемонстрировавшего, как реклама сегодня будет воздействовать на завтра, и





показавшего четыре главных момента, использование которых может привести к желаемому росту продаж. Не менее интересными были выступления Дмитрия Леонова, генерального директора консалтинговой компании «Неокод коммерческих стратегий», Татьяны Логер, консультанта отдела исследовательской сферы бизнес-услуг «ГФК-Русь», Михаила Бурмистрова, генерального директора «INFOLine Аналитика», Любови Бондарь, директора компании «ЮПК «Прогресс», Натальи Рудковской, директора «ВСН-Транзит», и многих других.

Нельзя не отметить такие деловые шоу, как «**Пекарня в вашем магазине или ресторане**», подготовленное компанией «Тарпан», и «Возможности погружного блендера Vamix», а также «**Презентация итальянских марок посуды Silga и Pensofal**» от ООО «Алекс Трейд».

С успехом прошла презентация марки **GreenPan** под названием «**GreenPan удивляет: впервые стальная посуда с антипригарным керамическим покрытием!**», подготовленная ООО «Антарес Трейд».

В рамках выставки прошли также **IV Всероссийский форум «Эффективный поставщик non-food**. Стратегия-2012», а также традиционный «Центр Закупок Се-

тей non-food», где проводились прямые переговоры поставщиков с закупщиками из 30 розничных сетей. Организатором мероприятия, как и прежде, выступила КВК «Империя».

На конференции «Интернет-магазин-2012», организованной РА «Новые Линии Продвижения» и ЦВК «Экспоцентр», было поднято немало важных вопросов, связанных с расширением ассортимента, доверием покупателя и уровнем обслуживания «виртуальных» магазинов.

В целом объем и продолжительность деловых мероприятий, а также работа презентационной площадки позволяют сказать о серьезных намерениях выставки. Хочется отметить, что новые проекты дают определенный положительный эффект. Но до стабильной положительной динамики и увеличения количества целевых посетителей еще далеко. Только реорганизовав выставочное пространство, привлекая европейский опыт, чтобы выставка не только играла имиджевую роль для компаний, но и выполняла свою главную задачу – создавала необходимое информационное поле для работы на рынке, обучала новым программам и технологиям производства и продаж, предлагала и анализировала новые тренды, демонстрировала новинки и услуги, экспонент



может одновременно рекламировать, продавать свою продукцию и формировать образ своей фирмы. Вместе с тем выставка – это клуб профессионалов, своего рода индикатор состояния и перспектив развития отрасли, продвижение товаров, установление прямых контактов с непосредственными покупателями и потребителями. Четкое выстраивание задач и реагирование на движение рынка позволит увеличить доходность выставочного пространства и поднимет престиж посещаемости и участия в ней.

**МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ
ВЫСТАВКИ**

**Елена Мищук (Е.М.),
коммерческий директор
ООО «Ямато Трейд»**



Корр.: – Чем вызван покупательский интерес к вашей продукции?

Е.М.: – Наша продукция соответствует высокому классу качества, но при этом относится к ценовому сегменту «средний плюс». Кроме того, раз в месяц мы обновляем свой ассортимент.

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



Корр.: – Вы достаточно давно занимаетесь красной глиной и майоликой, какие изменения произошли в

этом сегменте посудного рынка за последний год?

К.Х.: – Я наблюдаю сокращение предложения на оптовых рынках такой посуды.

Корр.: – С чем вы связываете данную ситуацию?

К.Х.: – С недостаточным вниманием со стороны оптового рынка, а также превалированием продукции аналогичного назначения, но из других материалов, например металла или стекла.

Корр.: – И это при том, что керамическая посуда является образцом экологической чистоты?

К.Х.: – Да, несмотря на экологическую привлекательность, объем предложения такой посуды в нашей стране падает. Ее производство – достаточно хлопотное дело, и отдача не столь высокая, как от посуды из других материалов.

Корр.: – Но данная ситуация должна быть вам на руку, вас окружает не так много конкурентов. Кстати, кто они, вы могли бы их назвать?

К.Х.: – Действительно, конкурентов в нашем сегменте не много, но они есть. Например, «Псковский гончар», «Вятская керамика», «Ломоносовская керамика» и пр. Но главные конкуренты – это «товары-заменители»!

Корр.: – Какие меры вы предпринимаете, чтобы сохранить за своим производством лидирующую позицию?

К.Х.: – Постоянно экспериментируем: работаем над дизайном, качеством черепка и глазури, проводим исследования в собственной лаборатории. Это позволяет нам улучшать качество продукции и постоянно обновлять наши товарные линейки. Кроме того, мы совершенствуем свое оборудование, стараясь максимально автоматизировать производственный процесс.

Корр.: – Окупаются ли затраты на совершенствование вашей технической базы и самой производственной линии?

К.Х.: – Разумеется. Тем более, что мы стараемся не покупать некий готовый ста-

нок, а, поняв его устройство, создавать или модернизировать имеющееся оборудование. Экономия в денежных расходах – в 10 раз! А результат не ниже, чем у иностранцев. А то и выше! Именно таким образом мы недавно создали автоматическую глазуровочную линию, ориентированную именно для наших конкретных задач. Буквально на днях для обмена опытом и знакомства с высокотехнологическим оборудованием я посетил одну из компаний в Милане.

Корр.: – Каков объем выпускаемой вами продукции в месяц и средняя цена одного изделия? Сколько изделий входит в вашу ассортиментную матрицу сегодня?

К.Х.: – Наше производство обеспечивает ежемесячный выпуск 130-150 тысяч единиц изделий при средней цене 50 руб., а ассортимент на данный момент составляет 300-350 наименований.

**Елена Франчак (Е.Ф.),
заместитель генерального
директора по развитию
компании REGENT Inox**



Корр.: – Какую роль для вашей компании играет участие в выставке?

Е.Ф.: – Для отечественного бизнеса очень важную роль играют личные контакты между покупателем и поставщиком. Нашим партнерам выставка позволяет не только ознакомиться с новинками, но и своими глазами увидеть, что мы устойчивая, постоянно развивающаяся компания, с которой интересно строить долговременные взаимоотношения. Для имиджа это очень важно.

Корр.: – К каждой выставке вы создаете новый дизайн стенда, это также

забота об имидже?

Е.Ф.: – Разумеется. Мы ориентированы на обновление и улучшение и каждый год демонстрируем что-то новое, сохраняя свой фирменный стиль.

Корр.: – Где можно получить полную информацию о вашей посуде?

Е.Ф.: – Необходимая информация содержится на упаковке товара. Обычно этого достаточно для конечного потребителя. Также можно взглянуть на декларации соответствия, которые имеются у всех продавцов. Но если требуется более подробная информация, ее можно найти на сайте нашей компании.

**Калсын Солтанмурадов (К.С.),
менеджер по работе с клиентами ООО «БеллаШоп»**



Корр.: – Чем сегодня можно удивить покупателя столовой фарфоровой посуды?

К.С.: – Комплексным подходом: дизайном, качеством, функциональностью. Все должно быть на высоком уровне.

Корр.: – Какой дизайн будет востребован покупателем в ближайшем будущем?

К.С.: – Думаю, что современный. Сегодня молодежь интересуется фарфором и старается приобретать изделия, соответствующие последним дизайнерским разработкам. При этом классика сохраняется, но ее предпочитают люди старшего поколения.

Корр.: – Какова главная задача, которую вы решаете на выставке?

К.С.: – Поскольку мы выставляем впервые, то, помимо демонстрации новинок



и привлечения клиентов, нам важно, чтобы наши партнеры были в нас уверены и доверяли нам. С этой точки зрения наш выход на международную выставочную площадку очень важен и должен принести соответствующие плоды.

Дмитрий Мшвениерадзе (Д.М.) директор, компании **Fissman**



Корр.: – В чем отличительная особенность вашего, еще молодого бренда?

Д.М.: – Наше предложение формируется с учетом трендов времени. Самый важный тренд, который устойчиво держится уже не первый год, – это экология, безопасность производства, также уделяем много внимания дизайну и цветовым решениям. Мы предлагаем красивые изделия с элегантным дизайном, ориентированные на молодое, современное поколение, на семьи с маленькими детьми.

Корр.: – Ваша продукция ориентирована только на домашнее использование или на сектор HoReCa тоже?

Д.М.: – Преимущественно мы занимаемся домашней посудой. Но хотим расширить свои линейки для рынка профессиональной посуды. С этой целью сейчас проводим ряд переговоров со своими датскими партнерами.

Корр.: – В чем вы видите сегодняшнюю задачу для своего бренда?

Д.М.: – На мой взгляд, самое главное, чтобы бренд имел свое лицо. Бренд должен отражать ту позицию, которую хочет видеть покупатель. Мы стараемся следовать этому правилу и у нас получается, поэтому вскоре мы укрепимся в своей нише

на рынке, и я думаю, что через год мы сможем увеличить свою долю примерно на 50%.

Егор Барышников (Е.Б.), заместитель директора по продажам торговой компании «Свежий ветер»



Корр.: – Кто является производителем ваших изделий?

Е.Б.: – Мы импортируем свою посуду из Китая и Украины.

Корр.: – Насколько вырос спрос сегодня на украинскую керамическую посуду?

Е.Б.: – Наша компания уже год является эксклюзивным дистрибутором Сумского фарфорового завода. В основном мы занимаемся кружками, ориентированными на эконом-сегмент. Они пользуются достаточно серьезным спросом на сегодняшний день. Кстати, мы активно помогаем заводу в развитии его производства, а также совместно занимаемся разработкой деколей. Сейчас на продукцию завода можно наносить штрих-коды и, соответственно, реализовывать через торговые сети.

Корр.: – Вы приобретаете изделия с готовым дизайном или разрабатываете его самостоятельно?

Е.Б.: – 50 на 50. Иногда фабрике не удается выполнить все в точности по эскизу и лучше взять готовую продукцию, отвечающую всем требованиям. А иногда новый дизайн получается прекрасно!

Корр.: – Насколько изменился объем ваших продаж за последние годы?

Е.Б.: – Довольно существенно. 2011 год мы закрыли

с ростом 25%. 2010-й тоже был достаточно успешным. 2008 и 2009-й – в силу экономических трудностей были менее результативными. Вообще, последний период можно назвать благополучным не только по росту объемов продаж, но и по росту числа наших покупателей.

Диана Сагидова (Д.С.), генеральный директор ООО Farforex



Корр.: – Ваша новая коллекция классического английского фарфора имеет очень высокую степень белизны. С чем это связано?

Д.С.: – В фарфоровую массу добавляется уникальный коралловый песок из Новой Зеландии. В результате качество и степень белизны становятся выше.

Корр.: – Вы используете особую технологию производства?

Д.С.: – Да, согласно нашей технологии посуду покрывают глазурью, что позволяет мыть ее в посудомоеч-

ных машинах. Кроме того, на посуде с золоченым рисунком используется золото в 24 карата, в отличие от традиционных 8 или 12 карат, предлагаемых другими европейскими производителями.

Корр.: – У вас широко представлен фарфор из Чехии. Кто поставщик?

Д.С.: – Мы сами напрямую работаем с производителями и без посредников доставляем всю нашу продукцию в Россию. Дело в том, что у нас своя компания в Чехии. Но если раньше к нам из России приезжали закупать, то теперь мы сами приехали сюда, открыли свой склад, сами проходим растаможивание и организовываем транспортировку. Поскольку мы не являемся посредниками, то предлагаем нашу посуду без торговых надбавок по очень выгодной цене.

Корр.: – С какими трудностями вы столкнулись, начав свою деятельность в России?

Д.С.: – Слишком много разных бумаг. В Чехии все проще. Такое впечатление, что люди сами не понимают, как они усложняют свою работу.

Корр.: – Что, на ваш взгляд, будет более востребовано со стороны покупателей: современный дизайн или традиционная классика?

Д.С.: – Я думаю, что преобладать будет классика, которую и сегодня с удовольствием покупает молодежь.



ГОРОД В КРЕПКИХ РУКАХ БИЗНЕСА

С 10 по 14 февраля 2012 года Франкфурт-на-Майне полностью находился в руках бизнеса по товарам для дома. «Несмотря на тревожный экономический климат в Европе, сектор товаров народного потребления остается на высоком уровне потребления, внося свой ощутимый вклад в немецкую экономику», – подчеркнул на открытии выставки Детлеф Браун, член Executive Board of Messe Frankfurt GmbH.

Ambiente 2012 смогла поддержать позицию ведущей «домашней» ярмарки, доказав, что даже в сложной экономической обстановке является местом ответов на сложные вопросы выживания бизнеса, анализа общемировых тенденций товаров для дома. Позитивная выставочная атмосфера позволяет уловить направление развития этого рынка, увидеть новые маркетинговые решения, помогающие понять, как изменится рынок товаров в будущем и по какому пути следует развиваться далее.

НЕМНОГО СТАТИСТИКИ

4 500 экспонента из 87 стран

73% экспонентов вне Германии

Полностью занятый выставочный центр: 330 000 квадратных метров (общая площадь).

По данным немецких аналитиков, объем мировой торговли товарами народного потребления составляет 9,5 триллионов евро, причем каждый шестой евро от общей суммы потрачен на ТНП только в Германии. Кроме того, выставка Ambiente играет ведущую роль в представлении тенденций и трендов на этом рынке, является местом для посещения дизайнеров и аналитиков, проектировщиков жизненного пространства со всех континентов.

Ambiente предложила огромный выбор продуктов и новшеств в столовой посуде, кухне, домашнем хозяйстве, много идей по обустройству жизненного пространства.

Ambiente 2012 по посещаемости немного снизилась по сравнению с рекордным уровнем 2011 года (140 000 посетителей в 2012 году / 144 991 – в 2011 году). Однако по сравнению с 2010 годом увеличение посетителей составило более 5%. Это говорит о том, что выставка устойчиво занимает ведущие позиции и качество ее проведения остается на высоком уровне. Несмотря на трудные экономические обстоятельства в Южной Европе, число международных посетителей остается устойчивым. Лучшими пятью странами-посетителями в 2012-м были Италия, Франция, США, Нидерланды и Швейцария.

ТЕНДЕНЦИИ В AMBIENTE 2012 ОЖИВАЮТ!

Проектировщики и консультанты по дизайну постоянно анализируют международные потоки в моде, архитектуре и дизайне. Мир изменяется невероятно быстрыми темпами. «Мы анализируем эмоции, общие потоки, чувства людей, помещаем глобальные изменения в но-

вые продукты и идеи. Для нас важно различить долгосрочные проблемы и влияние атмосферы жизни на рынок продуктов народного потребления», – говорят ведущие дизайнеры рынка. Потребительское поведение также изменилось радикально: потребители стали чрезвычайно независимыми. Они уверенно принимают решения, уверены в собственных вкусах и хорошо осведомлены в своей теме. Главный тренд на рынке: потребители будущего повернутся больше к тем продуктам, у которых есть реальная ценность, которые могут изменить качество жизни по сравнению с непостоянными прихотями современности. Этот тренд не нов, он наблюдается в последние, экономически сложные годы и будет развиваться в будущем.

На ярмарке представлены четыре преобладающие тенденции: первая – Light Inpocence – состоит из серии пастельных цветов, показывая легкость и прозрачность. Здесь воплощается новый, очень осязательный подход к поверхностям.

Вторая тема – Dark Attitude – держится на контрасте: используется сочетание черного и светлого. Мистическая элегантность здесь объединяется с прохладной современностью.

Третья тема – Electric Romance посвящена экологии, традиционному стилю с элементами фольклора. Очень естественный приятный тренд, который возвращает к истории народов, к различным культурным ценностям и стилям.

В четвертом проекте – Radiant Modernity используются яркие цвета. Комбинации блестящей нарядности и простых форм создают ультрасовременный эффект позитивного настроения и праздника.

Дизайнеры продемонстрировали очень необычный подход к цвету. Этот подход вызван потребностью окрасить существующую неуверенность, экономическую нестабильность покупателя. Сочетание простоты, культурных традиций, естественности и использование новых





технологий, на взгляд дизайнеров, позволят изменить настрой и найти вдохновение для будущих коллекций.

На ярмарке наблюдалась оживленная атмосфера работающего рынка с постоянно изменяющимся числом посетителей из расширяющихся рынков стран Восточной Европы, из России, США и Японии. Если ранее российские компании посещали выставку с целью закупок новых товаров, затем скорее из любопытства, так как выгоднее стало осуществлять поставки из Поднебесной, то в настоящий период российские бизнесмены учатся продавать, производить и расширяют свой уровень маркетингового кругозора у европейских профессионалов. На выставке можно предугадать тенденции будущих коллекций, уловить новые идеи и дизайнерские проекты. Наряду с постоянными участниками выставки из России, такими компаниями, как «Нева-Металл Посуда», «Голдер Электроникс», «Никола-Натальинское стекло», на выставке впервые принимает участие компания «Виком». На стенде «Виком» было много посетителей из Юго-Восточной Азии. Они интересовались стеклянными вазами, декорированными причудливыми природными композициями. Хитом на ярмарке стала коллекция «Алмазная линия», где используются самые крупные кристаллы этой марки.

Компания «Голдер Электроникс» участвовала в конкурсе инноваций, выиграла его, получив стильный приз из рук руководителей выставки. Вообще хочется отметить смелость и харизматичность российских компаний, которые в сложных экономических условиях приезжают (при отсутствии господдержки), участвуют, выигрывают и составляют конкуренцию западным производителям.

Опытный стекольный завод впервые разместился на стенде ARC Int., где представил ожидаемые образцы продукции марки Luminarc. Покупка концерном российского стекольного завода подогрела и так всегда стойкий интерес к стенду компании ARC Int., на котором ежегодно представляется несколько новых коллекций на будущий сезон, много технически инновационных решений и трендов.

Особенно много новинок было выставлено в 6-х залах, где участвуют компании с антипригарной продукцией из нержавеющей стали. Рябило в глазах от обилия интересных цветовых решений модных керамических покрытий, форм, ручек и крышек. Рынок антипригарных покрытий развивается достаточно стремительно. Новые технологичные решения сразу вводятся в производство, растет качество и количество интересных предложений. Масштабно выступила компания «Нева-Металл Посуда». Как будто заранее разглядев второй тренд ярмарки Dark Attitude, стенд был оформлен крупными черно-белыми плитами, на которых отражались поверхности сковород в виде каплей дождя.

2011 год ознаменовался очень заметным прорывом импортной посуды по различным товарным группам рынка посуды, поэтому увеличение посетителей из России является закономерным. Выставка стала масштабным мастер-классом профессионалов со всего мира и площадкой общения специалистов любого уровня.

Партнеры
и друзья
журнала «Посуда»





Известный польский производитель **Krosnienskie Huty Szkła KROSNO S.A.** представляет на российском посудном рынке обновленные коллекции сервировочной посуды из высококачественного стекла.

Вся продукция прошла жесткий контроль качества и отвечает требованиям самых взыскательных покупателей. Новые серии стеклянной посуды отличает современный дизайн, разработанный специалистами компании в русле последних дизайнерских течений и соответствующий высоким оценкам ведущих европейских специалистов.

Учитывая повышенную активность рынка в данном сегменте, Krosnienskie Huty Szkła KROSNO S.A. предлагает всем желающим подробнее ознакомиться с ассортиментом и приглашает к долгосрочному сотрудничеству заинтересованные компании, а также индивидуальных предпринимателей.



По всем вопросам желающие могут обращаться к эксклюзивному представителю компании на рынке России и стран СНГ – компании «КРОСНО СА».

Тел.:
+7 (863) 280-06-94,
+7 (928) 118-29-64

E-mail:
posuda@krosnosa.ru,
www.krosno.com.pl

ГЛАВНЫЙ ТРЕНД – ЭКОЛОГИЯ ИЛИ ДЕНЬГИ?

Сейчас во всем цивилизованном мире остро поднимается вопрос безопасности и здоровья человека. Экологичность продуктов и товаров – это тренд, который стоит на повестке дня уже не первый сезон.

Проанализировав политику стандартов советского времени, можно сказать, что тренду безопасности и экологии уделялось много внимания. Все товары, которые производились в Советском Союзе, имели обязательный ГОСТ соответствия, который обойти было невозможно. Импорт, который поступал на полки советских магазинов, был качественный. К сожалению, в нашей жизни мы сталкиваемся с тем, что сейчас главным трендом являются деньги. И вопрос безопасности и экологичности ТНП ушел на десятый план. Товары, которые завозятся к нам из стран Азии, зачастую производятся с явными нарушениями технологии. Компаний, которые за деньги выдадут любой сертификат, предостаточно. Стоимость колеблется в зависимости от товаров от 5 000 руб. за единицу. Если мы и далее будем наплевать относиться к безопасности продуктов и товаров, которыми мы пользуемся, в частности посуды, то мы никогда не доживем до цивилизованного рыночного пространства. Посуда sortовая стеклянная, посуда керамическая (фарфоровая, полуфарфоровая, фаянсовая, майоликовая), детская должна быть безопасна, так как от этого зависит наше здоровье и здоровье детей и близких.

Сертификат соответствия – это документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров. Оформив обязательный или добровольный сертификат соответствия «Ростест», заказчик имеет право нанести на продукцию, ее упаковку или этикетку особый знак РСТ. Если сертификат добровольный, то на знаке имеется пометка «добровольная сертификация». Если сертификат обязательный, то наряду со знаком (согласно ГОСТ Р 50460-92 код органа по сертификации ставится ПОД ЗНАКОМ соответствия, а не рядом) указывается код органа, выдавшего сертификат, – две буквы и две цифры.

Сейчас Правительством РФ разрабатывается Методика оказания услуг по подтверждению соответствия и определения размера платы за эту услугу.

Методика разработана на основании утвержденных постановлений Правительства Российской Федерации от 6 мая 2011 года № 352 «Правила определения размера платы за оказание услуг, которые являются необходимыми и обязательными для предоставления федеральными органами исполнительной власти государственных услуг».

Методика устанавливает принципы формирования платы за оказание услуг по подтверждению соответствия, выполняемых органами по сертификации и аккредитованными в установленном порядке испытательными лабораториями (центрами).

Также определяется размер платы за оказание услуг по подтверждению соответствия, осуществляемых в формах: обязательной сертификации и декларирования соответствия.

Размер платы за оказание услуг по подтверждению соответствия осуществляется исходя из применения единых правил установления размера платы независимо от страны и (или) места происхождения услуги, а также лиц, которые являются заявителями. Услуги по подтверждению соответствия оплачиваются заявителем независимо от принятого по результатам работ решения.

Органы по сертификации совместно с испытательными лабораториями:

- рассматривают заявку на сертификацию;
- отбирают образцы для испытаний;
- анализируют протоколы испытаний, состояние производства;
- оценивают систему менеджмента качества;

**ОБЩЕРОССИЙСКАЯ
ОБЩЕСТВЕННАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ** **ДЕЛОВАЯ
РОССИЯ**



- оформляют сертификат соответствия и передают сведения о выданных сертификатах в единый реестр выданных сертификатов соответствия.

Далее осуществляют инспекционный контроль за системой менеджмента качества.

При принятии декларации о соответствии на основании собственных доказательств, полученных с участием органа по сертификации и (или) аккредитованной испытательной лаборатории (центра), работы, подлежащие оплате, включают:

- проведение регистрации декларации о соответствии в едином реестре деклараций;
- сертификацию (оценку) системы менеджмента качества и инспекционный контроль за системой менеджмента качества, выполняемые органами по сертификации;
- проведение испытаний (исследований, измерений) продукции (типового образца, партии продукции, единицы продукции) и оформление протоколов испытаний, выполняемые испытательными лабораториями (центрами).

В этой Методике учитывается все: и расходы на оплату труда специалистов органов по сертификации; и оплата командировочных расходов специалистов; хранение, транспортирование и утилизация образцов продукции.

Так как размер платы за услуги по подтверждению соответствия зависит от уровня оплаты труда в субъекте хозяйственной деятельности, то установление единого предельного размера платы за оказание необходимых и обязательных услуг по подтверждению соответствия не представляется возможным.

Для определения величины оплаты услуг по подтверждению соответствия предложена формула:

$$C = \text{Соб} + \text{Сос} + \text{Си} + \text{Семк} + \text{Сик} + \text{Сикс} + \text{Соо}, \text{ где:}$$

C – общая величина оплаты услуг по подтверждению соответствия, руб.;

Соб – стоимость образцов, отобранных для испытаний, руб.;

Сос – стоимость услуг органа по сертификации, руб.;

Си – стоимость испытаний продукции в аккредитованной испытательной лаборатории, руб.;

Семк – стоимость сертификации системы менеджмента качества или производства, руб.;

Сик – стоимость инспекционных проверок на соответствие сертифицированной продукции требованиям технических регламентов, руб.;

Сикс – стоимость одной проверки, проводимой в рамках инспекционного контроля за соответствием сертифицированной системы менеджмента качества (производства) требованиям НД, руб.;

Соо – расходы по отбору, идентификации, упаковке и транспортировке образцов к месту испытаний при сертификации, руб.

Далее в Методике приведены формулы:

- расчета величины оплаты услуг органов по сертификации;

- расчета величины оплаты услуг испытательных лабораторий.

Отмечаем, что при содействии и неоднократном поднимании темы безопасности на заседаниях Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» государство наконец обратило внимание на существующую проблему в системе стандартов и сертификаций в России. Общественная организация «Деловая Россия» при содействии Минпромторга организовала публичные консультации специалистов для утверждения предложенной Методики.

Проект Методики можно прочитать на сайте www.posudainfo.ru. Направляйте свои предложения и замечания на электронную почту: kabilova@deloros.ru и molotnikov@deloros.ru.



ЗАКОН О ТОРГОВЛЕ: ЗА ЧТО БОРОЛИСЬ?

В конце 2009 года законодатели приняли Закон о торговле. Его основные положения вступили в силу с 1 февраля 2010 года. Прошло более двух лет. Что изменилось с принятием Закона?

До 30 июля 2010 года включительно организации, занимающиеся торговой деятельностью, должны были привести свои отношения, возникающие между ними и органами государственной власти, хозяйствующими субъектами, в соответствие с нормами этого Закона. Основными целями принятия Закона о торговле являются:

- развитие торговой деятельности и формирование конкурентной среды, поддержка российских производителей товаров;
- обеспечение соблюдения прав и законных интересов юридических лиц, осуществляющих торговую деятельность, и лиц, совершающих поставки производимых или закупаемых товаров.

– Данным документом были четко прописаны отношения производителей (поставщиков) с торговыми сетями. Принятие Закона было вызвано острой необходимостью средних и мелких поставщиков пробиться на полки крупных ритейлеров. Поставщикам теперь запрещается работать с другими сетями или поставлять конкурентам товары на лучших условиях. Также вступят в силу запреты на взимание платы за изменение ассортимента товаров или за возможность поставки в новые магазины, на возмещение поставщиком убытков при порче или пропаже его товаров в торговых залах, – пояснил директор департамента государственного регулирования внутренней тор-

говли Минпромторга Олег Сазанов. – Кроме того, устанавливаются предельные сроки оплаты поставщикам продуктов в зависимости от сроков их хранения. С введением Закона для поставщиков были сняты практически все бонусы, против которых они так долго боролись, а также размер скидки для оптового покупателя, не мог превышать 10% от цены договора поставки. Таким образом, покупатель должен был оказаться в выигрыше, на полках должно было появиться больше продукции и по более низким ценам (из-за конкуренции). Однако... довольных вышедшим Законом среди участников торговой цепочки оказалось не так-то уж много.

Меры, прописанные в Законе, должны были облегчить поставщикам выход на рынок, снизить жесткость договорных требований, уменьшить масштабы применения маркетинговых (производятся поставщиком для размещения и более выгодного позиционирования своего продукта на полном пространстве ритейлера) и бонусных платежей (выплачиваются поставщиком торговой сети как часть дополнительной прибыли, полученной за счет продаж, превысивших запланированный объем).

С юридической точки зрения Закон действительно решает проблемы поставщика в сетях. Но по факту сети стали ставить невыгодные условия на скидки, компенсируя тем самым пресловутые маркетинговые и бонусные платежи. Также сети существенно расширили штрафные санкции, более строго подходят к нарушениям сроков поставки и иным договорным обязательствам. Сегодня около 86% поставщиков постоянно штрафуют. Другими словами, платежи поставщиков никуда не исчезли, просто расширилась практика заключения отдельных маркетинговых договоров в соответствии с нормами Закона о торговле.

Отдельно хочется сказать про распределительные центры, которые представляют собой определенный фильтр для продукции, попадающей на полки ритейлера. Действия этого дочернего органа официально не подпадают под требования Закона. Следовательно, нарушения Закона не происходит, просто теперь выкачка денег поставщика происходит там, в этом самом центре. Причем ряд респондентов, участвующих в профессиональных опросах, дали понять, что пресловутые центры имеют свои серые схемы и механизмы давления, вынуждающие поставщика платить.

Даже об упрощении заключения договоров говорить не приходится. О том, что стало проще заключать договоры с крупными торговыми сетями, говорит лишь 5% поставщиков, с мелкими торговыми сетями – 15% поставщиков. Остальные облегчения не наблюдают.

В добавление к навязываемым скидкам поставщик все чаще сталкивается с отсрочками платежа.

Лишь 35% ритейлеров и 19% поставщиков указывают на позитивный эффект от принятия Закона для мелких поставщиков, в то время как в отношении крупных поставщиков его отмечают лишь 47% ритейлеров и 42% поставщиков. Вопрос: кому было выгодно введение нового Закона? Однозначного ответа нет, но многие участники рынка склонны предполагать, что в выигрыше остались чиновники, продвигавшие Закон ради собственной выгоды: на это обратили внимание 40% опрошенных ритейлеров и 56% поставщиков.

Что касается конечных потребителей, о которых так «заботились» законодотворцы, то ситуация почти не изменилась в лучшую сторону. На то, что Закон о торговле привел к каким-то позитивным последствиям для конечных потребителей, указали только 24% ритейлеров и 22% поставщиков.

В процессе разработки Закона участвовали многие ведомства и среди них – Минэкономразвития Рос-

сии, Минсельхоз России, Минпромторг России. Но наиболее важным элементом политической игры стала активизация Федеральной антимонопольной службы России (ФАС), которая после принятия Закона о торговле превратилась в его главного интерпретатора и контролера. С 1 августа 2010 года, когда результатами проверок стали судебные разбирательства, посыпались дела, количество которых насчитывает уже сотни. Средние суммы штрафов составляют сотни тысяч рублей, а в дальнейшем итоговый размер санкций за нарушение Закона составит 5 млн руб.

Что же получается? Государственное регулирование отношений ритейлера и поставщика не привело к позитивному сдвигу?

В сущности, да. Часто по причине безграмотности и беспомощности потребителей, а если говорить о системе взаимоотношений поставщик-ритейлер, поставщик создает все возможности для того, чтобы сильный ритейлер не упускал возможности подзаработать на чем-то сверх уже заработанного.

Безнадежна ли такая ситуация? Нет. Но условия работы на рынке не должны быть продиктованы монополизировавшими рынок крупными ритейлерами. Ряду поставщиков удастся функционировать с выгодой для себя, не загибаясь под различными скидками, навязанными промо-акциями и прочей данью. Но что интересно: и до принятия Закона эти компании успешно выкладывали свой товар на ритейлерские полки. Просто теперь помимо свободных рыночных инструментов в систему взаимоотношений «поставщик-ритейлер» вмешалась по сути ФАС (не рыночный орган), которая также хочет получить кусок от пирога. Отдача для конечных покупателей и мелких или средних производителей от такой деятельности, к сожалению, минимальна. Приходится, как обычно, приспосабливаться к новым условиям и жить в тесном теремке розничной торговли.



В ФОКУСЕ ЭКОЛОГИЧНОГО ТРЕНДА

Неоспоримым превосходством на каждой кухне обладает только экологически безопасная посуда, поэтому, когда речь идет о посуде из поликарбоната с ионами серебра от известной компании «Техоснастка», вопросы излишни. Но мы рискнем их задать и получить интересные ответы от генерального директора известной компании Ильи Антонова.

– Почему именно поликарбонат?

– Все очень просто. Несколько лет назад так называемая пластиковая посуда изготавливалась из полипропилена, но рост цен на него заставил производителей искать новый материал, позволяющий выпускать относительно недорогую и качественную продукцию. В результате чуть ли не заново был открыт поликарбонат. Правда первоначальные изделия из него отличались повышенной толщиной стенок. Дело в том, что чем тоньше стенка, тем сложнее поликарбонату удержать форму. Однако «Техоснастка» путем упорных изысканий добилась выпуска поликарбоната с тончайшими стенками и значительной прозрачностью, жесткостью, износостойкостью и безопасностью для здоровья которого полностью подтверждена соответствующими исследованиями.



Эта посуда не только экологически чистая, она является источником здоровья для всех, кто ей пользуется. Дело в том, что в каждое изделие добавлено необходимое количество ионов серебра, уничтожающих сотни опасных для человека бактерий.

– Как функционирует такая посуда?

– Механизм воздействия ионов на окружающую среду весьма прост. Бактерии, которые оседают на поверхности такой посуды, просто погибают. Дело в том, что серебряные частицы обладают прекрасным антимикробным действием. О полезных свойствах серебра документально известно с V века до н. э. Жители нашей планеты давно обратили внимание на антибактериальные качества этого благородного металла. По данным научных исследований, ионы серебра убивают до 650 разновидностей опасных для человека микробов, вирусов и грибов. Это превосходит возможности даже самых сильных антибиотиков, которым по силам преодолеть не более 10 разновидностей болезнетворных бактерий.

 **ТЕХОСНАСТКА**

Ионы серебра Ag⁺ безопасны для окружающей среды, не имеют цвета, запаха и абсолютно безвредны. Механизм действия Ag⁺ на микроорганизмы выглядит следующим образом: активные ионы серебра Ag⁺ проникают через клеточную мембрану бактерии, и та теряет свою протеиназу. Также ионы серебра помогают разрушить ДНК бактерий и микроорганизмов, которые погибают, потеряв способность к делению и размножению.

– Известно, что простое внедрение наночастиц в материал не дает нужного эффекта... Это действительно так?

– Совершенно верно. Поэтому при производстве посуды на заводе «Техоснастка» используется специальный губчатый носитель, который после обработки на молекулярном уровне внедряется в сырье и «работает» в течение всего срока эксплуатации посуды.

– Что происходит с пищей, хранящейся в такой посуде? Она не может перенасытиться ионами?

– Нет, это невозможно. Выделяемые частицы серебра абсолютно безопасны для человека как при наружном контакте, так и при попадании внутрь, поскольку концентрация серебра значительно ниже предельно допустимых значений.

– Чем еще, помимо ионов серебра, интересна и привлекательна посуда из поликарбоната от компании «Техоснастка»?

– Ее можно безбоязненно использовать в заведениях общественного питания, особенно в учреждениях, рассчитанных на детскую аудиторию. Эта посуда не травматична, она прекрасно подходит для использования в детских садах, школах, оздоровительных лагерях и пр.

– Как долго служит посуда из поликарбоната?

– Несмотря на то что посуда не относится к разряду дорогостоящей, она может служить годами. В основном ее меняют, когда она устаревает морально.

«ТЕХОСНАСТКА»

Россия 109202, Москва,
ул. 1-я Фрезерная, 10
Тел.: +7 (499) 170-38-86, 171-94-02,
171-3305, 170-37-14

www.texosn.ru



«БОРИСОВСКАЯ КЕРАМИКА»

Компания, которую знают. Изделия, которые любят!



Встретить преуспевающего производителя керамической посуды в России не просто. Поэтому опыт «Борисовской керамики» можно считать бесценным. Буквально за несколько лет завод преобразился и предлагает посуду, по качеству не уступающую европейским брендам.

Уникальные свойства красной глины позволяют посуде от «Борисовской керамики» обеспечивать «эффект русской печи» при приготовлении блюд. Структура красной глины устроена таким образом, что при обжиге глиняной массы черепок не проходит стеклофазу и внутри него остаются крупные поры, которые при приготовлении пищи действуют как тепловой карман. Благодаря толстым пористым стенкам такой посуды, которые нагреваются очень медленно, пища как бы томится в горшочке, приобретая неповторимый вкус и аромат, при этом в ней сохраняются полезные свойства продуктов для легкой закуски. Посуда «Борисовской керамики» может использоваться во всех типах современных печей, включая микроволновые и электрические.

Ассортимент изделий завода представляет широкий выбор посуды для приготовления пищи и сервировки стола: горшки для жаркого, супницы, наборы для холодца, формы для выпечки, чайные и кофейные сервизы, емкости для хранения продуктов, миски, салатники, тарелки

и многое другое, что можно поставить на стол.

В рамках последней коллекции «Борисовская керамика» представляет изделия под новым брендом «НоваРусса», которые сочетают современный дизайн и традиционные свойства гончарной эко-посуды. Это модные сотейники трех размеров и набор из трех судков эргономичной формы, позволяющий заменить собой многие виды привычной посуды. Все изделия

выпускаются только в полноцветной красочной упаковке. До конца 2012 года в рамках нового бренда планируется освоить производство блинницы и керамических сковородок.

На сегодняшний день хитами продаж стали выпущенные в 2011 году серии изделий в новых декорах:

● Серия «**Василек**» – с освежающей росписью, ставшей настоящей находкой для любителей ярких красок. Внутренняя поверхность, контактирующая с пищей, выполнена традиционным способом без использования красителей.

● Серия «**Чугунная**» – с темноматовым покрытием, на ощупь напоминающим чугунную сковородку. Роспись в виде змейки по бокам посуды подчеркивает красоту формы и придает изделию неповторимый шарм. Несмотря на слегка шершавую поверхность, изделия, выполненные в этом декоре, хорошо моются и обладают всеми необходимыми свойствами для привычного использования.

● Серия «**Старинная**» – это традиционные борисовские изделия,

«Борисовская керамика» – это завод с 40-летним опытом производства майоликовой посуды высокого качества. Проведенная за последние 5 лет кардинальная реконструкция производственных линий позволила предприятию стать крупнейшим на российском рынке производителем майоликовой толстостенной керамики из красной глины местного месторождения и несомненным лидером по производству горшков для запекания. В настоящее время на заводе трудятся более 200 специалистов, которые производят около 150 тысяч изделий в месяц. Поверхность изделий покрывается экологически чистой пищевой глазурью. Вся роспись выполняется вручную. Для придания прочности все изделия проходят две стадии обжига.

искусственно состаренные. Такая посуда является прекрасной иллюстрацией в духе прежней размеренной сельской жизни.

● Серия «**Шелковая**» – это однотонные изделия с матовой поверхностью, на ощупь неотличимые от шелка. Изделия, выполненные в этом декоре, имеют современный и изысканный вид, удовлетворяя самого требовательного покупателя. Посуда этой серии пользуется спросом у покупателей ресторанного сегмента рынка, так как имеет дорогой вид при достаточно низкой цене и отличном качестве.

Разнообразие стилей и направлений дизайна, постоянное обновление ассортимента – это то, что позволяет «Борисовской керамике» быть лидером в производстве толстостенной керамической посуды, а качество изготовления и доступность цен делают продукцию более популярной у потребителя.

Завод «Борисовская керамика» приглашает к взаимовыгодному и долгосрочному сотрудничеству и предлагает ознакомиться с конкретными предложениями.

**Россия,
Белгородская область,
п. Борисовка,
ул. Республиканская, 60
Тел.: +7 (47246)
5-00-71, 5-02-22**

**E-mail:
ooo.keramika@rambler.ru
www.keramika.intbel.ru**



ХРАНИТЕЛИ ТЕПЛА

АШИНСКОМУ ТЕРМОСУ – 20 лет



Сегодня, пожалуй, в каждой семье, в кабине каждого дальнбойщика, у каждого рыбака и дачника есть заботливый хранитель горячего чая – термос.

Вот уже 20 лет можно смело утверждать: скорее всего, этот термос произведен в Аше.

Именно столько лет назад, в феврале 1992 года, на Ашинском металлургическом заводе была запущена линия по производству металлических вакуумных термосов АМЕТ. Качество, надежность, изящество форм и доступная цена – вот за что ценят и любят ашинские термосы наши потребители. Для нас же это стимул производить продукт высочайшего класса, потому что мы дорожим репутацией, созданной годами безупречной работы оборудования и всего коллектива.

А начиналось все с выпуска восьми термосов четырех типов: «Турист», «Гейзер», «Родник» и «Экспресс». Технология изготовления принадлежала компании Zojirushi – первопродолцу в области использования вакуумирования в таком производстве. Проект был создан японской фирмой UBE. Сейчас разновидностей термосов уже пятьдесят восемь: от 0,5 до 3 л, с узким, широким и универсальным горлом. За 20 лет металлурги выпустили более 7 млн штук высококачественной продукции! И сегодня более 90% российских термосов – продукция ТМ АМЕТ.

Производство термосов на нашем предприятии имеет самую четкую организацию и высочайшую культуру. В нем заняты работники 17 участков, включая лабораторию, которая осуществляет как входной контроль материалов термоса, так и контроль качества готовых изделий. Между прочим, несмотря на кажущуюся простоту, термос – самый наукоемкий и высокотехнологичный продукт среди товаров народного потребления под маркой АМЕТ. В среднем в нем используется 35 деталей. Для его изготовления нужны самые сложные штампы и оснастка. Требуются точность изготовления деталей в сотых долях миллиметра, высокая вакуумная культура производства и идеальная чистота. Вообще, по своим масштабам производство термосов на АМЗ сравнимо с отдельным заводом: покупается готовый рулон металла, раскраивается, и все детали, в том числе и пластмассовые, изготавливаются на месте. Качество продукта отслеживается на протяжении всего технологического процесса – от раскроя рулона до сборки деталей. Результат такого подхода не может не приносить плоды: по своим тепловым характеристикам ашинские термосы сегодня не имеют аналогов на российском рынке.

Высокое качество термоса от ашинских металлургов не раз подтверждалось экспертизами различного уровня, в том числе – инициированными журналами «За рулем», «Спрос» и «Потребитель». Участие в региональных и федеральных этапах Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России» неоднократно приносило Ашинскому метзаводу звания лауреата и дипломанта.

Мы не стоим на месте, понимая, как важно сегодня движение вперед. Мы ставим задачи глубокой модернизации

производства для создания самой современной, конкурентоспособной продукции. Тепло уральского термоса согреет каждого потребителя: наш термос – на годы, а не на мгновения. Мы в этом уверены!



Адрес интернет-магазина:
www.tnp-amet.ru.

ОАО «Ашинский
металлургический завод»
Россия, Челябинская обл., г. Аша, ул. Мира, 9
Тел.: +7 (35159) 3-13-68, 3-30-14
E-mail: tnp@amet.ru



Более 400
наименований
продукции

www.tnp-amet.ru

Время Любимой
ПОСУДЫ!



С Вами на годы!



сделано в России

Открытое акционерное общество "Ашинский металлургический завод"
456010, Челябинская область, г. Аша, ул. Мира, 9

тел/ факс (351-59) 3-13-68, 3-10- 71, 3-18-72, e-mail: market@amet.ru, tnp@amet.ru

ПОСУДА VARI – ПУТЬ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ



Лидер в области внедрения последних технических разработок на рынке кухонной посуды – компания «Ландскрона» (марка VARI) вновь радует своих покупателей непревзойденным качеством новых алюминиевых сковород Dune с новейшим антипригарным покрытием Eterna.

Прошло совсем немного времени с тех пор, как рынок восторженно отреагировал на сковороды линейки Fresco Ceramica с покрытием третьего поколения Fusion, как компания «Ландскрона» (марка VARI) предложила свою новую линию сковород Dune с покрытием Eterna от Whitford, превывсившим по износостойкости все предыдущие покрытия.

Но преимущество сковород не только в их уникальных покрытиях. Все они выполнены из алюминия и имеют покрытия не только изнутри, но и снаружи, что позволяет безбоязненно эксплуатировать их на стеклокерамических поверхностях. Кроме того, сковороды

VARI комплектуются ручками итальянского производства.

Современные покупатели, предпочитающие здоровую пищу, все чаще выбирают посуду с керамическим покрытием, поскольку она не содержит PFOA. Однако только теперь они получили возможность приобретать посуду, рассчитанную на длительный срок эксплуатации, которая подходит для посудомоечных машин и позволяет использовать металлические предметы в процессе приготовления еды.

Бесспорным лидером такой посуды является по-

вают максимально быстрый и, главное, равномерный нагрев пищи.

Мир не стоит на месте, и, возможно, уже в скором будущем «Ландскрона» вновь порадует своих покупателей еще более привлекательной посудой. Но стоит ли отказывать себе в покупке современных новинок, ожидая появления следующих моделей?

С этим вопросом мы обратились к директору по маркетингу компании



«Ландскрона» Артему

Боровикову:

– Пользоваться качественной и экологически безопасной посудой можно и нужно уже сегодня. Наши линейки сковород Fresco Ceramica и Dune, которые мы предлагаем под общей маркой VARI, способны удовлетворить вкусы самых взыскательных покупателей, и поэтому не стоит отказывать себе в удовольствии. А мир действительно не стоит на месте, и, конечно, мы, являясь технологическим лидером, будем стараться радовать своих партнеров и покупателей выпуском еще более уникальной и современной посуды. Приглашаем всех посетить наш стенд, №B501 на выставке



посуды HouseHold Expo (зал №11), проходящей с 3 по 6 апреля 2012 года в МВЦ «Крокус Экспо» в Москве.

ООО «Промышленная компания «Ландскрона»

Россия 196608,
г. Санкт-Петербург,
Пушкин,
ул. Автомобильная, 4,
лит. К
Тел. +7 (812) 320-12-47

www.vari.ru

info@landskrona.spb.ru



ВСЕГДА ТОЛЬКО ЛУЧШЕЕ!



Развитие ресторанного бизнеса в России предполагает здоровую конкуренцию, которая, в свою очередь, позволяет лучшим мировым производителям профессиональной столовой посуды и стекла закрепить свои позиции на российском рынке. Западные и российские поставщики стремятся работать только с крупными, стабильными компаниями, зарекомендовавшими себя надежными и ответственными партнерами. Именно такой компанией является торговая фирма «Комплекс-Бар». Компания «Комплекс-Бар» представляет на российском рынке почти всех ведущих мировых производителей. Профессиональный ассортимент насчитывает более 20 тысяч наименований товаров крупнейших мировых и российских производителей.

«Комплекс-Бар» является эксклюзивным дистрибутором безалкогольной продукции MONIN на российском рынке, компании iSi (австрийские сифоны и кримеры), польской фирмы Lubiana (фарфор), барного инвентаря IISA, наборов для специй STONA, профессиональных ножей FELIX и продукции американского производителя высококачественного профессионального стекла LIBBEY и официальным представителем компаний STEELITE, PADERNO, ETERNUM, NEPP, Arcoroc, Tognana.

Безусловным лидером продаж компании «Комплекс-Бар» является профессиональное стекло фирмы LIBBEY (США). Современный рынок требует новых дизайнерских решений в сочетании с высоким качеством продукции. Всем данным требованиям отвечает профессиональное стекло LIBBEY. Компания LIBBEY была основана в 1818 году в США. Сегодня это транснациональная корпорация, являющаяся вторым по величине производителем стекла в мире и объединяющая такие заводы, как: LIBBEY, Royal Leerdam (Нидерланды), Crisal (Португалия), Crisa (Мексика). Компания осуществляет поставки более чем в 100 стран мира, ежедневно производя 4 млн штук изделий из стекла, предназначенных для обслуживания всех уровней рынка foodservice.

Выбор стеклянной посуды может оказать существенное влияние на рентабельность, стиль и создание атмосферы в заведении. При выборе стекла необходимо обращать внимание как на качество изделий – прозрачность, оттенок стекла, качество кромки и стенок бо-



кала, отсутствие пузырьков, так и на профессиональные аспекты – долговечность (ударопрочность и термостойкость), безопасность, возможность штабелирования, эстетику и дизайн. Данным требованиям полностью соответствует стекло корпорации Libbey. Одной из наиболее серьезных проблем любого предприятия общественного питания является бой посуды. Безусловно, клиента интересует, как долго прослужит посуда в условиях интенсивного использования. Многие изделия Libbey подвергаются специальной термообработке, что позволяет получить не только более долговечное стекло, но и более безопасное. Но для всего есть свой срок. И несмотря на то что Libbey – ударопрочное стекло, когда-нибудь оно все-таки разобьется. И вот тогда возникает вопрос безопасности. Например, закаленное стекло разбивается на мелкие части, разлетаясь по большому периметру. Изделия Libbey разбиваются на крупные части, что, безусловно, безопаснее и менее трудоемко при уборке. Стекло можно производить двумя способами: изделия прессовочного формования – это изделия без ножек (хайбол, олд-фэшн) – и выдувного формования – это стеклоизделия на ножке, состоящие из одного либо двух элементов. Многие изделия прессовочного



формования Libbey изготовлены с применением двойной термообработки кромки бокала DuraTuff, что гарантирует отсутствие сколов по краю изделия. Профессионалы прекрасно знают, что скол – это основная проблема стеклянных изделий. Поэтому отсутствие сколов является большим преимуществом. Данные бокалы ударопрочные и термостойкие. Такие бокалы можно штабелировать, что выгодно сохраняет рабочее пространство за стойкой бара.

Изделия выдувного формования с более тонкими и легкими боковыми стенками, характерно отсутствие швов, на них легко наносится декор. Основное преимущество данной продукции – разнообразие форм и дизайна. Благодаря специальной термообработке края чаши и ножки Safedge такие бокалы приобретают дополнительную прочность, что значительно увеличивает срок эксплуатации.

Разнообразие форм и дизайна изделий Libbey приятно удивит и удовлетворит запросы самых взыскательных клиентов и сделает подачу любого самого классического напитка нестандартной и запоминающейся.

Компания «Комплекс-Бар» является эксклюзивным дистрибутором продукции транснациональной корпорации Libbey на территории России.

**Бренд-менеджер «Комплекс-Бар»
Анна Пароконная**

www.complexbar.ru



tescoma®

ПРИКОСНОВЕНИЕ К ПРЕКРАСНОМУ

Изыщество, очарование, красота, — как много ярких эпитетов рождается за столиком, где вы проводите время с чашечкой чая или кофе. Их будет еще больше благодаря обновленным сериям Gustito, Crema, Crema Tone, а также новой коллекции Allegro от Tescoma. Эти предметы дарят вдохновение всем, кто предпочитает наполнять себя новыми идеями, наслаждаясь любимым напитком.

Век стремительных скоростей и непрерывных передвижений невозможен без приятных пауз, в которые мы мечтаем о будущем, размышляем над происходящим и общаемся с близкими нам людьми. Но что сделать, чтобы такие моменты дарили нам больше радости? Tescoma предлагает окунуться в атмосферу прекрасного с обновленными коллекциями прекрасных кружек из подлинного фарфора!

GUSTITO. РАЗНОВКУСИЕ ПРИВЕТСТВУЕТСЯ!



Традиционная чаша из белоснежного фарфора — непреходящий атрибут всех, кто совмещает щедрость и взыскательность. Обновленная линейка Gustito позволяет собраться за одним столиком любителям разных напитков, объединяя их одной общей идеей. Оригинальный дизайн дополнен яркими словами, рассказывающими о содержимом каждой кружки. Кроме традиционных кофе или молока, здесь есть место все чаще появляющимся травяному настою или фруктовому морсу. В коллекции присутствует множество названий, так что хватит даже на большую компанию. А это значит, что вы имеете больше поводов для общения и интересного общения. Теперь вы можете одновременно наслаждаться разными вкусами все вместе!

Помимо фарфоровых новинок, Tescoma представляет кружки из высококачественного стекла серии Crema Glass. Это вместительные кружки для самых разнообразных застолий или непродолжительных ежедневных обедов. Классический дизайн таких кружек будет прекрасно гармонировать с предметами из других коллекций!



CREMA. ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ



Легкий кремовый оттенок фарфоровых кружек дополнен рисунками целебных трав. Кто еще создал подобное? Вряд ли вы найдете ответ. Но вы точно можете быть первым, кто воспользуется этой идеей!

Выбор коллекции будет полезен и приятен всем, кто заботится о своем здоровье и здоровье своих близких. Каждому из нас необходимо подарить целительную силу природы, которая раскроется в кружке с травяным настоем, а изображение цветущего растения придаст уюта и спокойствия всем ценителям правильного образа жизни. И пусть бодрость духа не покидает вас даже в холодные и дождливые дни!

Также серия Crema дополнена предметами для любителей красивого чаепития. Специальные фарфоровые ситечки для чайных чашек привнесут незабываемый шарм и соберут за столом ценителей настоящей чайной церемонии.

CREMA TONE. ПРОДЛЕВАЕМ НАСТРОЕНИЕ

Теперь легкий бежевый цвет дополнен всевозможными цветами, а кружки стали еще больше: одной из них будет до-



статочно для долгого чаепития. Сочные тона кружек передают заряд настроения, который сохранится на целый день.



Согласно последним дизайнерским веяниям предметы этой серии предлагают игру красок, среди которых классический кремовый оттенок чайных принадлежностей принимает особую значимость! Нетрудно представить, что, пробуя напиток из таких кружек, вы наполните себя спокойствием и уверенностью, столь необходимыми на протяжении целого напряженного дня. Дарите себе и окружающим приятное настроение!



ALLEGRO. ВСТРЕЧАЙТЕ НОВЫЙ СТИЛЬ!

Последние дизайнерские разработки выделены в отдельную коллекцию! Такое сделано не случайно. Все предметы



коллекции заслуживают отдельного места в вашем доме. Это современный и в то же время изысканный стиль тонкостенных белоснежных чашек с блюдцами для чая и разных видов кофе. Но не только!



Сюда же входит особая сервировочная мисочка для легкой закуски, состоящая из двух частей. Благодаря дизайнерской задумке эти части можно располагать по отдельности (в этом случае получается две мисочки) или одну в другой. Если вы хотите ощутить себя истинным эстетом, непременно воспользуйтесь предметами этой коллекции. Фантастическое превращение обеспечено. Словно по мановению волшебной палочки, до вашего осознания дойдет смысл всего самого прекрасного, что окружает вас в повседневности и прямо сейчас. Не лишайте себя подобного удовольствия!



Специалисты компании Tescoma надеются, что теперь застолье в вашем доме будет еще радостнее и желаннее! Собирайте друзей и проводите прекрасное время вместе!

WWW.TESCO.MA.COM





LAKE VÄTTER
svensk
svensk
VODKA
ÄPPLE

VINON TORDEL
V.S.
Hennessy
1765
VERY SPECIAL
COGNAC
JAHEN
Produced and bottled in France



ГРУППА КОМПАНИЙ «ИИС-ПОСУДА»

МОСКВА РОСТОВ КАЗАНЬ ЕКАТЕРИНБУРГ ЧЕЛЯБИНСК
КРАСНОДАР СТАВРОПОЛЬ ТЮМЕНЬ ПЕРМЬ ИЖЕВСК

WWW.IISPOSUDA.RU

+7 (495) 984-6430/29



СТОИТ ЛИ ОЖИДАТЬ ИЗМЕНЕНИЙ В РОЗНИЦЕ?

Не секрет, что посудный рынок в последние годы – это рынок ритейла, то есть, проще говоря, розницы. И поскольку именно этот рынок сегодня правит бал, небезынтересно узнать о его перспективах. Согласно данным Росстата, ноябрь прошлого года показал меньший темп роста оборота розничной торговли по сравнению с предыдущими месяцами, и сегодня есть все основания предполагать, что розничные продажи переходят в стадию так называемой стагнации, то есть сохранения не самого удачного результата. Так ли это на самом деле и чем такое может грозить в дальнейшем представителям посудного бизнеса?

Говорить сегодня о стагнации в посудной рознице по крайней мере преждевременно.

Стагнация – это тупиковая ситуация, напрямую связанная с глобальным застоём рынка (не только посудного или розничного), прежде всего внутреннего. И влияние европейских рыночных пробуксовок стоит рассматривать в последнюю очередь, хотя нам планомерно пытаются навязать жесткую зависимость от мировых экономик.

На сегодняшний день внутрироссийский рынок не представляет собой зреющий вулкан, который планомерно развивается по выбранному сценарию, пусть и не очень успешно. При этом он не сдерживает развитие рынка pop-food, более того в отличие от рынка продуктов питания рынок непродовольственных товаров демонстрирует ощутимый рост. Вероятно, сказывается очередная доступность заемных средств. Компании после 2008-2009 годов вновь стали пользоваться кредитами. По словам **замминистра экономического развития Андрея Клепача**, в ноябре рост кредитования к ноябрю прошлого года составил **31,4%**.

Другое дело динамика. В ноябре 2011 года оборот российской розничной торговли вырос на **8,6%**, в октябре – на **9%**, в сентябре на **9,4%**. Темпы роста в краткосрочном периоде снижаются. Но это в среднем и по всей рознице! Кроме того, по сравнению с осенними месяцами 2010 года темпы роста весьма ощутимы. И если мы хотим, чтобы в следующем месяце у нас было больше (объема, оборота, выручки и пр.), чем в текущем, нужно искать пути их наращивания. В ином случае придется просто смириться с тем, что завтра будет не лучше, чем сегодня. Но, возможно, и не хуже.

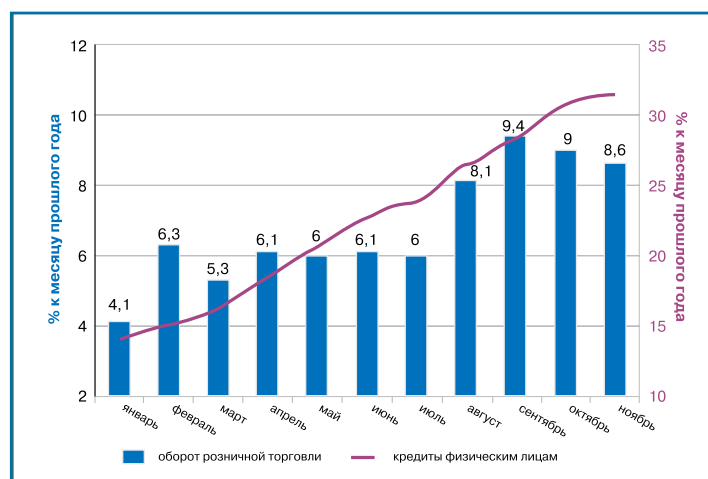


Можно сказать, что некое снижение активности в розничной торговле наиболее ощутимо в продуктовом сегменте. Что касается непродовольственной продукции, то здесь все выглядит неплохо.

В ноябре 2011 года оборот розничной торговли на

88,2% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынков. Доля розничных рынков и ярмарок составила **11,8%**. В ноябре 2010 года – **87,1** и **12,9%** соответственно (согласно www.finmarket.ru).

Динамика роста оборота розничной торговли за период с января по ноябрь 2011 года



Глава Союза независимых сетей России Олег Пономарев сообщил, что в настоящее время в российском ритейле наблюдается рост доли гипермаркетов. По его данным, в 2012 году доля гипермаркетов достигнет 15% среди прочих форматов розничной торговли против 13% в 2011 году. Доля супермаркетов в следующем году может снизиться до 20% с 21% в 2011 году. Доля жестких дискаунтеров в 2012 году останется на уровне 2011 и 2010 годов, а доля «универсамов у дома» снизится до 34% с 39% в 2011 году.

Глава Союза отдельно выделяет сегмент «магазин у дома», он останется на уровне 5% – эту долю формат сохраняет с 2010 года. Сегмент рынков и ярмарок будет снижать свою долю на рынке – в 2012 году она, по прогнозу Пономарева, составит 11% против 12% в 2011 году и 15% в 2010 году.

Вместе с этим эксперт ожидает увеличение на розничном рынке доли международных ритейлеров: к концу текущего года она может достигнуть 10% против 9% в 2011 году и 8% – в 2010 году. Российские федеральные сети также будут наращивать свою долю – в следующем году она может достигнуть 28% против 26% в этом году и 25% в 2010 году. Одновременно с этим доля региональных независимых сетей в 2013 году сохранится в размере 34%, как и в 2012 году. Доля несетевой торговли снизится, по ожиданиям эксперта, к концу текущего года – до 28% с 31% в 2011 году и 35% – в 2010 году.

По оценке Пономарева, выручка региональных сетей во второй половине 2012 года в среднем может вырасти на 29%, «двадцатка» крупнейших игроков может продемонстрировать рост в 15%, а общий рост рынка может составить 7%.

По материалам www.torgrus.com

Мир не стоит на месте, и фиксированные показатели оборота рынка свидетельствуют о трудностях, и прежде всего трудностях реализации. Следствием застойных явлений может быть передел сфер влияния. По мнению главы **Союза независимых сетей России Олега Пономарева**, передел рынка полностью завершится через 3-4 года.

И все же всех волнует вопрос: кратковременный спад рыночной активности в сегменте ритейла – это вестник возможного кризиса или следствие волнообразного

развития рынка? Ответ может быть любым. Так, декабрь традиционно показал высокий результат (с небольшим снижением продаж по сравнению с прошлым годом на 10-15% против прошлогодних 25%), напрямую связанный с пиком продаж в предновогодний период. А январь – закономерно месяце спада – продемонстрировал минимальные показатели оборачиваемости, поскольку треть месяца длились зимние каникулы. Что касается следующих месяцев, то согласно опросу представите-

На сегодняшний день в России существует 25 регионов, которые являются привлекательными для продаж. В список входят Республика Татарстан, Калужская, Свердловская, Ростовская области и др. Привлекательны они в первую очередь потому, что там осталась база еще с советских времен. Очень многое зависит от внешних факторов, например цен на нефть. Единственным независимым регионом от цены на нефть является Чукотка. Но районы, которые принято называть стабильными по потребительскому рынку, на сегодняшний день показывают высокую зависимость от цен на нефть.

лей посудного рынка количество продаж немного возросло, особенно в преддверии февральских и мартовских праздников... Ситуация развивается закономерно и объясняется пресловутой сезонностью продаж. Но картина на смежных рынках, где ощущается некий спад, вызывает опасения: а вдруг это начало второй волны предсказываемого кризиса?

Профессиональные игроки хорошо помнят чудовищные спады продаж и почти остановку бизнеса... Причем неблагоприятные периоды возникали и закономерно, и неожиданно. Так что отечественный бизнес удивить чем-то сложно. И сегодня киты посудного ритейла принимают самое надежное средство от всех болезней рынка: умение переводить нездоровое состояние в новые условия дальнейшего развития, приносящие заслуженные плоды.

Против возможной стагнации свидетельствует и ряд других макроэкономических показателей, например уровень инфляции. По данным Росстата, со второй половины 2011 года темпы роста (фактически замедления) инфляции снижались и в ноябре ее рост составил всего 6,8%, а в декабре не превысил 7%. Существенных рисков для ускорения роста потребительских цен в первой половине 2012 года экономисты также не видят (в преддверии президентских выборов и в первое время после них), выделяя лишь «возможное, но маловероятное» резкое и продолжительное ослабление курса евро к доллару, что может спровоцировать рост инфляционных ожиданий. Однако во второй половине 2012 года ускорение инфляции гарантировано (после выбора нового президента повышение цен давно стало традицией).

Падение покупательской способности или желания покупать у россиян отмечается с осени 2011-го, особенно показательным в этом смысле стал ноябрь, когда расходы покупателей по сравнению с октябрём уве-

личились всего на 2%. Однако при этом покупатели стали посещать в среднем 12 торговых точек в месяц вместо 7.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ФАРФОРОВОЙ ПОСУДЫ ПРОДОЛЖИТ СОКРАЩАТЬСЯ

В 2009-2011 годы объем производства фарфоровой посуды в России упал более чем на 60% по сравнению с 2008 годом и составил к концу 2011 года около 30 млн шт. Снижение объемов производства вызвано устареванием производственной базы, высокой себестоимостью и низким качеством продукции.

В 2012-2015 годах производство фарфоровой посуды в России по-прежнему будет иметь устойчивый нисходящий тренд. Устаревание российских фарфоровых заводов, а также отсутствие современного оборудования делает производство фарфора на многих предприятиях убыточным. Фарфоровая посуда российского производства по большей части реализуется через внутреннюю торговлю, доля экспорта минимальна.

За период с 2008 по 2011 годы экспорт фарфоровой посуды составлял в объеме спроса от 0,6 до 4,1%.

В 2008-2011 годах экспорт фарфоровой посуды из России стремительно падал и составил 1,3 млн шт. в 2011 году. Причинами резкого сокращения экспорта послужили: снижение выпуска фарфоровой посуды российскими производителями, а также снижение внешнего спроса на российский фарфор по причине его более высокой стоимости по сравнению с продукцией из других стран.

Если существующие работающие российские фарфоровые заводы модернизируют свое производство и предложат рынку современные изделия по умеренной цене, можно надеяться на некоторый подъем внутреннего производства, тем более что спрос на такие изделия высокий.



ПОСУДНЫЙ РЫНОК: ОСОБЕННОСТИ БУДУЩЕЙ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Если совсем недавно к продажам через Интернет относились как к отдельному виду услуг, то сегодня границы между интернет-торговлей и другими видами торговли практически стерты. Насколько оправданно слияние различных торговых площадок и нуждаются ли сегодня посудные компании в интернет-магазине?

Поставленный вопрос возник совсем недавно. Еще год назад на посудных выставках участники рынка признавались, что имеют либо свой интернет-магазин, либо сайт, посредством которого можно наладить торговлю в сети. Однако данный вид деятельности не особенно привлекателен и не сулит хорошей отдачи. А в этом году представители посудного бизнеса вообще разочаровались в интернет-торговле и не планируют развивать ее в ближайшем будущем. Удивляет и то, что данного мнения придерживаются не только российские, но и европейские бизнесмены. Например, представители по-

судного бизнеса из Чехии и Польши признались, что не видят смысла в возможности совершать продажи с помощью интернет-магазина. Почему?

Причин несколько.

Во-первых, интернет-магазины в своем большинстве охватывают аудиторию конечных покупателей, а не оптовиков, с которыми предпочитают работать крупные игроки. Конечные покупатели не совершают регулярных покупок и, как правило, не очень хорошо разбираются в современных марках посуды (их интересует только: производитель Китай или нет?) и предпочитают перед покупкой поддержать товар в руках. Это касается как столовой посуды, используемой для сервировки стола, так и кухонной, в которой постоянно внедряются различные технические новшества или используются современные материалы.

Во-вторых, если говорить об оптовиках, то, как выясняется, число компаний не столь уж и велико и на сформировавшемся рынке все друг друга знают в лицо. В связи с этим продавцы и покупатели предпочитают говорить лично с Марьей Ивановой или Иваном Ивановичем, которых хорошо знают. Кстати, именно такое общение в рамках тематических выставок позволяет многим компаниям развивать свою деятельность.

В-третьих, посудный рынок имеет свои особенности. Большое значение уделяется презентациям последних коллекций, демонстрации дизайнерских веяний, мастер-классам и общению с масс-медиа. Без этого сегодня продать новинку практически невозможно. Интернет-магазины в своем большинстве нацелены либо на продажи изделий с низкой

стоимостью (если товар окажется плохим, не жаль потраченных денег), либо бытовую технику, либо так называемую классику жанра (например, книги или товары, которые традиционно заказывают по каталогам). Кроме того, интернет-магазины ориентированы на быстрое нацеливание своего ассортимента, в связи с этим не озадачивают своих сотрудников на подробное консультирование по всем видам продукции. В сущности, продавца интернет-магазина интересует выбранный покупателем артикул (как он его выбирает – его личное дело), а не подробные консультации.

Можно назвать еще ряд причин, по которым посудный бизнес в Интернете интересен далеко не всем. Но не в этом дело. Важен тот факт, что еще недавно посудники буквально кричали на каждом углу, что они создали (создают, оформляют и пр.) свой сайт, на котором покупатель может круглосуточно заказать понравившиеся изделия. Постоянные покупатели будут иметь персональный код для автоматического получения оговоренных заранее скидок... Ну совершенная идиллия! По факту остались привычный телефон, факс и Интернет! Но Интернет-помощник, а не Интернет-продавец! С помощью электронных писем рассылается документация, с помощью электронных каталогов экономится время для изучения ассортимента, с помощью программ бесплатной связи экономятся денежные средства на общение с другими городами и странами... Также существует сайт, выполняющий роль визитной карточки. На нем – вся необходимая контактная информация и предлагаемая продукция. Вот и все. Ни о

какой масштабной полноценной торговле не идет речи. Вряд ли вы сможете в автоматическом режиме оформить покупку нескольких партий, обеспечив предоплату, отгрузку и отправку. Даже конечный потребитель в 99% случаев совершает заказ по телефону! А ведь ему не нужно оформлять бухгалтерскую документацию. Но он предпочитает перед покупкой подержать товар в руках. Лишь приобретая уже известную посуду (возможно, это повторная покупка), покупатель может согласиться на доставку без предварительного осмотра.

Однако есть и положительная сторона интернет-торговли. Руководители компаний внимательно следят за статистикой и умеют делать выводы и строить прогнозы. А прогноз по смежным рынкам такой: в дальнейшем интернет-продажи будут расти более стремительно, чем сегодня, охватывая все большее число товарных групп. Есть высокая вероятность, что менталитет покупателей посуды будет меняться и ряд посудных изделий будут лучше реализовываться именно через интернет-порталы. Поэтому сегодня необходимо сделать все, чтобы наладить платформу для торговли в скором будущем.

Можно сказать, что перспективно думающие оптовики, ритейлеры и представители специализированных (тематических) магазинов включают интернет-торговлю в общий список способов продаж, которыми они пользуются. По прогнозам генерального директора агентства INFOLine, к 2015 году все крупнейшие ритейлеры, вошедшие в рейтинг INFOLine Retailer Russia TOP-100, составленный INFOLine совместно с Retailer Magazine,



обязательно обзаведутся онлайн-витриной.

– Действительно, к 2015 году вся российская розница станет гибридной, – комментирует генеральный директор INFOline Иван Федяков. – Именно такой формат ритейла даст потребителю оптимальный компромисс сочетания достоинств работы розничных сетей и удобства поиска и сопоставления товаров в Интернете. Через Интернет потребитель не обязательно будет совершать покупку, но так ему существенно легче будет найти товар с учетом нужных характеристик, – поясняет эксперт.

Если ранее специалисты рынка обсуждали, когда интернет-торговля вытеснит современную сетевую розницу, сопоставляя эти «два лагеря», то сегодня эксперты приходят к выводу, что вместо предполагавшей борьбы рынок ожидает новый, более совершенный гибридный формат, сочетающий в себе преимущества «реальной» и онлайн-торговли.

Кстати, мировые тенденции рынка электронной коммерции торопят участников российского рынка уже сейчас задумываться о стандартизации и саморегулировании. Как сообщила директор по исследованиям Shop.Org (крупнейшей в мире ассоциации интернет-магазинов) Фиона Свэрдлоу, среди актуальных мировых трендов электронных продаж на сегодня выделяются мультимедийность, e-commerce (покупки через смартфоны, планшеты и мобильные телефоны), бесплатная доставка, продажи через social media (рекомендации друзей и знакомых в Facebook, twitter).

По данным американского эксперта, рынок электронной коммерции в США предполагает ежегодный рост в размере 10% до 2015 года включительно и составит на тот момент \$279 млрд против \$176 млрд в 2010 году.

Российский рынок онлайн-торговли пока сущес-

твенно меньше, но имеет тенденцию к скачкообразному росту. Так, по совместной оценке Высшей школы экономики (ВШЭ) и рабочей группы по удаленной торговле ТПП РФ, за последние 6 лет наибольший прирост среди всех секторов внемагазинной торговли продемонстрировала интернет-торговля – в 3,84 раза (с 50 млрд руб. в 2005 году до 192 млрд руб. в 2010 году). Как считают эксперты, рост рынка электронной коммерции в 2011 году, по предварительной оценке, составил 30%.

Однако многие посудники не стремятся выходить на электронную платформу с полным набором своих услуг даже в будущем. Почему? На самом деле они боятся конкуренции. Как только продажи приобретут чисто технический оттенок, покупатель сконцентрирует свое внимание на десятке крупных и наиболее сильных компаний, перекрыв таким образом кислород всем остальным. Дабы избежать этого, посудные компании оставляют ряд своих услуг и возможностей за кадром компьютерного окна. При этом многие посудники не против расширять свои партнерские взаимоотношения в сети, если это приведет к их финансовому росту.

Не случайно с каждым разом участников встреч и конференций, посвященных развитию электронной коммерции, становится больше. Среди главных обсуждаемых вопросов: как правильно представить товар, как наладить оперативную доставку, как минимизировать расходы на бухгалтерию, как закрепить свои ниши на складах и пр.

Разумеется, в будущем интернет-магазины ждут ряд преобразований, связанных с правовым полем. Но сегодня, и все это признают, интернет-прилавки – часть почти сформировавшейся торговли, которая в ближайшие годы станет такой же естественной, как заказ по каталогам или обслуживание в show-room.

По мнению специалистов DISCOVERY Research Group, в настоящее время электронная торговля в России находится примерно на одном уровне со многими членами ЕС: Испанией, Италией, Грецией, Польшей, Чехией, прибалтийскими странами. Правда, от Франции, Германии, Великобритании, Скандинавии отставание весьма существенное, в 3-4 раза, что свидетельствует о большом потенциале роста российского рынка. 6-7 миллионов россиян ежемесячно оформляют заказ в сети. За последний год услугами интернет-магазинов воспользовалось более 10% взрослого населения страны. Примерный объем рынка интернет-торговли в России составляет около 200 млрд руб., или \$8 млрд. Это составляет примерно 1,6% всего российского розничного товарооборота. По итогам первой половины прошлого года многие интернет-магазины существенно увеличили объемы продаж: например, оборот Ozon.ru вырос на 36% и составил 2,4 млрд руб., оборот Ютинет.Ру вырос на 345% и составил 0,9 млрд руб. Данных за последние месяцы нет, но согласно косвенным оценкам темпы роста продаж в вышеперечисленных компаниях за последний период увеличились еще более. По прогнозам рыночных аналитиков, основанным на итогах 2011 года, российский рынок e-commerce за ближайший год вырастет на 30-40%.

В России все большее распространение получают мультимедийные продажи: шопинг онлайн и офлайн сливается для потребителя в единый процесс, поэтому для традиционных ритейлеров очень важно полноценно присутствовать в сети и выделять ресурсы для активной поддержки онлайн-направления. При этом одним из перспективных называется гибридный формат. Как пример можно привести проект «Связного» Enter, который объединил в себе торговлю онлайн и офлайн, а также каталожную торговлю. Еще одна яркая тенденция – использование социальных сетей для продвижения товаров. В России, по данным ВЦИОМ, аккаунт в соцсетях имеют более 52% россиян. В сетях «В-контакте» и Facebook присутствуют большинство известных брендов и магазинов. По прогнозам ФОМ и «Яндекса», проникновение глобальной паутины в регионы к осени 2014 года составит 70% по сравнению с 48% осенью 2011 года. Разрыв между Москвой и регионами по степени проникновения сети к 2015 году сократится в три раза. Недоверие к онлайн-шопингу будет постепенно снижаться.

Стоимость покупок в интернет-магазине постепенно повышается. В 2008 году наибольшую долю (41%) составляли покупки стоимостью от 500 до 3 тыс. руб., в 2010 году их доля сократилась до 27%, а наибольшее число покупок (30%) пришлось на заказы стоимостью от 10 до 30 тыс. руб., что связано с ростом онлайн-продаж бытовой техники и мобильных телефонов. При этом доля совсем небольших покупок (до 500 руб.) постепенно сокращается – с 13% в 2008 году до 5% в 2010 году. Очень дорогие покупки – от 100 тыс. руб. – за последние годы совершили в мировой сети всего 2% опрошенных, и этот сегмент не имеет явной тенденции к росту. Мотивация покупок в сети жителей столицы отличается от мотивации тех же покупок у жителей регионов. По данным аналитиков PwC (PricewaterhouseCoopers – крупнейшая в мире международная сеть компаний, предлагающих профессиональные услуги в области консалтинга и аудита), москвичи совершают покупки в Интернете, чтобы сэкономить время, а жители регионов ищут те товары, которые не могут найти в обычном магазине. Для тех и других помимо прочего важна цена покупки. Потребители из развитых стран руководствуются другими мотивами. По результатам проведенного год назад исследования в Великобритании, 80% опрошенных выбирают Интернет из-за возможности совершать покупки в любое время. Для европейцев это более важно, так как магазины там закрываются раньше, чем в России, и для традиционного шопинга остается намного меньше времени. Две другие причины – более низкие цены и легкость сравнения товаров. При этом большая часть населения остается верна физическому ритейлу. Основными причинами отказа от покупок в Интернете как для москвичей, так и для жителей регионов являются желание увидеть товар «живую» перед покупкой, а также боязнь обмана и проблема выбора надежного магазина.



ЗДОРОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ – ЗДОРОВАЯ ПОСУДА

В последние 2-3 года самое большое разнообразие ассортимента, новых решений, форм, деталей предлагают специалисты сегмента антипригарных покрытий. Сегодня потребитель особенно взыскателен в поисках продукта, который будет идеально сочетать в себе высокое качество, функциональность и привлекательный дизайн. Чтобы успешно продать, требуется удивить покупателя, предложив ему новые потребительские свойства по умеренной цене. Компании, специализирующиеся на выпуске антипригарной посуды, экспериментируют с цветом покрытий, с толщиной, появилось множество новых идей с точки зрения форм сковород и кастрюль, креплений ручек, технологических особенностей крышек.

Где можно узнать о новых совершенных посудных трендах? На выставках. Самой яркой в области инноваций несомненно является выставка Ambiente. В 2012 году на ней было представлено много новых инновационных продуктов. Особенно постарались производители антипригарной посуды. Казалось бы, что можно новое придумать в кастрюле или сковороде, которая прошла столько технологических ступеней развития и совершенствования, улучшать вроде бы уже некуда? Но не для европейских технологов и дизайнеров, хотя можно отметить и российские бренды, которые стали предлагать вниманию потребителей действительно конкурентные товары.

Наибольший фурор на выставке произвела компания DuPont, предлагающая новые концепции цветового решения поверхностей сковород: «Палитра цвета» и «Художественная печать».

Исследования потребительских предпочтений выявили, что конечных потребителей очень привлекает цветная посуда. И если модную цветовую гамму сочетать с непревзойденным качеством, то это даст большой скачок к увеличению продаж и охватит почти все потребительские сегменты. Новые коллекции оживили рынок сковород. Серия «Палитра цвета» появилась в трех модных трендах: «Красный перчик», «Голубая лаванда» и «Золотое шампанское». «Красный перчик» привлечет молодых, жадных до оригинальных новинок людей, любящих стильную и яркую индивидуальность. «Голубая лаванда» больше позаботилась о сторонниках традиционной посуды, а «Золотое шампанское» – это стиль изысканной кухни, предназначен для бонвиванов с утонченным вкусом. Золотой цвет сковород навеивает воспоминания о покалывающих пузырьках хорошего шампанского, создает ощущение роскоши вкупе с изысканной сдержанностью.



Линия «Художественная печать» поражает своей оригинальностью и эмо-

циональной привлекательностью изделий. Она безусловно привлечет конечного потребителя смелым решением внутренней стороны сковороды – нанесением рисунков, узоров и различных надписей. Благодаря специальным чернилам и технологии печати в процессе нанесения системы антипригарных покрытий стало возможным для любой фантазии, для корпоративных подарков, для любителей сочетать приготовление пищи со здоровой долей юмора. Например, символы, которые отражают предназначение посуды, создадут чувство причастности к чему-то особенному. Такая индивидуализация приведет к росту прибыли в розничной торговле: специальным наборам для рыбы или мяса, коллекционным сериям, посвященным какому-либо событию или увлечению, будут обеспечены дополнительные возможности для продаж.



Компания Kela помимо вариантов разноцветных съемных ручек серии STONELINE предложила расцветку покрытия, похожую на природный натуральный камень. Сковорода STONELINE изготовлена из алюминия 4,5 мм с многослойным, экстражестким и устойчивым к царапинам антипригарным покрытием. Успех этой сковороды – в интересном цветовом решении покрытия и особенном утолщении боковых стенок сковороды. При жарке мяса создается впечатление жарки на горячем камне. Не нравится цвет или размер? Серия



STONELINE доступна в различных размерах и цветах ручек: от ярко-зеленого, бирюзового, до оранжевого и даже цвета спелой ежевики.

Компания GREBLON® предложила покупателю цветные декоративные покрытия с эффектом «металлик». Greblon-New Tec – экологически безопасное антипригарное покрытие без содержания PFOA.

Покрытия GREBLON® Decor – стойкие к температурным воздействиям и отвечают всем требованиям к современной кухонной посуде и посуде для жарки, обеспечивая длительный срок использования изделий. Новейшие результаты тестовой организации Stiftung Warentest продемонстрировали, что наши высококачественные покрытия GREBLON® показали самые высокие результаты на всех тестируемых поверхностях.



Интересные решения съемной ручки показала итальянская компания Samrapa. Здесь компания предложила покупателю новое решение сервировки стола наплитной «сковородой» – изделием серии Initia. Особая форма сковороды-тарелки позволяет использование этой посуды как сервировочной, при подаче к столу. Что ж, интересное решение. Единственное, что смущает, – это тонкие стенки изделия. Насколько выдержаны антипригарные свойства, время покажет, но дизайн очень интересен. Дизайнеры позаботились о покупателях. Последние любят удивить гостей и порадовать себя чем-то совершенно новым и интересным, все время заряжены на что-то необычное, хотят иметь выбор.



Нельзя оторваться от вока с выпуклым дном от Nikolai Carels.

Здесь применим «закон бумеранга»: при жарке овощей неровные края и выпуклое дно позволяют пище почти са-



мой переворачиваться и возвращаться обратно уже готовой, обеспечивая возможность получить восхитительную и здоровую пищу в мгновение ока.

Вок с выпуклым дном «бумеранг» делает движения при жарке намного легче. Большие куски еды, такой как, например, филе рыбы или мясо, могут быть моментально превращены в аппетитные кусочки благодаря уникальному запатентованному чашевидному краю.

Жарка еще никогда не была такой забавной и легкой, как в воке от Nikolai Carels!

На стенде компании AUGUST Lundh удивили необычной эргономичной бакелитовой ручкой сковороды. Изделие было разработано для удовлетворения высоких требований покупателя к качественной функциональности и стилю. Ручка имеет форму волны, способна равномерно распределить вес кастрюли. Уникальная ручка – привлекательная особенность этой коллекции, она доказывает, что нет предела совершенству, человеческой фантазии и технологическим новинкам.



Нельзя не сказать о триумфаторе на выставке – компании Røndell. Сразу две коллекции посуды бренда Røndell – VINTAGE и MOCCO & LATTE – получили



престижные награды в рамках ежегодного международного конкурса промышленного дизайна KITCHEN INNOVATION DESIGN 2012!

Хочется отметить особую ручку сковороды от Røndell. Технологические новшества произвели настоящий фурор на рынке. Ярким примером служит уникальная сковорода ChefArt с термодатчиком, хотя это не первая модель с термодатчиком, а достаточно серьезно усовершенствованная в отличие от своих предшественниц. На ручке этой сковороды размещен дисплей, на котором отражается текущая температура дна посуды, а также идеальный уровень температуры для приготовления 11 видов блюд. Эта сковорода – интеллект на рынке сковород, она настоящий шеф-повар на кухне! Кроме советов по кулинарии, ChefArt помогает экономить энергию и не допустить потери питательных свойств пищи при перегреве.

При достижении температуры 250 °C сковорода подает сигнал, помогая избежать перегрева и перекалывания. Также сигнал подается при разряде батареи. Термодатчик сковороды съемный, поэтому не возникнет трудностей с уходом за такой сковородой и мытьем в посудомоечной машине.



Если говорить о тенденциях в антипригарных покрытиях, то потребители диктуют моду на цветное и технологическое многообразие. Все больше клиентов меняют респектабельные рестораны на домашние посиделки, на которых хочется выступать и шеф-поваром, и метрдотелем.



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОСУДЫ TABLEWARE TRADE SHOW СОСТОЯЛАСЬ В КИЕВЕ

Краткий обзор

1 февраля 2012 года Международный выставочный центр в Киеве открыл свои двери для десятой юбилейной выставки посуды TableWare, которая продлилась до 4 февраля. Выставку посетили байеры со всех регионов Украины. В уютном павильоне был представлен широкий ассортимент посуды и предметов для сервировки стола.



Впервые в рамках данной выставки был выделен отдельной экспозицией специализированный салон атмосферы гостеприимства NoReCa, где была презентована профессиональная посуда. Среди экспонентов выставки были представлены как зарубежные, так и отечественные производители. Многообразием новинок для кухни и сервировки порадовали посетителей

украинские компании-производители. Например, компания «Биол» (Мелитополь) представила литую алюминиевую посуду, а также посуду с антипригарным и керамическим покрытиями. Отличительной особенностью новинки (блинная сковорода с керамическим покрытием) явился ее необычно бело-кремовый цвет. ООО «Вольнянский машиностроительный завод» (Воль-

нянск) презентовал столовые приборы из мельхиора, которые могут украсить сервировку любого стола. «Завод столовых приборов – ДСС» (ТМ Steelay, Запорожье) предложил покупателям столовые приборы, кухонный и барный инвентарь, посуду банкетно-фуршетной линии из нержавеющей стали, а также инвентарь для приготовления пищи на открытом огне и ее эффектной





подачи. А вот компания «Сяйво» решила удивить своих покупателей разнообразием форм и размеров серебряных ложек. ООО «Комплекс Инвестмент Менеджмент» представил на своем стенде сортовое стекло ТМ Everglass и стеклянную посуду (тарелки, кувшины) под ТМ Uniglass. Компания «Силумин» позаботилась о здоровье своих покупателей и предложила хозяйственную литую посуду из алюминиевых сплавов для активного отдыха на природе. Не менее привлекательной для посетителей оказалась продукция фирмы «Старт», которая предложила художественные тарелки, фужеры, рюмки, стаканы разнообразных форм. Что касается зарубежных компаний, они также представили посетителям посуду и аксессуары новых оригинальных цветов и форм. Так, компания ALDA S. A. из Польши представила на выставке оригинальные подносы, чашки и разноцветные чайники из алюминия и нержавеющей стали, а также стеклянные крышки для сковород. Производитель из Германии Emsa GmbH презентовал яркую посуду всевозможных цветов из пластика (термосы, графины, салатницы, фруктошницы, стаканы). Приятно удивила своей продукцией (пластиковой посудой для системы общественного питания, кафе, ресторанов и домашнего пользования) компания



«Пластмасыч» из Башкортостана (Россия). На стенде компании были представлены контейнеры для СВЧ, ковши, миски, корзины, хлебницы, емкости для специй.

Кроме производителей, в выставке участвовала группа крупных дистрибьюторов и поставщиков сервировочной и кухонной посуды, среди них можно отметить Торговый дом «Ави-таль», компании «Акцент», «Альпари», «Арти-М», «Бетта-Эксклюзив», «Вива

Интернешнл», «Винбел», «Галант», «Галерея стекла и фарфора», «Концепт Хаус», «Мажор», «Олегра», «Седжест», «Свит мебелив «София», «ТНП.КОМ», «Хороший вкус», «Элмаш Групп», «Эней», «Эгла», «Экспо Кухня», «Яскрава дизайн», Podstakanniki.in.ua.

Хочется отметить, что впервые на выставке работал Информационно-консультационный центр, который явился новинкой и подарком для всех посетителей и экспонентов. В уютном офисе центра можно было получить профессиональные консультации не только у известных экспертов в сфере малого и среднего бизнеса по разным направлениям, но и задать вопросы, связанные с технологией качества производства и показателями безопасности тонкокерамической посуды, лично заведующей лабораторией технологии керамики ГосУкрНИИ фарфоро-фаянсовой промышленности Тамаре Григорьевне Кузьменко.



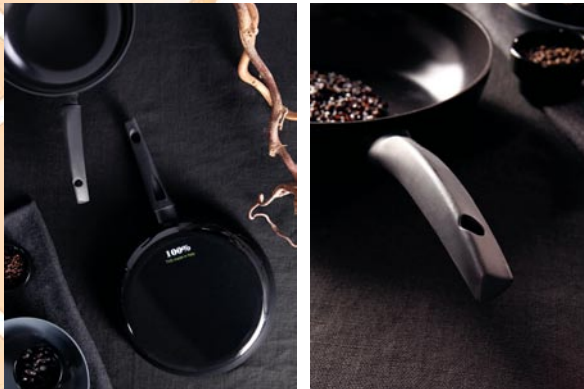
Следующая выставка посуды TableWare пройдет 12–15 сентября 2012 года в Киеве. Приглашаем посетить выставку и найти новых деловых партнеров в Украине!





НАНОТЕХНОЛОГИИ В ПОСУДЕ ОТ КОМПАНИИ TVS

ЧП «Экопосуда» представляет на рынке Украины продукцию компании TVS и является ее официальным представителем. Эксклюзивный модельный ряд представлен полностью черным цветом, что придает ему особую элегантность и новизну, выделяя из других предложений рынка на сегодняшний день. Покрытие Ceramic, обеспечивающее прочность, устойчивость к царапанию и износостойкость, возводит этот модельный ряд в ранг самой престижной и передовой продукции. Благодаря непревзойденной гладкости и черным тонам, уникальная керамическая поверхность выгодно подчеркивает необыкновенную стройность и выразительность форм. Ceramic – инновационное покрытие, созданное благодаря использованию нанотехнологий. При нанесении керамики на алюминиевую поверхность образуется тонкий, гладкий и абсолютно непористый слой. Эти свойства гарантируют полное отсутствие вредных веществ и непревзойденную долговечность.



TM ETERNA – ПОСТАВЩИК ДЕКОРАТИВНОЙ КЕРАМИКИ В УКРАИНЕ

TM Eterna рада представить вниманию покупателей прекрасный ассортимент фруктовок, которые сочетают в себе изысканный дизайн с максимальной функциональностью. Согласно фэн-шую для привлечения положительной энергии в дом необходимо расставлять вазочки, наполненные конфетами или фруктами, как бы давая вселенной понять, что в Вашем доме и семье процветает изобилие!



ПРОГРЕССИВНЫЙ ДИЗАЙН ОТ TM RONA

Декорация является одним из главных элементов при оформлении домашних интерьеров и в производстве стекла занимает огромную нишу. Применение различных технологий и особенностей декорирования, включая формы изделий, – это визитная карточка любого стекловаренного производства.

Декорация стеклянной посуды также придерживается моды и позволяет использовать различные приемы, в том числе цветовую гамму, чтобы следовать модным трендам.

TM RONA предлагает бесконечную вариацию техники декорации.

С конца XIX столетия TM RONA получила международное признание за прогрессивные дизайны продукции. За последние 15 лет компания неоднократно получала награды за инновационные дизайны в декорировании стеклянной посуды.

Предлагаем Вашему вниманию разнообразную коллекцию форм и декоров TM RONA.

Наслаждайтесь Вашим воображением...



БЛИННАЯ СКОВОРОДА С КЕРАМИЧЕСКИМ ПОКРЫТИЕМ ОТ КОМПАНИИ «БИОЛ»

ООО «Биол» — ведущая, динамично развивающаяся компания, которая постоянно обновляет свой ассортимент, совершенствует выпускаемую продукцию в соответствии с высокими требованиями потребителя.

Вот и праздник Масленицы ознаменовался в компании «Биол» выпуском новинки — блинной сковороды с керамическим покрытием. Благодаря корпусу из литого алюминия и высококачественному керамическому покрытию GREBLON Ceram немецкой фирмы Weilburger Coatings GmbH эксплуатационные свойства сковороды значительно улучшились. Можно жарить вкусные блинчики с небольшим количеством жира благодаря оптимальной теплопроводности, так как сковорода быстро и сильно нагревается, а тепло распределяется по всей поверхности от дна до стенок. Блюдо прожаривается равномерно, не пригорая, а керамическое покрытие, стойкое к повреждениям, прослужит много лет, не утратив своих преимуществ.





**12-15
СЕНТЯБРЯ
2012**



Международный выставочный центр, Киев, Украина

Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел.: +38 (044) 484-68-91
E-mail: info@pem.com.ua

www.pem.com.ua

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ГРУППА ПОДДЕРЖКИ!

– Вот эти! С черными ручками! Берем все! – кричали они и были правы, потому что только **Fissler** предлагает удобные и безопасные для антипригарных покрытий инструменты, вызывающие завидное оживление у всех, кто их видит.



ЭТО УДОБНО!

Всегда лучше пользоваться специальным инструментом, когда имеешь дело с тестом или выпечкой. Именно поэтому когда-то был придуман дисковый нож для нарезки пиццы, не сминаящий приготовленное блюдо. Но почему многие из нас останавливают свой выбор на таком ноже от **Joseph**? Очень просто: он удобен!



ТЕМПЕРАТУРА НОРМАЛЬНАЯ, ЖАРИМ ДАЛЬШЕ!

Узнать температуру блюда в духовке совсем не трудно, если воспользоваться специальным прибором от **Rosle**! Благодаря жидкокристаллическому дисплею вы видите все температурные изменения готовящегося блюда, не открывая дверцы вашего духового шкафа.





macef russia

30 мая - 1 июня 2012
МОСКВА, ВВЦ, 75 павильон

Совместно с XI Международной
выставкой ювелирных
и часовых брендов

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

Организаторы:



Тел.: +7 (812) 635 9504, 320 8096
E-mail: macef@restec.ru

Международная выставка товаров ДДЦ ДОМА

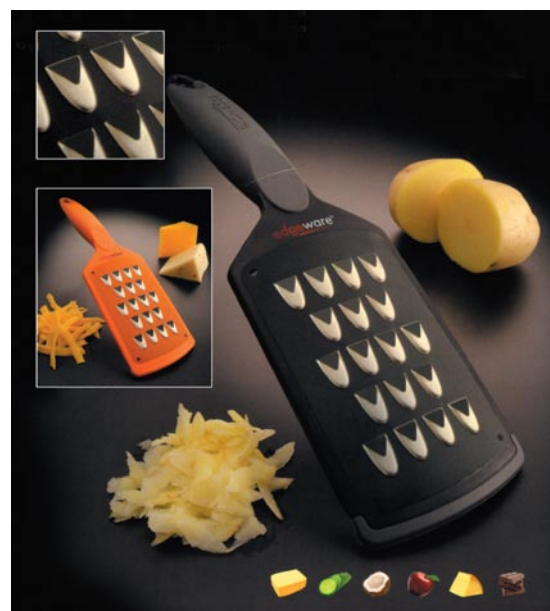
*Пригласительный билет на сайте

www.macefrussia.ru

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

НАТЕРЕТЬ И СОХРАНИТЬ!

Не нужно обладать особым мастерством, чтобы красиво натереть на терке сыр, свеклу или картофель! Нужно только воспользоваться терками от **Edgeware**, которые позволяют создать красивый рисунок стружки, а также сохранить натертый продукт внутри бокса, из которого его будет удобно высыпать.



С ПЫЛУ, С ЖАРУ!

Выбирая подставку для запекания птицы в духовом шкафу, обратите внимание на оригинальную конструкцию от **Rosle!** Простая с виду основа, внутрь которой заливается вода, позволяет приготовить птицу с ароматной корочкой снаружи и хорошо пропаренную изнутри. Последнее делает мясо необыкновенно нежным и сочным!



9-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
павильон 2, залы 10 и 11

3-6 АПРЕЛЯ
ВЕСНА 2012

ДЕЛОВОЙ ФОРУМ

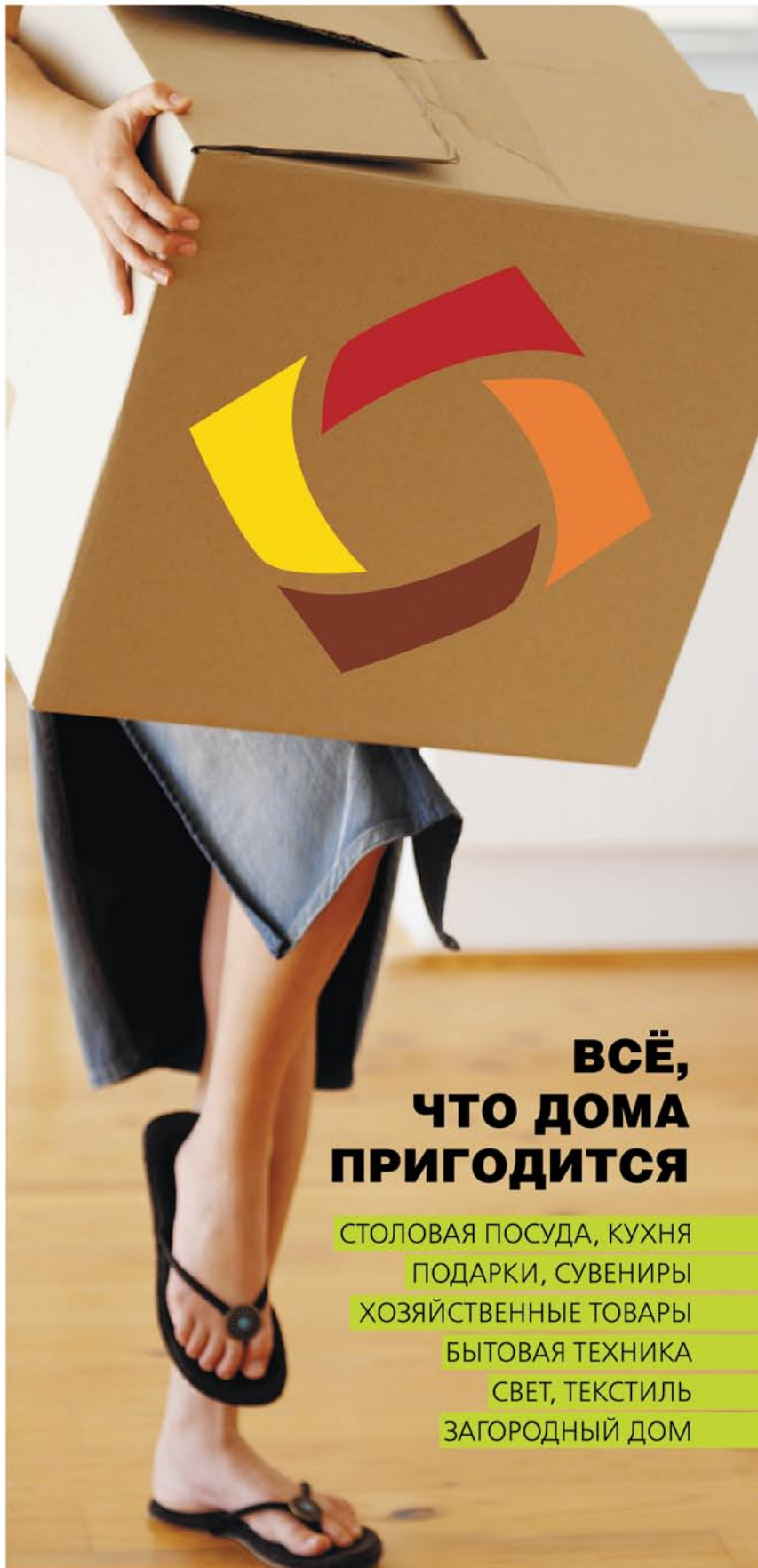
СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ HOUSEHOLD & OUTDOOR

- Семинары, конференции и мастер-классы «Секреты успешных продаж» от компаний «Супер-розница», Retaility, Retail Training Group, Jos De Vries
- Форум «Всё об интернет-продажах от компании InSales»
- Конференция и круглый стол Ассоциации производителей посуды
- Семинар «Логистика как инструмент повышения эффективности в компании»
- «Лучшая концепция отдыха Outdoor». Мастер-класс, презентации, круглый стол.
- Ежегодная Международная Премия в области товаров для дома «HouseHold Expo-2012 – Новинка»
- Супер-презентация «Посудная мода». «Многоликая керамика. От традиционных гончарных изделий до прогрессивных керамических покрытий»

HOUSEHOLD OUTDOOR



Экспозиция **HouseHold OUTDOOR** — это широкий спектр разнообразных товаров для загородной жизни и отдыха на природе, который позволит представителям компаний оптовой и розничной торговли обеспечить свой ассортимент всей необходимой продукцией, пользующейся повышенным спросом покупателей в весенне-летний сезон.



ВСЁ, ЧТО ДОМА ПРИГОДИТСЯ

СТОЛОВАЯ ПОСУДА, КУХНЯ
ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ
ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
СВЕТ, ТЕКСТИЛЬ
ЗАГОРОДНЫЙ ДОМ

Организаторы

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

Под патронатом

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы



Россия, 115093, Москва,
ул. Люсиновская, 36, стр. 1
+7 (495) 363-50-32/33
info@hhexpo.ru www.hhexpo.ru

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

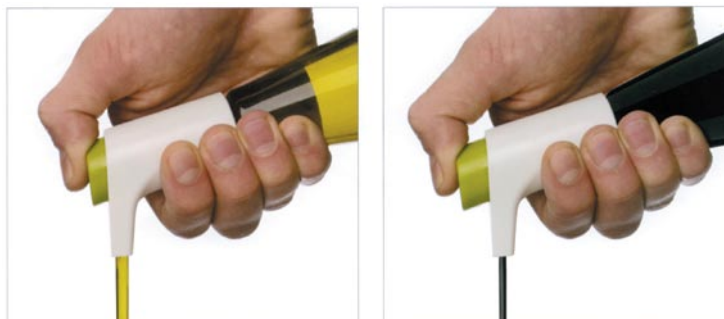
КАЖДЫЙ ПОВАР ЖЕЛАЕТ ИМЕТЬ...

Что желает иметь абсолютно каждый повар? Безусловно, всеобщее признание. Именно поэтому он выбирает для нарезки каждого продукта отдельную дощечку из набора от **Joseph**. Привкусы каждого ингредиента должны соединиться в желанный букет не на разделочных досках!



ВЗБАЛТЫВАТЬ ИЛИ СМЕШИВАТЬ? А МОЖЕТ, ВЗБИВАТЬ?!

Оказывается, от правильно взбитых или размешанных смесей зависит не только их вкус, но и благотворное влияние на организм, поэтому **Joseph** предлагает различные аксессуары для этих целей. Выбирайте тот, который подходит для вас лучше всех!



ПЛЕСНИТЕ КОЛДОВСТВА!

Вне сомнений, после изысканных застолий в нашей памяти остаются аромат и послевкусие различных соусов и приправ. Для сдабривания ваших блюд сказочными составами **Joseph** предлагает различные резервуары с удобным дозатором!



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



СКОЛЬКО ТОЧНО, В ГРАММАХ?

С точностью до одного грамма позволяют узнать вес кухонные весы от **Joseph**. Удобная стильная чаша и жидкокристаллический дисплей дают возможность быстро определить точный вес необходимых ингредиентов для вашего блюда.

ИЗМЕЛЬЧАЕМ!

Стильное приспособление от **Joseph** для измельчения зелени окажется не лишним, когда вы готовите за столом и вам важен каждый кусочек рабочего пространства. Кстати, данный инструмент еще и компактно убирается внутрь разделочной доски, которая по совместительству представляет собой жесткий чехол для ножа.



МАЛ, ДА УДАЛ!

Всем известно, что у каждого овоща кожица имеет различную толщину, поэтому **Joseph** предложила универсальный скребок, совмещающий в себе три лезвия, без труда снимающих кожуру с самых часто встречающихся плодов!

Компания «Комплекс-Бар» предлагает Вам любую продукцию компаний

PADERNO, ISI, MATFER, HEPP, ETERNUM, STONA, STEELITE

напрямую от производителя.



БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ



PADERNO®
FOODSERVICE PRODUCTS



isi



MATFER



eternum



STONA DESIGN



www.complexbar.ru

«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

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

«КОМПЛЕКС-БАР» МОСКВА

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

