

2014/2

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

НОВОСТИ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

Новинки от Crystalex

Бренд Jessie Steele, покоровивший мир

Безопасность посуды
на российском рынке

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Год начался. Процесс пошел

ВЫСТАВКИ

«Консумэкспо-2014. Зима». Выставка
как отражение ситуации на рынке

Премьера Homi IL Nuovo Grande Macef

Феерическое шоу в Париже

Ambiente. Этим сказано все!

РЫНОК

Розница-2014.
Корректировка сценария

НOREСА

Сервировочная матрица

РЫНОК УКРАИНЫ

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



amoroso

Crystalex



www.crystalex.cz



WATERFALL

Crystalex



www.crystalex.cz



Обложку предоставила компания

CALVE

WWW.CALVE-GROUP.RU

* На правах рекламы

НОВОСТИ**НАШИ ПАРТНЕРЫ**

Новинки от Crystalex

**Бренд Jessie Steele, покоровивший мир****Безопасность посуды на российском рынке**

Поставщик не несет ответственности за причинение вреда здоровью потребителя. Последний нормативный документ, определяющий гигиенические нормативы на материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, был выпущен в 2000 году – ГН 2.3.3.972-00. С тех пор нормы проверок посуды уточнялись только эпизодически, в узких областях.

Товары для кухни**Блендеры для профессионалов****Посуда Esprado из костяного фарфора****Calve. Красота в деталях****ДИСТРИБЬЮТОРЫ****Tescoma. Все краски весны на вашем столе****ПРОИЗВОДИТЕЛИ****Rondell. Посуда для удовольствия: новый взгляд на создание любимых блюд****8 От воссозданного ремесла к новой керамике****37****РЫНОК****Розница-2014.****Корректировка сценария****38**

Покупатели от класса «эконом плюс» до класса «средний плюс» желают приобрести уверенность в том, что они покупают. Им важно спокойствие, которое они переносят на свою покупку. Поэтому продавать им нужно то, в чем они будут уверены завтра.

СОБЫТИЯ**С новым годом по лунному календарю!****41****АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ****Год начался. Процесс пошел****42**

Спрос на фарфоро-фаянсовую и керамическую посуду будет продолжать снижаться по отношению к смежным рынкам, в частности к рынку стеклянной посуды. В моде по-прежнему останется минимализм, хай-тек и фантазийные формы.

ТАБЛИЦА ВЫСТАВОК**44****ВЫСТАВКИ****«Консумэкспо-2014. Зима».****Выставка как отражение ситуации на рынке****46**



Станки и линии для
керамических изоляторов

Оборудование для
технической керамики

Оборудование для
столовой посуды

Машины и станки по
специальному заказу

Технологии для производства керамики наше призвание

Компания SAMA предлагает передовые технологии для производства керамики - от оборудования для МЗЦ (заготовки сырья) до изостатического прессования, литья под давлением, пластического формования, глазурования, обжига, шлифовки и т. д. Sama - это высокий уровень качества на каждом этапе производства столового фарфора и технической керамики. Компания SAMA вместе с компанией RIEDHAMMER входит в концерн SACMI, в сотрудничестве с которыми мы по всему миру успешно реализуем проектирование и поставку заводов под ключ.

SAMA
MASCHINENBAU GmbH

Производство и офис:

Шиллерштрассе 21 - 95163 Вайссенштадт - Германия
Тел.: +49 9253 889 120 (русскоговорящие сотрудники)
эл. почта: info@sama-online.com - www.sama-online.com

a company of
SACMI

Редакция:

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

Телефоны:

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

E-mail:

reklamaposuda@mail.ru
 pochtaposuda@mail.ru

www.posuda.info
www.posudainfo.ru

ПОДПИСКА-2014

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

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

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

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

Стоимость одного номера – 180 руб. для подписчиков РФ.

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

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

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

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

Журнал издается с 2004 года. Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-54867 от 26 июля 2013 года.

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

* На правах рекламы

Премьера Homi IL Nuovo Grande Macef

52

**Феерическое шоу в Париже**

56

**Ambiente.****Этим сказано все!**

60

**NORECA****Сервировочная матрица 66**

Ресторанная посуда подбирается, исходя из общей дизайнерской концепции данного заведения. В этом году по-прежнему в тренде растительные орнаменты, но если раньше был моден неброский мелкий рисунок, то сейчас в фаворе крупные яркие цветы.

РЫНОК УКРАИНЫ 70**ПОСУДА И ТЕХНИКА****Приглашаем почаевничать 74**

Использование боросиликатного стекла, пищевого силикона и нержавеющей стали в производстве кухонной посуды привело к появлению электрочайника очень необычной формы, напоминающего паровоз

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ 77

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

Заявка на подписку журнала «Посуда»

Наименование организации _____

ИНН/КПП _____ Юр. адрес: _____

Адрес доставки журнала:

Индекс

Обл./Край _____

Город _____

Улица _____

Корп., дом/офис _____

ФИО получателя _____

Тел. _____ факс _____

Количество экземпляров _____ перечень номеров _____

Способ получения счета: Факс E-mail

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

Кукмара®

Сделано в России

Линия "Палитра"



Россия, Республика Татарстан, п. Кукмор, ул. Ленина, 154
тел/факс: (84364) 2-84-74, 2-77-55
www.kukmara.com, E-mail: kzmp_sbit@mail.ru

Цветочный сад от Pasabahçe



Российское подразделение Pasabahçe представляет новую коллекцию декорированных тарелок и салатников «Рэд Гарден» и «Грин Гарден». Изделия созданы из упрочненного стекла с повышенной термостойкостью. Современные технологии нанесения рисунка обеспечивают сохранение ярких красок даже после мытья в посудомоечной машине.



Сковорода-гриль от «Нева металл посуда»

Завод «Нева металл посуда» выпустил новое изделие в серии литой алюминиевой посуды с традиционным антипригарным покрытием – сковороду-гриль (сотейник). Преимуществом данной сковороды является ребристая поверхность дна – гриль. Съемная ручка делает хранение сковороды более компактным, а также позволяет использовать ее в качестве формы для запекания в духовке.

Антипригарное покрытие на водной основе соответствует 4-му классу безопасности по ГОСТ и не содержит перфтороктановую кислоту (PFOA).



НОВЫЙ ФАРФОР С НОВЫМИ СИЛАМИ!

Производитель посуды **ЗАО «Добрушский Фарфоровый Завод»** из Белоруссии уполномочил компанию SAMA Maschinenbau GmbH (www.samaonline.com или www.youtube.com) увеличить имеющиеся производственные мощности путем внедрения технологии изостатического прессования и техники литья под давлением, а также заменить технологию пластического формования на более прогрессивную. В комплект поставки входит также оборудование по подготовке сырья для собственного производства пресс-порошка. С установкой нового оборудования будут не только увеличены производственные мощности, но и значительно улучшено качество продукции, расширен ассортимент выпускаемых изделий. За счет уменьшения доли ручного труда снизятся финансовые затраты и увеличится эффективность производства.



Заметим, что сотрудничество с Добрушским фарфоровым заводом не стало первым опытом работы немецкой компании на рынке СНГ – в прошлом году компания SAMA Maschinenbau GmbH также поставляла завод под ключ для украинского холдинга FARN – фабрики по производству профессионального фарфора, а в 2007-2008 годах был полностью переоборудован завод, занимающийся выпуском профессионального фарфора, – «Башкирский Фарфор».

Источник: www.sama-online.com

Контактное лицо: Евгений Штрайх,
руководитель продаж Россия/СНГ,
тел. +49 (9253) 889-120,
моб. тел. +49 (1735) 780-636,
e-mail: eugen.streich@sama-online.com



Станки и линии для керамических изоляторов

Оборудование для технической керамики

Оборудование для столовой посуды

Машины и станки по специальному заказу





Violette

- Высококачественная нержавеющая сталь 18/10
- Ненагревающиеся ручки из бакелита и стали
- Удобная крышка с уникальной формой ручки для поддержания ложки
- Подходит для всех типов плит
- Можно мыть в посудомоечной машине



Cook House в рейтинге Forbes

Сеть магазинов Cook House возглавила первую строчку рейтинга 10 самых успешных российских брендов по версии журнала Forbes. Критериями отбора брендов были не их доходы, а сама идея: концепция товара, визуальное воплощение, логотип, упаковка, дизайн и так далее. В рейтинге были представлены бренды, появившиеся на российском рынке в 2012 году. На сегодня в сети магазинов Cook House представлены 14 магазинов. Первый магазин сети не так давно появился в Мюнхене.

Biostal ярче стал!

Ассортимент компании Biostal пополнили новые сковороды со светлым керамическим антипригарным покрытием. Изделия имеют индукционное дно, отличаются ярким дизайном.



Мраморная Milena

Торгово-производственная компания «Уральская Корона» представила серию посуды Milena с «мраморным» нанокompозитным антипригарным покрытием. Сковороды Milena изготовлены методом литья, толщина дна – 5 мм. Посуда пригодна для использования на всех типах плит, в том числе индукционных.

Кружки для дружка и подружки

Компания «Мануфактуры Гарднер в Вербилках» выпустила новинки – кружки формы «Американка» с новым декором – «Месяц март». Удобные, вместительные кружки с современным рисунком станут прекрасным подарком к предстоящим весенним праздникам.



«ЛЕБЕДЬ» ИЗ КРИСТАЛАЙТА



Группа компаний «Импакт» представляет вашему вниманию новую коллекцию конфетниц «Лебедь» и масленок, выполненных из кристаллита (экологически чистой замены традиционного свинцового хрустала). Конфетницы «Лебедь» представлены в 3 декорациях: «Африканская роза», «Мельница», «Комета». Все три декорации также доработаны ручной шлифовкой, что позволяет достичь филигранности исполнения. Масленки выполнены в 5 декорациях: «Африканская роза», «Мельница», «Комета», «Мозаика», «Машле-Бант». Данные коллекции могут служить не только функциональным дополнением сервировки стола, но также и отличным подарком.

viconte ВКУСНЫЙ ШАШЛЫК – ПО ЩЕЛЧКУ ПАЛЬЦЕВ!



Шашлычный сезон не за горами! Ждать нет уже сил? – Не жди! Вкусный разнообразный шашлык за считанные минуты и в любое время у вас дома с новинкой от Viconte – шашлычницей VC-152!

В электрошашлычнице VC-152 от Viconte продумано все! Все детали корпуса выполнены из высококачественной нержавеющей стали, что делает шашлычницу не только долговечной, но и неприхотливой в уходе. Благодаря удобному ручкам на корпусе исключена возможность обжечься при его снятии. Вращающиеся шампуры позволяют мясу, птице, овощам или рыбе равномерно прожариваться в течение 15 минут, при этом жир от продукта собирается в специальные чашечки. Нагревательный элемент защищен кварцевой стеклянной колбой, вторая колба идет в качестве подарка.

Порадуйте своих близких традиционным шашлыком из мяса, рыбы и овощей.

Настоящий шашлык в любое время у вас дома с шашлычницей VC-152 от Viconte!

НОЖ СПИРАЛЬНЫЙ «СПИРЕЛЛИ»



Гаджет, созданный компанией GEFU специально для любителей овощных блюд, а также для тех, кто уделяет особое внимание сервировке и украшению стола. Устройство позволяет нарезать длинные полоски из моркови, редиса, огурцов и других овощей. Идеально подходит для приготовления овощей-фри, пасты, восточных салатов, а также для изысканного украшения блюд. Два ножа разного размера, расположенные с двух сторон корпуса, позволяют получить спирали разной толщины. Входящая в комплект защита пальцев позволяет избежать порезов.

Представитель в России – компания «ЛионТрейд».
www.gefu-rus.ru

НОВИНКА ОТ TalleR – НАБОР ПОСУДЫ «МЭРИДЕН»



Набор посуды «Мэриден» (TR 7160) состоит из 8 предметов – кастрюль с крышками литражом 2,0, 2,7, 3,7 л и ковш на 2,0 л с крышкой. Набор выполнен из высококачественной нержавеющей стали 18/10, толщина капсулированного дна с алюминиевой вставкой 5,7 мм, что позволяет равномерно распределять тепло и сокращает время приготовления.

Крышки из жаропрочного стекла с силиконовым ободом очень комфортны в использовании – они позволяют следить за процессом приготовления, бесшумно закрывать посуду, а также плотнее прилегают к корпусу посуды.

Эргономичные ручки с силиконовыми ненагревающимися вставками предотвращают возможность обжечься.

Подходит для всех типов плит, пригоден для мойки в посудомоечной машине.

ООО «Таллер Рус»

Тел.: +7 (812) 290-66-83, 290-66-84

www.taller.ru

Из духовки к столу!

Компания «Стройремонт» пополнила ассортимент новой серией жаропрочной посуды и контейнеров для хранения A table! от компании Royal Leerdam. Посуда выполнена из упрочненного стекла, подходит как для использования в микроволновой печи, так и для духовки. Контейнеры для хранения A table! оснащены вакуумной крышкой, которая поможет сохранить свежесть и аромат продуктов.



12 кукуморских казанов

Кукуморский завод металлопосуды представил новинку – казан для плова объемом 12 л. Теперь линейка литых толстостенных казанов включает 12 видов емкостей: 3,5, 4,5, 6,0, 7,0, 8,0, 9,0, 12, 15, 28, 40, 80, 110 л. Казан для плова пригоден как для профессионального, так и для индивидуального использования, идеален для приготовления пищи на охоте, рыбалке и в лесу. Прочный корпус и утолщенные стенки обеспечивают равномерное распределение тепла, долгий срок службы и устойчивость к высоким температурам. Крышка казана изготовлена из литого алюминия.

Коллекция Platinum

Все предметы коллекции Platinum изготовлены из литого алюминия, имеют утолщенное дно 5 мм, что обеспечивает быстрый и равномерный нагрев и препятствует деформации. Внутреннее покрытие Teflon® Platinum Plus имеет превосходные антипригарные свойства и позволяет готовить пищу с минимальным количеством масла.

Устойчивое к царапинам покрытие выдерживает воздействие неострых металлических кухонных принадлежностей.

Бакелитовая ручка не нагревается при использовании конфорок или газовой горелки не превышающей диаметр дна посуды, съёмный механизм ручки позволяет использовать посуду в духовке.

Посуда подходит для использования на всех типах плит, кроме индукционных и пригодна для мойки в посудомоечной машине без использования щелочных моющих средств.

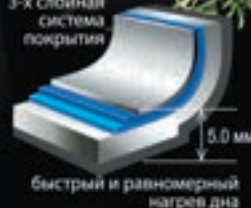
Platinum
сковороды, кастрюли



TalleR
Живи со Вкусом!

Артикул	Состав линейки	
TR 4131		Ø20 см
TR 4132		Ø24 см
TR 4133		Ø26 см
TR 4134		Ø28 см
TR 4231		2,5 л
TR 4232		4,9 л

3-х слойная система покрытия



быстрый и равномерный нагрев дна

FREE
PP3A NICKEL
HEAVY METAL



www.taller.ru (812) 290 66 83



В марокканском стиле

Компания «Коралл» представила серию посуды с дизайном в марокканском стиле – «Павлиний хвост». Серия представлена в двух основных цветах: огненно-красный и песчано-бежевый. В линейку входят: кружка, кружка с ложкой, сахарница, чайник, масленка, тарелки разных размеров и форм, салатник и бульонница с двумя ручками.



Модульные лотки от Zak Designs

Компания Zak Designs дополнила коллекцию Confetti модульными лотками. Изделия изготовлены из переработанного меламина, который, как утверждают разработчики, отвечает экологическим требованиям безопасности посуды. Функциональность новинки должны оценить организаторы банкетной сервировки.



Steelite в Сочи

Компания Steelite International стала поставщиком посуды 22-х зимних Олимпийских игр в Сочи. Британский производитель отгрузил 140 000 единиц посуды для 1000 предприятий общественного питания Олимпийской деревни. Фарфор будет также использоваться на 11-х Паралимпийских зимних играх, которые пройдут в марте этого года.



ЧАЙ! КОФЕ!.. ПОКУПАЕМ!

Компания Zeidan рада сообщить о расширении своей линейки посуды для чая и кофе!

Привычные в наше время френч-прессы, стильные заварочные чайники, подарочные наборы, гейзерные кофеварки и классические турки – каждый найдет себе предмет по своему вкусу.

С посудой Zeidan для чая и кофе изысканное и функциональное приготовление любимого напитка доставит вам настоящее удовольствие и не займет много времени.

Посуда Zeidan для чая и кофе выполнена из материалов исключительно высокого качества: термостойкого стекла, нержавеющей стали и жаропрочного пластика.

Насладись любимым напитком вместе с посудой для чая и кофе от Zeidan!



НОВИНКИ WILMAX. ФОРМЫ ДЛЯ ЗАПЕКАНИЯ

Коллекция фарфоровой посуды WILMAX пополнилась формами для запекания. Изделия обладают повышенной термостойкостью и прочностью. Формы рассчитаны на индивидуальные порции, таким образом, их можно использовать даже в маленьких духовках и микроволновых печах. За счет такого «индивидуального подхода» облегчается задача по украшению и эффектной подаче готового блюда.

Формы WILMAX рассчитаны для запекания мясных или рыбных кусочков, овощного рагу, грибов, а также для приготовления запеканок и лазаньи. Фарфор прогревается очень равномерно, и, соответственно, готовящееся в фарфоровой форме блюдо пропекается так же равномерно. Подавать готовое блюдо на стол можно прямо в форме, не переключивая. Еда в ней будет оставаться теплой еще очень долго. А как красиво форма для запекания WILMAX смотрится на столе! Ухаживать же за посудой WILMAX совсем несложно: формы легко моются, причем их можно мыть и в посудомоечных машинах.



Фарфоровые формы WILMAX – это и удобно, и красиво!



ТМ «Милый Дом» представляет наборы столовых приборов из нержавеющей стали 18/0 на 6 персон из коллекции Young & Harry. 24-предметные наборы упакованы в красочные подарочные коробки с окошками, что позволяет покупателям хорошо рассмотреть товар, не открывая упаковку, и особенно удобно для магазинов самообслуживания.



МИЛЫЙ ДОМ



Fleur de Lys

В новом сезоне «Фрайбест» задает моду в кухонной посуде и представляет утонченную коллекцию Fleur de Lys. В этой серии посуды с керамическим покрытием сошлись воедино утонченность цветка лилии и широта русской гостеприимной души, белизна зимнего снега и изящные линии цветка. Своей спокойной сдержанностью Fleur de Lys создает особо тонкую и избранную эстетику в кухонном пространстве.

улица Годовикова, 9,
строен. 2 офис 26,
город Москва,
Россия, 129085.
Телефон: +7 495 668-06-47
info@frybest.ru

FRYBEST

Однако немаловажны комфорт и удобство: эту коллекцию составляют, пожалуй, самые необходимые на кухне предметы разных емкостей от 2.4 до 4.5 л – сотейник, кастрюля, жаровня, сковорода. Такой широкий выбор форм и размеров дает возможность хозяйке готовить как праздничные блюда, рассчитанные на дружную компанию, так и обед или ужин для небольшой семьи.

Отдельно стоит отметить эко-дизайн линейки Fleur de Lys, за основу которой взята простая природная чаша цветка. Дополняет эффект белоснежное керамическое покрытие «Эколон», полностью безопасное и очень удобное в использовании. Последователи здорового питания могут готовить без использования масла.

Все это делает коллекцию Fleur de Lys от Frybest незаменимым элементом современной кухни и желанным подарком для любого, кто понимает толк во вкусной и здоровой еде и качественной безопасной посуде.

«Бархатная роза» от «Кубаньфарфора»

ОО «ПКФ «Кубаньфарфор» произвело очередное обновление в фаянсовом ассортименте. Потребителям представлен рисунок традиционной для компании цветочной тематики под названием «Бархатная роза». Декор представляет собой бортовую незамкнутую композицию из распутившихся черно-красных бутонов. Рисунок выполнен в сдержанных темных тонах, повторяющих оттенки бархатной розы. Как и несколько предыдущих обновлений ассортимента завода, «Бархатная роза» является абсолютной новинкой.



В Пскове открылся «Порядок Дома»

В феврале в Пскове открылся магазин «Порядок Дома». Ассортимент магазина разделен на четыре крупные секции, соответствующие четырем составляющим любого дома или квартиры. Кухонные предметы представлены производителями из Бразилии, Бельгии, Франции, Швейцарии, Великобритании, Германии и Китая.

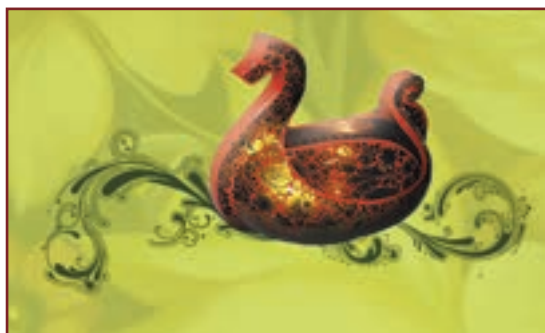
Это оригинальная дизайнерская посуда известных европейских брендов Bodum, Jamie Oliver, Nordic Ware, Cole & Mason, ВЕКА, Pip Studio, Ceraflame и др.



Zara Home в Украине

Испанская группа Inditex выведет на украинский рынок свой единственный бренд, который специализируется на реализации товаров для дома – Zara Home. Предполагается, что первый магазин откроется в Киеве в ТРЦ Respublika в конце этого года. В его ассортименте будут представлены текстиль, предметы декора, приборы для сервировки стола, аксессуары для ванн и др.

ВЫСТАВКА «ЛАДЬЯ» – ЯРКОЕ СОБЫТИЕ В МИРЕ ИСКУССТВА



Выставка «ЛАДЬЯ» вновь собирает любителей и ценителей народного искусства, всех неравнодушных к творчеству, для кого любимое дело порой стало неотъемлемой частью жизни.

Долгожданный праздник красоты и таланта в весенние дни смогут увидеть москвичи и гости столицы: с 19 по 23 марта в павильоне №3 ЦВК

«ЭКСПОЦЕНТР» пройдет XVI выставка-ярмарка народных художественных промыслов России «ЛАДЬЯ. Весенняя фантазия – 2014». В выставке примут участие свыше 700 организаций промыслов, художников и индивидуально работающих мастеров из 37 регионов России.

Проект «ЛАДЬЯ» включен в план основных мероприятий по проведению в 2014 году в Российской Федерации Года культуры.

На выставке можно увидеть всю палитру народных промыслов и не только насладиться рукотворной красотой, но и приобрести самобытные авторские изделия мастеров промыслов и ремесленников. Творения мастеров народного искусства со всей России покорят искушенную публику очередными сенсациями.

Среди разделов выставки лаковая миниатюрная живопись, ручное кружево, художественная обработка дерева, металла, фарфора, вязание, изделия из стекла, художественное литье, ковка, ювелирные изделия и текстиль для дома, этническая одежда, мозаика, витражи – здесь можно встретить любое направление, которое радует глаз и поднимает настроение.

Вас ждут постоянные участники из Архангельской, Вологодской, Кировской, Московской, Нижегородской, Тульской, Псковской, Ивановской, Тюменской областей, а также из Республики Чувашии и Татарстана.

Все дни выставки посетителям представится возможность самим испытать свои силы, включившись в творческий процесс в «Город мастеров», где можно научиться премудростям народного искусства и увидеть, как создаются гончарные изделия, как ловко кружевница перебирает коклюшки, чтобы потом всех удивить легкостью и воздушностью кружева, вы сможете почувствовать себя художником, создающим неповторимые изделия ростовской финифти, вы просто поймете, из чего складывается талант человека, владеющего традицией и ремеслом.

На прошедшей выставке «ЛАДЬЯ» в интерактивной зоне с успехом прошли занимательные мастер-классы для детей, которые продолжают свою работу на весенней выставке. Можно принять участие в изготовлении романовской игрушки, славянской куклы, изделий из бересты, забавных предметов из лыка, попробовать свое умение в резьбе по дереву и плетению на дощечках.

Креативный IX Фестиваль войлока «Шерстиваль», яркая самобытная культурная программа и показы мод создадут атмосферу праздника и волшебства.

Выставка «ЛАДЬЯ» – удивительный мир, радующий глаз плодами вдохновения талантливых и умелых мастеров, мир неповторимых работ, где приветствуется талант, царят креативные идеи, встречаются и общаются люди, влюбленные в народное искусство.

Режим работы выставки:

19 марта – с 12:00 до 19:00;

20-22 марта – с 10:00 до 19:00;

23 марта – с 10:00 до 16:00

Адрес проведения выставки:

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР», павильон №3,
г. Москва, Краснопресненская наб., 14,
ст. метро «Выставочная»

Контакты для аккредитации СМИ: пресс-центр
+7 (495) 605-71-54, 605-68-28

Дирекция: +7 (499) 124-08-09, 124-48-10, 124-25-44,

факс: +7 (499) 124-63-79, nkhp@mail.ru

Наиболее полная информация на сайте:

www.nkhp.ru в разделе «Выставки»



НОВЫЕ ФОРМЫ ФАРФОРА THUN1794



Эксклюзивный дистрибьютор мирового производителя карловарского фарфора **Thun1794** – компания «Люкс Хауз» представила новые формы и декорации, которые разработаны в соответствии с европейскими и российскими тенденциями рынка посуды. Это серии Cairo, Constance, Louise, Menuet, Rose Bernadotte. Новинки впервые демонстрировались на выставке Ambiente 2014 во Франкфурте-на-Майне.

Инновационный дизайн испанского фарфора

Дизайнерский фарфор все больше привлекает рестораторов, особенно если он отвечает требованиям, предъявляемым к профессиональной посуде.

Сегодня рестораторы стараются продемонстрировать свои возможности, не только используя классическую столовую посуду, но и сервируя стол неожиданными новинками, способными, например, выделить национальную кухню.

Оригинальная продукция испанской компании **Pordamsa**, более 25 лет выпускающей высококачественную посуду из фарфора, именно таким образом обратила на себя внимание на прошедшей в феврале текущего года выставке Ambiente во Франкфурте-на-Майне.



Семейный уют со стильными предметами!

ZEIDAN®



* На правах рекламы

www.zeidan-nl.com

Для любителей морепродуктов и не только

Завод «Борисовская керамика» запустил в производство новые изделия: «ракушку» для запекания (0,25 л) и классические горшочки ярких расцветок, которые были разработаны с учетом пожеланий и рекомендаций покупателей. «Радужная» серия представляет собой микс из 4-6 цветов.



Поддержки ножи!

Компания **Samura** ввела в ассортимент новые магнитные держатели для ножей. Магнитные держатели легко крепятся к стене или к дверце шкафа, освобождая рабочую поверхность кухонного стола, и, кроме того, берегут лезвия ножей от соприкосновения друг с другом, благодаря чему изделия дольше держат заточку.

«Неман» сделает хрустальную бутылку

ОАО «Стеклозавод «Неман» планирует приступить к изготовлению сувенирной хрустальной бутылки для алкогольных напитков. В настоящее время завод проводит мониторинг рынка для изучения потребительского спроса.

Цветущий Polaris!

Компания **Polaris** представила новый электрический чайник. Корпус чайника выполнен из нержавеющей стали, декорирован эмалевым рисунком. Чайник устанавливается на подставку-базу с электроразъемом и может вращаться на ней на 360°. В передней части подставки расположена панель управления с ЖК-дисплеем, на которой предусмотрены функции регуляции температуры.



ШВЕЙЦАРСКИЕ БЛИННЫЕ СКОВОРОДЫ SWISS DIAMOND

Масленица – самое актуальное время для блинных тренировок. Чтобы блин не вышел комом, необходима блинная сковорода высокого качества.

Швейцарская блинная сковорода с алмазным антипригарным покрытием **Swiss Diamond** обеспечивает легкость приготовления и удобство извлечения блинов со сковороды благодаря уникальной наклонной боковой стенке. Низкие бортики сковороды позволяют делать очень тонкий слой теста.

Высочайшие антипригарные свойства покрытия **Swiss Diamond** не допустят прилипания блина к сковороде. Идеальное распределение тепла, моментальный нагрев, максимальную прочность и долговечность сковороды обеспечивают алмазы, входящие в состав антипригарного покрытия.

Блинные сковороды **SD6224** и **SD6226** идеально подходят как для приготовления блинов, так и для приготовления омлетов и французских тостов.

Блинные сковороды **Swiss Diamond** подходят для всех видов плит. Для индукционных плит выпущена блинная сковорода **SD6224-i**.

Срок службы посуды **Swiss Diamond** – 10 лет, что является рекордным показателем среди любой антипригарной посуды. Производство: Швейцария.

www.swissdiamond.ru



ВОТ ЭТО ЮБИЛЕЙ! BODUM 70 ЛЕТ!

Нынешний год для **BODUM** юбилейный: в 2014-м дизайнерский бренд празднует 70 лет. Питер Бодум основал компанию, ставшую впоследствии всемирно знаменитой, в 1944 году. В этот же момент был сформулирован и основной принцип, которым **BODUM** руководствуется до сих пор: «Хороший дизайн не должен быть дорогим». Следуя ему вот уже семь десятилетий, швейцарская марка создает посуду и предметы для дома, которые становятся иконами стиля. В честь юбилея марка выпустит лимитированную коллекцию, в которую вошли классические модели **BODUM** в новых актуальных цветах. В этой коллекции можно найти легендарные модели посуды и кухонной техники, которые марка давно не выпускала: например, знаменитейший чайник **OTTONI**, включенный в коллекцию нью-йоркского музея MOMA и недоступный для покупки уже много лет.

Палитра лимитированной серии – это не только классические черный, серебристый, но и 6 новых цветов: зеленый, синий, розовый, голубой, желтый и красный. Объединенные в разные комбинации, они создают необыкновенные и запоминающиеся модные сочетания. Юбилейная коллекция **BODUM** обещает стать одной из самых заметных новинок посудной индустрии 2014 года.

www.domos.ru



Лысьвенская
эмалированная

ПОСУДА

Готовь со вкусом!

NEW



Кроха



Сфера



Квадрат

ОАО "Лысьвенский завод эмалированной посуды"
618900, Россия, Пермский край, г.Лысьва, ул.Металлистов, 1
Тел. (34249) 9-24-44, 9-20-78, 9-20-69, 8-800-100-2420;
e-mail: market@aklmz.ru; info@aklmz.ru; www.posuda.aklmz.ru

Восточная элегантность для Villeroy & Boch

Компания Villeroy & Boch выпустила лимитированную коллекцию посуды **Abeer** от начинающего дизайнера из Дубаи **Maher A. Housn**. Дизайнер выиграл конкурс, организованный компанией по случаю 265-летия бренда. Работа дизайнера сочетает в себе искусство арабской каллиграфии в современной интерпретации с использованием свежих цветов и элегантного «золотого» акцента.



Скульптурный декор на посуде

Скульптор **Mary O'Malley** создала коллекцию фарфора **Bottom Feeders**, украшенную элементами ручной работы. При создании использованы натуральные морские губки, смоченные в жидкой глине, а затем обожженные. Посуда обжигается при температуре 1200 °С. Затем она покрывается 22-каратным золотом. Цена фарфора от Mary O'Malley достигает \$2400.



КОРОТКО...

С 1 января 2014 года генеральным директором ОАО «АК «Льсьвенский металлургический завод» назначается **Андрей Тунев**, ранее занимавший должность исполнительного директора ЗАО «ЛМЗ». На этом посту он сменил Олега Гусева, который оставил должность в связи с переходом на другую работу.

Компания «Фрайбест» открыла новые фирменные магазины в Азове и в Москве (ТЦ «РТС» на ул. Волочаевской, 12А).

Компания «Радиус» пополнила ассортимент новинками итальянского производителя стекла VIDIVI.

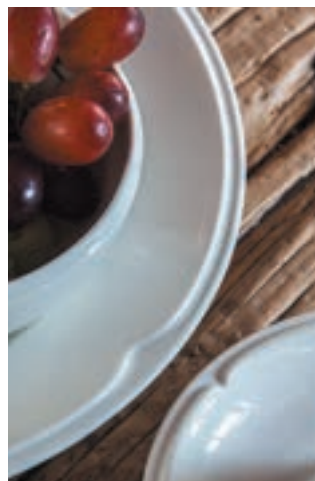
ИЗЫСКАННО И ФАКТУРНО



Финский производитель картона **Pankaboard** получил сертификат на компостируемость картона PankaPlex, из которого изготавливается бумажная посуда. Результаты исследования доказали, что специальные материалы PankaPlex разрушаются и биологически разлагаются в определенное и строго ограниченное время. В дополнение к этому материал соответствует всем требованиям с точки зрения химического состава, включая низкие уровни допустимого содержания тяжелых металлов, позволяющие избежать ущерба для окружающей среды. Материал может безопасно регенерироваться компостированием.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ANNA

Компания **RAK Porcelain** представила новую коллекцию профессионального фарфора Анна. Коллекция выполнена в традиционном классическом стиле и включает полную линейку предметов для сервировки стола. Коллекция поступит в продажу в апреле 2014 года.



РОМАНТИЧНОЕ НАСТРОЕНИЕ ОТ SELTMANN



Марка Selmann выпустила новую линию фарфора Marienbad. Романтическая и элегантная, коллекция Marienbad включает круглые и овальные формы с рельефными декорациями в стиле барокко. Линейка дополнена такими элементами, как соусник, набор для соли и перца, различными кофейными и чайными аксессуарами.

Фарфор Selmann достаточно прочен благодаря толстому слою глазури, а неглазурованные «ножки» изделий защищены от царапин алмазной полировкой. Посуда данной коллекции может быть использована в духовке, микроволновой печи и посудомоечной машине.



УГМК
ОЦМ

www.ocm.ru

ЗАО «КОЛЬЧУГЦВЕТМЕТ»

*Медная посуда -
выбор настоящих
профессионалов!*

ЗАО «Кольчугцветмет»

Тел. +7 (49245) 2-18-49 | E-mail: ValuevaIN@zio.ru

Управляющая компания ООО «УГМК-ОЦМ»

Тел. +7 (34368) 98-077 | E-mail: Selunsky@ocm.ru

Инновационный поворот от Joseph Joseph

Новое решение для хранения сыпучих продуктов от компании Joseph Joseph – стеклянные банки на вращающихся основаниях придадут кухне инновационный поворот!



Бумажная посуда станет экологичнее

Финский производитель картона Pankaboard получил сертификат на компостируемость картона PankaPlex, из которого изготавливается бумажная посуда. Результаты исследования доказали, что специальные материалы PankaPlex разрушаются и биологически разлагаются в определенное и строго ограниченное время. В дополнение к этому материал соответствует всем требованиям с точки зрения химического состава, включая низкие уровни допустимого содержания тяжелых металлов, позволяющим избежать ущерба для окружающей среды. Материал может безопасно регенерироваться компостированием.



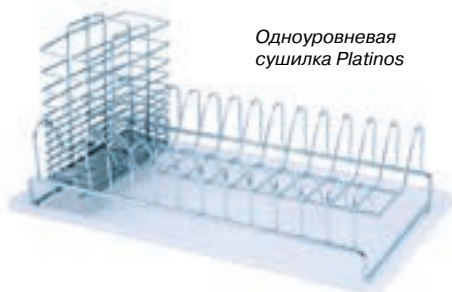
Столовое стекло от ИФЗ

В год празднования 270-летия Императорского фарфорового завода предприятие выпустило эксклюзивную коллекцию столового стекла. В оформлении стеклянных бокалов и рюмок использован знаменитый узор «Кобальтовая сетка». Этот изящный и благородный рисунок создан по мотивам росписи первого русского фарфорового сервиза «Собственный» в середине XVIII века для императрицы Елизаветы Петровны создателем русского фарфора Д.И. Виноградовым и является визитной карточкой завода. Коллекция изготовлена на стекольном заводе KROSNO (Польша) по заказу ОАО «Императорский фарфоровый завод».



НОВИНКА ОТ ESPRADO®: СТИЛЬНЫЕ СУШИЛКИ ДЛЯ ПОСУДЫ

Европейский бренд товаров для кухни Esprado® представляет новинки в своей коллекции Platinos – сушилки для посуды, которые позволят оптимизировать процесс высыхания посуды, а также станут достойным украшением кухонного интерьера.



Одноуровневая сушилка Platinos

Сушилки представлены в самых разнообразных конфигурациях: настольные многоуровневые (для размещения тарелок, чашек и столовых приборов) или одноуровневые (только для тарелок или дополненные корзиной для столовых приборов), а также навесные. Все модели имеют отделение для сушки тарелок, корзину для приборов и пластиковый поддон, защищающий поверхность стола от влаги.

Сушилки покрыты уникальным утолщенным покрытием CHR20, разработанным датскими специалистами, которое усиливает коррозионные свойства материала и продлевает срок службы изделий, сохраняет платиновый блеск таким же ярким, как в день покупки, и облегчает уход – достаточно протереть поверхность сушилки салфеткой.

АМЕРИКАНСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ОТ КОМПАНИИ «ДЖИ-ЛИАН»



Дорогие друзья, совместно с всемирно известной торговой маркой Auratic мы создали новую коллекцию AURATIC for JI-LIAN American collection.

ЕЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Высокое качество исполнения: роскошно, изящно, изысканно...
- Стильный дизайн с оттенком лета) ...
- Удачная (дачная) комплектация: 17 предметов (для подарка) и 43 предмета (для сервировки)...
- Подарочная упаковка как всегда, безупречна.
- Главное: ее можно мыть в посудомойке и использовать в микроволновой печи ...

С пожеланиями теплой и солнечной весны, добра и радости, коллектив компании «Джи-Лян»

Ждем вас по адресу: г. Москва, ул. Сельскохозяйственная, 7/1, стр. 2.

Тел. +7 (495) 617-41-53 (59), www.ji-lian.ru



Ji-Lian[®]



НОВИНКИ ОТ *Crystalex*



В этом году компания Crystalex представляет совершенно новую серию коллекций под названием **Classical collection**. Этот проект характеризуется первоклассной обработкой изделий и роскошной упаковкой по два бокала. Эту новую часть нашего ассортимента представляют эксклюзивные коллекции **Amoroso** и **Grandioso**. Amoroso является элегантной комплексной коллекцией, в которую включены как бокалы, так и стаканы. Для изделий из коллекции Grandioso характерен их впечатляющий размер, так что они всегда будут оставаться в центре внимания.



Sandra



Amoroso

Следующая новость касается расширения успешной коллекции **Sandra**. Кроме классических бокалов для вина и воды мы теперь предлагаем два вида бокалов для пива и коктейлей. Также разработаны четыре вида стаканов, которые идеально дополняют бокалы. Коллекция Sandra стала одной из самых комплексных в нашем ассортименте.

Без внимания не осталась наша и без того широкая коллекция **BAR**. Кроме ранее представленных оптимальных бокалов для вина, пива, коктейлей и безалкогольных напитков мы представляем три вида совершенно новых коктейльных бокалов.

Часть выставочной площади снова занимают уникальные бокалы **Turbulence**.



Turbulence



На стенке этих бокалов имеется функциональный и одновременно украшающий элемент, который ускоряет процесс оксигенации вина и выделения аромата. Дегустирование из этих бокалов приносит необыкновенные впечатления.

НОВЫЕ ДЕКОРАЦИИ

Предложение новинок на 2014 год совершенно потрясающе – коллекция содержит более 100 новых декораций с использованием всех технологий декорирования.

Самой интересной новинкой 2014 года является одна из крупнейших коллекций **WATERFALL**. Эта необыкновенная коллекция характеризуется оптическими элементами на стенках бокалов, стаканов, графинов и ваз. Вазы мы также предлагаем в разноцветных вариантах. У них может быть окрашено дно, причем благодаря оптике создается уникальный эффект, или вазы могут быть окрашены полностью. Коллекция поставляется в специальных тематических упаковках.

ПАНТОГРАФ

Пантограф является традиционной декоративной технологией, применяемой в Каролинке уже более 150 лет и которая снова пользуется большим спросом покупателей во всем мире.

В предложении представлен декор «чистое панто», дополненный золотым или платиновым ободком, который ориентирован в основном на Европу и Америку. Для восточных рынков подготовлены богатые декорации с использованием золота и платины, в некоторых случаях они дополнены напылением краской. В экспозиции стенда присутствуют и эксклюзивные декорации, комбинирующие гравировку, пантограф и роспись.

Основной новинкой являются **декорации на ножке бокала**, которые эффектно дополняют декорации, размещенные на емкости бокала. Эта комбинация действительно впечатляет и поднимает декорирование на совершенно новый уровень.



Новые декорации, выполненные по технологии пантограф, используются в основном на формах Victoria, Gloria, Sandra и Viola. Кроме того, представлено несколько других успешных декораций на сериях Angela и Claudia.

www.crystalex.cz



БРЕНД Jessie Steele, ПОКОРИВШИЙ МИР



Коллекцию фартуков Jessie Steele полюбили и зарубежные знаменитости – Дженнифер Энистон, Кристин Дэвис и многие другие, их можно увидеть в таких фильмах, как «Отчаянные домохозяйки» и «Секс в большом городе – 2», шоу Опры Уинфри.

Бренд также предоставляет фирменные аксессуары, такие как прихватки, полотенца, продуктовые сумки и поварские колпаки. Казалось бы, такие простые предметы могут быть не только практичными, но и стильными. Каждый из них поможет создать неповторимую атмосферу уюта и женственности в любом доме.

Оригинальные винтажные фартуки и аксессуары Jessie Steele впишутся в любой интерьер, они могут стать отличным подарком, который обладает особым дизайном и сделает любую женщину еще более привлекательной хранительницей домашнего очага.

В России
товары
компании
Jessie Steele
официально
представлены
в магазинах
Williams Et Oliver

НАШИ АДРЕСА:

ТЦ «Времена Года», Кутузовский проспект, 48, тел. +7 (495) 644-34-51,
ТГ «Модный сезон», Охотный ряд, 2, тел. +7 (495) 797-98-41,
ТДК «Смоленский Пассаж», Смоленская площадь, 3, тел. +7 (495) 644-34-52,
ТРЦ «Райкин Плаза», ул. Шереметьевская, 8, тел. +7 (495) 797-98-40,
ТЦ «Дрим Хаус», дер. Барвиха, 85/1, тел. +7 (495) 644-34-53,
Внуково Outlet Village, г. Москва, Киевское шоссе, 8 км от МКАД, дер. Лапшинка, владение 8, корп. 1, тел. +7 (495) 797-98-38,
ТЦ «Ереван Плаза», ул. Б. Тульская, д. 13 – открытие в марте!
Россия, г. Краснодар, ул. В. Головатого, 313, тел. +7 (861) 201-93-90

ОТДЕЛ ОПТОВЫХ ЗАКУПОК:

+7 (495) 644-34-41, доб. 168

www.williams-oliver.ru

Компания Jessie Steele была создана Еленой Стил и ее дочерью Клэр – женщины всегда любили готовить, уважали традиции и верили, что кухня всегда начинается с фартука. Именно коллекционирование винтажных фартуков натолкнуло на идею создания небольшого бизнеса по их производству. 2001 год был выбран для запуска коллекции, начало нового века явилось прекрасным моментом для укрепления семейных традиций и представления фартука аудитории как женственного

аксессуара, символизирующего женщин и приготовление вкусной еды.

Не прошло и 10 лет, как бренд Jessie Steele успел покорить весь мир. Покупатели полюбили товар за натуральность тканей и, конечно, за особый дизайн, который обновляется каждый сезон, сейчас на рынке существует более 40 коллекций. Производители не устают баловать новыми фактурами и оттенками, используют нежное кружево и женственные ленты-вставки.



БЕЗОПАСНОСТЬ ПОСУДЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Приоритетом для «Нева металл посуда» является безопасность потребителей и, как следствие, безопасность посуды. С момента основания «Нева металл посуда» использует в производстве только проверенные сырье и материалы, строго контролирует качество изделий на каждом этапе производственного цикла. Продукция тестируется, на склад поступают изделия, успешно прошедшие все этапы контроля. В то же время в России с 2010 года значительно упрощен порядок подтверждения соответствия посуды, и теперь именно от добросовестности (порядочности) производителя, импортера зависит безопасность посуды. Качество – это прежде всего категория нравственная и лишь потом экономическая. Для некоторых компаний, реализующих посуду на рынке России, главным является не качество, а прибыль. Отсутствие системы контроля и надзора со стороны государства позволяет недобросовестным импортерам и производителям наживаться на продаже посуды за счет снижения качества продукции. Еще более усугубляет данную ситуацию то, что поставщик не несет ответственности за причинение вреда здоровью потребителя.

Прогресс не стоит на месте, появляются новые вещества, применяемые в производстве посуды. Часто проверка по существующим стандартам, которая не рассчитана на поиск новых веществ, ничего не дает. Существующие методики и стандарты значительно устарели. В России программа обновления стандартов тормозится отсутствием у государства средств на нее. Последний нормативный документ, определяющий гигиенические нормативы на материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, был выпущен в 2000 году – ГН 2.3.3.972-00. С тех пор нормы проверок посуды уточнялись только эпизодически, в узких областях, например в регламенте Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков». Документ базируется на ГН 2.3.3.972-00, многие современные материалы не рассматриваются. Например, нет прописанных требований для популярных сегодня «керамических» покрытий. «Нева металл посуда» по собственной инициативе проводит не только исследования материалов на содержание в них вредных веществ, но и испытания эксплуатационных характеристик полученных покрытий в контакте с разными пищевыми продуктами.



В проекте межгосударственного стандарта «Посуда литая из алюминиевых сплавов. Общие технические условия» пункт о посуде с противопригорающим покрытием носит ссылочный характер. В области методик контроля и требований к противопригорающему покрытию на сегодняшний момент изменений нет, идет отсылка к ГОСТ 17151. Стандарты требуют упорядочивания.

«Нева металл посуда» выступает за ужесточение государственного контроля безопасности посуды с противопригорающим покрытием и изучает возможности сотрудничества с государственными надзорными организа-

циями для изменения текущей ситуации в области данного вида посуды. Первым шагом в этом направлении является создание подкомитета «Товары народного потребления, в том числе посуда алюминиевая с покрытиями и без покрытий» в рамках комитета «Материалы и полуфабрикаты из легких и специальных сплавов» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии приказом №92 от 10 февраля 2014 года.

www.nmp.ru, info@nmp.ru,
тел. +7 (812) 331-41-51



Oriental Way

Товары для кухни

Современные технологии и великолепные антипригарные свойства

Посуда из металла выполнена из современных, высокотехнологичных материалов, которые делают посуду устойчивой к деформациям и обеспечивают комфортное и безопасное приготовление пищи. В наших сериях вы найдете посуду с керамическим, мраморным и алмазным покрытием.



Электрическая плита



Газовая плита



Стеклокерамическая панель

Надежность и практичность

Посуда из пластика заняла достойное место на современной кухне. Герметичные контейнеры, банки для сыпучих продуктов, разделочные доски изготовлены из нетоксичных материалов, не изменяют вкус и цвет продуктов. Удобство использования и хранения, прочность и термостойкость — основные преимущества нашей посуды.



Заморозка до -20°C



Разогрев до 120°C



Можно мыть в посудомоечной машине

Экологичность и уникальный внешний вид

Посуда из дерева обладает не только неповторимой текстурой, богатой цветовой гаммой и благородством натуральных материалов, но и высоким качеством ручной работы и оригинальным дизайном.



Природный материал



Долгий срок службы



Не впитывает влагу



Не впитывает запахи

ООО «Восточный путь»

Тел.: (495) 771-65-00

Москва, 105264

9-ая Парковая 37, оф. 407

www.orientalway.ru



НАБОР ПОСУДЫ MULTI SET

7 предметов со светлым керамическим покрытием



ПОСУДА СЕРИИ MARTINA

Литой алюминий с 5-ти слойным мраморным антипригарным покрытием



КАСТРЮЛИ СЕРИИ LILY

Кастрюли с крышкой LILY со светлым керамическим покрытием 20 см и 24 см



КОНТЕЙНЕРЫ СЕРИИ ENJOY

Это удобная и легкая посуда для хранения и транспортировки продуктов. Выполнены из высококачественного пластика, 100% герметичны



БАНКИ ДЛЯ СЫПУЧИХ ПРОДУКТОВ

Изготовлены из поликарбоната, сочетают в себе высокую прочность, низкий вес и долговечность



СТОЛИКИ-ПОДНОСЫ

Столики для завтрака представлены в трех вариантах — из акации, гевеи и бамбука



САЛАТНИЦЫ, РАЗДЕЛОЧНЫЕ ДОСКИ, ХЛЕБНИЦЫ, ПОЛКИ ДЛЯ СПЕЦИЙ

Выбирая для дома посуду из дерева, вы получаете не только безопасность и уют натуральных материалов, но и высокое качество, оригинальный дизайн изделий

БЛЕНДЕРЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ



В 1921 году компанией Vitamix (США) был спроектирован и изготовлен первый в мире двухскоростной высокоэффективный промышленный блендер. За 90 лет работы Vitamix стал признанным лидером в производстве смешивающего оборудования. Сегодня компания Vitamix выпускает высокопроизводительные, современные блендеры и миксеры для бара и кухни. Мы вам расскажем о самых популярных моделях этой марки.

BARBOSS ADVANCE – универсальный блендер для приготовления напитков, рассчитанный на заведения с высокой проходимостью. Супермощный и производительный блендер может перемолоть два литра льда всего за три секунды. Антиударный контейнер из поликарбоната выдержит любые нагрузки, а специальные ножи из прочной закаленной стали позволяют быстро и качественно обрабатывать сложные и твердые ингредиенты, обеспечивая идеальную текстуру напитка. Шесть встроенных заводских программ помогут в работе бармена, но при желании можно создать собственную программу для эксклюзивного напитка. Импульсный режим управления и режим автоматического отключения позволит бармену уделять больше внимания клиентам. А усовершенствованная конструкция мотора позволяет избежать перегрева, что обеспечивает повышенную надежность при пиковых нагрузках.



VITA-PREP 3

Блендер VITA-PREP 3 – профессиональный кухонный блендер, не имеющий аналогов на рынке. Многие известные шеф-повара по всему миру выбрали для работы блендер VITA-PREP 3, он стал для них незаменимым помощником на кухне. И это не случайно. Блендер способен приготовить идеальное пюре за три секунды, перемолоть специи и крупу, измельчить овощи. Мотор мощностью 3 л.с. гарантирует исключительную производительность при приготовлении блюд, а регулятор скорости и ускоритель позволяют легко перерабатывать твердые ингредиенты для приготовления супов-пюре и восхитительных десертов. Антиударный контейнер из поликарбоната с герметичной крышкой пригоден для работы с горячими и холодными продуктами, а ножи подходят для перемалывания и измельчения продуктов любой плотности, а также резки овощей и фруктов.

Блендер THE QUIET ONE – самый тихий из профессиональных блендеров. Он работает на 25% тише, чем аналоги от других производителей. Уровень его шума – от 62 до 72 dB. Это громкость нормальной человеческой беседы, что создает благоприятную атмосферу для клиентов. Звукоизолирующий колпак на магнитной основе намного легче чистить и разбирать. В блендере использованы многие современные инновационные технологические решения: антиударный контейнер с герметичной



THE QUIET ONE

крышкой, «плавающее» крепление двигателя и специальные звукопоглощающие уплотнители, а также усовершенствована система распределения воздушных потоков, которая защищает блендер от перегрева, 93 скоростных режима, 34 программы смешивания, возможность перепрограммирования, – все это делает блендер THE QUIET ONE самым профессиональным кухонным блендером на рынке HoReCa.

**КОМПАНИЯ «КОМПЛЕКС-БАР» –
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ
КОМПАНИИ VITAMIX
НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ.
WWW.COMPLEXBAR.RU**

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



BARBOSS ADVANCE



Arista Rose

Посуда Esprado® из костяного фарфора

ESPRADO®
Good for looking, good for cooking

Мы встречаем утро со своими родными за завтраком, вечером обсуждаем новости прошедшего дня за ужином, а в выходные и праздники устраиваем семейные обеды или дружеские вечеринки... И практически всегда центром нашего общения с близкими становится уютно накрытый стол.

Esprado®, европейский бренд товаров для кухни, предлагает современную столовую посуду, которая станет изюминкой и праздничного, и повседневного застолья. Она идеально подойдет для сервировки любимых блюд, подарит наслаждение от каждой трапезы и прослужит многие годы.

Над созданием коллекций Esprado® работает международная команда высококлассных дизайнеров, воплощающих все новейшие тренды посудной моды в фирменных ярких сериях и придерживающихся многовековых традиций при разработке классических коллекций.

Ценителям классики Esprado® предлагает шесть коллекций из костяного фарфора, которые отличаются изысканным дизайном, а также повышенной белизной, тонкостью и прозрачностью.

Посуда из костяного фарфора – воплощение мечты любителей изящных классических сервировок. Костяной фарфор объединил в себе мастерство и многолетние традиции стран-лидеров в производстве фарфоровой посуды – Великобритании, Японии, Германии, Китая.

Основные составляющие костяного фарфора – костная зола и каолин. От содержания костной золы в составе материала зависит его белизна и прозрачность, которая и делает изделия из костяного фарфора столь востребованными. Родина костной золы, из которой производится посуда Esprado®, – Великобритания, славящаяся сырьем самого высокого качества. В материале, который используется для создания посуды Esprado®, ее содержание

составляет от 48 до 50 %. Каолин, белая глина на основе природного минерала, поступает из Новой Зеландии, одного из наиболее экологически чистых регионов.

Готовое изделие покрывается экологичной глазурью из Японии, высоко ценящейся во всем мире, которая позволяет добиться идеального ровного цвета и кристального блеска. Для декорирования используются пигментные пасты и чистое золото из Германии.

В процессе обжига при температуре в 800°C используется природный газ, а не уголь – это сохраняет глазурь чистой и прозрачной, а саму процедуру делает экологически чистой. Костяной фарфор Esprado® не содержит примесей кадмия и свинца, а потому абсолютно нетоксичен и безопасен.

В ассортименте столовой посуды Esprado® из костяного фарфора представлены коллекции классической формы с бортиками, а также серии современной формы Octa, похожей на распустившуюся лилию.



BONE CHINA

Костяной фарфор



Повышенная прозрачность



Идеальный цвет



Уникальный дизайн



Повышенная прочность глазури



Деколь золото



Деколь платина



Eco-friendly

Безопасно для человека и окружающей среды

Санкт-Петербург (812) 318-0515
Москва (498) 659-5465
Новосибирск (383) 363-7871

Самара (846) 312-5953
Екатеринбург (343) 344-3154
Ростов-на-Дону (863) 268-7855

С полным ассортиментом столовой посуды из фарфора можно познакомиться на сайте www.esprado.com.

Arista Blue

Lirio

El Gracio

CALVE®

Premium Quality

КРАСОТА В ДЕТАЛЯХ!

Оригинальный набор кухонных аксессуаров от популярного производителя посуды из Испании CALVE станет настоящим подарком для поклонников стиля хай-тек в интерьере! Изящный и практичный, он покориет сердца покупателей своим продуманным дизайном и удивительной функциональностью.

Набор CL-1366 включает в себя устойчивый серебристый пенал для хранения 4 разделочных досок и 3 незаменимых предметов кухонного инвентаря, изготовленных из экологически чистого пищевого нейлона.

Во избежание смешения вкусов и ароматов каждая разделочная доска имеет свою индивидуальную расцветку и ярлык с изображением определенного вида продуктов, рекомендуемых к использованию.

Нескользящие силиконовые уголки надежно зафиксируют доску во время работы, а благодаря универсальному размеру каждой доски 30 x 20 см вы с легкостью сможете нарезать и измельчать продукты с максимальным удобством и комфортом.

Кухонные принадлежности в наборе CL-1366 представлены половником, лопаткой и ложкой для спагетти. Прорезиненные рукоятки приборов снабжены специальными подставками, которые позволяют рабочей части оставаться на весу, сохраняя поверхности чистыми.

Наши кухонные инструменты идеально подходят для посуды всех видов, в том числе и с антипригарным покрытием.

С помощью набора кухонных принадлежностей CL-1366 вы легко решите проблему зонирования рабочего пространства на вашей кухне.

Наши разработчики уверены, что набор подарит своим покупателям настоящий комфорт и удовольствие при приготовлении пищи.

Все безупречно вместе с Calve!

Вы можете ознакомиться с полным и постоянно обновляющимся ассортиментом продукции CALVE на нашем

сайте: <http://calve-group.ru/>

Тел. +7 (495) 783-34-00

E-mail: info@calve-ru.com





interos

Яркие идеи для Вашей кухни!



Тел./факс: +7 (495) 645 85 48

Тел: +7 (495) 645 85 68

www.interos-posuda.ru

info@interos-posuda.ru

tescoma®

ВСЕ КРАСКИ ВЕСНЫ НА ВАШЕМ СТОЛЕ!

С приходом долгожданной весны так хочется украсить яркими красками семейные и дружеские вечеринки. Особенно это актуально в период встречи Масленицы и Международного женского праздника. К этому сезону благодаря стараниям компании Tescoma вы можете воспользоваться оригинальными новинками из серии Delicia Deco, которые помогут за считанные минуты сотворить на столе незабываемое чудо.

СКАЗОЧНЫЕ ПИРОЖНЫЕ

Корзиночки из теста, украшенные разноцветной глазурью, а также всевозможными фигурками, цветочками, бабочками, звездочками. Казалось бы, все это мы уже когда-то делали... Но посмотрите внимательно. Теперь пирожные выглядят просто потрясающе! Они словно живые!



Для приготовления всевозможных украшений используют тесто для марципана, а также специальную пасту, или, как ее еще называют в быту, пищевой пластилин (в основе которой – смесь сахарной пудры с миндалем или другими орехами). Такую пасту не трудно сделать дома из орехов и сахара, измельченных в блендере, или можно купить. Преимущество последней в том, что ее не требуется выпекать в духовом шкафу. Она уже готова к употреблению! Необходимо только добавить пищевой краситель (всегда бывает в продаже) и раскатать полученное тесто! Теперь дело за формочками. Ассортимент последних настолько велик, что просто глаза разбегаются. Поэтому имеет смысл предварительно выбрать подходящие формы по каталогу. Впрочем, даже взяв формочки наугад, вы не останетесь разочарованными, поскольку работать с ними – одно удовольствие.

Рекомендуется дать немного подсохнуть извлеченным из формочек десертным украшениям – и можно ставить их на стол!



И конечно же к этому творческому процессу необходимо подключать детей! Уж они-то умеют лепить, и им нравится получать прекрасные фигурки из **силиконовых и пластиковых форм от Tescoma**. Хорошо, что помимо плоских изделий есть формочки для создания объемных деталей, например раскрывшихся лепестков розы. Кстати, в арсенале форм имеется специальный штамп, позволяющий не только вырубить контур идеальной формы, но и одновременно выдавить в нем нужный рисунок.



Подделки не нужно запекать в духовке. Они сразу готовы к употреблению. Сочные цвета просто притягивают к себе взгляд! Вы можете украсить ими испеченный заранее кекс или торт (для запекания в духовом шкафу имеются соответствующие силиконовые формы) или выполнить самостоятельное изделие. В любом случае приготовленный десерт непременно станет хитом вашей кулинарной программы.



НЕПОВТОРИМЫЙ ТОРТ

Какой праздник без торта?! Используя возможности представленных аксессуаров, вам не составит труда приготовить двух- и даже трехъярусный торт, каждый уровень которого будет иметь свой рисунок. Будьте уверены, такое невозможно купить в магазине!



При этом есть все возможное для того, чтобы продемонстрировать личное творчество. Достаточно воспользоваться **инструментами для карвинга от Tescoma**. Благодаря этим маленьким помощникам нанести свой собственный рисунок на поверхность приготовленного десерта, (в том числе дополнительно к трафаретному) очень просто. В предлагаемом ассортименте имеются наборы из трех и шести инструментов, выполненных из высококачественного пищевого пластика.



Для дней рождений, круглых дат или известных праздников существуют формы с буквами и цифрами. Таким образом, совсем не сложно вылепить для торта имена, даты или торжественные слова, которые надолго запомнятся вашим близким.

Занимаясь приготовлением сладких блюд по таким трафаретам с маленькими детьми, вам будет проще обучить их буквам и цифрам. Ребенок с удовольствием запоминает все, что связано с новым развлечением и интересной игрой!

Комбинируя с сочными цветами и всевозможными формами, можно добиться высоких результатов и занять первое место в конкурсе домашних кулинаров.

КРАСИВОЕ РЯДОМ!

Желательно, чтобы вылепленные предметы были своего цвета. Это позволяет создавать яркие букеты и **оригинальные цветовые сочетания**. Если вы хотите сделать украшения в виде бутонов роз из отдельных тонких лепестков, **Tescoma** предлагает воспользоваться специальными подставками, на которых лепестки предварительно высыхают, не слипаясь впоследствии друг с другом! После этого их нетрудно перенести на выпечку или фруктовый десерт.



Процесс создания разнообразных декоративных мелочей весьма увлекателен, поэтому к созданию поделок подключаются не только члены семьи, но и пришедшие гости. Вот корабль на бирюзовой волне, вот божья коровка на лепестке ромашки, вот бабочка присела на край зеленого листочка... Таких сюжетов может быть великое множество. Очень приятно, что создавать подобные украшения стола так просто. С этим прекрасно справляются даже дети! И для этого не требуется много времени! А процесс дружеского общения за таким занятием запомнится шутками, смехом и хорошим настроением.

international home + housewares show

2014

2100 Экспонентов более чем из 40 стран

60 000 Профессиональных посетителей более
чем из 120 стран



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

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

15 - 18 Марта
Чикаго, США

Зарегистрируйтесь сейчас и получите бесплатное приглашение

Посетители: www.housewares.org/attend

Экспоненты: www.housewares.org/exhibit



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



INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION®
the home authority

www.housewares.org/networking



ILLINOIS
MILE AFTER MAGNIFICENT MILE



Röndell
Professionals Recommend

Настоящая хозяйка знает: для того, чтобы порадовать семью и гостей любимыми блюдами и превратить процесс приготовления кулинарных изысков в радость, сэкономить собственное время, нужна современная посуда. Так в чем же заключается эта самая «современность»? Все просто: стильный дизайн, экологичные материалы и, конечно, комфорт – те критерии, которые превратят «общение» с посудой в истинное удовольствие для кулинаров!

Посуда для удовольствия: новый взгляд на создание любимых блюд.



Коллекция посуды

Erste

Выбирая подходящую посуду, мы теряемся в огромном выборе. Не усложняйте себе жизнь: коллекция наплитной посуды **Erste** от бренда Röndell, в которую входят три кастрюли разного диаметра (18 см, 20 см, 24 см) и ковш из высококачественной стали, позволит вам вздохнуть с облегчением благодаря особенно комфортной работе с ней. Только представьте себе, что теперь для слива жидкости вам не пригодятся ни дуршлаг, ни прихватки или полотенце, чтобы удержать такую всегда непослушную крышку посуды! Забудьте также и о том, что половина приготовленных с любовью спагетти окажется в раковине, как это часто происходит при сливе. Наконец-то вы увидите, что избавиться от ненужной жидкости можно легко и непринужденно даже из пятилитровой кастрюли! Дело в том, что во всех кастрюлях **Erste** предусмотрена специальная конструкция ручек, которая надежно фиксирует крышку при сливе. Для большего удобства кастрюли обеспечены специальными носиками на корпусе и ободком с отверстиями разных размеров на крышке. Но это еще не все! В отличие от посуды для приготовления других производителей посуда коллекции **Erste** обладает поистине уникальной особенностью: во время приготовления, например, при добавлении ингредиентов, крышку можно ставить вертикально! Согласитесь, такая возможность в разы облегчает работу. А еще, вы забудете о том, как крышка с конденсатом или частичками продуктов пачкает вашу любимую столешницу, когда вы создаете свои кулинарные шедевры. Удивит вас и то, что теперь не нужно лихорадочно искать, куда бы пристроить ложку во время приготовления блюд: ее вы можете легко разместить на крышке кастрюль **Erste**! При создании коллекции **Erste** были учтены все требования к современной посуде: каждый предмет выполнен из экологичной нержавеющей стали высокого качества, которая сохраняет все полезные вещества в продуктах. А стильный дизайн этой посуды впишется в интерьер любой кухни и обязательно вдохновит вас на новые кулинарные шедевры!



XVI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

Весенняя фантазия



19 - 23 марта

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон 3
метро «Выставочная»

- Выставка-ярмарка изделий промыслов
- "Город мастеров" - демонстрация приемов художественного мастерства
- Презентации, мастер-классы
- Выступления фольклорных коллективов, шоу-показы дизайнерской и этнической одежды

В рамках выставки Фестиваль войлока: "ШЕРСТИВАЛЬ"



Тел. Ассоциации: (499)124-48-10, 124-08-09 www.nkhp.ru nkhp@mail.ru

IX ФЕСТИВАЛЬ
НАРОДНЫХ МАСТЕРОВ И ХУДОЖНИКОВ РОССИИ

ЖАР-ПТИЦА



23 - 27 апреля

ВВЦ, павильон № 69

Тел.: (499)124-48-10, 124-08-09, (495)544-34-16 факс:(499)124-63-79
www.nkhp.ru, www.svkvvv.ru

ОТ ВОССОЗДАННОГО РЕМЕСЛА К НОВОЙ КЕРАМИКЕ

Один из самых известных на посудном рынке брендов – «Ломоносовская керамика» продолжает радовать своих почитателей новой продукцией. На этот раз это цветная керамика, созданная специально для яркой сервировки стола.

«Ломоносовская керамика» уже не первый год пользуется повышенным покупательским спросом. Продукция этой марки отличается высокими стандартами качества и принадлежит к категории самых экологичных изделий на рынке посуды. Благодаря собственному производству специалисты «Ломоносовской керамики» в кратчайшие сроки освоили почти утраченное оятское гончарное ремесло. Сегодня об уровне воссозданного направления свидетельствуют работы **Николая Подрезова** (народный мастер РФ), а также предметы искусства, представленные главным технологом компании, членом союза художников **Тамразяном Товмасом**, выставляемые на различных выставках.

Интерес к рожденным заново посудным изделиям был отмечен на различных показах, в том числе – на прошедшем в августе прошлого года Пятом Международном фестивале гончаров в городе Скопине. Именно здесь, наряду с работами из большинства европейских государств (приняло участие около 300 мастеров гончарного дела), особое место занимали изделия, созданные в рамках ручного производства, организованного «Ломоносовской керамикой».



В ассортименте компании – десятки моделей столовой посуды из глины, среди которых кувшины, чайники, чайные и кофейные пары, сахарницы, масленки и пр., поставляемые как по отдельности, так и в наборах. Новое предложение из трех линеек включает в себя изделия различных цветовых оттенков – коричнево-кремового, терракотово-кремового и кремового – в матовом и глянцевом исполнении. Благодаря оптимально подобранной цветовой гамме все предметы сервировки удачно дополняют интерьер каждого современного дома.

Создание уникальной продукции подчеркивает важность обращения к истокам ремесленного производства, незаслуженно утратившего свою актуальность более века назад. Именно из прошлого приходят к нам и основные сюжеты, и понимание протекающих вокруг нас явлений, и природное равновесие, позволяющие достичь необходимой в наше время гармонии, прежде всего между формой и содержанием создаваемой вещи.

Отдельно стоит сказать о благоприятном влиянии керамической утвари на организм человека. Глиняная посуда способна не только сохранить подлинный вкус приготовленного блюда, но и довести его до совершенства. Не случайно истари самые изысканные кушанья



готовились и хранились в керамической посуде.

Благодаря химической инертности посудная глина не выделяет в пищу химических элементов, вредных для здоровья при соприкосновении с солями, кислотами или в результате разогрева до высоких температур!

Сегодня, когда современный темп жизни вынуждает всех довольствоваться едой, приготовленной на скорую руку, керамика является тем спасательным кругом, который выносит нас из пучины проблем туда, где есть место здоровому питанию, а значит и полноценной жизни. Если говорить о

кухонной посуде, то она позволяет ингредиентам томиться в духовом шкафу, без вмешательства человека. То есть во время приготовления пищи можно заниматься любимым



делом! При этом приготовленное блюдо сохраняет натуральный вкус и значительную часть полезных и питательных веществ. Столовая керамическая посуда может длительное время сохранять температуру приготовленного блюда (эффект термоса) и тем самым подчеркивать первозданные ароматы только что созданного угощения. Ни одна другая посуда не способна на это!

Сегодня «Ломоносовская керамика» является поставщиком федерального масштаба. Объемы поставок увеличиваются в соответствии с ростом спроса на продукцию компании. Это удачное время для заключения партнерских взаимоотношений и наращивания товарооборота!

ООО «Ломоносовская керамика»,

**Ленинградская обл.,
Ломоносовский р-н,
д. Разбегаево**

**E-mail: trade@firmalk.ru
www.firmalk.ru
www.naturepan.ru
www.lkeramika.com**



РОЗНИЦА-2014. КОРРЕКТИРОВКА СЦЕНАРИЯ

Рынок ритейла, несмотря на спотыкающуюся экономику в целом, показывает неплохие результаты. Объем выручки от розничной торговли в мире, по подсчетам компаний «Делойт Туш Томацу Лимитед (ДТТЛ)» и Stores Media, составил примерно \$4,3 трлн. В России темпы роста доходности розницы замедлились за последний год, но, с другой стороны, финансовые успехи X5 Retail Group, «Магнита», «М. Видео» и «Дикси» не вызывают сомнений. На фоне этих гигантов рынок посудной розницы выглядит скромно, однако и здесь можно обнаружить очевидные успехи. За счет чего?

Что привлекает клиента в рознице? Ответ на этот вопрос достаточно прост. Привлекает уровень сервиса, который, по сути, является самостоятельным товаром. Современный конечный покупатель предпочитает не просто взять и оплатить нужный ему предмет, но и иметь возможность получить консультацию, включая сравнительный анализ с аналогичной продукцией.

Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-сентябре 2013 года, %



Именно розница позволяет поставщику понять, что желает покупатель, и подталкивает его к пониманию того, как этого можно достичь. Однако с появлением очередного ценового барьера розничным продавцам приходится бороться за своего клиента, особенно в среднем ценовом сегменте. Здесь покупатель крайне придирчив, желая получить от покупки по максимуму и заплатив при этом по минимуму.

По мнению Элисон Кэни Пол (компания Deloitte LLP, США), при экономической неопределенности, которая присутствует сегодня, ритейлерам следует «делать ставку на понимание психологии клиента и управление инновациями с целью повышения лояльности и вовлеченности покупателей».

Как и 2013 год, текущий – 2014 год будет для представителей розничной торговли определяться умением выстраивать персонализированный подход к клиентам. Если быть более точным, то успешная деятельность конечного продавца будет напрямую зависеть от его умения подобрать «ключик», или, другими словами, особый подход к клиенту. Один

из вариантов такого подхода, как ни странно, – дать возможность клиенту насладиться полноценным самообслуживанием.

В подтверждение к этому стоит отметить, что согласно проведенным исследованиям **60% клиентов розничных сетей хотят во время шопинга воспользоваться прайс-чекерами, кассами самообслуживания, информационными киосками, системами цифровых табло.** То есть сегодня активно развиваются технологии класса «мобильные продажи» (mPoS solutions).

Что сдерживает работу розницы? Конкуренция и финансовая нестабильность не дают многим компаниям развернуться, руководители фирм не позволяют своему «маркетингу» экспериментировать на «минном» поле, где даже каждое прикосновение

к торговой полке сопряжено с «взрывами» (ответными действиями) конкурентов и... партнеров. Да, это серьезный тормоз. И все-таки... «И все-таки, она вертится!» То есть движется, в смысле торговли.

Вопрос только в том, кто продвинется вперед и насколько, а кто так и останется топтаться на месте? Чтобы не оказаться в числе последних, некоторые компании принимают довольно радикальные меры. Например, в конце прошлого года один из самых крупных игроков в сегменте столового фарфора почти полностью заменил менеджерский состав. Эффект первых двух месяцев – объективный рост продаж. Свежая кровь, как говорится. Правда, в посудном сегменте подобные встряски не столь продолжительны. Если у кого-то «ушли» люди, значит, их кли-

По оценкам INFOLine, на начало 2014 года в России насчитывалось 817 гипермаркетов общей площадью 4,4 млн кв.м. Магазины этого формата работают в 224 городах страны. На 1 млн жителей в крупнейших городах приходится от 4,8 гипермаркета (Москва) до более чем 16 (Екатеринбург, Краснодар). Емкость рынка, по оценкам экспертов, составляет не менее 1600 гипермаркетов.

По материалам газеты «Коммерсант»





11 октября 2013 года в Государственную Думу был внесен законопроект №354360-6 «О внесении изменения в статью 2 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (в части уточнения понятия «торговая сеть»), в котором предлагается изменить понятие «торговая сеть». Так, если сейчас торговой сетью можно называть больше двух магазинов под общим названием, то авторы документа предлагают называть торговой сетью совокупность десяти и более торговых объектов общей площадью не менее 50 кв.м каждый. По словам автора законопроекта депутата Госдумы Б. Балашова, действующим законом о торговле установлен широкий перечень запретов, адресованных торговым сетям, а также их поставщикам. В первую очередь законопроект направлен на активизацию предпринимательской активности в мелкой торговле. Чем меньше у предпринимателя административных барьеров, тем легче ему выстроить свой бизнес. Рост количества небольших магазинов повлечет за собой конкуренцию между ними и, как следствие, улучшение качества продукции и сбалансированную политику ценообразования.

енты скоро могут оказаться у «вражеской» пристани, ибо более 50% специалистов посудного рынка повторно пробуют свои силы на знакомых просторах.

Получается, спасения нет?! Именно так. Причем нигде. Но есть клиенты, и они всегда хотят быть самыми главными клиентами! На этом твердом фундаменте приходится строить свою работу.

Ошибка, которую сегодня повторяют любители наступать на одни и те же грабли, – рассматривать своих покупателей только как единую целевую аудиторию и производить свои расчеты, опираясь на показатели, демонстрируемые так называемыми фокус-группами. Этот метод допустим (и даже приносит высокие результаты) при достаточно ста-

бильной экономике, когда индекс предпринимательской уверенности растет пропорционально покупательской лояльности. В иные времена, как, например, сейчас, необходимо учитывать индивидуальность каждого покупателя внутри какой-бы то ни было социально-возрастной группы.

Сегодня покупатели от класса «эконом плюс» до класса «средний плюс» желают приобрести уверенность хотя бы в том, что они покупают. Им важно спокойствие, которое они переносят на свою покупку (или хотя олицетворяют с покупкой). Поэтому продавать им нужно то, в чем они будут уверены завтра.

Следовательно, в торговом зале должно быть все как за каменной стеной! Вне

торгового зала связь с «каменной стеной» покупатель хранит в виде приобретенного товара.

Казалось бы, как это можно совместить с новым дизайном, акционными скидками, предложениями от новых брендов? Оказывается, очень просто! В любом случае все новое – это прежде всего традиционное, проверенное временем, уютное спокойствие!

Поэтому все запускаемые новинки должны быть с оттенком – «это не подведет!». Например:

- **революционный дизайн** – нет оснований для беспокойства. Мы можем позволить себе смелые решения!

- **отсутствие декора** – классика минималистиче-

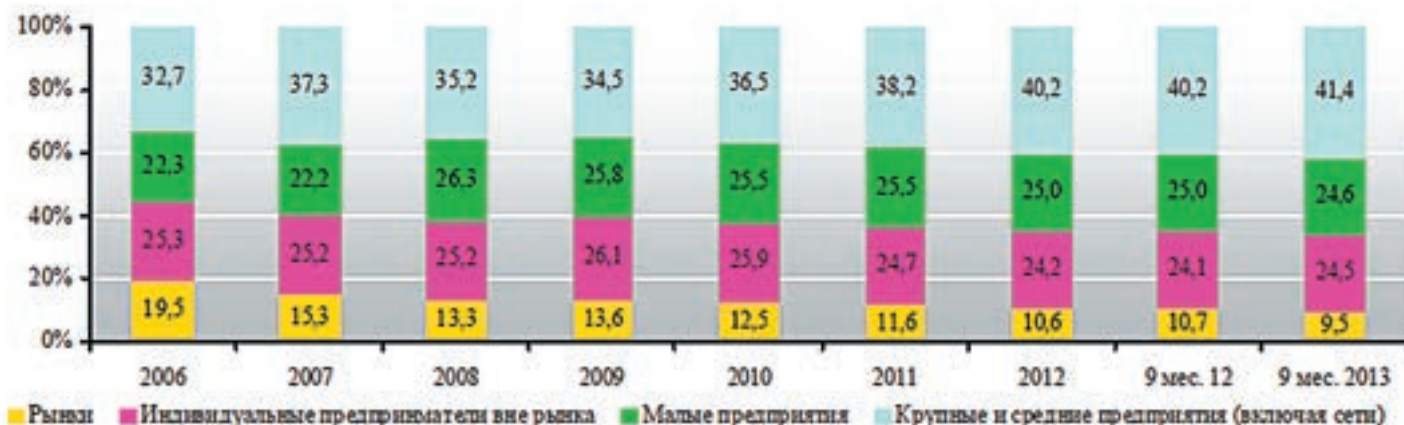
ского наследия, где совершенство не зависит от ярких цветов.

- **простая упаковка** – обратите внимание, во что упаковывают брендовые изделия в Европе... Мы же не торгуем «цветастой» оберткой?!

- **разноцветная коробка** – не означает азиатский ширпотреб или пересортицу! Как вы могли такое подумать?! Сегодня вы должны видеть всю информацию о товаре на упаковке, не так ли?! Яркая упаковка позволяет покупателю заметить желаемую информацию быстрее!

Список можно продолжать до бесконечности... Важно не это. Важен поворот в сторону внутреннего «я» клиента. И в шаткие моменты

Структура формирования оборота розничной торговли в 2006-2013 годах по видам организаций, %



Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-сентябре 2013 года, %



истории это «я» думает в первую очередь о том, как себя обезопасить, как пережить не самое лучшее время... Выбирая товар, «заботливое я» реализует то, что не может реализовать в других сферах жизни. И на эту «услугу» сегодня и живет розница.

Молодое поколение – тоже покупатели. Не флагманы в отличие от постоянных и зрелых во всех отношениях ценителей «искусства», но... это временно. К тому же молодежь не боится экспериментов, особенно если их планшеты «рулят» в точке продаж. А уж если чудо цифровой техники сможет доручить до бесплатной доставки... Это принесет неплохие дивиденды. Продавцам остается только сделать эту доставку.

Подтверждением этому являются данные официального опроса. Оказывается, **68% опрошенных заявили, что наверняка заказали бы**

товар в Интернете, будь доставка бесплатной.

Представители интернет-порталов суетятся вокруг своих электронных прилавков, спеша освоить неназойливый круглосуточный сервис, хотя реальных ночных заказов не так-то уж много. В том ли направлении следует доставать покупателя? С одной стороны, а почему бы и нет? Но с другой, не стоит забывать о товаре как о продукте правильного представления, как о детали, которую можно узнать по прикосновению... Посуда – это не просто предмет, соответствующий заявленным техническим характеристикам и ГОСТу. Это деликатный товар, он должен совпадать со вкусами будущего обладателя. И поэтому, если вы – действительно интернет-магазин, а не список стандартного ассортимента ряда с конечными ценами, следует подумать о комфорте своего

В сентябре 2013 года оборот розничной торговли непродовольственными товарами составил 103,4% относительно сентября 2012 года и 99% – относительно августа 2013 года. Следует отметить, что в сентябре 2013 года темпы роста оборота розничной торговли непродовольственными товарами (103,4%) сократились относительно сентября 2012 года (108,5%) на 5,2 п.п. В III квартале 2013 года оборот розничной торговли непродовольственными товарами составил 104,1% относительно III квартала 2012 года и 107% относительно II квартала 2012 года.

покупателя. Например, коль уж нельзя показать товар вживую, нужно его грамотно «продемонстрировать» в удаленном доступе. Вот с чем надо работать. И это отнюдь не просто.

Кстати, высокие технологии – сегодня не только товар. Сегодня это инструмент для продажи товаров! Покупатели любят свои гаджеты, продавцы это знают! Торговый зал без бесплатного Wi-Fi не заменит даже чашечка кофе и сверкающий от чистоты туалет.

активности. Не стоит рассчитывать, что покупателя в России «есть куда дожать», как полагают многие западные аналитики. Колоссальное разделение уровня жизни в «центре» и на периферии дает понять, что дожимать можно, условно говоря, только Москву и Петербург... Поэтому рассчитывать на длинные деньги в виде доходов от потребительских займов особенно не приходится. Скорее, наоборот, покупатель будет рад получить призовые бонусы, плавно перетекающие в условные деньги, которыми можно частично оплачивать понравившийся товар.

В итоге стоит подчеркнуть, что розничная торговля, движущаяся вперед, несмотря на экономическую пробуксовку и снижение деловой активности в ряде ведущих секторов экономики, принесет достойную отдачу лишь тем, кто своевременно проведет корректировку сценария своего поведения в схеме «продавец-покупатель».



С НОВЫМ ГОДОМ ПО ЛУННОМУ КАЛЕНДАРЮ!

13 февраля текущего года в Венском зале гостиницы Azimut Moscow Olympic состоялся торжественный прием в честь наступления нового 2014 года по Лунному календарю. Мероприятие было организовано при поддержке торгово-экономического представительства Правительства Специального Административного Района «Гонконг» в Лондоне, а также Совета по развитию торговли Гонконга и Ассоциации делового сотрудничества «Россия-Гонконг».

Приветственное слово в честь открытия торжества произнесла госпожа Эрика Нг, генеральный директор торгово-экономического представительства Правительства Специального Административного Района «Гонконг» в Лондоне, которая отметила важность развития торговых взаимоотношений между нашими государствами, учитывая постоянное расширение технических возможностей, рост числа инвестиционных проектов, а также совершенствование законодательства.

Также с приветственной речью выступил Иван Поляков, председатель правле-



ния Ассоциации делового сотрудничества «Россия-Гонконг», пожелавший всем гостям дальнейшего процветания и наращивания бизнес-контактов.

Среди собравшихся присутствовали представители малого и среднего бизнеса, тесно взаимодействующие с китайским рынком посредством гонконгских компаний или российских фирм, образованных на территории Гонконга.

По завершении торжественной части и приятного ужина для всех представителей СМИ была устроена небольшая пресс-конференция, на которой Леонид Орлов, директор Московского представительства Совета по развитию торговли Гонконга, и госпожа Эрика Нг ответили на вопросы журналистов.

В последнее время байеры, приезжающие на выставку в Гонконг, часто сравнивают последнюю с Кантонской ярмаркой, где преобладают компании-производители из континентальной части Китая. При этом у некоторых представителей российского бизнеса создается впечатление,

что работать напрямую с китайской фабрикой проще и дешевле. Так ли это на самом деле? Именно этот вопрос и прозвучал от нашего журнала. Ответил Леонид Орлов. Он перечислил ряд неоспоримых преимуществ для налаживания контактов именно на территории Гонконга:

– С момента действия беспересадочных рейсов прилетать в Гонконг стало проще, чем раньше. К тому же россиянам, въезжающим в Гонконг, не нужна виза. Важным моментом является и англоязычное население в Гонконге. В Центральном Китае многие сталкиваются с языковым барьером. В Гонконге по сравнению с Китаем проще коммерческое, банковское и арбитражное законодательство, проще практика закупки. Это немало важно для российских компаний. Вероятность неблагонадежности партнеров в Гонконге гораздо меньше, чем вероятность неблагонадежности партнеров в континентальном Китае. Эти аспекты в большей степени относятся к среднему бизнесу, потому что малый бизнес может быть не

совсем готовым в финансовом и квалификационном смысле к работе в Гонконге. Что касается большого бизнеса, то он может работать где угодно; заниматься менеджментом можно, например, находясь в Нью-Йорке. Но кровь коммерции – это средний бизнес.

Не могу согласиться с тем, – добавил Л. Орлов, – что работать напрямую с китайским производителем обходится дешевле. Когда вы приезжаете на китайское предприятие, то видите, что производственный план там рассчитан далеко вперед и войти в этот налаженный цикл очень сложно. Другое дело, если вы сотрудничаете с гонконгской компанией, которой вы всегда интересны и которая без проблем входит в закупочно-производственные циклы. Зачастую гонконгские компании являются кредиторами этих самых производителей.

Получается, что, выделив некоторую сумму посреднику в лице гонконгской компании, закупщики застрахованы от возможных дополнительных расходов при взаимодействии с самой фабрикой.

ГОД НАЧАЛСЯ. ПРОЦЕСС ПОШЕЛ

Казалось бы, все участники посудного рынка понимают, что в их экономической нише происходит совсем не то, что они предполагали в первой половине прошлого года. Однако прийти к единому мнению о текущей ситуации пока не удастся. А между тем время идет и каждому представителю бизнеса интересно знать, чем еще проявит себя нежелательный спад и как долго он продлится.

Уже к началу осени потребительский спрос снизился, несмотря на открытие преддоговного сезона. Покупатели предпочитали воздерживаться от покупок. В результате падение покупательской активности за ноябрь по сравнению с прошлым месяцем составило не менее 1%, а по сравнению с сентябрем – около 3%. Потребительские расходы в отличие от ноября 2012 года упали на 6,5% (с учетом инфляции).

В декабре произошло кратковременное облегчение, все-таки главный праздник года свое дело знает. Но уже с января картина опять стала напоминать медленно тонущий «Титаник».

В результате на первом же специализированном выставочном мероприятии только и было разговоров о том, что рынок «просел».

Неприятно, что ряд производителей, уверовав в се-

редине прошлого года в оживление продаж, выпустили продукции больше нормы. Следовательно, сегодня их складские запасы выросли.

Падение покупательской активности многие связывают со снижением реальной стоимости заработной платы и негативным настроением, связанным с отзывом лицензий у ряда кредитных учреждений.

В сегменте кухонной посуды, где продажи традиционно держались за счет ввода технологических новинок, также наступило небольшое затишье. Во-первых, многие переключились на умную кухонную технику, которая заменяет и кастрюлю, и сковороду и пр. Во-вторых, покупатели уже утомились выбирать себе «правильное» антипригарное покрытие. В частности, в Московском ре-

гионе все большее число конечных покупателей хотят приобрести традиционный вариант, который позволяет пользоваться посудой долгое время. Что же касается цветовых решений, то не важно, какими они будут, важно, чтобы эта окраска (например, «жираф», «армия», «зебра» и пр.) подчеркивала индивидуальность на кухне у покупателя.

Кроме того, многие потребители отказываются сегодня от светлых, бело-бежевых оттенков, принимая их за керамические и забывая, что цвет не несет практического значения и не зависит от вида антипригарного покрытия.

Так называемое керамическое покрытие, разрекламированный зеленый товар, теряет своих приверженцев, поскольку не выдерживает проверку временем. Как пра-

вило, исправная работа сковороды с керамическим антипригарным покрытием составляет около полугода (в руках среднестатистической российской семьи).

Что касается цены на единицу кухонной продукции, то она зависит от ее новизны. То есть чем новее модель, тем выше ценник (при прочих равных условиях). При этом цены на модели прошлого сезона опускаются только в самом низком ценовом диапазоне. Начиная со среднего ценового сегмента, уровень цен не снижается.

Если говорить о рынке стеклянной столовой посуды, то продукцию оставшихся отечественных производителей замещает питьевое стекло от европейских брендов. Покупатели предпочитают стеклянную продукцию



иностранным производством. Все-таки качество финишной обработки у иностранных мастеров при поточном производстве выше. Вообще 19% всего объема оптовых продаж стеклянной посуды реализуются в Москве и Московской области. Далее в порядке убывания следуют Краснодарский край, Тюменская область, Свердловская область, г. Санкт-Петербург.

В настоящее время происходит процесс частичного замещения фарфоровой продукции стеклянной, при этом российские производители выступают в основном в низком и среднем ценовых сегментах, конкурируя с продукцией из Китая. Высокий же ценовой сегмент занят товарами из стран Западной Европы, а именно Франции, Чехии и Италии. Лидером рынка признана марка Luminarc.

В сегменте фарфоровой и керамической посуды поставщики не демонстрируют принципиально новые дизайны, скорее происходит доработка уже существующих линий.

Объем рынка столовой и кухонной стеклянной посуды в Российской Федерации составил в стоимостном выражении в 2010 году – \$312,57 млн, в 2011 году – \$451,84 млн, в 2012 году – \$317,67 млн. В натуральном выражении объем рынка снизился с 428,06 до 337,94 млн штук, что говорит о перенасыщении рынка.

Среднегодовой темп снижения российского производства керамической посуды составил 11%, наименьшим он был в 2010 году (3,1%), наибольшим в 2008 году (16,59%).

Что касается движения товаров согласно своим ценовым категориям, то здесь мнения разделились. Во-первых, каждая торговая компания, как выяснилось, ставит для себя свои ценовые рамки на единицу продукции. Во-вторых, сейчас нет такого, чтобы буксовала или пользовалась повышенной активностью одна ценовая категория у всех. Ситуация, скорее, обратная. Каждая компания «выезжает» на своем ассортименте и своем ценовом уровне. У кого-то это продукция эконом-класса, а у кого-то класса премиум.

Практически каждый продавец в настоящее время расширяет свой ассортимент за счет других товарных групп: хозяйственных товаров, игрушек, подарков, сувениров, кухонной электротехники (пароварки, мультиварки, термопоты и пр.). Это говорит о серьезном падении уровня продаж.

Среди тенденций будущего в первую очередь необходимо отметить, что спрос на фарфоро-фаянсовую и керамическую посуду будет продолжать снижаться по отношению к прочим смежным рынкам, таким, в частности,

как рынок стеклянной посуды. В моде по-прежнему останется минимализм, хай-тек и фантазийные формы, плавные асимметричные линии, рваные, небрежные края бортов, восточные геометрические формы. Как обычно, останется в моде белый фарфор с гладкой поверхностью. Технологические новации на рынке фарфоро-фаянсовой и керамической посуды направлены на достижение максимальной прочности и устойчивости к сколам и царапинам продукции, а также разработку новых видов изделий и новых способов их формовки.

Учитывая тот факт, что по всему рынку посуды, как стеклянной, так и керамической, наблюдается сокращение объема рынка в натуральном выражении, причем как за счет внешней торговли, так и за счет внутреннего производства, можно прогнозировать его колебания в диапазоне от 95 до 115 млн штук. Вероятный объем рынка керамической посуды в 2020 году составит не более 115 млн штук.

Исходя из среднегодового роста цен на потребительские товары за последние 10 лет, можно спрогнозировать объем рынка керамической посуды в стоимостном выражении в 2020 году не более 110 млрд рублей.

В сегментах нержавеющей и антипригарной посуды также заметно снижение

Объем производства керамической посуды в России с 2002 по 2013 год, млн штук	
Годы	Показатели
2002	229,52
2003	202,19
2004	171,32
2005	157,98
2006	143,59
2007	125,1
2008	104,34
2009	88,3
2010	85,56
2011	79,58
2012	73,98
2013	70,1

объемов продаж. Однако не настолько сильное, поскольку эта посуда уже очень давно пользуется повышенным спросом. При этом спрос на такую посуду с выравниванием общерыночной ситуации несколько увеличится.

О том, когда произойдет «смена рыночного курса», сказать сложно. Так, в Европе уже в течение нескольких месяцев предприятия среднего и малого бизнеса чувствуют себя на порядок лучше. Будем надеяться, что и российский рынок в скором времени перестанет откатываться назад и покажет ощутимый рост вместо малоприятного вялотекущего процесса, который мы наблюдаем сегодня.

Уровень складских запасов товаров для дома России в 2006-2013 годах



ВЫСТАВКИ ПО ПОСУДНОЙ ТЕМАТИКЕ

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
IDEAL HOME SHOW 2014	14.03.14 30.03.14
Выставка товаров для дома и сада. Лондон, Великобритания	Media 10 Limited
INTERNATIONAL HOME + HOUSEWARES SHOW 2014	15.03.14 18.03.14
Международная выставка товаров для дома. Чикаго (США)	INA
HOUSEWARE EXPO / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА. ВЕСНА 2014	17.03.14 20.03.14
Международная специализированная выставка посуды, товаров для кухни и дома, хозяйственных товаров. Москва, ВК «Гостиный Двор»	ООО «Подарки Экспо»
ПОДАРКИ. ВЕСНА 2014	17.03.14 20.03.14
Международная специализированная выставка подарков, предметов интерьера, посуды и декора стола. Москва, ВК «Гостиный Двор»	ООО «Подарки Экспо»
STYLISH HOME. OBJECTS & TABLEWARE 2014	18.03.14 21.03.14
Международная специализированная выставка товаров для дома премиум-класса. Москва	ООО «МОККА Экспо Групп»
HOUSEHOLD EXPO 2014	18.03.14 21.03.14
Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома. Москва	ООО «МОККА Экспо Групп»
LUXURYHITS (LUXURY & HIGH INTERIOR TRADE SHOW) 2014	18.03.14 21.03.14
Выставка высокого интерьера и предметов класса люкс. Москва	ООО «Майер Экспо Групп»
ЛАДЬЯ. ВЕСЕННЯЯ ФАНТАЗИЯ – 2014	19.03.14 23.03.14
Выставка-ярмарка народных художественных промыслов России. Москва	Ассоциация НХП России
СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА – IPLS 2014	26.03.14 27.03.14
Международная выставка СТМ/контрактного производства. Москва	Reed Exhibitions
SPRING IDEAL HOME SHOW 2014	28.03.14 30.03.14
Выставка интерьерного дизайна и товаров для дома. Галифакс (Канада)	Master Promotions Ltd.
TABLEWARE TRADE SHOW	02.04.14 05.04.14
XIV международная выставка посуды. Киев	ООО «Парус Экспо Медиа»

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
HOUSEHOLD TRADE SHOW	02.04.14 05.04.14
5-й специализированный салон хозяйственных товаров. Киев	ООО «Парус Экспо Медиа»
HOREX	03.04.14 05.04.14
8-я кавказская международная выставка для отелей, ресторанов и супермаркетов. Баку	Баку, Экспоцентр
МОДОС: МОДА. ДОМ. СЕМЬЯ – 2014	09.04.14 12.04.14
3-я выставка-ярмарка товаров народного потребления. Волгоград	ВВЦ «Регион»
CANTON FAIR 2014	15.04.14 05.05.14
Международная выставка китайских импортно-экспортных товаров в Гуанчжоу/Кантонская ярмарка. Гуанчжоу (Китай)	CECF
IDEAL HOME ISTANBUL 2014	17.04.14 20.04.14
Выставка товаров для дома и подарков Стамбул (Турция)	Tuyar Fairs and Exhibitions Organization Inc.
HONG KONG HOUSEWARE FAIR 2014	20.04.14 23.04.14
Международная выставка товаров для дома. Гонконг (Китай)	HKTDCC
JINHAN FAIR HOME & GIFTS (SPRING) 2014	21.04.14 27.04.14
Международная выставка товаров для дома и подарков. Гуанчжоу (Китай)	Guangzhou Poly Jinhua Exhibition Co., Ltd.
ЯРМАРКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ 2014	23.04.14 26.04.14
Выставка-ярмарка. Ярославль	МУП «Старый город»
ВЕСЕННЯЯ ЯРМАРКА – 2014	24.04.14 26.04.14
Специализированная выставка. Калининград	ОАО «Балтик-Экспо»
ВСЕ ДЛЯ ЛЕТА – 2014	24.04.14 27.04.14
6-я международная выставка-ярмарка. Санкт-Петербург	FarExpo
ВСЕРОССИЙСКАЯ ЯРМАРКА В УДМУРТИИ – 2014	24.04.14 28.04.14
Всероссийская ярмарка продукции предприятий регионов России. Ижевск	ВЦ «Удмуртия»





13-я Международная специализированная выставка

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

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

www.hhexpo.ru



3-я Международная специализированная выставка

STYLISH HOME

OBJECTS & TABLEWARE

Товары для дома премиум-класса.

www.styhome.ru



Москва
МВЦ Крокус Экспо
18-21 МАРТА
2014



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

HORECA. JUST HORECA

www.justhoreca.ru

PODARKI CHRISTMAS BOX

2-я Международная специализированная выставка

Новогодняя продукция, подарки, сувениры.

www.christmasbox.ru

* На правах рекламы

«КОНСУМЭКСПО-2014. ЗИМА».

ВЫСТАВКА КАК ОТРАЖЕНИЕ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ

С 20 по 23 января прошла традиционная выставка «Консумэкспо», уже 29-я по счету. Посудные компании разместились, как и в прошлые годы, в двух павильонах. «Форум» собрал под своей крышей в основном бренды, работающие с кухонной утварью, а Павильон №1 участников рынка, занятых в сегменте столовой посуды. По всей видимости, с этим связана разница в количестве посетителей, в «Форуме» их было явно больше. Видимо, приготовлению пищи сегодня уделяется заметно большее внимание, нежели сервировке стола.



СТАТИСТИКА:

Количество участников – 400
 Представлено стран – 20
 Общая площадь – более 34 000 кв.м
 Количество посетителей – более 8000 человек.
 92% посетительской аудитории составили отраслевые специалисты
 66% посетителей заняты в розничной и оптовой торговле (включая розничные сети, торговые центры, бутики, интернет-торговлю и пр.) либо являются производителями товаров народного потребления.
 Более 50% посетителей являются владельцами фирм или их руководителями, принимающими решение о закупках в своих компаниях.
 География посетителей: на выставку приехали посетители из 300 городов всех 8 федеральных округов РФ и стран СНГ.
 Результативность выставки подтверждают показатели лояльности экспонентов: 65% – постоянные экспоненты, которые принимают участие в выставке на протяжении многих лет; 70% экспонентов еще до окончания выставки заявили о готовности участвовать в следующем году на таких же или больших площадях стендов.



Большинство компаний на выставке уже давно и хорошо известны. Новых имен – не много. Исключение – стенды, принадлежащие фирмам из Азиатского региона, в основном из Китая. Что касается европейских брендов, то, к сожалению, среди последних присутствовала только одна европейская компания, представляющая на российском рынке свою марку фарфора, – **Seltmann**.

Но, несмотря на это, в представленном посудном сегменте можно было увидеть немало интересных изделий.

Например, на стенде компании «Сибтекс» под маркой «Добрыня» поя-





вились новые металлические термосы, также заслуженным вниманием гостей стенда пользовались уже знакомые по прошлым показам суповарка-блендер и, разумеется, оригинальные самовары.

Достаточно привлекательно выглядели всевозможные ланчбоксы от компании **Open Prices**, а также оригинальный прибор для получения одной порции омлета на палочке.

С приготовлением яиц связана и продукция от компании **Joie**, не случайно на ее стенде была представлена целая группа яйцеварок **Big Boiley**.

Интересно было увидеть и обновленную коллекцию посуды от **Leander**.

Широкую линейку продукции из Португалии привезла для показа компания «**Анитекс Ларбринка**».



Ooga продемонстрировала яркую и стильную детскую посуду из пластика.

Среди новинок интересные емкости из пластика для бизнес-ланча, включая бутылочки для питья, были выставлены под брендом **Aladdin** (коллекция **Crave**).

Альтернативой пластиковым емкостям выступили спортивные и детские бутылки для питья из пищевой нержавеющей стали марки 18/8 от компании **Klean Kanteen** (США), представленные на выставке ООО «**Эколофт**».

Дизайнерские аксессуары можно было увидеть под марками **Kinto** и **AdHoc**.

Новые модели сковород предложили такие компании, как «**Пилот**» (**HardStone**), **Fissler** и **Zanussi**.

Интересными изделиями пополнился и стенд группы компаний «**Тима**».

Оригинальные вазы в виде яблока и кошки можно было увидеть на стенде компании «**Наш дом**».

Изысканные изделия из фарфора и стекла продемонстрировали компании «**ГенЛекс**», «**Импакт**», «**Юдашкин**», «**Анна Лафарг**», **Bohemia Crystalex** и др.

Обратила на себя внимание марка **Samurayushka**, на стенде которой была выставлена столовая посуда из стекла с тематическими рисунками.

На стендах компаний можно было увидеть такие известные бренды, как





Peugeot, Legnoart, Lacor, Zwiesel, Kyocera, Arcos, Boker, Wusthof, Rona, Gipfel и многие другие.

Повышенное внимание посетителей вызвал ставший традиционным проект «Новинки и инновации», в рамках которого свои изделия продемонстрировали такие известные компании, как: ООО «Радиус Хаусхолд» (кухонный нож «Шеф»), ООО «Роялтон Групп» (коллекция чугунной посуды Legasy), ООО «Пилот МС» (керамическая кастрюля Sera Vita), ООО «Антарес Трейд» (шнековая соковыжималка Nuro и антипригарная посуда Green Pan), ООО «ЗПИ «Альтернатива» (цветочный горшок «Камелия» и чаша «Симфония»), ООО «Бибихауз» (столовый сервиз «Тулип» и ваза для фруктов «Магма золото»), ГК «Импакт» (масленка из кристаллита и фарфоровая продукция с декором «Шиповник»), ООО «Альграф» (сервиз из фарфора ТМ MIDORI и керамические изделия для интерьера DELTA KERAMICHE), ENS GROUP (посуда из доломита серии «Ирис»),



ООО «ТНГ» (силиконовая посуда для детей) и др.

К услугам участников и посетителей выставки работали «Биржа деловых контактов», «Биржа контактов персон (Биржа труда)» и Консультационный центр по таможенному оформлению.

Немаловажным для всех посетителей явилась и деловая программа, в рамках которой были затронуты весьма актуальные на сегодняшний день темы, например: проект «Экспоцентра» – «За выставки без контрафакта», семинар «Простые правила управления бизнесом», новый проект: «Быстрый старт для молодого предпринимателя. Выбор концепции развития бизнеса», мастер-класс «Секрет правильной це-

ны» и пр. С успехом в рамках выставки прошел 10-й Всероссийский Форум «Продажи 2014: Посуда, подарки, сувениры» (было проведено более 3000 переговоров о поставках потребительских товаров в розничные сети России) с Центром Закупок Сетей™ (в сегменте pop-food состоялись прямые переговоры поставщиков с закупщиками 20 розничных сетей: «Фамилия», «СтокЦентр», Wildberries и др.).

Переговорам в Центре Закупок Сетей™ предшествовал цикл мастер-классов по входу в сети и увеличению объемов продаж. Разбор ключевых сложностей в работе с ритейлом провели ведущие эксперты **Петр Офицеров** (Real Work Management), **Дмитрий Потапенко** (MDG Inc.) и **Ирина Бондарук** (сеть универмагов «Авооська»), сделав акцент на ошибках поставщиков.

Тему работы с ритейлом продолжил **Евгений Кореньков** (Retail Expert), отметив, что для решения этих задач воз-



возможности поставщика должны иметь трехкратный запас прочности: по ассортименту, по времени, по обеспечению торговых точек.

Завершился Форум практическим семинаром **Александра Соколова**, в рамках которого были разобраны ошибки и удачные решения, встречающиеся в виртуальном пространстве рынка HouseHold: от постановки технического задания подрядчику до получения кредита доверия и удержания покупателя. В основу наполненного практическими примерами выступления лег анализ нескольких десятков интернет-магазинов посуды и товаров для дома.

Форум зарекомендовал себя как эффективная рабочая площадка для делового общения, предоставляющая уникальную возможность поставщикам из всех регионов России найти свою сеть сбыта.

Состоялась конференция «День интернет-рекламы: онлайн-бизнес от А до Я», организованная eLama.ru и ЗАО «Экспоцентр».

Конференция была посвящена всем аспектам интернет-коммерции: особенностям основных рекламных каналов, повышению конверсии, способам увеличения продаж и многому другому. Ведущие эксперты по продвижению в Интернете поделились накопленным опытом и примерами из практики.

В течение двух дней в мероприятии приняло участие более 700 слушателей – директоров и владельцев магазинов, маркетологов и специалистов, занимающихся продвижением проектов в сети.

Участники познакомились с конкретными примерами эффективного интернет-маркетинга и получили новые инструменты увеличения продаж. Конференция стала отличной базой знаний для создания и запуска интернет-

магазина, а также для эффективного продвижения уже существующих интернет-проектов в сети.

Посещение выставочного мероприятия в чем-то напомнило встречу старых друзей. Практически все отечественные экспоненты давно являются партнерами нашего издания. С некоторыми из них мы провели традиционные интервью, которые публикуем в данной статье.

Вероника Пойтина (В.П.), ведущий специалист по маркетингу компании «Пилот МС»



Корр.: – Что сегодня интересует покупателя посуды в первую очередь?

В.П.: – Предпочтения настолько разные, что трудно определить какую-то устойчивую тенденцию. Однако в любом случае решающую роль играет цена. По сегменту антипригарной посуды можно сказать, что наметился тренд к увеличению спроса на традиционные антипригарные покрытия в силу их более высокой износостойкости. Популярность посуды с керамическим антипригарным покрытием падает; темпы реализации данной посуды уже не такие высокие, как раньше. Поскольку

«керамические» сковороды изначально имели только светлые оттенки (белый, серый, бежевый), сегодня сковороды таких цветов не пользуются спросом, вне зависимости от того, какое у них покрытие – традиционное или керамическое. Потребители зачастую лишены достоверной информации о приобретаемых предметах посуды и не понимают, что цвет покрытия может быть любым и не зависит от вида этого покрытия.

Корр.: – Какие изменения по объемам продаж происходили за последние месяцы 2013 года в сегменте антипригарной посуды?

В.П.: – Прошедший год, несмотря на смещение покупательских предпочтений, о которых я сказала раньше, показал снижение объемов продаж в сегменте посуды с антипригарными покрытиями, причем как с традиционными, так и с керамическими. В качестве сравнения могу сказать, что объемы реализации посуды из нержавеющей стали остались на прежнем уровне. Вообще традиционную кухонную посуду и главным образом сковороды и сотейники серьезно потеснили мультиварки и другие кухонные электронные приборы с программным управлением.

Евгений Кириллов (Е.К.), начальник отдела развития компании «Анна Лафарг»



Корр.: – Что происходит сегодня с посудой в таких ценовых сегментах, как «средний», «средний плюс», и премиум-сегменте?

Е.К.: – Клиенты по всем ценовым категориям стали менее активны. Приходится постоянно работать с ценами для стимулирования продаж. Цена до сих пор остается главным фактором при выборе продукции. Особенно это актуально для интернет-торговли, так как в этом сегменте цены розничным покупателем сравниваются быстрее всего.

Корр.: – А если покупателю не с чем сравнивать цены, например в том случае, когда предлагается эксклюзив?

Е.К.: – Тогда внимание покупателей сосредотачивается на бренде, качестве, тренде, стране производства и, конечно, на своих вкусовых предпочтениях.



Корр.: – А что вы можете сказать по поводу дизайна: какой стиль, декор, цвет пользуется повышенной популярностью?

Е.К.: – Не могу выделить тенденций. Предпочтения большинства наших покупателей лежат, как ни странно, между европейскими и восточными декорами.

Корр.: – Насколько изменилась цена на фарфор за последние месяцы?

Е.К.: – В среднем фарфор подорожал на 15-20%. На удорожание китайской продукции большее влияние оказали пошлины а на европейскую продук-

цию курс евро.

Корр.: – Каква ваша минимальная партия при заказе одинаковой продукции?

Е.К.: – В вы-

из Европы, и новый европейский бренд всегда вызывает большой интерес, особенно это заметно в столичной рознице. Дело здесь не только в новом имени, но и в том, что, как правило, с этим именем появляется свежая дизайнерская идея. И это очень привлекает покупателя.



соком ценовом сегменте счет идет на десяток одинаковых изделий, максимум два десятка... В среднем ценовом сегменте счет идет на несколько десятков, как правило, от 50 единиц.

Корр.: – Какой обычно бывает реакция покупателей на появление нового бренда?

Е.К.: – Мы возим свою продукцию.

Корр.: – Как часто вместе с дорогим сервизом покупатель приобретает предметы декора, подходящие по стилю к своей основной покупке?

Е.К.: – Сказать точно затрудняюсь, я не веду такой статистики, к тому же у нас часто проводятся закупки только предметов декора, без посуды.

Корр.: – Каким вы видите будущее посудного рынка?

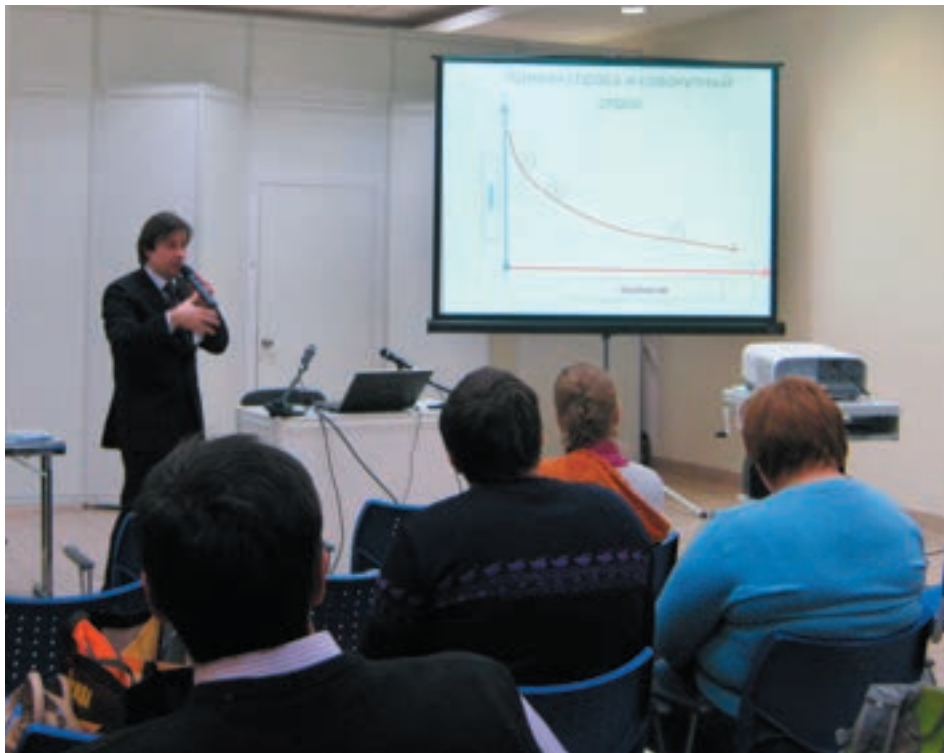
Е.К.: – Полагаю, что в ближайшее время мы будем наблюдать продолжение так называемого «броуновского движения», то есть состояния, когда каждый пытается что-то предпринять, но не знает, что конкретно нужно делать и к чему это все приведет. Это, наверное, логично в ситуации, когда у большинства розничных игроков падают продажи. Каждый пытается найти для себя рецепт благополучия методом проб и ошибок.

Юрий Федорович Кожокар (Ю.К.), директор по продажам компании BIOTAL

Корр.: – Термосы какой ценовой категории продаются сегодня лучше всего?

Ю.К.: – Средний сегмент всегда был самым продаваемым, здесь лучше всего проявляет себя соотношение цены и качества.





Корр.: – Существует ли разница между продукцией различных производителей термосов, в чем она заключается?

Ю.К.: – Существует. Чем надежнее производитель, тем меньше некачественных термосов он производит. Если говорить о браке в сегменте термосов, то, прежде всего, это наличие воздуха в том месте, где должен быть вакуум (то есть между наружной и внутренней стенками колбы). Если вакуума нет, термос перестает быть прибором и становится сосудом для переноски жидкости.

Корр.: – Какое значение имеет качество стали?

Ю.К.: – Огромное. Наша компания производит колбу из 304-й стали (по международной классификации – 18/8), некоторые производители используют для выпуска колбы 201-ю сталь. Вероятность того, что колба проржавеет, во втором случае очень велика.

Корр.: – Какая колба лучше по теплоизоляционным характеристикам: стеклянная или стальная?

Ю.К.: – Считается, что стеклянная колба большее время сохраняет тепло. Но у стеклянной колбы есть один большой недостаток – она бьется.

Корр.: – Возможно ли обычному покупателю проверить качество термоса?

Ю.К.: – В момент покупки термос проверить невозможно, но это можно сделать, придя домой и залив его наполовину кипятком. Если термос будет нагреваться снаружи через 15-20 минут, можно относить его обратно, у него полностью или частично отсутствует вакуум.

Дмитрий Бушмакин (Д.Б.), директор департамента региональных продаж компании Radius



Корр.: – Несмотря на умеренную посещаемость выставки, на вашем стенде постоянно ведутся перегово-

ры, подходят люди... Вы так популярны или это результат секретной подготовительной работы?

Д.Б.: – Выставка, действительно, проходит для нас достаточно активно, только за сегодняшний день менеджеры зафиксировали несколько десятков перспективных контактов. Кроме того, здесь мы встречаем наших постоянных клиентов, для которых важно живое общение и понимание того, что наша компания держится на плаву. Что касается подготовки, то, не скрою, мы начинаем готовиться к выставочному мероприятию практически за год. Это позволяет нам связаться с нашими партнерами, поработать над дизайном стенда, распланировать четкую работу менеджеров и пр. В итоге мы получаем от выставки высокую отдачу. Вот и весь секрет.

Корр.: – В вашем ассортименте много столовых приборов из нержавеющей стали, особенно ножей, насколько активны их продажи и в каком регионе они продаются лучше всего?

Д.Б.: – По ножам я могу отметить определенный рост продаж. Что касается региона, то я не вижу особой разницы, будь то Москва, Магадан или Петропавловск-Камчатский. Сегодня покупатели благодаря Интернету прекрасно осведомлены о существующих ценах и в состоянии оформлять заказы из любой точки.

Корр.: – А на какую продукцию из нержавеющей стали спрос притупился в последнее время?

Д.Б.: – Снизились продажи кастрюль в среднем ценовом сегменте. Причем это произошло и происходит повсеместно. Возможно, на ситуацию повлияло кредитное ярмо, которое накинута, прежде всего, на представителей среднего класса.



Премьера HOMI IL NUOVO GRANDE MACEF

Международный салон товаров для дома, посуды, кухонных принадлежностей, серебра, предметов дизайна дома, домашнего текстиля, подарков и праздничных украшений и аксессуаров, бижутерии, ювелирных изделий на протяжении многих лет (с 1964 года) встречает посетителей и экспонентов на стильных площадках выставочного комплекса Fiera Milano. На протяжении многих лет эта выставочная площадка носила громкое имя Macef. Но в этом году, с 19 по 22 января, выставка открыла свои гостеприимные двери под новой концепцией HOMI. Она посвящена людям и современному, комфортному, здоровому образу жизни.

Вот уже несколько десятилетий выставка Macef является воплощением идеи итальянского дома с его уникальным всемирно признанным стилем. Однако с годами оформление домашнего пространства претерпело сильные изменения. Теперь



дом – это не только синоним комфортного жилья, но и пространство для работы. Новый дом также место для досуга и для ухода за собой. Дом обрел новое лицо; изменился покупатель, а также сами способы осуществления покупок.

Основная аудитория выставки – покупатели: оптовые закупщики и состоятельные ценители прекрасного, которые желают сделать свой дом стильным и уютным. За ними следуют те, для кого посещение Homi носит сугубо деловой характер:

представители индустрии продукции и услуг в сфере обустройства дома, интерьерного и ландшафтного дизайна, ювелирных украшений. А еще миланскую выставку никогда не пропускают дизайнеры, архитекторы и ювелиры. Они отслеживают новинки интерьерной моды, изучают актуальные тенденции и в неформальной обстановке общаются друг с другом.

Выставка HOMI открыла новую страницу своей истории как уникальная площадка для встреч, дискуссий, выводов новых трендов и продуктов на рынок товаров для дома. Название выставки HOMI появилось не случайно. Это понятие, скрывающее в себе множество смыслов. Буква «O» воплощает круг, который охватывает и символически создает вокруг человека кокон, включая его пространства и привычки, в то время как MI – это напоминание о Милане. В основном новая концепция выставки коснулась новых возможностей для работы экспонентов и байеров, которая начиналась задолго до посещения выставки. На сайте начала функционировать цифровая онлайн-плат-



форма Macef+, которая значительно упростила общение экспонентов и перспективных байеров и позволяет вести нужные переговоры еще до начала и после закрытия выставки. Изменение не только имени, но и концепции выставки сыграло только в плюс. Премьера состоялась. Количество посетителей и экспонентов увеличилось. На 95-й сессии Macef (сентябрь 2013) присутствовали около 85 000 посетителей из 112 стран мира. Более 1300 компаний приняли участие в качестве экспонентов. А новую выставку Nomi приветствовали более 94 000 посетителей, она представила продукцию более 1500 экспонентов на 80 000 кв.м.

15% гостей Nomi Milano 2014 приехали из-за рубежа. Самыми многочисленными иностранными гостями Nomi стали россияне. За ними следуют граждане Испании, Франции, Японии, Греции и Турции.

Управляющий директор Fiera Milano Enrico Pazzali прокомментировал выставку Nomi так: «Присутствие на выставке более 94 000 посетителей, из которых 15% иностранных, в этом первом проекте Nomi бесспорно наградило инициативу 1500 экспонентов, поверивших в новую концепцию выставки и принимавших участие в новейшей выставке в Милане. Теперь, с их поддержкой, многие компании уверенно заявили о своем участии на следующих выставках в Италии и за рубежом. Мы уверены в том, что это событие является выражением превосходства итальянского образа жизни во всем мире».

Enrico также заявил: «Присутствие итальянских посетителей демонстрирует обнадеживающий знак восстановления экономики в нашей стране. На международной арене лучши-

ми странами-участниками стали Россия, Испания, Франция, Япония, Греция и Турция».

В этом году новая площадка значительно больше по сравнению со своей предшественницей. Ни небольшой дождь, ни туман не спугнули многочисленных байеров и гостей, желающих посетить выставку. Nomi

призвана быть новым видением и символом шопинга завтрашнего дня, приспособленной к стилям жизни мультикультурного потребителя, уделяющего особое внимание уходу за собой и созданию здоровой окружающей среды благодаря использованию динамичной, гибкой сети, обеспечиваемой концепцией спутников. На выставке представлено 10 видений жизни и опыта благодаря наличию 10 разделов (спутников), отражающих жизнь современного человека. Каждый из участков, принимавший участие в предыдущих выставках Macef, обретает теперь новое дизайнерское воплощение с использованием новых выставочных концепций. Сегодня все экспоненты размещены в точно регламентированных предназначению своей продукции зонах. Помимо компаний, постоянно принимающих участие в предыдущей версии MACEF, появилось много новых экспонентов. Компании, которые интересны нашему изданию, расположились во 2-м и 4-м павильонах: KITCHEN & DINING (СТОЛ & КУХНЯ), спутник, который называется Nomi LIVING HABITS (ЖИЗНЕННЫЕ ПРИВЫЧКИ): бытовые товары, кухонные и столовые принадлежности, призван внести жизнь





Компания KANLA осталась неизменной своему глубоко-синему бархатному дизайну, но сейчас разработчики новых коллекций перенесли эти детали не только на стаканы, что мы видели и раньше, но и на ручки кастрюль, сковород и чайника, они также теперь одеты в бархатные наряды, что очень празднично и по-домашнему мягко. Их новая коллекция, выполненная в бело-синей гамме, напоминает российскую гжель, но гораздо современнее и предложена на качественном фарфоре. Итальянская компания MODIGLIANI традиционно расписала свою керамику в стиле прованс. На стенде ZAK DESIGNS взору представилась целая цветочная оранжерея: все изделия имеют форму распустившегося цветка. Всегда интересны изделия под маркой KOZIOL, которая на всех вы-

ставках имеет большие площади и представляет много новинок. В этот раз разноцветные небольшие мельницы измельчают перец с помощью крутящихся лопастей.

Нельзя не упомянуть о зарубежном вояже итальянской HOMI. В 2014 году планируется дебют HOMI на российских подмостках. Впервые HOMI сделала свой выезд в пользу российской выставочной площадки «Крокус». HOMI RUSSIA пройдет с 15 по 18 октября 2014 года в Москве. В это же время будет проходить Saloni WorldWide Moscow. Это новый вызов для Fiera Milano, которая решила вывезти своих экспонентов в Россию: во время Недели дизайна в Москве их ожидают 50 000 покупателей со всего мира. Тогда, через HOMI, компании-участники будут демонстрировать свои продукты в стратегическом симбиозе с Московской редакцией Saloni.



в традиционные концепции благодаря новым сочетаниям и вдохновению.

Достаточно перечислить такие громкие имена, как AEROLATTE LTD, VILLEROY & BOCH ARTI DELLA TAVOLA, ALESSI SPA, ANDREAS TRIVETS, ARTE DI MURANO SRL, BLOMUS, CUISINART, ROSENAL, MESSULAM SPA, BORMIOLI ROCCO, NORITAKE EUROPA, PORTMERIOR GRUPP, ROYAL ART, TOVOLO, TRAMONTINA, THOMAS, VALD SRL, STOELZE LAUSITZ, и многие другие.

Для миланской выставки характерен особый дизайнерский шик, который чувствуется в оформлении стендов и представлении новых изделий. Так, компания

BALLARINI одну из сторон своего стенда уже не первый год оформляет в виде вывешенных плотными рядами сковород, которые символизируют нескончаемый поток выпускаемых изделий. Пропустить такой стенд невозможно. Стильно оформленные площадки привлекают посетителей разнообразием дизайнерских находок. Компания GUZZINI представила на своем стенде интересную посуду различных оттенков из современного материала, которую можно принять за стеклянную. Бренд SAUDE включил в свою коллекцию квадратные тарелки с выпуклыми и неровными краями.





ФЕЕРИЧЕСКОЕ ШОУ В ПАРИЖЕ

Maison & Objet по праву считается самой масштабной и значительной европейской экспозицией по дизайну интерьера и товаров для дома.

Ее в обязательном порядке посещают все перспективные дизайнеры, архитекторы и креативщики.

Наряду с прославленными брендами на выставке работают небольшие арт-мастерские.

Вот и в этом году в январе закончилась эта очередная интерьерная феерия под названием Maison & Objet.

Каждый год Maison & Objet в Париже принимает у себя более 6000 экспонентов, посещают выставку более 160 000 гостей и около 6000 журналистов из Франции и из-за рубежа.

Эта выставка, не имеющая аналогов в мире по количеству креативных модных решений для интерьера и дома, охватывает девять выставочных залов и занимает более 260 000 кв. м площади в год.

Выставка MAISON & OBJET уже много лет не нуждается в особом представлении. С первых же шагов по выставке автоматически запускается процесс впитывания многообразия стилей и невозможных сочетаний, которыми наполнены стенды. На выставке свои творения предлагают не только всемирно известные бренды, но и динамично развивающиеся региональные производители.

На выставке можно познакомиться с новыми коллекциями изделий для дома, в том числе посуды и кухонных аксессуаров, почерпнуть массу интересных идей для оформления своего дома и квартиры. Среди постоянных участников выставки такие громкие имена, как Philippe Starck, Sonia Rykiel, Jean-Charles Castelbajac и другие известные дизайнеры. Главная тенденция последних лет, которая прослеживается на выставке, – это природный, натуральный стиль. И еще одно модное направление предметов интерьера и посуды – обустройство кухонного пространства и аксессуаров в стиле 50-х, 60-х годов. В этом году представлено много интересных предметов интерьера в минималистичном стиле, изготовленных из новых материалов, которые позволяют создавать невообразимые формы. Простые, минималистичные изделия вдохновляют на новые идеи их будущих хозяев. Эти направления дизайна будут развиваться в течение 2014 года, а может, и нескольких лет. Яркие и смелые идеи, сочетание различных форм и объемов – все это будет востребовано в 2014 году.



Выставка Maison & Objet рассчитана на профессиональных дизайнеров и архитекторов, но, судя по заказам, выставкой интересуются и частные заказчики. Среди многообразия выделялись изделия марки CASA K – декоративные хрустальные «золотые» вазы и бокалы, 32 DUMAS показала интересные столовые приборы, французская компания ADHOC предложила необычные кухонные аксессуары для заварки чая. Компания ALAIN SAINT-JOANIS предлагает выполнить заказ клиента, осуществив любые фантазии и идеи на ручках своих эксклюзивных столовых приборов. Испанская ANORINVER удивила хрупкими бокалами с элементами позолоченного стильного декора. Марка BLUE LEAVES представи-

ла творческому взору посетителя полную коллекцию сервировочной посуды из фарфора, выполненную в традиционной классической манере. Необычные ручки кружек от компании CEYDA BOZKURT PORCELAIN: ручки были в виде голов животных, что подтверждает из года в год растущую тенденцию к первобытному и натуральному. CHURCHILL (UK) LIMITED рассказала о новых коллекциях из фарфора: THE CARAVAN TRAIL, HIDDEN WORLD, LITTLE RHYMES, QUEENS, ALEX CLARK, BELLE & BOO, CATH KIDSTON, JULIE DODSWORTH & RHS. Японская компания COMMON выполнила свои коллекции в классической манере: все «кисельно-белое» и очень простых форм. Компания DIBBERN – специалист по





современной сервировке, гурман костяного фарфора. Что касается кухонной керамики, то интересна посуда французской марки Emily Henry. Когда берешь в руки кухонную посуду этой марки, на память приходит тихий Прованс, уютный дом и вкусные семейные ужины около камина... Запомнились стильные вазы от компании FONDERIA SRL – CERAMICHE BUCCI, которая, благодаря Gabriela Bucci, племяннице и ученице знаменитого керамиста Franco Bucci, продолжает творить с той же страстью, мудростью и опытом, что и ее известный предок, воплощая в себя творчество, красоту ремесленников прошлых лет. GLOP STUDIO предложила новинки столовых аксессуаров. Работы компании ROBERT HAVILAND & C. PARLON (Франция) наполнены дорогой позолотой класса премиум для состоятельного дома. В этой же богатой манере преподнесены столовые сервизы английской компании ROYAL CROWN DERBY. Элеган-



тно и дорого. Но английская компания ROYAL CROWN DERBY, которая обслуживает Британский дом и лично королеву Елизавету, не обошла стороной и современные тенденции: наряду с классическими формами на стенде представлены столовые сервизы с цветочным рисунком, который в этом году очень популярен.

LILY JULIET выставила на стенде столовые приборы из смолы темного цвета с принтами. Смотрятся как стеклянные приборы, очень необычно! LILY JULIET считает, что «жизнь каждого человека должна быть наполнена радостью! Улыбка – это наша философия. Мы предлагаем изделия из смолы, рогов и фарфора. «Идея в том, чтобы сделать покупателя счастливее... и жизнь веселее...». Невозможно перечислить все компании, которые блистали в 3-м павильоне. Это займет несколько полос. Это и MANUFACTURE DE MONACO, и немецкий бренд RBV BIRKMANN, и французская MANUFACTURE DE





LUNEVILLE SAINT CLEMENT, и знакомая российскому покупателю PILLIVUYT. Много брендов, которые выставили напоказ интересные столовые приборы: SAINT-JOANIS ALAIN, SCHIAVON ARGENTERIA, SCOF, TARRERIAS-BONJEAN, TSUBAME и другие. Нельзя пройти мимо португальской компании PORCEL, которая несколько столовых сервизов выполнила в нежных пастельных тонах. Испанский производитель фарфора PORDAMSA свою новую коллекцию посвятил Японии. Бразильская марка RIVA (CAVA Collection) поразила публику своими дизайнерскими находками. Роскошный дизайн в сочетании с умом, смелостью в выборе материалов, работой молодых талантливых дизайнеров увеличил количество новых поклонников коллекций среди утонченной избалованной французской публики.

Все эти смелые нестандартные решения доказывают, что на выставке MAISON & OBJET происходит уникальный процесс микса французской творческой мысли, дизайна и событий, происходящих в течение года по всему миру. Здесь мы видим невероятное и непостижимое смешение эпох, стилей, форм и цветовых палитр. Салон Maison & Objet собирает на выставочном про-

странстве все самое лучшее и оригинальное, что было создано в мире художественного оформления дома. Красота, которая обольщает, приводит в восторг, наполняет сердце радостью, – это MAISON & OBJET.

Основной принцип, со слов организаторов, таков: «Нам неинтересно повторение того, что уже представлено на выставке. Мы ищем что-то новое. Мы внимательно изучаем досье каждого претендента, и если данная работа нам близка, то приглашаем его принять участие. Если же нет, то мы стараемся как-то вежливо, корректно отказать – например, предлагаем рассмотреть варианты участия в других выставках. Когда мы понимаем, что наши интересы совпадают с интересами экспонента, то мы его принимаем». Благодаря жесткой отборочной политике участников эта выставка пользуется непререкаемым авторитетом: факт появления на ней известных дизайнеров – признание заслуг и серьезный репутационный аванс. Здесь вы не встретите шаблонную или низкопробную продукцию. Только изящество, необычность и первоклассное качество.



АМБИЕНТЕ. ЭТИМ СКАЗАНО ВСЕ!

Однажды мы спросили одного из участников посудного рынка: «Почему вы редко посещаете многие международные выставки, но никогда не пропускаете Ambiente?» Ответ был прост: «Здесь я могу встретиться со всеми. Всегда. Это удобно». Более точного объяснения популярности франкфуртской выставки искать не нужно. Да, в Европе и в Азии проходят крупные, интересные выставочные мероприятия, но пока лишь Ambiente дано собрать все главные силы посудно-интерьерного сегмента и продемонстрировать тренды будущего года.



В этом году, несмотря на нависшие тучи, периодически орошающие гессенские земли мелкой дождевой рябью, выставочное пространство, живущее своей жизнью, было сплошь заполнено представителями рынка, энергично шагающими от одного павильона к другому и только успевающими переводить дух между встречами.

Особая атмосфера царила на стендах, где, словно на маленьких сценах, разворачивались различные действия, являющиеся частью одного общего представления под знаком ведущего мирового организатора ярмарки в секторе потребительских товаров – **Messe Frankfurt**.

Из характерных особенностей, на которые удалось обратить внимание в первый же день, можно выделить несколько. Большинство компаний уже успешно работает с Россией. Еще 2-3 года назад такого не было. То есть теперь партнеры больше не ищут своих поставщиков, а общаются по заранее оговоренному плану. Также ощущается некоторый экономический подъем. Это радует. Практически все участники демонстрируют что-то новое. Так что новинок достаточно.

Пространство экспозиции было поделено на три глобальных сектора: **Dining**



СТАТИСТИКА:
Место встречи:
 Франкфурт-на-Майне
Число посетителей:
 более 144 000 человек
 из 89 стран мира
 (на 3,5% больше,
 чем в 2013 году)
Число экспонентов —
 более 4700 компаний
Выставочная площадь —
 более 300 000 кв.м





(кухонная и сервировочная посуда, включая столовые приборы и посудные аксессуары), **Giving** (сувениры, подарки и ювелирные украшения), **Living** (предметы для интерьера и внутреннего декора).

Для ознакомления с посудными трендами перед посетителями предстали экспозиции в двух первых павильонах (1.1 и 1.2), а также в галерее между павильонами 8 и 9.

В этом году страной-партнером выставочного мероприятия стала Япония. Для российских предпринимателей это было достаточно интересно, поскольку продукция большинства японских посудных фабрик (в отличие от европейских) неизвестна потребителям из России. В выставке приняло участие около 100 компаний из Японии.

Невозможно перечислить представленные в павильонах бренды. Большинство известных в мире марок постарались принять участие и продемонстрировать свои возможности! Но об одном стенде сказать просто необходимо. После многолетнего перерыва Российская ассоциация «Народные художественные промыслы» (НХП)



вышла на франкфуртскую ярмарку со своим коллективным стендом и продемонстрировала различную продукцию, в том числе национальную глиняную и деревянную посуду.

У посетителей была уникальная возможность не только увидеть богатейшую палитру народных художественных промыслов России, но и заключить договора на

Российскую экспозицию представила Ассоциация «Народные художественные промыслы России», в которую вошли следующие организации промыслов:

1. Ордена «Знак Почета» ЗАО «Хохломская роспись»
2. Ремесленная палата Ульяновской области
3. ООО «КОМТЕХ»
4. ООО «Азимут»
5. ПК (Артель) «Кукарское кружево»
6. ООО «Центр народных промыслов и ремесел «Вятка»
7. ЗАО «Вятский сувенир»
8. ООО «Комбинат Оренбургских пуховых платков»
9. ОАО «Торжокские золотшвейи»
10. ЗАО «Тобольская фабрика художественных косторезных изделий»
11. ЗАО ПП «Камелия»
12. ООО «Жостовская фабрика декоративной росписи»
13. ЗАО «Фабрика «Ростовская финифть»
14. ПК «Завод «Псковский гончар»
15. НП «Палата народных художественных промыслов и ремесел Республики Татарстан»
16. ООО «Каслинский завод архитектурно-художественного литья»
17. ООО «Дятьковский хрустальный завод»
18. ООО «Борисовская керамика»
19. ООО «Холуйская художественная фабрика лаковой миниатюры»





поставку изделий с 16 российских предприятиями. Генеральным спонсором объединенной экспозиции Ассоциации «Народные художественные промыслы России» выступила компания ОАО «АК «Транснефть».

На площади 180 кв.м были представлены произведения современных народных мастеров из всех уголков России – дымокская игрушка из звонкой глины и вятская матрешка из Кировской области, красочные жостовские подносы, миниатюрная живопись по эмали производства фабрики «Ростовская финифть», вышитые панно и сумки из Торжка, хрустальные изделия из Дятькова с использованием ручного труда, уникальная лаковая миниатюра из Холуя, изделия из узорной кожи мастеров Тартарстана, скульптуры из чугу-

на и бронзы Каслинского завода архитектурно-художественного литья и предприятия «Уральская бронза», изделия с золотой хохломской росписью, самобытная псковская и борисовская керамика.

Красота и уникальность российских промыслов нашли отклик у торговых представителей со всего мира. Надеемся, что участие в такой престижной выставке станет доброй традицией для наших художественных промыслов на долгие годы.

Из российских компаний на выставке также присутствовали «ХОРС» и Rondell. Последняя продемонстрировала ряд новинок, среди которых эмалированная чугунная посуда для всех видов кухонных плит. Кстати, Rondell получила заслуженную награду – соответствующий сертификат в номинации «Кухонные инновации».



Из Белоруссии выставлялась компания «Никис» (Nikis).

10 февраля выставку посетила известная японская фотомодель и актриса Rila Fukushima. На совместной экскурсии с Detlef Braun, членом совета директоров Messe Frankfurt, Rila поразило разнообразие увиденного на ярмарке. «Ambiente была для меня совершенным открытием. Я обнаружила такое

множество великих замыслов, тенденций, компаний и удивительных продуктов, и не только из Японии, а со всего мира. Ambiente действительно то место, которое надо посетить, если вы хотите видеть свой дом совершенным», – сказала Rila Fukushima, подводя итоги своего визита на ярмарку. В своем выступлении она подчеркнула важность взаимодействия различных культур, способству-



ющего не только обогащению мирового наследия в целом, но и развитию торговых взаимоотношений между различными странами. Кстати, японский дизайн становится все более популярным в Германии.

Среди наиболее интересных проектов следует выделить Trends (экспозиция наиболее перспективных направлений, сопровождаемая периодическими лекциями профессионалов в области дизайна и маркетинга), Trendwatchers (групповые



экскурсии по выставке с обсуждением наиболее интересных экспозиций), **Solutions** (показ инновационных товаров), **Talents** и **Next** (предметы юных дизайнеров и самых молодых дизайнерских компаний).

В рамках выставки достаточно много времени уделялось обсуждению проблемы взаимодействия экологии и экономики. К сожалению, ряд решений и норм, принимаемых экологами, экономически не выгодны для производителей. Поэтому продвижение в жизнь всеобщей заботы о будущей жизни требует немало усилий. В рамках экскурсий и консультаций можно было услышать о различных вариантах разумного подхода к соблюдению экологических стандартов и сохранению достойного уровня рентабельности. В частности, подобные дискуссии проводились во время экскурсионного тура по выставке (знакомство с дизайнерскими но-



винками и трендами) в сопровождении профессора Hansjerg Maier-Aichen.

Очень важно, что сегодняшняя выставка стала не только площадкой для встречи байеров и производителей. Многие носители новых идей ищут и находят здесь фабрики (как правило, китайские), способные воплотить (исполнить) их фантазии.

В рамках осмотра различных павильонов нам удалось пообщаться с представителями компаний, которые являются нашими друзьями и партнерами.

Crystalex в этом году в кругу своих друзей и партнеров отмечала 40-летие бестселлера **Claudia**. Трудно представить, что эта коллекция бокалов приносит радость и восхищение клиентам по всему миру уже 40 лет! Отличительной чертой коллекции является уникальная, сбалансированная форма бокала с восьмиугольным элементом в форме бриллианта. Claudia стала самой успешной и самой продаваемой коллекцией за всю историю производства стекла. Судя по количеству почитателей на стенд, и восторженным отзывам о продукции, в том числе о новинках от Crystalex, аналогов этим бокалам в мире стекла немного.

Мировой производитель фарфора – компания **Steelite** на этот раз представила серию ресторанного фарфора коллекции **Performance**. В этом году на стенде, кроме всей коллекции, можно было увидеть новинку 2014 года – чайную серию **LiV**. Эксклюзивность этой коллекции





ры и текстурные эффекты, дарящие ощущение неповторимости и оригинальности. Все это создает атмосферу joie de vivre, что в переводе с французского означает «наслаждение от простых радостей жизни». Эти коллекции относятся к компании Steelite.

На стенде компании **Tesco** широко представлены праздничная и детская темы в виде разнообразных силиконовых и пластиковых форм для быстрого и простого приготовления всевозможных десертов.

Компания **DuPont** представила новую серию продуктов с антипригарными покрытиями DuPont™ Teflon®Infinity Rock Series. Новая палитра расширила многообразие антипригарных решений для посуды благодаря имитации текстуры камня. Данное цветное исполнение было наве-

яно самой природой. Внешний вид покрытий копирует натуральные текстуры, такие как базальт, гранит, доломит и песчаник. Кроме того, на стенде были представлены сковороды Teflon® Colour Collection и Print Designs с многослойным антипригарным покрытием повышенной стойкости, на которых можно написать логотип компании, любой символ или сообщение.

На стенде компании **Pensofal** также представлены новые окраски – «жираф», «зебра», «армия».

Интересные покрытия продемонстрировала и компания **Greblon**. Ее покрытия пользуются большой популярностью у производителей кухонной посуды.

Франкфуртская выставка подтвердила снижение потребительского интереса к

закладывается в исключительной внешней привлекательности и необыкновенной прочности и долговечности входящих в нее изделий. Эти свойства обеспечивают неповторимость коллекции Performance. Напомним, что линейка Performance состоит из изящных, функциональных и достаточно доступных по цене изделий, исполняемых в различных дизайнах неизмен-

но белого цвета. В серии Craft можно было уловить стиль незамысловатой посуды, которую из поколения в поколение изготавливали гончары в английских графствах ручным способом на протяжении многих сотен лет. Изделия Craft украшены сочной блестящей глазурью, наносимой вручную. При обжиге в печи на их поверхности часто возникают неожиданные узо-



керамическим антипригарным покрытиям в связи с их непродолжительным сроком жизни. Покупатели, еще не так давно ратующие за благоприятное с экологической точки зрения керамическое покрытие, теперь отдают предпочтение классическому полимерному покрытию, тем более что практически все они изготавливаются без PFOA! Однако это не смущает представителей компании **GreenPan**, которые полагают, что приверженцы их продукции сохраняют свои предпочтения, особенно в сегменте изделий с более стойкими к истиранию покрытиями (класс премиум).

Среди компаний, занятых в сегменте столовой посуды, особый интерес вызвала посуда от компании **Kahla** с



противоскользящим наружным покрытием. Даже при сильном наклоне стола или подноса, а также неожиданной тряске посуда сохраняет свое положение, то есть не смещается. Противоскользящее покрытие из силикона нанесено лишь по наружной фаске столовой посуды, на которой, собственно, и стоят все тарелки, блюда или салатники (и этого достаточно!). При этом нанесенный слой силикона весьма прочен, он не сойдет, даже если посуду мыть в посудомоечной машине!

Интересную презентацию новинок на своем стенде предложила компания **Emile Henry**. В деревянных конструкциях, напоминающих по силуэту гигантские кастрюли, стояли керамические тажины и другая посуда, которая не боится открытого источника тепла кухонной плиты.

Riedel дополнила свою линейку посудой для безал-

когольных напитков, в частности позаботившись о правильном вкусе и послевкусии «Кока-колы». Теперь самую известную в мире сладкую газировку можно пить из специально разработанных стаканов!

Villeroy & Boch дала возможность пришедшим посетителям выпить кофе и перекусить из посуды своих дизайнерских серий, чем переманила к себе чуть ли не половину посетителей павильона, особенно в первый день выставки.

Свежими идеями сервировки стола, в которых участвовали обновленные серии от **Luminarc**, поделилась компания **ARC International**.

Среди дизайнерских новинок нельзя не отметить электрогриль для пиццы от **Fredi Dubach**, терку от **Michel Bras** и **Hisae Igarashi**, орехоколку от **Normann Copenhagen**, дизайнерский столовый набор, собираю-



щийся в фигурку человечка, от **Studio Team at Whitbread Wilkinson**. Привлекли внимание и столовые сервизы от **Rosenthal**, **Kinto**, **Jetro**, **Kristoff**, аксессуары от **Alessi** и **Joseph Joseph**, керамика от **De Silva**, ножи от **Sabatier** и многое другое.

В целом выставка произвела весьма благоприятное впечатление. Чувствуется, что Европа выходит из заты-

нувшегося кризиса и начинает проявлять активность как в отношении разработки новых дизайнов, так и в смысле расширения партнерских взаимоотношений. К сожалению, как и прежде, многие стенды удалось увидеть только мельком. Для такой большой экспозиции выставка должна работать как минимум в два раза дольше!



СЕРВИРОВОЧНАЯ МАТРИЦА

Искусство трапезы – одна из граней познания прекрасного. Этот опыт сопровождает нас изо дня в день и питает не только тело, но и душу. Такова философия японской кухни. С этим невозможно не согласиться: и приготовление пищи, и сервировка, и подача блюд, и посуда, из которой вы едите, – все имеет значение. С открытием ресторанов всевозможных кухонь, с развитием сетевых ресторанов, кофеен и фастфудов рестораторы решают для себя важные задачи правильного оснащения ресторанной посудой, дабы привлечь посетителя и преподать урок застольного этикета на профессиональном уровне.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОСУДЫ

Ресторанная посуда репрезентирует статус заведения, поэтому к выбору сервизов, которые окажутся на столах у посетителей, стоит подходить особенно тщательно.

ПРОЧНОСТЬ И ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

Самое важное для профессиональной фарфоровой посуды – повышенная прочность и долговечность. Для того чтобы ресторанной посудой можно было пользоваться неограниченное число раз, чтобы ее можно было часто мыть в посудомоечной машине (а в профессиональной посудомоечной машине оборотов гораздо больше, она кардинально отличается от обычной бытовой), производители применяют самые качественные материалы и современные технологии. Чем чаще ресторатор будет дозаказы-



вать недостающие (побитые) предметы сервировки, тем дороже с финансовой точки зрения обойдется ему содержание сервировочной посуды. Качественная посуда для ресторана, как правило, изготавливается из цельного куска высококачественной глины, для того чтобы носики чайников или ручки чашек были гораздо устойчивее к ударам и сколам. Также ресторанная посуда характеризуется более толстыми стенками для придания прочности и сохранения тепла приготовленного блюда.

Для того чтобы была возможность использования ресторанной посуды в посудомоечной машине, не рекомендуется иметь в дизайне посуды каких-то сильно выпуклых или выдавленных фигур, предусматривается такой рисунок или узор, который не имеет труднодоступных мест для мытья. Все нанесенные на изделия деколи должны быть четкими, идеально гладкими, износостойкими и рассчитанными для мытья в посудомоечных машинах. Узоры, росписи, золотые и платиновые ободки и прочие декоративные элементы, украшающие профессиональный фарфор, обязательно наносятся под глазурь при очень высокой температуре, вследствие чего узор меньше подвергнут стиранию. Конечно, если говорить о высокой кухне, об элитных заведениях, то там посуду моют вручную. Но и в этом случае достаточная прочность должна присутствовать.

Что касается использования микроволновых печей. Этими кухонными бытовыми приборами пользуются только в заведениях среднего уровня, в пре-

стижных ресторанах еду в тарелках не подогревают.

ФОРМА

В уважающем себя заведении всегда в наличии огромный набор тарелок, блюд, рыбниц и других предметов для сервировки стола. Поэтому для посуды сектора HoReCa огромное значение имеет форма изделия. Весь правильный ресторанный фарфор легко штабелируется, тарелки, блюдца, чашки, салатники и прочая профессиональная посуда благодаря особой форме плотно ставится одна в другую. Эта особенность не только экономит место в кухонных шкафах, но и позволяет легко переносить посуду, составленную в стопки в больших количествах.

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ. ТРЕНДЫ

Несмотря на то что посуду принято выбирать под определенные виды блюд, опытные рестораторы очень ценят в коллекции многообразие и универсальность посуды. Особенно важно это для тех предприятий общественного питания, в которых разнообразное меню. Например, молочники во многих сериях можно использовать не только для подачи молока, но и для шоколада. Чайные чашки можно использовать для подачи, например, какао.

Как правило, каждый производитель предлагает посуду определенного ценового уровня, рассчитанного на конкретные блюда. Так, для пиццерии подбирается больше плоских тарелок определенных форм и размеров, для блюд кавказской кухни компанию



АССОРТИМЕНТНАЯ МАТРИЦА ДЛЯ РЕСТОРАНА:

ТАРЕЛКИ	РАЗМЕР	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
тарелки пирожковые	диаметр 175 мм	для подачи хлеба и кондитерских изделий
тарелки закусочные	диаметр 200 мм	для холодных закусок и в качестве подстановочной тарелки
тарелки глубокие столовые (суповые)	емкость 500 см ³ , диаметр 240 мм	для подачи супов (в качестве подстановочных к ним обязательно использовать мелкие тарелки)
тарелки мелкие столовые	диаметр 240 мм	для подачи вторых рыбных, мясных, блюд из птицы, дичи и др., а также в качестве подстановочных тарелок
тарелки десертные мелкие	диаметр 200 мм	для пудинга, суфле, крем-брюле
тарелки десертные глубокие	диаметр 200 мм	для клубники со сливками и других сладких блюд
тарелка для рыбы	длина от 33 до 37 см, ширина от 23 до 26 см	для подачи рыбных блюд
тарелка-менажница	free size	для фондю, а также для подачи гарниров и салатов
тарелка-кокиль	free size	для холодных и горячих закусок, например для устриц, салатов и небольших порций горячих блюд
тарелки-блюда круглые, овальные, четырехугольные	вместимость 10-12 порций, диаметр 40-45 см	для подачи холодных рыбных, мясных блюд, блюд из птицы, дичи, бутербродов канапе. Блюда овальной формы используют для подачи рыбных блюд, блюда круглой формы – для мясных

САЛАТНИКИ

салатники треугольной, овальной и круглой формы	вместимость 120, 240, 360, 480, 720 и 1000 см ³	
вазы салатные	диаметр 24 см	при обслуживании корпоративных мероприятий, для подачи салатов, натуральных овощей и других холодных блюд
селечницы продолговатой формы	одно/двухпорционные	для подачи сельди и рыбных холодных закусок
суповые миски с крышками	4/ 6/ 8/10 порций	применяются при групповом обслуживании
соусники, имеющие оттянутые носик и ручку	вместимость 100/ 200/400 см ³	для подачи холодных соусов
хренницы	вместимость 100/200 см ³	для подачи соуса, хрена (горчицы)
подставка для яиц	диаметр 50 мм	для подачи сваренных всмятку яиц
приборы для специй и приправ (солонки, перечницы, горчишницы)	free size	
бульонные чашки	диаметр 350-400 мм	для подачи бульонов, супов-пюре
розетки	диаметр 90 мм	для подачи варенья, джема, меда, лимона
пепельницы	free size	для пепла с сигарет/сигар

ЧАШКИ

чайные чашки	диаметр 200-250 мм	для подачи чая, кофе с молоком, какао, шоколада
кофейная чашка	диаметр 75 и 100 мм	для подачи черного кофе и кофе по-восточному
пиала	вместимость 220, 250, 350 и 400 см ³	применяются в ресторанах с национальной кухней народов Средней Азии
кисэ	вместимость 900 см ³	для подачи плова, лагмана

КОФЕЙНИКИ, ЧАЙНИКИ, СЛИВОЧНИКИ, МОЛОЧНИКИ, САХАРНИЦЫ

чайники для заваривания чая	вместимость от 100 до 600 см ³	для подачи различных видов горячих напитков
кофейники	вместимость 200/ 500/ 1000 см ³	
сливочники	емкость 50-200 см ³	для подачи сливок
молочники	емкость 100-400 см ³	для подачи молока
сахарницы	емкость 100/ 200/400 см ³	для подачи кускового сахара





фарфору могут составить стальные элементы (для шашлыка или соусов), для ресторанов класса люкс важное значение имеет высокое качество и бренд производителя.

Ресторанная посуда, используемая в питейных заведениях, подбирается, исходя из общей дизайнерской концепции данного заведения. Японская кухня подразумевает применение подстановочных тарелок квадратных форм, русская кухня предусматривает наличие первого блюда и использование керамических тарелок. В ресторанах восточной кухни нередко используют посуду с геометрическими орнаментами, сочетанием черного и белого, других контрастных цветов. В ресторанах с интерьером в стиле хай-тек будет уместна белая фарфоровая посуда с хромированными ручками, подойдет и сочетание классического фарфора с ударопрочным матовым стеклом, блестящими металлическими подставками. Применяют в таких заведениях и фарфоровую посуду темных тонов: темно-синего, шоколадно-коричневого, черного. Для удобства закупщики ресторанной посуды любят выбирать для своих заведений посуду чисто-белого цвета любых форм, часто из гладкого фарфора, так как при дозаказе (даже если приходится делать заказ в другой компании) всегда можно подобрать идентичные изделия из такого же

белого фарфора. Но хочется заметить, что и белый фарфор надо выбирать с особой осторожностью, ведь иногда под видом ресторанного фарфора предлагается так называемое «белье» – полуфабрика обычной бытовой посуды. При ее покупке следует обратить внимание на оттенок белого цвета. В крайнем случае он должен слегка напоминать слоновую кость, а вот желтизна или серый оттенок свидетельствуют о невысоком качестве фарфора. Идеально-белая посуда без декора не только стильно смотрится, но и является более универсальной и позволяет сочетать предметы из различных коллекций. Даже если вы когда-нибудь захотите поменять интерьер заведения, то актуальность белоснежного фарфора не изменится. Можно только подобрать другие аксессуары, текстиль – и вид уже будет иной. Хорошо смотрится и белая посуда с золотой, платиновой, серебристой окантовкой или рельефом.

В этом году по-прежнему в тренде растительные орнаменты, но если раньше был моден неброский мелкий рисунок, то сейчас в фаворе крупные яркие цветы. Яркую посуду можно легко дополнить прозрачными изделиями или стильной посудой с металлическими элементами.

Некоторые производители ресторанного фарфора предлагают клиентам нанесение собственного логотипа

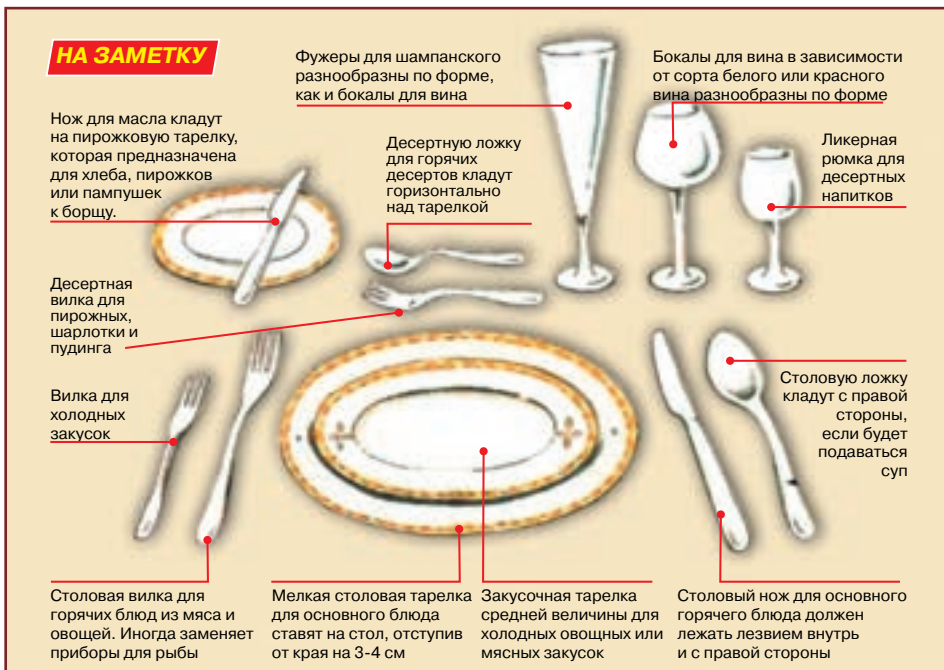
ресторана. Обычно это предлагается, если ресторан – класса премиум или заведение при гостинице. Посуда и аксессуары с названием заведения не только подчеркивают индивидуальный стиль, но и свидетельствуют о его высоком уровне. Мы упомянули только фарфоровую посуду, так как керамика обычно не обладает особой прочностью, как фарфор, и ее применяют гораздо меньше. В основном ее приобретают для ресторанов фастфуд, маленьких городских кафе, кофеен. Она имеет белый пористый черепок, способный впитывать влагу (до 9-13% от первоначального веса), не просвечивается. Такая посуда не прочна, при ударе по краю керамической тарелки она издает глухой звук, что объясняется невысокой температурой обжига, в отличие от фарфора, который издает четкий и чистый продолжительный звук. Керамическая и фаянсовая посуда имеет меньшую механическую прочность и термическую стойкость по сравнению с фарфоровой, поэтому для обеспечения прочности фаянсовую посуду делают толще, чем фарфоровую. Она значительно тяжелее фарфоровой, что тоже делает ее менее популярной, поэтому с ней необходимо обращаться очень внимательно, чтобы избежать сколов и трещин. Для мытья фаянсовой посуды необходимо использовать теплую воду, а для ополаскивания – холодную, ни в коем случае нельзя ее ставить на плиту для высушивания или подогревания еды, так как от горячей воды и тепла покрывающая ее глазурь трескается. Фаянсовая посуда не отличается особой прочностью. Критерии выбора фаянсовой посуды аналогичны критериям подбора фарфоровой посуды для ресторанной сервировки.

МИРОВЫЕ БРЕНДЫ

Качественный профессиональный фарфор лучше всего покупать у известных поставщиков, предлагающих импортную посуду различного ценового уровня. Недорогая российская посуда для ресторанов, по мнению большинства специалистов, отличается низким качеством. Хотя сейчас на российском рынке можно назвать несколько компаний, в том числе продукцию **Башкирского фарфорового завода**, которая отвечает мировым стандартам качества для профессиональной посуды.

Имя **Rosenthal** символизирует сочетание мастерства и художественной экстравагантности. Неограниченный, креативный, привлекательный современный дизайн. Компания богата традициями и сегодня является мировым лидером в области эксклюзивного производства предметов для сервировки стола. В гостинично-ресторанном секторе **Rosenthal** всегда символизирует





чественный фарфор для отелей и ресторанов. Одна из первых (1879) и крупнейших фабрик Германии. благородный фарфор обладает всеми свойствами профессиональной посуды: прочностью, гигиеничностью, многофункциональностью, разнообразием форм, возможностью использования в посудомоечных машинах и др. Кредо компании: создание атмосферы.

эстетическое понимание и уникальный культурный опыт – это результат процесса, начавшегося более чем 120 лет назад.

Высокими профессиональными качествами ресторанного фарфора обладает фарфор марки **Steelite**. Ударопрочность его такова, что при опытных нагрузках он может выдерживать удар молотком. Пожизненная гарантия Steelite International от сколов и трещин подтверждает высочайшее качество и прочность фарфора.

Seltmann Weiden (Германия). Жаропрочный фарфор **Revol** – прочный, устойчивый к царапинам, стильный, модный дизайн, покрыт белоснежной глазурью. Такую посуду можно помещать в духовую и микроволновую печи, посудомоечную машину и морозильную камеру. В ней можно приготовить и подать блюда, при этом они долгое время остаются горячими. В ассортименте кулинарного фарфора **Revol** представлена посуда для запекания и миниатюрные формы для подачи комплиментов от заведения.

Tognana (Италия). В настоящий момент фабрика **TOGNANA** является самым большим заводом в Италии, производящим фарфор как для ресторанов, так и для домашнего использования. Этот фарфор идеален для итальянских ресторанов, так как в ассортименте обязательно присутствуют характерные для итальянской кухни блюда для пиццы, пасты, лазаньи и морепродуктов.

Китайский фарфор **CHN & CHN** уверенно входит в число лучших профессиональных фарфоров в мире. Фарфор выпускается на современном немецком оборудовании Heimsoth, Lippert и Netzsch. Коллекция включает фарфор как для европейской, так и для восточной кухни. Отдельное направление – посуда для японских ресторанов. Со-



став глазури китайского фарфора CHN & CHN разработан в Германии. Глазурь не содержит свинца, кадмия, прочих вредных примесей и отличается белизной и повышенной прочностью: на поверхности изделий не остается следов ножа и вилки. Фарфор не боится интенсивного использования, его можно использовать в микроволновых печах и мыть в посудомоечных машинах.

Передовой опыт и внедрение современных технологий позволило компании **Cameo** завоевать высокое доверие и признание на рынке HoReCa. Многообразие форм для европейской и восточной кухни, удобство и практичность, белая и гладкая глазурь делают эту посуду неизменно востребованной у ресторатора. Посуда предназначена для интенсивного применения, ее можно использовать в посудомоечных машинах, морозильных камерах, СВЧ-печах и духовых шкафах. Неоспоримое преимущество – умеренные цены на фарфор **Cameo**.

Фарфор польского завода **Lubiana** предназначен для интенсивного использования и отвечает строгим гигиеническим требованиям. Все изделия хорошо штабелируются, что особенно важно в ресторанном сегменте.

Schoenwald (Германия) – высокока-

Профессиональный фарфор торговой марки **Wilmax England**, выпускаемый компанией Wilmax Ltd (Великобритания), производится из экологически чистого сырья с соблюдением европейских и российских требований.

Фарфоровая посуда от **Wilmax** отличается высочайшим качеством: она тонкая и легкая, стенки изделий пропускают свет, при постукивании деревянной палочкой слышен характерный высокий чистый звук. При этом **Wilmax** – настоящий профессиональный фарфор. Он рассчитан на интенсивное использование, обладает высокой ударопрочностью, устойчивостью к сколам, пригоден для микроволновых печей и посудомоечных машин, в духовых печах выдерживает температуру до 300 °С. Прочность и долговечность продукции **Wilmax** обеспечивает новейшая технология производства и уникальная рецептура сырья.

Профессиональный фарфор **Gural Porselen** – это отличное качество, высокая белизна, великолепный внешний вид и при этом привлекательная цена.

Здесь, конечно, сказано не о всех мировых производителях профессионального фарфора, о них можно написать и рассказать в нескольких номерах журнала. Выбирайте поставщика – и приятного аппетита!



ТМ SYTON ПРЕДЛАГАЕТ!

Научно-производственное предприятие фирма «Ситон» – УКРАИНСКИЙ производитель высококачественной чугунной посуды предлагает **НОВИНКИ** - термообработанные и эмалированные чугунные кастрюли, казаны 6, 8, 10, 30 л, комплектуемые чугунными крышками-сковородами, утятницы 3 типоразмеров с крышками-сковородами, мангал, треноги для приготовления пищи на костре и многое другое. Для обеспечения защиты посуды от действия пищевых кислот, вызывающих процессы окисления, оптимального соединения прочности и пластичности изделий сотрудниками предприятия разработана технология производства, не имеющая аналогов в мире, которая защищена патентами. Продукция изготовлена из экологически чистого материала со специальной термической обработкой или покрыта эмалью и отвечает всем санитарно-гигиеническим требованиям, имеет необходимые сертификаты качества.

АЛЮМИНИЕВАЯ ПОСУДА ОТ «ТАЛКО»

Во втором полугодии 2013 года «Таврическая литейная компания» («Талко») начала изготовление посуды без покрытия из чистого алюминия. Ассортимент состоит из кастрюль, казанов, сковород обычных, с утолщенным дном и блинных. Экологически чистые материалы, отсутствие вредных примесей, полное соответствие советским ГОСТам – именно эти свойства станут вескими аргументами для покупателя в грядущем году.



НОВОСТИ ОТ КОМПАНИИ «СНТИ» (S&T)

Компания «СНТИ» (торговая марка S&T) – производитель и импортер керамической и стеклянной посуды – представила новую продукцию, при производстве которой используется лазерное нанесение изображения. Лазерное нанесение производится при полном отсутствии ручных процессов, что свидетельствует о высокой точности производимой работы. Технологический процесс исключает применение красок и химических реактивов. Деколы выполнены таким способом, что всегда выглядят изысканно и презентабельно. Ввиду локального воздействия луча лазера на материал окружающие зоны практически не нагреваются, поэтому не происходит деформаций или иных нарушений формы маркируемого изделия.





BUTLERS – ОТКРОЕТСЯ В ОДЕССЕ



В конце февраля состоится открытие одесского магазина BUTLERS в торговом центре CITY CENTER.

BUTLERS – оригинальные идеи и новые решения, источник радости и вдохновения.

Компания BUTLERS динамично развивается, и в настоящее время филиалы сети вы можете встретить в таких странах, как Германия, Австрия, Швейцария, Великобритания, Испания, Греция, Венгрия и Украина. В Украине на сегодняшний день насчитывается 8 магазинов в лучших торговых центрах Киева, а также 2 магазина в торговых центрах Днепропетровска и Харькова.

Магазины BUTLERS – предлагают широкий ассортимент подарков, декора, товаров для домашнего уюта, готовые решения для сервировки праздничного стола, отдыха в загородном доме или на природе.



НАЧАЛОСЬ ПРОИЗВОДСТВО ЛОТКОВ

ООО «АМИКОР», крупнейшая украинская компания по производству и продаже одноразовой посуды и пищевой упаковки, начало производство лотков (контейнеров) для пищевых продуктов.

В начале 2014 года компания запустила два вида лотков, которые имеют свою размерную линейку и свое предназначение.

Лоток барьерный предназначен для упаковки и хранения свежих продуктов питания в модифицированной газовой среде (модифицированной газовой атмосфере, защитной среде) с использованием барьерной пленки.

Лоток не барьерный предназначен для упаковки и фасовки продуктов питания любой группы товаров. Это могут быть как мясо, мясные изделия, овощи, фрукты, так и крупы, кондитерские изделия и многое другое, что требует упаковки или фасовки.

ТОП-5 САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ В УКРАИНЕ

В результате многочисленных экспериментов, проводимых в 2013 году, независимая компания товаров народного потребления выделила 5 самых популярных производителей столовых приборов в Украине. Уже на протяжении многих лет компания работает со множеством брендов мирового уровня, поэтому предоставляет исключительно качественные результаты.

Самые высокие позиции получили производители столовых приборов:

- Berghoff (Бельгия)
- Lessner (Англия)
- Grace (Италия);
- KRAUFF (Германия)
- Pintinox (Италия)



Именно эти марки встречаются в большинстве ресторанов Украины в данный момент.
www.vvnews.info





ProMaisonShow

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПОДАРКОВ И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА**

**10-13
СЕНТЯБРЯ
2014**

Международный выставочный центр,
Украина, Киев

Table Ware
trade show

World of
GIFTS
TRADE SHOW

Christmas
trade show

Household

Decor
trade show

При поддержке:  messe frankfurt

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

* Не правах реклами

10-13
сентября
2014

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

ЛЕТО

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
РЕСТОРАННОГО И ОТЕЛЬНОГО
БИЗНЕСА**

InHoReCaFE



RESTAURANT

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

- Оборудование для ресторанов, кафе, баров
- Профессиональная посуда, инвентарь
- Мебель, предметы интерьера
- Клининг, гигиена
- Профессиональный текстиль, униформа
- Автоматизация, безопасность
- Свет, звук, мультимедиа
- Услуги для сектора HoReCa

Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел./факс: +38 (044) 484 68 91
e-mail: expo@pem.com.ua
www.inhoreca-expo.com.ua

* На правах рекламы

Информационные партнеры:



Официальный
медиа-партнер



Генеральный
информационный
партнер



Журнал

ПРИГЛАШАЕМ ПОЧАЕВНИЧАТЬ

Чаепитию на Руси всегда отводилось почетное место. Одним из символов достатка в доме считалось наличие в нем самовара. Времена изменились, но традиция чаепития осталась. Современное разнообразие электрочайников вызывает вопрос: какой лучше? Определяя для себя оптимальную модель какой бы то ни было кухонной техники, следует исходить из особенностей ее применения и подходить к выбору серьезно. Этот кухонный электроприбор вошел к нам в дом в начале девяностых и сразу же завоевал огромную популярность. Сейчас без него не обходится ни одно домохозяйство.

Обычно потребитель не задумывается над тем, сколько различных функций, кроме кипячения воды, может иметь обыкновенный электрический чайник: нагревать воду до определенной температуры, поддерживать заданный режим, иметь звуковое и световое оповещение, обладать многоступенчатой защитой для забывчивых и невнимательных потребителей и прочее.

НАГРЕВАТЕЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ: СПИРАЛЬ ИЛИ ДИСК?

По типу нагревательного элемента чайники бывают двух видов: с открытым и закрытым элементом. Первый представляет собой прикрепленную к стенке открытую спираль, по виду напоминающую советский кипятильник, чайник



*Но чай несут; девицы чинно
Едва за блюдечки взялись,
Вдруг из-за двери в зале длинной
Фагот и флейта раздалась.*

*А.С. Пушкин.
Евгений Онегин*

другого типа имеет нагревательный элемент в виде металлического диска, покрывающего дно чайника. Чайники со спиралевидным нагревом применяются в основном в бюджетных моделях. И у них есть существенные недостатки: спираль сложно чистить (со временем спираль покрывается накипью и «осыпается»). Правда, сейчас некоторые модели оснащены спиралями с позолоченным покрытием, у них тоже образуется накипь, но значительно медленнее. Второе, в чайниках со спиралью нельзя вскипятить малое количество воды, жидкость должна обязательно закрывать спираль, эта особенность не важна для дисковых собратьев. Чайники с диском, в связи с особенностями изготовления, чуть дороже. Главное преимущество «дисковых» моделей – высокая скорость нагрева и удобство в чистке. Это объясняется большей площадью полезной поверхности диска в сравнении со спиралью. Недостаток – повышенный уровень шума при нагреве.

КОРПУС ЧАЙНИКА

Основные материалы, применяе-

мые при изготовлении электрочайников, – это металл, пластик, стекло и керамика. У каждого есть свои достоинства и недостатки. Наиболее популярными и недорогими чайниками являются пластиковые. Благодаря пластичности материала пластику можно придавать любую форму, этим свойством пользуются изготовители электрочайников, они придают им различные формы. Минусы пластиковых чайников тоже относятся к материалу – нередко случаи неприятных запахов при нагреве как от самого чайника, так и прокипяченной в нем воды. Здесь сложно дать верный совет, но чем качественнее пластик, тем меньше минусов. Похожий недостаток, привкус металла, есть и у металлических чайников. Но это качество встречается реже. Самое большое неудобство металлических чайников – сильно греющаяся поверхность, о которую легко обжечься. Поэтому изготовители предлагают модели электрочайников из металла, но в пластиковой оболочке; таким образом можно почувствовать преимущества обоих материалов. Металлические чайники обычно имеют цилиндрическую



форму, дороже, вес их больше, но служат они дольше. Ценовая «вилка» металлических чайников – от 500 до 7000 рублей, средняя розничная цена – 2500 рублей. Выпускают их также практически все основные производители кухонной техники: Tefal, Rolsen, Daewoo, Vitek, Scarlett, Polaris, Bork, Siemens, Philips и другие.

Что касается стеклянных чайников, они бывают цилиндрической формы и шаровидные. В некоторых моделях можно даже после закипания заваривать чай (см. рис.1). Минус – стекло сильно нагревается и бьется.

Один из существенных параметров выбора электрочайников – фильтр, установленный в рабочем объеме чайника. Такой фильтр нужен для того, чтобы избежать попадания накипи в чашку. Фильтр должен быть съемным, легко извлекаться и очищаться от слоя накипи. Модели некоторых компаний оснащаются позолоченным фильтром.

Сегодня популярные модели металлических и бюджетных пластиковых чайников вытесняют новые образцы – керамические электрочайники. Одним из преимуществ этого вида электрочайников является интересный современный внешний вид, часто с нанесением рисунка на корпус чайника. Можно подобрать чайник под столовый сервиз или под чайную посуду, здесь разбег фантазий беспределен. Плюс, чайник с общей чайной сервировкой подается на стол. Корпус его не нагревается, а внутреннее тепло сохраняется в течение длительного времени. Он почти бесшумен, что также является преимуществом. Однако у такого чайника есть несколько существенных недостатков: он требует бережного отношения, так как бьется и медленный нагрев (один литр воды нагревается примерно за шесть минут), вес чайника (керамический электрочайник достаточно тяжелый). Также многие пользователи отмечают сильное нагревание ручки таких электрочайников.



ОБЪЕМ И МОЩНОСТЬ

Один из важных параметров электрочайника – это его объем. Выпускаются чайники от 0,5 л до 5-литровых гигантов. Главный минус при выборе чайника большего объема – это увеличение энергозатрат. Мощность находится в пределах от 600 до 3200 Вт.

РАЗНОВИДНОСТИ ЭЛЕКТРОЧАЙНИКОВ

Помимо чайников существуют так называемые термопоты: некий гибрид чайника с термосом. Он сам по себе очень дорог (в среднем его цена варьируется от 3000 до 14 000 рублей), но при этом обеспечивает долго не остывающую воду.

ДИЗАЙНЕРСКИЕ НАХОДКИ

В этой области существует много интересных и оригинальных дизайнерских находок. Для каждого дома, для уютной кухни, для каждого интерьерного решения дизайнеры стремятся найти стильный, соответствующий только своему дому электроприбор. Каждой хозяйке хочется дружеское и семейное чаепитие превратить в красивый ритуал. Дизайнеры всего мира фонтанируют идеями и предлагают свои разработки электрочайников.

Например, дизайнеры Giorgia Ricci и Massimo Parolin придумали миничайник для гламурных особ, который можно положить в дамскую сумочку.

Esthel Sauvage разработала один из самых гениальных вариантов электрочайников, которые можно было бы встретить: этот чайник использует электрическую лампочку для нагрева воды, что делает его ультрауникальным (см. рис.2). Вода в чайнике защищена от лампы. Но в Европе такой чайник так и не нашел массового производства, так как электрики посчитали небезопасным наличие электролампы накаливания внутри бытового предмета.

Использование боросиликатного стекла, пищевого силикона и нержавеющей стали в производстве кухонной посуды привело к появлению электрочайника очень необычной формы, напоминающего паровоз (см. рис 4).



Компания Rolsen Electronics предложила электрический чайник RK-1209 С, выполненный из матовой керамики. Он принесет изюминку в интерьер вашей кухни или столовой. Форма корпуса,

MARTA СОГРЕЕТ!

У вас всегда будет горячий чай, если на кухне есть термопот MARTA-МТ-1992. Он нагреет воду до нужной температуры и поддержит ее в заданном температурном режиме. В любую минуту готова вода для чашечки чая или ароматного кофе. Термопот имеет пять температурных режимов, которые вы выбираете сами. Прибор полностью безопасен – поверхность корпуса не нагревается, а при недостаточном количестве воды срабатывает система защиты от перегорания.





1 **VITEK** предложил VT -1162 SR единственный представленный на рынке чайник с дизайном под дерево, который создаст атмосферу тепла и уюта в вашем доме. Уникальный дизайн чайника с декоративными элементами прекрасно сочетается с кухней из натурального дерева как в современном, так и в классическом стиле, а лаконичный корпус из нержавеющей стали заинтересует любителей хай-тек.

Функциональная модель мощностью 2200 Вт и актуальным объемом 1,7 л позволит вскипятить воду в считанные минуты.

VITEK заботится и о вашем здоровье: благодаря корпусу из нержавеющей стали и специальному фильтру от накипи вода в чайнике VT-1162 SR сохраняет полезные свойства.

Надежность и долговечность электрочайника VT-1162 SR обеспечивает сертифицированный английский контроллер Strix, представляющий многоуровневую систему безопасности. Благодаря такому контроллеру чайник проходит не менее 3000 циклов закипания и не менее 10 000 снятий-поставок на подставку без потери контакта. Таким образом, чайник с контроллером Strix прослужит в 5 раз дольше обычного! Он оснащен внутренней подсветкой, которая позволяет видеть работу прибора, одновременно освещая кухню мягким светом и создавая атмосферу тепла и уюта.

Благодаря удобной шкале вы сможете легко определить уровень воды в чайнике, а вращающийся на 360° корпус чайника будет удобен как для правшей, так и для левшей. Крышка чайника легко открывается одним нажатием на кнопку. Чайник оснащен скрытым нагревательным элементом, благодаря которому в нем образуется меньше накипи: чистить прибор намного легче, а значит, устройство прослужит вам дольше.

Чайник VT-1162 SR с декоративными элементами под дерево создаст атмосферу уюта на вашей кухне и удивит комфортом в обращении!



2 бархатистое на ощупь покрытие матовой керамики, азиатский дизайн рисунка, эргономичная ручка – все это прекрасно сочетается с функциональными особенностями данной модели. Керамика – это натуральный материал, хранящий тепло и энергетику. Она максимально сохранит вкусовые качества и полезные свойства чая. Керамический корпус чайника добавит торжественности в повседневную жизнь и станет гарантом того, что чай, который вы пьете, будет не только вкусным, но и полезным! Кроме того, керамика – материал, сохраняющий тепло на протяжении длительного времени, что позволит сэкономить электроэнергию и время. Керамический чайник RK-1050CR имеет очень низкий уровень шума при работе, что особенно приятно в утренние часы. RK-1050CR обладает всеми преимуществами современных электрических чайников: эргономичный корпус, возможность вращения на подставке, шкала уровня

воды, безопасный закрытый нагревательный элемент.

И напоследок очень стильный, современный, действительно футуристический дизайнерский чайник, который будет выгодно смотреться в таком же стильном минималистичном интерьере современной кухни (см. рис 3). Есть в этом проекте что-то японское. Иначе почему глядя на него так хочется процитировать фразу о «времени собирать камни»? Кстати, кто-то, вероятно, углядит здесь вовсе не японские мотивы, а первобытно-общинные, соотнося внешний вид чайника с тем самым камнем, который был универсальным орудием труда для наших прадавних предков.

3 *Чай способен не только согреть в холодную зимнюю пору, но и подарить приятное наслаждение, утоляя жажду летом. Сейчас нет ни одной компании, которая не имела бы в своем ассортименте электрические чайники. Выберите себе чайник по настроению и по душе!*



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



РАЗМЕШАТЬ И ВЗБОЛТАТЫ

Содержимое в специальных бутылочках от **Jokari** позволяют создавать удивительные вкусовые миксы из привычных и редких приправ. Кроме того, из них очень удобно поливать мясные блюда и разнообразные гарниры.

Jokari
www.jokari.com

ВСЕ РЯДОМ!

Долой обилие блюдец и тарелочек, которыми и без того загромождены наши столы! **Mesa** предлагает удивительно удобные решения для всех, кто не может обойтись всего одной тарелкой. Особенно будут рады такой новинке любители поесть пищу, обмакивая ее в соус.

Mesa
www.mesahomeproducts.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

НИ КАПЛИ МИМО!

Удобство и оригинальность решений всегда присутствует в посуде марки **БЕКА**. Убедитесь сами в простоте и достоинствах ковша, который снабжен плотной силиконовой крышкой со специальным язычком для закрытия носика. Теперь вы не выплеснете содержимое по дороге в холодильник!

Beka
www.bekanorthamerica.com



РАЗ! И ВЫ В ФОРМЕ!

Великое множество форм для запекания порой мешает сконцентрировать внимание на действительно выдающихся моделях. Несмотря на внешне простые очертания, посуда с антипригарным покрытием для запекания от **Entenmanns** позволит по-настоящему наслаждаться процессом выпечки!

Entenmanns
www.entenmanns.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ЭТО ЧТО-ТО НОВЕНЬКОЕ!

Глубокая чаша и две емкости по сторонам. Согласитесь, не всякая посуда выглядит так приветливо. Однако **Prodyne** сумела подчеркнуть воздушность лакомств, которые мы способны создать в считанные минуты. Да, действительно свежее решение! И такое привлекательное!

Prodyne
www.prodyne.com



ЗАПЕЧЕМ НА СЛАВУ!

Оригинальные формы для запекания, как ни странно, радуют именно своей формой. Явно прослеживается рука опытного дизайнера из компании **Chantal**, сумевшего не только создать формы, но и наполнить их благородными оттенками. Одно слово, Chantal! Поспешим же попробовать на деле эту посуду.

Chantal
www.chantal.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

СОХРАНЯЯ НУЖНУЮ ПРОХЛАДУ

Без холодных закусок не обходится ни одно серьезное застолье. Сохранить приготовленное блюдо длительное время охлажденным, не убирая его со стола, помогут специальные прозрачные емкости от **Alona Big Chill'r**.

Alona Big Chill'r



ЭЛЕГАНТНЫЙ СТИЛЬ ДЛЯ КАПУЧИНО

Изыканная чашечка от **Arzberg** как нельзя лучше подойдет для кофе капучино. Подарите себе нежность молочной пенки, укрывающей крепость превосходного кофе, – и вы поймете, для чего это нужно.

Arzberg

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ВЫСОКИЙ СТИЛЬ ДЛЯ ПРИРОДНЫХ ОЧЕРТАНИЙ

Красиво разложенные фрукты – признак хорошего настроения и вкуса. Подчеркнуть выгодные стороны сочных плодов помогут элегантные вазы из высококачественной полированной стали от **Auerhahn**.

Auerhahn



SOEHNLE

Вес – одна из важнейших характеристик как ингредиентов, так и готового блюда. Поэтому точность измерений порой имеет решающее значение. С кухонными весами от **Soehnle** за точность можно не беспокоиться!

Soehnle
www.leifheitusa.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ВСЕ В АЖУРЕ!

Знаменитый бренд **Chef's Choice**, обычно представляющий на рынке свои электрические ножепочки, порадовал на этот раз великолепными вафельницами. Хрустящие и мягкие вафли позволяют создавать ажурные кексы и трубочки, которые непременно следует заполнить легким кремом!

Chef's Choice
www.edgecraft.com



ЧИК-ЧИК И ГОТОВО!

Первый «чик» **Cloer** делает вместе с вами, когда кусочки только уходят в камеру для обжарки, а вот второй «чик» – самостоятельно! Вам остается только достать ароматные хрустящие тосты и ловить наслаждение от прекрасного дня!

Cloer
www.cloer.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ЭЙ, СИНЬОРЫ ЛИМОНЫ!

Сочные дольки, обжатые специальными захватами-прищепками от **Roland**, позволяют выдавить кислоту до последней капли, при этом руки останутся чистыми и не липкими! Просто и оригинально! Непременно попробуйте!

Roland
www.fabrikatorsusa.com

ВЕЗДЕСУЩИЙ СИЛИКОН

Представить кухонную посуду без силикона сегодня просто невозможно. В частности, крайне удобными оказались силиконовые крышки, присасывающиеся к краю емкости за счет образования вакуума! Как говорится, все гениальное – просто! Особенно если вы имеете дело с силиконом от **Silicomart**.

Silicomart
www.silicomart.com



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



eternum
founded 1824



isi



MATFER



ILSA



RONA
3 STAR CHINA



«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

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

«КОМПЛЕКС-БАР» МОСКВА

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

www.complexbar.ru

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ