

Новости

О посуде в России и за рубежом

Выставки

"Мачеф. Москва — 2005"

Производители

Лысьвенский
металлургический комбинат

Металл

Правда об антипригарных
покрытиях

Дистрибьюторы

Ингерхозторг: незабываемая
керамика

Посуда для

ресторана

Что мы знаем о прокате
посуды

Стекло, хрусталь

Бокалы и напитки

Посуда класса

люкс

Каждому напитку - своя
форма бокала

Страничка

юриста

Правовая поддержка бизнеса
в вопросах и ответах

История

Эклектика в русском
фарфоре



VITESSE®
France
1351

SILVERLINE
Inox Highline
HIGH CARBON STEEL
NO STAIN

8" / 20CM

V



www.pasabahce.ru





Дистрибьюторы **Pasabahçe** в России

Москва

ИИС-Посуда
Партийный пер. 1
тел./факс: (495) 363 34 18
refer@lisposuda.ru

ОптТоргСоюз
МКАД, 78 км, д. 14 стр. 1
тел./факс: (495) 906 57 56
wtc@aha.ru

Комплекс Бар
ул. Годовикова, 9,
стр. 31, этаж 4
тел: (495) 411 90 60/30
sale@complexbar.ru

Мастергласс
ул. Орджоникидзе, д.11.
тел/факс: (495) 105 75 07
mail@masterglass.ru

Сухаревка
ул. Складочная, 15а
тел./факс: (495) 771 68 17

Санкт-Петербург

Стеклопласт
ул. Проф. Качалова, 11
тел./факс: (812) 702 31 09
sales@steclopast.spb.ru

ИИС-Нева
ул. Ольги Бергольц, 40
тел./факс: (812) 332 02 63
office@iisposuda.ru

Екатеринбург

ИИС-Посуда
ул. Самолетная, 55
тел./факс: (3432) 25 49 23
ural@iisposuda.ru

Казань

Белый парус
ул. Адорадского 50А
тел.: (843) 222 63 98

ИИС-Посуда
ул. Тихорецкая, 7
тел./факс: (843) 278 73 49
glastrade@i-set.ru

НСН-групп
ул. Тэцевская, 8А
тел.: (8432) 49 69 61
mir_posudy@mail.ru

Уфа

Стеклопласт
ул.Цветочная д.38
тел. (3472) 422253
stecloplast@ufanet.ru

Челябинск

ИИС-Посуда
ул. Горького, 34-А
тел./факс: (3512) 72 16 61
glasschel@narod.ru

Ростов-на-Дону

Доминант
ул.Металлургическая, 102/2
тел./факс: (863) 290 82 33
info@dominant-don.ru

Ростов Посуда
14ая линия, 82
тел./факс: (8632) 95 55 55
posuda@aaanet.ru

ИИС-Посуда
ул. Вавилова, 63
тел./факс: (8632) 55 85 41
rostov@iisposuda.ru

Нижний Новгород

Белый Парус
Московское шоссе, 300
тел./факс: (8312) 74 94 99
steklo@plast.nnov.ru

ИИС-Посуда
Проспект Гагарина, 50 корп. 14
тел./факс: (8312) 64 97 46
dirnn@iisposuda.ru

Владивосток

Фрекен
ул. Космонавтов, 17.
Тел/факс: (4232) 259 253
info@pacific.freken.ru

Новосибирск

Орион
ул. Писемского, 6
тел./факс: (3832) 71 28 78
orion-nsk@mail.ru

ИИС-Посуда
Северный проезд, 3/1
тел./факс: (3832) 35 01 37
glasopt@ngs.ru

Краснодар

ОптТоргСоюз
ул. Ростовское Шоссе 14/2
тел./факс: (8612) 10 34 78
unk1986@istnet.ru

Доминант
ул. Уральская, 144
тел./факс: (8612) 10 18 40
dominant_kr@mail.ru

Самара

Роспосуда
Московское шоссе, 228
ТЦ "Твой Дом"
Тел факс: (846) 926 15 00
samara@rosposuda.com

Art Craft

Glassware Manufacturer
www.artcraft.com.tr



Russia Representative office
Classic-Center
127591, Dubninskaya str. 79/2, Moscow, Russia
Tel: (+7 095) 363-0077
Ukraine Representative office
Pe Shtil/Odessa
Tel: +380 482 358035

TRAMONTINA



Ножки серии "DYNAMIC" и "TRADITIONAL"



ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ
"ИИС-ПОСУДА"

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ

WWW.IISPOSUDA.RU

| | | | | | |
|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------|------------------|
| Москва: | +7 495 363-34-18 | Нижний Новгород: | +7 8312 64-97-46 | Тюмень: | +7 3452 26-19-04 |
| Санкт-Петербург: | +7 812 333-07-86 | Уфа: | +7 3472 42-79-61 | Пермь: | +7 3422 41-52-95 |
| Казань: | +7 843 278-73-49 | Воронеж: | +7 4732 39-20-93 | Новосибирск: | +7 383 342-14-88 |
| Краснодар: | +7 861 210-14-70 | Ростов-на-Дону: | +7 863 255-85-41 | Челябинск: | +7 351 721-06-53 |
| Екатеринбург: | +7 343 212-46-06 | Ставрополь: | +7 8652 56-13-90 | Волгоград: | +7 8442 41-76-81 |

*Осенняя пора.
Очей очарованье...*

Приятно встретится с профессионалами посудной отрасли, нашими уважаемыми читателями на тематической конференции, впервые организованной журналом "Посуда", компанией "BEAUTYTIME Co" и Messe Frankfurt Rus. На конференции выступят со своими тематическими докладами опытные эксперты в области производства, дистрибьюции и маркетинга. Участники конференции смогут проанализировать и обсудить свои бизнес-задачи совместно с экспертами, работающими в смежных отраслях или занимающихся оценкой и анализом рынка. На Ваши вопросы ответят опытные адвокаты и специалисты юридического права.

В рамках конференции журнал "Посуда" проводит Пресс-розыгрыш, а также церемонию награждения компаний с вручением ценных призов по нескольким номинациям.

До встречи!

Редакция журнала



Содержание

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <p>Новости 6</p> | <p>22 Анализ и прогноз Ситуация на рынке керамики: что говорят цифры</p> | <p>Посуда для ресторана Посуда напрокат: частное расследование</p> | <p>62 Правоведение Таможня: закон есть закон</p> |
| <p>Выставки Мероприятия</p> | <p>24 Дистрибьюторы Очарование керамики</p> | <p>44 Фабрика настольного фарфора "Karolina"</p> | <p>64 История О русском фарфоре</p> |
| | <p>26 Производители Лысьвенский металлургический завод</p> | <p>47 Дизайн и мода Вечное цветенье</p> | <p>66 Перечень компаний с реквизитами XX</p> |
| | <p>28 Коллекция от StarGlass</p> | <p>48 Цвет аппетита</p> | |
| | <p>30 Просто, прозрачно, практично</p> | <p>49 Посуда и техника Посудный блеск плюс дополнительный отпуск</p> | |
| | <p>32 Фарфор КАЛА</p> | <p>52 Чудо кофейной мысли</p> | |
| <p>15 "Балтика - стиль жизни 2005"</p> | <p>34 Стекло, хрусталь Стакану быть!</p> | <p>55 Weekend Ах, лето...</p> | |
| | <p>46 Металл Антипригарное покрытие: мода и здоровье</p> | <p>56 Опыт профессионалов Кузнецовский фарфор: от чего зависит будущее?</p> | |
| | <p>38 Особые материалы У кого тарелка вкуснее?</p> | <p>58 Точка зрения Криминал на рынке посуды</p> | |
| <p>16 "Консумэкспо - Лето - Мачеф - Москва - Дом 2005"</p> | <p>42 Посуда класса люкс Хрусталь для волшебного зелья</p> | <p>60 Страница юриста "Вопросы-ответы"</p> | |
| <p>18 "Мир Стекла - 2005"</p> | <p>40</p> | | |



it's life. styled.



INTERNATIONAL
HOME
— & —
HOUSE
WARES
S H O W

2 0 0 7

March 11 - 13

McCormick Place
Chicago, USA



ПЕРЕЧЕНЬ ВЫСТАВОК ПО ПОСУДНОЙ ТЕМАТИКЕ

| | | | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Выставка-ярмарка "Фарфор, керамика, стекло - 2006" | 05.09.06 08.09.06 | Красноярск | Красноярская Ярмарка | Посуда, керамика, изделия из стекла и фарфора |
| 2 | Выставка керамики, стекла, декоративных изделий и товаров для дома | 07.09.06 11.09.06 | Порто, Португалия | EXPNOR | Изделия из стекла, керамика, товары для дома |
| 3 | MACEF 2006` 2Gifts and Housware Fair | 08.09.06 11.09.06 | Милан, Италия | Fiera Milano International | Подарки, товары для дома |
| 4 | IV Международная специализированная выставка "Примус: Посуда'2006" | 12.09.06 15.09.06 | Киев | Примус Украина | Посуда, предметы сервировки стола и кухонные аксессуары |
| 5 | Выставка "Мир посуды" | 18.09.06 20.09.06 | Санкт-Петербург | РЕСТЭК | Товары для дома, посуда, хозяйственные товары |
| 6 | Ambiente Rossija | 19.09.06 22.09.06 | Москва | Beautytime Co, Мессе Франкфурт РУС | Товары для дома |
| 7 | TableWare. Осень - 2006. Международный специализированный салон посуды, предметов сервировки и декорирования стола | 19.09.06 22.09.06 | Москва | IPSA-EXPO | Эксклюзивная посуда, столовые приборы, предметы сервировки стола, кухонные принадлежности, текстильная продукция для дома |
| 8 | DOMOTECH'2006 | 20.09.06 23.09.06 | Кишинев, Молдова | Poliproject Exhibitions Ltd. | Товары для дома, офиса, элементы интерьера, бытовая техника |
| 9 | 2-я специализированная выставка-ярмарка "Всё для дома - 2006" | 21.09.06 23.09.06 | Псков | Псков ЭкспоЦентр | Хозтовары, предметы интерьера, сувениры, посуда, бытовая техника |
| 10 | 4-я межрегиональная выставка "Ресторан. Бар. Гостиница - 2006" | 21.09.06 23.09.06 | Челябинск | ВЦ "Восточные Ворота" | Оборудование для предприятий общественного питания и гостиничного хозяйства, посуда, кухонный инвентарь, предметы сервировки, декор, аксессуары. |
| 11 | 15-я международная многоотраслевая выставка ТНП | 26.09.06 29.09.06 | Владивосток | | Изделия из хрусталя, стекла и фарфора. Ковровые изделия. Канцтовары. Игрушки |
| 12 | Специализированная выставка "Гостинично-ресторанный бизнес - 2006" | 28.09.06 30.09.06 | Калининград | Балтик-Экспо | Все для оснащения санитарно-курортного и гостинично-ресторанного комплексов |
| 13 | VIII международная специализированная выставка "Торговое оборудование'2006" | 04.10.06 06.10.06 | Одесса | ВЦ "Одесский дом" | мебель и оборудование для магазинов, кафе, баров, ресторанов, гостиниц; посуда и расходные материалы |
| 14 | Международная выставка декора LIFESTYLE | 10.10.06 14.10.06 | Москва | ЦДХ | Мебель, украшения стола, домашние аксессуары |
| 15 | 22-я межрегиональная межотраслевая выставка-ярмарка | 12.10.06 14.10.06 | Воронеж | Выставочный Центр ВЕТА | Одежда, обувь; товары домашнего обихода; посуда; мебель; сувениры; изделия народных промыслов; игрушки; хозтовары |
| 16 | 5-я специализированная выставка-форум "Гостиничный и ресторанный бизнес" | 17.10.06 20.10.06 | Екатеринбург | КОСК "Россия" | Оборудование, мебель, инвентарь, посуда, материалы и аксессуары для гостиниц, ресторанов |
| 17 | 10-я универсальная выставка-ярмарка "СДЕЛАНО В РОССИИ" | 18.10.06 21.10.06 | Тверь | Экспо Тверь | Текстиль, товары для дома, отдыха, спорта и туризма, галантерея, парфюмерия, косметика, бытовые электроприборы, посуда, ювелирные изделия |



РЕКЛАМА на лицо

Канадское рекламное агентство DDB с большой фантазией подошло к решению задачи, поставленной компанией Toronto Plastic Surgery. Оно разместило рекламу этой организации, занимающейся пластической хирургией, на пластиковых стаканчиках. В тот момент, когда человек подносит стаканчик к лицу и начинает из него пить, нос и губки исключительно правильной формы, нарисованные на посуде, совмещаются с лицом пьющего. Получается удивительный эффект: далекая от идеала внешность приближается к классическим пропорциям. Заочно "примерявший" новое лицо, возможно, не захочет с ним расстаться и решится на пластическую операцию.



ПЕЙТЕ в два горла!

Что необязательно в России, то необходимо в Испании. Для того чтобы содержимое обычной пластиковой бутылки не нагревалось под жарким испанским солнцем, местный изобретатель Гектор Серрано покрыл ее материалом на основе белой глины, эффективно охлаждающим любые напитки. Но это еще не все усовершенствования испанца. Теперь в бутылке два горлышка, чтобы пить могли сразу двое.



А итальянцы додумались до еще одного "ноу-хау": недавно в Италии был представлен стеклянный графин Bobby, из которого можно наливать жидкость также сразу в два стакана.

ТЕПЕРЬ ЕСТЬ БАНАНОБОКС!

Изобретательский гений дошел до усовершенствования банановой тары. Для всех кто с удовольствием берет этот фрукт с собой на работу, в поездку, на пикник, теперь появился специальный бананобокс. Это жесткая пластиковая коробка, где бананы не сломаются и не помнутся. Контейнер легко протирается и моется в посудомоечной машине. Бананобокс стоит \$ 6,95 или 5,45 евро, однако доступен пока что только в Европе.

СКОВОРОДА, которая замораживает

Американская компания PolyScience, специализирующаяся на производстве промышленного, лабораторного и кухонного оборудования, представила на рынке необычную новинку для профессионального использования - "антисковороду". Ее задача - быстро замораживать любые продукты. "Антисковорода", или Anti-Griddle, представляет собой металлическую поверхность размером 47,6см x 40см x 28,5см, которая постоянно находится в охлажденном до температуры -34,5 °C состоянии. При этом устройство во время работы потребляет около 1,6 кВт электроэнергии. Эта "сковорода наоборот" позволяет, по мнению американских поваров, существенно расширить ресторанное меню. Например, с ее помощью можно легко получить сочетание замороженной корочки снаружи и теплого, мягкого крема внутри кулинарного изделия. Также не составит никакого труда приготовление небольшого количества порций мороженого и других холодных десертов. Единственный недостаток: новинка обойдется недешево, ее цена - \$ 845.

ВИЛКА И ЛОЖКА теперь вместе

Минимализм и экономия торжествуют повсеместно. Американская компания Remodern создала одновременно эстетский и практичный столовый прибор, который сочетает в себе хорошо известные вилку и ложку. Он вполне оправдывает свое название Spork, означающее spoon (ложка) и fork (вилка) вместе. Необычное приспособление для еды сделано практически вручную из бамбука. Его длина - 9 см, а стоимость - \$ 8,5 за набор из четырех штук.



По материалам сайта www.idh.ru

НЕЖНЫЕ ОБЪЯТИЯ солонки и перечницы

До изобретения дизайнеров американской интернет-компании FITZSU Society никто и не догадывался о взаимной любви соли и перца. Новый дизайн солонки и перечницы, как бы обнимающихся друг с другом, служит сразу двум целям: он вызывает приятные эмоции и позволяет сэкономить пространство на столе, так как набор весьма эргономичен. Сочетание черного и белого цветов (для перца и соли соответственно) соединяет их противоположность и единство в духе популярного на Западе знака восточной философии и религии Инь-Янь.

По материалам сайта www.idh.ru



СТАКАН САМ ЗАВАРИТ КОФЕ!

Американская компания JavaVoo в ближайшие месяцы собирается выпустить новинку - герметичный стаканчик для заваривания кофе. Упаковка состоит из двух отделений: в одном содержится вода, в другом - кофе, чай или травяной настой. Сначала при помощи микроволновой печи вода разогревается до заданной температуры, затем смешивается с содержимым второго отделения. По словам представителей компании, используя герметичный стаканчик, можно приготовить порцию эспрессо или латте за 2 минуты.

По материалам сайта www.unipack.ru



УПАКОВКА ПРОДЛЕВАЕТ ЖИЗНЬ ПРОДУКТАМ

Компания Tetra Pak презентовала новую асептическую упаковку для напитков и продуктов. Ее улучшенная структура позволяет значительно увеличивать сроки хранения продуктов без использования консервантов и дополнительного охлаждения. Новый класс упаковки получил название Tetra Wedge Aseptic Clear и уже опробован в Мексике. Упаковка представляет собой прозрачный полимерный материал со специальными барьерными свойствами к различному уровню содержания кислот. Это позволит, например, намного дольше содержать в ней кисломолочные и молочные продукты, а также учитывать требования к упаковке витаминизированных детских напитков. Скоро Tetra Wedge Aseptic Clear придет во многие страны мира.

По материалам сайта www.idh.ru

ПОЖУЕМ ТАРЕЛКУ!

О существовании посуды, которую можно есть, знают многие. Однако она постоянно совершенствуется. Новинка китайских производителей из города Харбина, провинции Хэйлунцзян, изготовлена из крахмала и кукурузной муки. Ее преимущества перед предшественниками в том, что она равно подходит как для горячих, так и для холодных блюд и выдерживает температуры от -20°C до +150°C. Для китайцев введение такой посуды в повседневный быт крайне необходимо, так как около половины производимой в Китае одноразовой посуды, по оценкам специалистов, вредно для здоровья. Согласно сведениям Главного государственного управления КНР по контролю за качеством, проверке и карантину при изготовлении одноразовой посуды часто используется тальк, углекислый газ, уксусная кислота и промышленный парафин. Эти вещества при нагревании посуды поступают в организм с пищей и могут вызвать рак и другие болезни пищеварительных органов и печени. Поэтому в Китае, где каждый год используется 6,5 миллиардов единиц одноразовой посуды, появление экологически чистой продукции на рынке является государственной задачей.

По материалам сайта www.idh.ru

СТАКАНЧИК С УШКАМИ



Чем бы дитя ни тешилось, лишь бы кушало. Недавно американская компания Pactiv Corporation разработала линейку уникальной одноразовой посуды для детей серии Nefty Zoo Pals. Забавные зверюшки изображены на картонных стаканчиках и коробочках объемом 220-230 граммов. Когда крышка закрывает такую посудину, то по бокам "вырастают" ушки веселых персонажей.

Джон Шваб, вице-президент компании производителя отмечает: "Наши стаканчики уникальны и очень популярны среди детей. С одной стороны, они удобны в использовании, так как их не надо мыть. С другой стороны, стаканчики помогают разнообразить прием пищи, что немаловажно именно для детей"

По материалам сайта www.idh.ru

ДЕСЕРТА МАЛО НЕ БЫВАЕТ!

Фабрика Steelite International (Великобритания) разработала оригинальную новинку в ряду посуды для подачи десертов. Это так называемые капсулы, изготовленные из

стекла, обладающие оптическим эффектом: они зрительно увеличивают содержимое, будь то ягодный десерт, салат из морепродуктов или мороженное.

СТАКАН, ПОЮЩИЙ О ЛЮБВИ

Японки, как и все женщины мира, любят сериалы про любовь. В прошлом году в Японии шла мыльная опера под романтическим названием "Зимняя соната", главным героем которой стал актер Вае Юн Жоон, заставивший потерять голову не одну домохозяйку. Японские производители не заставили себя долго ждать и ответили на этот призыв женщин. Они выпустили стакан, играющий мелодию, которой в сериале сопровождается признание в любви главного героя своей невесте. Лейтмотив сериала можно слушать столько раз, сколько чашек чая или кофе выпивает дама. Музыка звучит, пока вода льется в стакан. Стоимость всего удовольствия - 5 йен.

ПОП-АРТ В ПОСУДЕ

Что получится, если у пластиковой бутылки отрезать верх и оставить только самую нижнюю часть? Получится емкость с шероховатым краем, из которой при желании можно и пить. Эту идею реализовали в своем проекте дизайнеры американской компании Up To You. Они создали стаканчик, по форме повторяющий отрезанную нижнюю часть бутылки. Получился своеобразный гимн фаст-фуду или новый шедевр поп-арта. Правда, стаканчик выполнен из фарфора, так что можно не беспокоиться за его долговечность.

По материалам сайта www.idh.ru

ПЛАСТИК В РУКАХ ДИЗАЙНЕРА

Известный французский дизайнер и архитектор Филипп Старк коснулся, кажется, всех областей дизайна. Он создает частные дома и интерьеры, проектирует стулья, столы, диваны, зубные щетки, соковыжималки и ножи, разрабатывает дизайн телевизоров и машин. Каждый созданный им объект - отдельная история, своеобразное философское эссе. Недавно он представил свою новую коллекцию пластиковой посуды с названием, которое говорит само за себя - Lux Collection. Эта коллекция - полный набор всей необходимой посуды - ножи, ложки, вилки, тарелки, различных форм и размеров стаканы и чашки. Самое необычное решение дизайнера - роговидный выступ на тарелках, к которому можно прикрепить чашку или бокал и не бояться, что он упадет. Цвет посуды поддержит тон самой шикарной загородной вечеринки - тарелки можно подбирать золотые, серебряные, бронзовые или терракотовые. А остальные предметы доступны в двух вариантах - золото или серебро. Стоимость набора достигает ни много ни мало \$20.





THE FIRST от Энрико Бернардо

Идея создания THE FIRST, новой серии высококачественной стекольной продукции компании Zwiesel 1872 обязана своим появлением креативному дизайнеру Энрико Бернардо. Основой для разработки новой серии стали все более высокие требования к стеклянной посуде, в частности к бокалам, определяемые рестораторами. Новый дизайн в купе с усовершенствованной конструкцией позволят насладиться великолепным вкусом вина, еще более обогащенного кислородом, - утверждают представители компании Zwiesel 1872.



КУХНЯ ДЛЯ САМОЛЕТА

Производитель роскошной кухонной мебели и аксессуаров Poggenpohl Möbelwerke GmbH подписал соглашение о сотрудничестве с Airbus и Sell GmbH. Целью заключения договора между тремя всемирно известными фирмами стала идея создания кухни для самолетов повышенной комфортности компании Аэробус.

ВКУСНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Для истинного наслаждения вином форма и конструкция бокала играют более важную роль, нежели его содержимое. Поэтому специалистами с мировым именем: Zwiesel Kristallglas и Союзом Немецких Ценителей Качества (VDP) был создан альянс, целью которого является улучшение качества продукции, совместные разработки и инновации в области производства товаров для ресторанного бизнеса.

Предполагается, что результатом совместного творчества компании Zwiesel Kristallglas AG и Немецкого Союза Ценителей Качества VDP станет новая концепция плавки стекла. Фирма Zwiesel Kristallglas AG, включающая в себя два всемирно известных бренда - Zwiesel 1872 и Schott Zwiesel, на протяжении многих лет специализирующаяся в производстве традиционной стекольной продукции с одной стороны и внедрении самых инновационных технологий с другой стороны, возьмет на себя контроль качества стекольной продукции. Немецкий Союз Ценителей Качества будет определять качество вина. Таким образом, скоро даже для самых искушенных гурманов любимое вино заиграет новыми красками и оттенками ароматов.

LUMINARC доступен каждому



Всемирно известная компания ARC International впервые разместила на обновленном сайте марки LUMINARC полный каталог выпускаемой продукции. Отныне, выбрав в меню пользователя английскую или французскую версию, в любое время можно подробно ознакомиться со всеми выпускаемыми линиями продукции LUMINARC, как давно известными на рынке, так и новыми, и получить полную информацию о коде, цвете, размерах и материале заинтересовавших позиций. Руководство компании убеждено, что доступ к электронному каталогу даст возможность оперативного знакомства с коллекциями ARC International из любого уголка планеты.

Для открытия каталога достаточно зайти на сайт www.luminarc.com. Далее в открывшемся диалоговом окне нужно выбрать ссылку catalogue, и вы окупаетесь в яркий и красочный мир коллекций ARC International!

PORZELLAN MITTERTEICH ИЩЕТ ДИСТРИБЬЮТОРОВ



Porzellan Mitterteich, одна из известных фундаментальных компаний по производству фарфора. Компания производит домашний фарфор, фарфор для гостиниц и жаростойкую посуду, удовлетворяющую самым высоким требованиям к качеству по оригинальным немецким стандартам. Porzellan Mitterteich экспортирует свою продукцию по всему миру. Компания готова работать с российскими импортерами и ищет дистрибьюторов в России.

Нашу продукцию вы можете найти
на нашем сайте
www.porzellan-mitterteich.de
По всем вопросам просьба обращаться
на электронную почту
skoca@mitterteich-porzellan.com





ПРЕМИЯ RED DOT ДЛЯ ZWIESEL



Экспертное жюри присудило компании Zwiesel Kristallglas AG премию за дизайн продукции одного из основных брендов - Zwiesel 1872. Награды удостоились две серии: "OKIU" (эксклюзивная коллекция ваз) и "THE FIRST" (знаменитая коллекция посуды для ресторанов).

В 1955 году Дизайнерский центр, расположенный в Германии (район Северный Рейн-Вестфалия) впервые учредил награду Red dot awards, присуждаемую за наиболее креативные решения в области дизайна и декора. Среди проводимых по всему миру 2000 конкурсов и соревнований, главной целью которых, является определения лидера в создании дизайнерских шедевров, пальма первенства по-прежнему принадлежит немецкому Дизайнерскому центру. Отбор и награждение проводятся по трем номинациям: дизайн продукции, коммуникативный дизайн и концептуальное решение. В жюри Дизайнерского центра входят профессионалы, которые определяют право на звание "лидера в области дизайнерских технологий и креативных решений".

Zwiesel 1872 - это не только бренд одной из самых успешных компаний, но и символ безвременного дизайна, актуального уже на протяжении 130 лет. Умение вдохнуть жизнь в стекло, сделать хрусталь живым, а формы замысловатыми - вот, чего так не хватает современным производителям, - утверждают судьи немецкого Дизайнерского центра.

ИЗЫСКАННЫЕ БЛЮДА, СЕРВИРОВАННЫЕ СТЕКЛОМ



На выставке Ambiente 2006 компания Schott Zwiesel провела презентацию новой серии продукции для приготовления пищи. По задумке, обе коллекции стеклянной посуды были представлены с разных ракурсов с целью подчеркнуть философскую задумку дизайнеров.

В основу коллекции "Lavinia" положены прямоугольные формы и четкие геометрические пропорции: прямые края, отсутствие плавных форм и закругленных элементов. Набор состоит из 15 предметов: подсвечники, подносы, блюда, вазы, которые можно использовать в комбинации с подставками, а также многоярусные вазы

для фруктов и сладостей. Это разнообразие означает, что серия "Lavinia" может использоваться для сервировки ужина в узком семейном кругу и пышном застолье. Продукция компании Schott Zwiesel не только украсит ваш стол, но и придаст празднику элегантность и утонченность.

В отличие от "Lavinia", серия "Arrondi" отличается мягкостью и плавностью линий. Все предметы, выполненные из прозрачного стекла имеют форму полумесяца. Кроме того, коллекция не ограничена фиксированными размерами изделий, что дает возможность комбинировать элементы наборов в зависимости от вкуса и предпочтения.

КОМПАНИИ FISSLER И JEUNES RESTAURATEURS D'EUROPE (JRE)

Подписали соглашение об обмене опытом с молодыми талантами с целью создания хорошей кухни. Целью проекта является задача отобрать наиболее талантливых молодых поваров, которым будет предоставлена возможность обучиться самым изысканным кулинарным шедеврам и традиционным рецептам различных кухонь народов мира. Компания Fissler, продукция которой по праву считается одной из лучших в мире, любезно предоставила молодым дарованиям свою посуду. По мнению специалистов, результатом тандема двух всемирно известных фирм, должен стать прекрасно обученный и креативный коллектив молодых специалистов.

63-я ФЕДЕРАЛЬНАЯ
ВЫСТАВКА - ОПТОВАЯ
ЯРМАРКА

ХОЗТОВАРЫ И МЕБЕЛЬ - 2006

Фирма "Хозмебельторг"
с 12 по 15 сентября
приглашает

принять участие
в традиционной
федеральной
оптовой ярмарке
по закупке-продаже
хозяйственно-бытовых
товаров и мебели,
которая состоится
в спорткомплексе ЦСКА
Москва,
Ленинградский пр-т,
дом 39, стр. 1

Для участия в ярмарке
приглашаются
предприятия
промышленности и
торговли из всех регионов
России, стран ближнего и
дальнего зарубежья

Контактные телефоны:
(495) 207-72-31, 207-72-46
Факс: (495) 975-50-09, 207-05-66

Приезжайте
на нашу ярмарку,
и вы не пожалеете!



ЧАЙНЫЕ СЕКРЕТЫ в сифоне

Компания "Ин-тэкс" получила эксклюзивные права на поставку сифонов Yama Glass Factory (Тайвань) в СНГ и страны Балтии. Эти сифоны были изобретены еще в середине XIX века и прекрасно подходят для приготовления (особенно в ресторанных или офисных условиях) крепких черных и выдержанных чаев - в первую очередь, знаменитых пуэров. В прозрачной модели сифона исключен контакт чая с металлическими частями, и весь процесс заваривания хорошо виден



По материалам сайта www.teatips.ru

МЕСТО для MESTO

Учредитель сети интерьерных супермаркетов MESTO, ООО "Интерия", открывает магазин в Колпино Ленинградской области. Это седьмой интерьерный супермаркет сети и первый в пригороде Петербурга, пишет "Деловой Петербург". Сумма инвестиций в открытие магазина составляет более 20 млн. рублей. Предполагается, что срок окупаемости проекта составит 19 месяцев. В магазине площадью более 800 кв. м представлены основные товарные направления сети: посуда, текстиль, аксессуары, светильники. В планах компании открыть супермаркеты в каждом районе Петербурга. Сейчас супермаркеты MESTO работают в Калининском, Выборгском, Приморском и Красногвардейском районах.

АШИНСКИЙ ЗАВОД стал номинантом

Ашинский металлургический завод (город Аша Челябинской области) вновь стал лауреатом завершившегося в Челябинске отборочного регионального тура общероссийского конкурса "100 лучших товаров России". В числе двадцати лучших товаров области - посуда "Амет". Она отправится в Москву, где предприятие примет участие в заключительном этапе конкурса. В отборочном туре помимо посуды серии "Классика-Прима" - победителя "100 лучших товаров" 2004 года - были представлены серии "Славяна", "Дачная" и "Классика". Комиссия оценила высокое качество и ассортимент новинок - семи- и восьмилитровых кастрюль, пароварок, мантышниц, жаровен, кружек и масленок. Жюри также особо отметило яркую и красочную упаковку ашинской стальной нержавеющей посуды, сообщает пресс-служба ОАО "АМЗ".

ОДНОРАЗОВЫЙ СТАКАНЧИК УЖЕ С ЗАВАРКОЙ!

Торговая марка "ЧайОк" в этом году вышла на рынок с одноразовым стаканчиком, укомплектованным чайным пакетиком. Это изобретение радует не только рестораторов заведений эконом-класса, для которых такой стаканчик решает проблему с услугой "чай на вынос", но и всех, кто, находясь в офисе или на производстве, по многу раз в день бежит за заваркой и кипятком, а потом столько же раз пытается отмыть чашку от коричневых чайных разводов. Новый стаканчик устроен так, что фильтр-пакет с заваркой имеет круглую форму и закреплен на его дне, что существенно сокращает время заварки и не требует мытья посуды.



Язык фарфора Инны Олевской



Указом Президента РФ В.В. Путина за плодотворную деятельность и большой вклад в развитие декоративно-прикладного искусства присвоено почетное звание "Заслуженный художник Российской Федерации" Инне Соломоновне Олевской, художнику ОАО "Императорский фарфоровый завод". Инна Олевская - известный скульптор и художник по росписи фарфора, член Союза художников России, участник крупнейших отечественных и зарубежных выставок. Вся ее творческая деятельность связана с ЛФЗ/ИФЗ, где она работает с 1969 года. Ее работы были отмечены высокими наградами: Международной quadriennale в Эрфурте, дипломом и серебряной медалью Академии художеств России. Сегодня работы Олевской можно увидеть в коллекциях Государственного Эрмитажа, Государственного Русского музея, Государственного музея керамики в "Усадьбе Кусково XVIII века", Государственного исторического музея в Москве, в галереях и частных коллекциях США, Италии, Франции, Германии.

Сейчас, когда стратегия развития "Императорского фарфорового завода" направлена на усиление компетенций в сегменте элитарного и подарочного фарфора, уникальные произведения Инны Олевской становятся достоянием не только музейных коллекций, а вполне реальными вещами для пополнения частных собраний, украшения интерьеров и престижных подарков.

ЗАДЕРЖАНА партия эксклюзивной посуды

В аэропорту "Внуково" задержана крупная партия эксклюзивной столовой посуды стоимостью более 500 тысяч евро. Как сообщает РИА "Новости" со ссылкой на ФТС России, "при проведении таможенного контроля рейса, прибывшего из Франции, сотрудниками Внуковской таможни задержаны столовые наборы посуды, состоящие из 600 предметов общим весом около 260 килограммов и ориентировочной стоимостью в 500 тысяч евро". К таможенному оформлению контрабандный груз представила гражданка России, работающая стюардессой одной из частных российских авиакомпаний. В декларации женщина указала стоимость груза - 17 тысяч долларов США. Однако у сотрудников Федеральной таможенной службы при проведении досмотра возникли сомнения в том, что это реальная стоимость груза. Чуть позже специалисты установили, что все столовые, чайные и кофейные наборы, изготовленные из фарфора, серебра и хрусталя, произведены всемирно известными французскими фирмами, специализирующимися на производстве предметов роскоши. По факту контрабанды возбуждено уголовное дело. В настоящее время ведется расследование.



ВОСПОМИНАНИЕ О ЗИМЕ

Посуда из льда - безусловно, одна из самых оригинальных новинок 2006 года, появившихся на российском рынке. Ряд компаний Москвы и Санкт-Петербурга, занимающихся изготовлением ледяных скульптур, предложили рестораторам ледяную посуду, которая может быть использована во время различных торжеств, корпоративных и частных праздников. Из льда делают чаши, икорницы, кружки под пиво, но особенно популярными стали ледяные рюмки. Присутствие ледяной посуды создает атмосферу таинственности и изысканности, такая посуда поражает, привлекает внимание, она притягательна и в то же время вызывает чувство опасности. Поэтому ее можно смело рекомендовать тем, кто не любит простых решений в сервировке.



По материалам сайта www.posuda-ice.ru

КОФЕ всегда с тобой!

Новые стаканчики для кофе предлагает сеть кофеен "Дони Доник". Их крышка имеет специальный фиксатор, который позволяет надежно закрывать стакан. Его можно ронять, убирать в сумку, ставить на соседнее сиденье в машине - напиток останется внутри. При этом, что важно, кофе не остынет и не потеряет своих вкусовых качеств. Если же вы решили притронуться к своему любимому напитку, нужно просто открыть фиксатор и перевернуть его на противоположную сторону. Роль этого изобретения неоценима при продаже кофе на вынос.

РЕСТАВРАТОР открыл интернет-магазин

Фирма "Реставратор" (Москва), специализирующаяся на оптовой продаже столовых приборов и металлической посуды, решила расширить целевые группы покупателей, используя Интернет. Так, с мая товары торговых марок Castey, Monix, Vra, Кольчугино, Rissolle можно купить через интернет-магазин с доставкой на дом (для жителей городов Москва, Балашиха, Долгопрудный, Жуковский, Зеленоград, Королев, Красногорск, Люберцы, Мытищи, Одинцово, Реутов, Солнцево, Химки и поселка Шереметьево). Магазин также производит отправку покупок по РФ через курьерско-транспортные фирмы.

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА для японской кухни

Компания "ЯМАТО-Russi" представила впервые на российском рынке разнообразные формы одноразовой посуды для японской кухни. В ассортименте новинок - различные контейнеры для ассорти, тарелки для суши и роллов, мисосупницы. По мнению менеджеров компании, эта посуда особенно актуальна, так как спрос на услуги по доставке еды на дом продолжает возрастать.

СИМВОЛ Суксуна



Один из старейших поселков Прикамья Суксун готовится отпраздновать свое 350-летие. Издавна этот небольшой городок славился своими оптико-механическим и молочным заводами, но самая главная его достопримечательность, дошедшая до сегодняшнего дня, - самоварный завод. Производством самоваров здесь занимаются с 1740 года. Появилась даже особая суксунская форма самовара - в виде античных амфор с высоко поднятыми изящными ручками.

Памятник именно этому исконно русскому предмету было решено поставить в центре Суксуна. "Самовар - это целая философия, - считает архитектор Иван Слободжанин. - Ведь раньше в домах ничего, кроме самовара, не было - ни телевизора, ни радио. По вечерам все сходились вокруг самовара и вели разговоры. Мой самовар - не функциональная вещь, а декоративная, которая должна эстетически красиво смотреться на фоне парка".

По материалам сайта www.Perm.RFN.ru.

ОТКРЫТИЕ НОВОГО САЛОНА ЭЛИТНОЙ ПОСУДЫ "КРИСПАР"

Компания "ГенЛекс" открыла новый салон элитной посуды "Криспар" на Новом Арбате. Открытие очередного салона прошло с участием потомка легендарной династии, насчитывающей 13 поколений фарфористов, Лорда Пиерс Энтони Уэймаут Веджвуда.



Он входит в совет директоров группы Wedgwood-Waterford. "Российский рынок очень важен для нас, сегод-

ня это самое динамичное направление. А российские покупатели - самые образованные и информированные покупатели в мире, что позволяет им по достоинству оценить продукцию Wedgwood", - отметил лорд Веджвуд.

На открытии также присутствовали именитые гости, поклонники марки Wedgwood - Советник по экономике, торговле и науке посольства Великобритании мистер Эндрю Леви, директор по России Российско-британской торговой палаты мистер Нил Купер, генеральный директор Московской международной бизнес ассоциации и другие.





Золотой фарфор России

В июне-июле в Пермской художественной галерее проходила уникальная выставка "Золотой фарфор России". Такого рода выставка проходит в Пермской галерее впервые. Здесь объединились два пласта русской истории: до- и послереволюционный. В первом разделе представлен фарфор по периодам правления российских императоров с 60-х годов XVIII века и заканчивая началом XX века. Второй раздел выставки отражает специфические для России особенности развития фарфора в XX веке. В экспозиции было представлено около трехсот лучших произведений XVII -XX веков: предметы императорского фарфорового завода, принадлежавшие императору, императрице и членам фамилии. В изделиях того времени нашли отражение все художественные стили и все исторические события, которые происходили в стране в этот период.

НОВЫЙ ПАРТНЕР российской ассоциации сомелье

Компания Pernod Ricard Rouss стала официальным партнером Российской Ассоциации Сомелье. В соответствии с достигнутыми договоренностями Pernod Ricard Rouss имеет право использовать статус генерального партнера ассоциации при проведении мероприятий РАС, нацеленных на продвижение брендов Pernod Ricard в профессиональной среде. В процессе обучения РАС будет использовать не только бренды Pernod Ricard, но и барные аксессуары - бокалы, ведра, штопоры и прочее.

СПРАВКА. Pernod Ricard Rouss является эксклюзивным импортером алкогольной продукции, производимой предприятиями Pernod Ricard Group, и обладает исключительными правами на использование товарных знаков на территории Российской Федерации.

С ДНЕМ ГОНЧАРА!

Профессиональный праздник гончаров отметили 24-25 июня в музее архитектуры и быта "Пирогово". По словам организаторов мероприятия, последние несколько лет это ремесло на Украине возвращается к своим истокам. Увеличивается количество традиционной украинской керамики со старинными рецептами изготовления. Почти 100 мастеров со всей Украины продемонстрировали посетителям выставки специфику лепки своего региона. Например, на Западной Украине изделия из глины обжигают до шоколадного цвета. А в Восточной - до аппетитного карамельного оттенка. Приезжают каждый год сюда и "неформалы" гончарного мира. Они делают современные кувшины, вазы и другую посуду, которую нередко можно встретить в дорогих киевских ресторанах.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НОВИНКИ ОТ ЗАВОДА RADA

Производственное объединение RADA (Мордовия) представило новинки профессионального кухонного оборудования - открытые сковороды с жарочной поверхностью ПЖЭ-700 ПС. Это модульный аппарат с гладкой жарочной поверхностью, выполненный по современным машиностроительным технологиям на немецком оборудовании. Нагрев рабочей поверхности осуществляется ТЭНами, прикрепленными к нижней части рабочей поверхности и закрытыми защитным кожухом с теплоизоляцией. Контроль и регулировка температуры поверхности осуществляется рабочим термостатом 344044. Для предотвращения перегрева рабочей поверхности свыше 285⁰ С и выхода из строя ТЭНов в схеме установлен защитный термостат 3444320. Световой индикатор HL1, расположенный на панели управления, показывает наличие напряжения на нагревателях и сигнализирует о готовности поверхности к работе.

Конструкторским отделом завода RADA подготовлены к серийному производству открытые сковороды с рифленой и комбинированной жарочной поверхностью, готовятся модификации аппаратов с чугунными конструкциями греющей конфорки.

Кроме того, на выставке "Мир ресторана - 2006" компания RADA получила международный сертификат качества "ISO 9001:2000". Документ удостоверяет, что "RADA" уделяет качеству продукции должное внимание, гарантируя этим соответствие всем международным нормам.

ИНТЭКС ГОТОВИТ ЧАЙ

В ассортименте чайной посуды компании "ИНТЭКС" появились сразу две новинки, существенным образом улучшающие процесс заваривания чая. Это чайники для кипячения воды, изготовленные из специальной жаропрочной глины, что позволяет заметно дольше сохранять тепло и растворенный в воде кислород. И другая новинка специально предназначена для приготовления чая в офисных и прочих сложных условиях - Easy Pot. Easy Pot - это заварочный чайник и чахай (емкость для чайного настоя) "в одном флаконе". Этот прибор очень хорошо подходит для приготовления зеленых и бирюзовых чаев - чутких к переставанию, но способных выдержать неоднократное заваривание. В заварочную часть Easy Pot можно очень легко доливать горячую воду, настаивать в ней чай положенное время и простым поднятием крышки прибора "включать" переливание чая из заварочной части в чахай, из которого уже очень удобно переливать чай по чашкам или пиалам.

ЗОЛОТАЯ ЛИХОРАДКА

В сентябре 2006 года компания ООО "ИНТЕРХОЗТОРГ" выводит на российский рынок новую линию бренда TISSONA - TISSONA GOLD. Она будет состоять из декорированной жаропрочной посуды, представленной одиночными предметами и наборами.

Богатая цветовая гамма и оригинальный декор позволит удовлетворить требования самых взыскательных покупателей.

При создании новинки особое внимание было уделено виду упаковки - красочная и необычная, она, несомненно, украсит полки магазинов и сделает TISSONA GOLD великолепным подарком в предстоящие праздники.





ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ ПОСТЕПЕННО ВХОДЯТ В МОДУ

Национальная ассоциация участников электронной торговли (НАУЭТ) представила аналитический отчет по итогам рейтингов интернет-магазинов по различным показателям. Эффективность интернет-торговли для отдельных товарных групп оценивалась по показателю конверсии, который показывает в процентах, сколько посетителей из числа посетителей сайта совершили покупки в данном магазине или розничной сети. Так, наиболее предпочтительной товарной категорией с позиции эффективности использования интернет-сайта для привлечения покупателей является товарная группа "Товары и оборудование для дома (мебель, предметы интерьера, хозяйственные товары, бытовая химия, посуда) и сада". В среднем каждый десятый посетитель интернет-магазинов в данной товарной категории совершает покупку (средний коэффициент конверсии составляет 10,62%). Низкий коэффициент конверсии (0,91%) для онлайн-торговли в такой популярной товарной категории, как "Бытовая техника и электроника", может объясняться тем, что достаточно большой процент посетителей сайтов использует их в основном для ознакомления и изучения потребительских свойств товаров, а покупку совершает в другом месте.

В целом, по оценкам экспертов, организация хорошей логистической службы вкупе с хорошим и раскрученным сайтом, интегрированным с брендом, является основой для эффективности интернет-магазина. В то же время в России доля интернет-торговли в общем розничном товарообороте еще мала и составляет менее 1%. Одной из ключевых проблем, сдерживающих в настоящее время развитие электронной коммерции в России, является "проблема доверия", что связано прежде всего с отсутствием у потенциальных покупателей полной и достоверной информации об онлайн-торговцах.

По материалам сайта www.adme.ru

НЕТ ПОДОЗРЕНИЯМ!

Разработаны поправки к Таможенному кодексу, наделяющие таможенные органы правом по собственному усмотрению, приостанавливать выпуск товара в свободное обращение при сомнении в его законном происхождении. Если поправки, которые уже этой осенью поступят на рассмотрение Госдумы, вступят в силу, таможенники получат практически неограниченные права арестовывать подозрительные партии товаров, проводить их экспертизу, а также инициировать судебные иски к импортерам, пишет газета "Бизнес". В ФТС отметили, что разработка поправок полностью соответствует требованиям ВТО об усилении борьбы с контрафактной продукцией и приведении российского законодательства в соответствие с международными стандартами.

По материалам сайта www.torgrus.com

БУМАЖНЫЕ СКАТЕРТИ СПЕШАТ НА ПОМОЩЬ

Компания "Торговый Дизайн", специализирующаяся на комплексном оснащении объектов торговли и питания, пополнила свой ассортимент бумажной продукцией шведской фирмы Duni. Преимуществом бумажного текстиля является то, что благодаря ему можно быстро и просто изменить интерьер ресторана, создать уютную, необычную атмосферу для любого случая, банкета или свадьбы. Одна из наиболее востребованных позиций - скатерти в рулонах, которые легко отрезаются под любой размер стола. Это особенно удобно, если столы разной конфигурации или сдвинуты на время банкета. Такие скатерти представлены в двух видах. Водоотталкивающие, на бумажной основе с добавлением полимеров изготовлены из материала "Дюнисель", который имеет рельефную фактуру "под хлопок". А также скатерти водо- и жироталкивающие на бумажной основе, ламинированные полиэтиленовой пленкой - из материала "Дюнисилк". Интересным предложением по оформлению фуршетов является гофрированная юбка из материала "Дюнисель" на липкой основе, которая легко крепится на любую поверхность.

ВОНЕМИА "разменяла второй десяток"

Розничная сеть магазинов "ВОНЕМИА классическая посуда" в июне отметила открытие нового одиннадцатого магазина в Краснодаре, тем самым общее количество магазинов сети "перешагнуло" за первый десяток. Помимо Краснодара сеть имеет магазины в Ростове, Ставрополе, Самаре, Новороссийске и Сочи. 2006 год стал для компании временем интенсивного развития, а появление новых магазинов - показателем серьезных намерений в завоевании российского рынка. Нарботанная стратегия открытия и управления позволяет быстро вывести "новорожденный" магазин на проектную мощность, а особый формат магазинов "ВОНЕМИА" - заслужить успех и признание покупателей. На очереди открытие магазинов ВОНЕМИА в Тольятти, Волгограде и других городах России. До конца года планируется увеличение собственных магазинов до двадцати, а также активное развитие франчайзинга.



ДОМО развивает франчайзинг

Компания ДОМО расширяет свое присутствие в городах Нижегородской области. Партнером ДОМО по франчайзингу стала сеть "Денди", которая заключила договор с казанской компанией в мае этого года. Общие инвестиции в новый магазин площадью 300 кв. м составили около \$400 тыс.

Франчайзинговая программа торговой компании ДОМО стартовала осенью 2005 года. Первыми франчайзи ДОМО стали компании из Нижнего Новгорода и Омска. На сегодня в число направлений деятельности компании входит оптовая торговля бытовой электроникой, развитие сети магазинов по продаже книг, производство фарфоровой посуды, строительство и девелоперство торговых центров и т.д.



ЛАМИРА ОБНОВИЛА каталог продукции

Каталог российского дистрибьютора посуды, компании "Ламира", дополнили два производителя товаров для кухни - это "Юнио-Кубань" (наборы кухонных принадлежностей) и Victor Enterprice International (разделочные доски). Также пополнился ассортимент товаров Kesper (разделочные доски, корзины для хлеба и фруктов, продукция для баров и ресторанов). Ассортимент производителя Carl Schmidt дополнили новые кастрюли, сковороды, а также ножи и овощечистки. В продаже появились френч-прессы, наборы стаканов и другие товары от производителя Kunzheil, а также разноцветные вазы Multi-colors от Walther Glas.

ПОДАРОК ценителям чая



В ассортименте торговой марки Royal Heritage Porcelain появились новинки - чайные наборы на одну и две персоны. Оригинальный дизайн, выполненный в современном стиле, привлечет внимание самого изысканного покупателя.



Линейка представлена красочными декорами и изысканными формами - "Зеленый лист", "Тюльпан", "Красный мак", "Клубника", "Черно-белый авангард".

Такие наборы создадут особое неповторимое настроение для истинных ценителей чая. А подарочная упаковка, выполненная в классическом, благородном стиле и отделка внутренней поверхности шелковой тканью позволят привлечь внимание покупателя в вашем магазине.

Каждый предмет набора аккуратно и бережно уложен, что обеспечивает дополнительную сохранность посуды.

Продукция торговой марки Royal Heritage Porcelain - не только отменный подарок, но и свидетельство изысканности вашего вкуса.

Для получения более подробной информации по наборам торговой марки Royal Heritage Porcelain, обращайтесь в представительства торговой компании "ИИС-Посуда".

КОМБАЙН ОТ "ПЕРФИ"

Компания "Перфи" представила multifunctional кухонный комбайн от итальянского поставщика Nemox. Кухонный комбайн FRIX AIR FRX180 предназначен для "пакотизации" свежих продуктов то есть он превращает их в пюре, муссы, паштеты, супы, мороженое, щербеты и во всевозможные десерты за считанные секунды, без предварительного замораживания, экономно и точно на заданные порции.

Специальная емкость заполняется свежими продуктами: молоком, водой, сиропом, сливочным или оливковым маслом - и замораживается до 18-22°C. Устанавливается желаемое число порций, и с высокой скоростью крутящийся нож плавно опускается вниз и измельчает содержимое точно до необходимой степени. За считанные секунды желаемое количество продукта готово к употреблению. Нетронутый остаток в емкости возвращается в морозильник.



Комбайн отличается абсолютной гигиеничностью, очень прост и легок в управлении. Нет необходимости в операциях процеживания или протирки. Расходы на продукты сокращаются до 40%, а сами продукты используются на все 100%.

В целях развития региональной деятельности фирма "Перфи" открыла филиал компании в Ростове-на-Дону. По мнению руководства фирмы, открытие филиала позволит учитывать все особенности рынка оборудования в регионах и более качественно ориентироваться в потребностях клиентов, повысит качество подготовки и реализации комплексных проектов. В филиале "Дон Перфи" будут представлены все услуги компании по комплексному оснащению ресторанов, комбинатов питания, кухонь, столовых, хлебопекарен и других производств.

СУХАРЕВКА СОЗДАЛА еще одну кухню

В июне в Москве открылся новый ресторан-клуб "Тень". Это классический ресторан с блюдами европейской кухни. "Сухаревка" предложила наилучший вариант по оснащению кухонных помещений ресторана за четыре недели. Компания предложила заказчику комплексный подход - скомбинировать дорогое импортное оборудование с более демократичной по ценам отечественной техникой. В частности, при выборе холодильного оборудования было отдано предпочтение итальянской фирме Desmon и российским моделям бренда Polair, пароконвектомата - французской фирме Bourgeois. Доукомплектована кухня была российскими плитами и нейтральным оборудованием фирмы RADA. Посудомоечные машины - итальянской фирмы Project. Эти машины могут мыть 800 тарелок или тысячу стаканов в час, а моечный цикл составляет всего две минуты. Электромеханика была выбрана от двух производителей: немецкой фирмы Kuechenbach и итальянской фирмы Fimar, кофемашины - итальянской фирмы Italcream.

"ЧУДОДОМ" ПОСТРОЯТ В КАЖДОМ ГОРОДЕ

Новосибирская компания "Компоненты бизнеса", развивающая сеть супермаркетов "Чудодом", намерена до конца года открыть свои магазины в европейской части России. Сеть "Чудодом" располагает шестью супермаркетами "товары для дома": в Барнауле, Кемерово, Новокузнецке, Новосибирске и Казани. Площадь супермаркетов - 1500-2000 кв. м. Ассортимент каждого включает 10 000-15 000 позиций, в том числе посуду, домашний текстиль, мелкую бытовую технику, укра-

шения интерьера, инструменты для ремонта. Сеть вышла за пределы Сибири еще в апреле, когда "Чудодом" открылся в казанском ТЦ "Мега". В сентябре планируется открытие второго магазина в Казани, в декабре - в Екатеринбурге, в декабре-январе - в Оренбурге и Ярославле. "Компоненты бизнеса" планируют занять около 10% рынка товаров для дома в каждом новом для себя городе в течение года, пишет газета "Ведомости".



КОПТИТЕ НА ЗДОРОВЬЕ!



Компания "Деловая Русь" представила коптильню, предназначенную для горячего копчения ребрышек, грудки, свинины, птицы, овощей, семги, сыра. Она выполнена из нержавеющей стали, на панели управления разделены таймер и терморегулятор, герметизация камеры коптильни осуществляется путем использования термостойкого уплотнителя. Печь также может быть использована в качестве теплового шкафа. Изоляционный материал по бокам и сверху исключает нагревание внешней поверхности, внизу коптильни располагается съемный жироборник из нержавеющей стали.

ИМПЕРАТОРСКИЙ ФАРФОР ДЛЯ ВЫСОКИХ ГОСТЕЙ

Около полутора тысяч подарков для участников X Петербургского международного экономического форума, проходившего 13-15 июня в северной столице, было изготовлено на Императорском фарфоровом заводе. В качестве памятных подарков организаторы этого престижного мероприятия выбрали широко известные в мире изделия агитационного и авангардного фарфора, оригиналы которых, созданные в 20-е годы прошлого века, сегодня хранятся в коллекции Государственного Эрмитажа.

Это, прежде всего, знаменитый чайник и полу чашки, созданные основоположником супрематизма Казимиром Малевичем, а также декоративные тарелки с изысканной графикой Сергея Чехонина "РСФСР" и "Кубистическая" и Вениамина Белкина "Сеятель". Реплики не имеющего аналогов в мире революционного фарфора начала прошлого века, изготовленные сегодня на Императорском фарфоровом заводе, составляют историческую коллекцию авангардного фарфора и пользуются большой популярностью среди знатоков и ценителей. В этом ряду ведущие политики мира и крупные бизнесмены, которые не только приобретают реплики ИФЗ, но и проявляют повышенный интерес к новейшим изделиям с маркой Imperial.

METRO CASH & CARRY станет еще больше!

В конце июля Metro Cash & Carry - торговое подразделение холдинга Metro Group, занимающего по объему продаж третье место в мире - открывает в Ульяновске супермаркет площадью 8000 кв. м. По словам руководителя отдела по правительственным и внешним связям "Метро Кэш энд Керри - Россия" Инны Вожик, как правило, доля местных поставщиков продукции в Metro Cash & Carry доходит до 25% (в основном это продукты питания), остальное приходится на московские и региональные компании. Потенциальные клиенты торгового комплекса - это мелкооптовые магазины, в частности рестораны Ульяновска и близлежащих городов. Ульяновск стал девятым городом-не миллионником, в котором компания открывает свой магазин.

Кроме того, между мэрией Омска и компанией Metro Group подписано соглашение о намерении начать весной 2007 года строительства в Омске мелкооптового магазина сети Metro Cash & Carry, сообщает Интерфакс. Инвестиции в строительство магазина составят около 467 млн. рублей, общая площадь магазина - 54 тыс. кв. м. По данным пресс-службы мэрии Омска, менеджеры ООО "Метро Кэш энд Керри" рассматривают также вариант строительства двух магазинов в Новосибирске и Красноярске. После этого будет принято решение об освоении Барнаула, Кемерово и Новокузнецка.



Санкт-Петербург
тел.: (812) 327 08 88
e-mail: mall@elga.ru



Новосибирск
тел.: (3832) 271 354
e-mail: elga@mail.kns.ru

Омск
тел.: (3812) 243 051
e-mail: omsk@elga.ru



Декорация стекла
на базе собственного
производства.

Широкий ассортимент
продукции из стекла и
фарфора со склада в
Санкт - Петербурге

Москва
тел.: (495) 854 84 88
e-mail: moscow@elga.ru

www.elga.ru



ОТ НОЖЕЙ ДО курортного комплекса

Российская группа компаний "Рамо", владеющая сетью магазинов одежды, а также ножей и посуды Henckels и Fissler, выступила инициатором проекта строительства курортного комплекса "Пальмовый берег" в Краснодарском крае. На днях там состоялась торжественная закладка первого камня. Группа компаний "Рамо" заявила о намерении вложить в проект совместно с партнерами не менее \$50 млн. и создать первый комплекс европейского уровня на Черноморском побережье России.

ЛУЧШЕ, ЧЕМ БЫЛО!

В ассортименте завода "Нева-Металл Посуда" представлена новинка - литая блинная сковорода диаметрами 20 и 24 см с антипригарным полимер-керамическим покрытием ТИТАН^{ПК}. За счет его особой четырехслойной структуры обеспечиваются повышенные потребительские свойства. Так, при приготовлении пищи разрешается использовать металлические столовые приборы.

ОН-ЛАЙН МАГАЗИНЫ открываются!

Представительство компании Ansin Gift Co Ltd в России, занимающееся оптовой реализацией посуды и сувениров под торговой маркой "ANSIN" во всех регионах Российской Федерации, открыло свой новый интернет-магазин на сайте www.ansin.mags.ru.

На этом же сайте представлен весь ассортимент керамической, фарфоровой посуды и сувениров под торговой маркой "Ansin".

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ В ОБЛАСТИ ДЕКОРИРОВАНИЯ

Крупное российско-итальянское предприятие "Эльборг-Гласс", входящее в группу компаний "Эльга" успешно работает на рынке декорирования посуды и занимает лидирующие позиции на этом поприще. Успешная деятельность компании напрямую связана с правильно выбранной стратегией развития в соответствии с потребностями рынка декорированных и подарочных изделий.

По сообщению пресс-центра компании в настоящее время установлена 3-я автоматизированная линия по декорированию стекла методом шелкотрафаретной печати. Это в первую очередь связано с сезонным увеличением заказов.

Клиенты компании получают комплексное обслуживание по следующим направлениям:

- консультации специалистов;
- разработка дизайна;
- поставка отечественного и импортного стекла;
- услуги по декорации и обжигу;
- упаковка продукции;
- доставка продукции до места назначения.

Современное высокопроизводительное оборудование, инновационные технологии, квалифицированные специалисты - это гарантия качества и надежности компании "Эльборг-Гласс".



ОТТЕНОК ХРУСТАЛЯ ОТ СТЕМП

Компания "СТЕМП" выводит на российский рынок новую линию продукции знаменитой итальянской фирмы CALP. Изделия этого производителя отличаются от других не только дивной красотой и изящностью форм своих ваз, бокалов и графинов, но и необычной игрой цвета чистейшего хрустала. Питьевой хрусталь коллекции RCR (Royal Crystal Rock), который компания "СТЕМП" представит на сентябрьской выставке московскому покупателю, имеет нежнейший розоватый оттенок, что уже привело в восторг взыскательную европейскую публику на франкфуртской выставке в нынешнем году. Теперь эту коллекцию могут увидеть и приобрести ценители элитной посуды из России. Совершить покупку можно в магазинах фирмы "СТЕМП", являющейся дилером итальянской компании CALP. Нужно добавить, что описываемый хрусталь чудесно сочетается с немецким костяным фарфором фирмы Falkenporzellan, эксклюзивным представителем которой уже в течение двух лет также является "СТЕМП".

ОТКРЫВАЕТСЯ ШКОЛА ГОНЧАРНОГО ИСКУССТВА

В июле общественная организация "Киевское региональное объединение творцов родовых имений" открыла в Киеве школу гончарного искусства. Пройти обучение в этом учебном заведении могут все желающие научиться собственными руками изготавливать гончарные изделия: посуду, домашнюю утварь, произведения художественно-декоративного искусства по старинным

технологиям. В школе представлен весь процесс изготовления гончарных изделий: от копания глины до ее обжигания. Преподавателями стали известный на Украине мастер-гончар Иван Иванович Панков и его ученики. Основной девиз Ивана Панкова - "Ударим гончарным кругом по засилью пластиковой посуды".

По материалам сайта www.km.ru

STEELITE АДАПТИРУЕТ СВОЮ ПОСУДУ для русского сектора HoReCa

28 июня компания "Ина Интернешнл" провела семинар совместно с представителями фабрики Steelite International (Великобритания). В семинаре принимали участие региональные дилеры из Красноярска, Новосибирска и Екатеринбурга. Цель проведения семинара - детальное ознакомление с продукцией Steelite, ее конкурентными преимуществами, особенностями производства. Большое внимание было уделено новым дизайнерским разработ-

кам, которые ежегодно выносятся на обсуждение с целью выяснить потенциальную перспективу для России. Как отметили в компании, некоторые серии разрабатываются с учетом пожеланий и требований современного сектора HoReCa. Так, например, совсем скоро появятся серии посуды, по своему дизайну адаптированные к русской, а также восточной кухне, которым до настоящего времени не уделялось должного внимания.



Новые магазины сети «Коралл»

Открытие новых магазинов розничной сети "Коралл" в июне 2006 года состоялось в Орле (ул. Комсомольская, д. 287) и Железногорске (ул. Ленина, д.60). Отныне розничная сеть "Коралл" насчитывает 21 магазин в 10 регионах европейской части России, а до конца года планирует запустить в действие еще 4 торговые точки. Магазины "Коралл" - это современные магазины площадью от 150 до 500



кв. м и с открытым доступом к товару. Основные представленные группы - посуда, горшечные растения и сопутствующие товары, подарки и сувениры, текстиль для дома, кухонные вытяжки. Среднее количество наименований товара в магазине - 5000, совокупная торговая площадь - 5000 кв. м. Особенностью ассортимента магазинов является то, что многие товары произведены группой "Эликор", в состав которой входит сеть магазинов "Коралл".

www.korallshops.ru

VORMIOLI ОТ ПЕРФИ

Компания "Перфи" представляет новую серию профессионального стекла итальянского производителя Luigi Bormioli - Esperienze. Изящество формы и стиля этой серии замечательно впишется в интерьер ресторанов с новой современной концепцией! В линейку входит девять фужеров для разных сортов вин и, конечно же, незаменимый аксессуар для профессиональной декантации - декантер. Вместимость бокала зрительно увеличивается за счет его волнистого дна, а оттенок вина усиливается за счет отражения в волнах. В таком сосуде вино скорее насытится кислородом. Тонкая литая ножка, плавно переходящая в волнистую чашу, дает эффект гибкости бокалу и одновременно прочность. Бокал очень устойчивый за счет плоского основания ножки.



ВПУСТИТЕ ИТАЛИЮ В МИР СВОЕЙ КУХНИ!

Компания "Союзагрокомплект" и супермаркет "Ресто" представляют замечательные разработки сковород молодых итальянских дизайнеров. Сковороды TVS - "прекрасное в быденном". Они предназначены для кафе и ресторанов с открытой кухней, служат великолепным дополнением стильного оформления интерьера. Полихроматические рисунки, отвечающие тенденциям современного дизайна, приятно разнообразят мир сковород с антипригарным покрытием. Качество и дизайн, стиль и поиск - это новая разработка TVS. Впустите Италию в мир своей кухни!

Со всей экспозицией можно ознакомиться в выставочном зале ГК "Союзагрокомплект" и торговых залах супермаркетов "Ресто".



«Творческие вершины» от Топ Стил Групп

Новинкой "Топ Стил Групп" в этом сезоне стал подарочный набор в прозрачной пластиковой упаковке от английской компании Криэйтив Топс (Creative Tops), включающий в себя: прекрасную кружку из костяного фарфора, подставку под горячее на пробковой основе и сервировочный пластиковый поднос. Все предметы выполнены в одном дизайне.

Фирма Криэйтив Топс (Creative Tops) крупнейший в Великобритании производитель предметов сервировки стола из самых современных и экологически чистых материалов: ударопрочного стекла, натурального пробкового дерева, костяного фарфора. Название фирмы Криэйтив Топс, что в переводе означает "творческие вершины" говорит о постоянном творческом совершенствовании и великолепном дизайне всех видов продукции.

Концепция фирмы заключается в создании единой дизайнерской линии предметов сервировки стола и оформления интерьера кухни и столовой комнаты. Важным преимуществом является тот факт, что все изделия оформляются в подарочной упаковке, что является значительным фактором в увеличении продаж.



ЛОТКИ от Импакт Богемия Трейдинг

Компания "Импакт Богемия Трейдинг", официальный импортер продукции фирмы "Cambro", представила новинку - пищевые лотки "Гастроном". Изделия выполнены из практически неразрушимого поликарбоната Camwear. Они выдерживают температуру от -40°C до 99°C, позволяют хранить, перевозить и демонстрировать продукты. Гладкая внутренняя поверхность лотков облегчает их опорожнение и мойку. Лотки складываются в штабели, но не слипаются. Стандартный фланец шириной 1,27 см обеспечивает точную подгонку лотков к углублениям и подставкам стандартного кухонного и столового оборудования. Плотные закрывающиеся патентованные крышки FlipLid и GripLid фирмы "Cambro" обеспечивают безопасное хранение и перевозку продуктов.



Фарфор для ресторанов с восточной кухней

"Импакт Богемия Трейдинг" представляет фарфор производства фабрики Langenthal (Швейцария).

Actual (Актуал) - серия профессионального гостиничного фарфора.

Разнообразные модные формы: лодочки, прямоугольники, квадраты. Фарфор этой серии можно мыть в посудомоечной машине. Прочен и изящен одновременно. Серия "Актуал" особенно интересна для ресторанов с японской кухней, а также для ресторанов с не традиционным современным дизайном. Есть белый и декорированный.

Уникальное соотношение цены и качества:

тарелка плоская

квадратная АКЗ 2209 5.37 у.е.

чашка АКЗ 0209 2.36 у.е.

блюде АКЗ 1813 5.92 у.е.

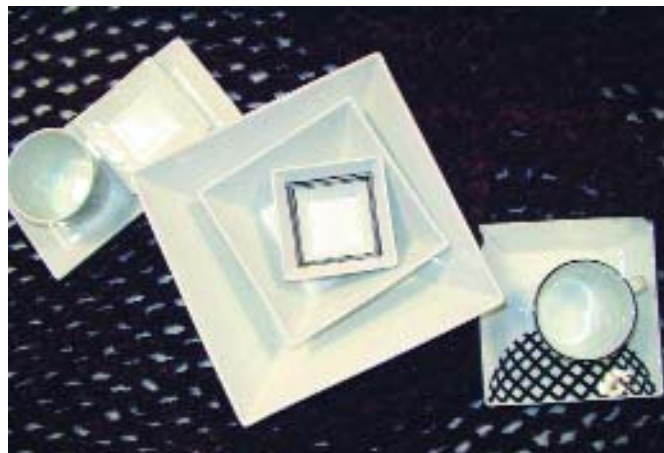
Поставляется под заказ в течение 1,5 месяцев.

Департамент снабжения ресторанов:

105023, ул. Электрозаводская, д. 52, корп. 6

тел. (495) 540-45-25

www.impact.ru e-mail:impact@impact.ru



ООО "КОНАКОВСКИЙ ФАЯНС": РЕЗУЛЬТАТЫ СТАТИСТИКИ

Производственно-коммерческая фирма ООО "Конаковский фаянс" является производителем расходных материалов (мелющих тел, керамических масс, огнеупоров), применяющихся на предприятиях различных отраслей промышленности, в основном связанных с производством керамических изделий.

Сегодня здесь производится более 300 тонн мелющих тел в месяц или около 33% объема потребления мелющих тел в России (по оценкам специалистов компании).

Объем производства керамических масс составляет 1517 тонн в год. Более 80% от этого объема используется при производстве народно-художественных изделий из керамики многочисленными предприятиями и частными мастерами Москвы и Московской области.

Огнеупорные изделия, выпускаемые предприятием (плиты, стойки для обжига продукции в многоэтажерочных вагонах), используются не только "Конаковским фаянсовым заводом", но и приобретаются многими другими предприятиями, производящими фарфоро-фаянсовую посуду, сантехнику и другие изделия из керамики. Объем производства огнеупоров 1317 тонн в год.

В 2005 году ООО "Конаковский фаянс" приобрело в собственность цех по производству мелкосерийных изделий,

известный как цех, производящий уникальные фаянсовые изделия - посуду, скульптуру, другие художественные изделия утилитарного назначения. В настоящее время здесь осваивается производство массовой цветной фаянсовой посуды - тарелок, салатников, чашек. В целом на предприятии занято более 150 человек.



Предприятием реализуется инвестиционный проект по производству сухого прессования мелющих тел, подготовке пресс-порошка, а также изготовлению кордиерито-муллитовых огнеупорных изделий по новым технологиям. В соответствии с проектом приобретено и смонтировано оборудование для производства пресс-порошка итальянского производства. В результате в самом ближайшем будущем будет производиться мелющие тела с характеристиками, соответствующими современным европейским требованиям, а также плиты, стойки, сеттерги, капсулы из вышеуказанных материалов для обжига посуды и других керамических изделий.





ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ШВЕДСКОГО СТОЛА



для соков, мюсли, коктейльной соломки и салфеток, выставочные подносы с крышками, джем-бары, емкости для сливочного масла и йогурта, корзинки-хлебницы и многое другое.

Сделайте "шведский стол" не только вкусным, но и красивым!

"Шведский стол" пользуется заслуженной популярностью при организации питания для больших групп людей. Это наиболее быстрая форма обслуживания клиентов. Он удобен не только для посетителей, но и для рестораторов. Компания "Торговый Дизайн" представляет оборудование для "шведского стола" греческой фирмы Garibaldi, выполненное из прозрачного акрила. Со склада в Москве вы можете приобрести диспенсеры

ДОМОСТРОЙ: НА ПИКЕ ПРОДАЖ НЕ ТОЛЬКО VODUM!

21 июля в Санкт-Петербурге компания "Домострой" с успехом провела ежегодный семинар для партнеров. Информационно насыщенными были выступления представителей европейских брендов, эксклюзивным дистрибьютором в России которых является "Домострой".

Компания VODUM (Швейцария) представила уже ставшие популярными новинки: линию кухонной посуды Chef с уникальной конструкцией из трех слоев металла Tri-ply, ножи Chef, отмеченные премией "Design Plus Award 2006" за революционный дизайн и высокое качество продукции.

Большой интерес вызвали сковороды финского производителя Hackman (концерн Iittala) со сверхжаропрочным покрытием Ceratec® (до 1500°C!)

Хиты из Швеции от Anders Petter - это кастрюли и сотейники Stenfors T с антипригарным покрытием Platinum Pro и ножи Backaryd.

www.bkw.ru

www.suharevka.ru - официальный представитель на территории России и стран СНГ.



Впервые премию "Человек торговли" получил представитель посудной компании

Премия "Человек торговли" учреждена Национальной торговой Ассоциацией, Московской международной бизнес ассоциацией и Торгово-промышленной палатой Российской Федерации и является высшей профессиональной наградой России.



Уже несколько лет она ежегодно вручается лучшим менеджерам российских предприятий и западных торговых компаний, оперирующих на российском рынке. Церемония награждения "Человек торговли" - 2006" прошла 9 июня в Москве в рамках VI Международного выставочного форума "Мир торговли".

Александр Дубовик, руководитель компании "Богемия Плюс", крупнейшего поставщика посуды в России и создателя сети "ВОHEMIA классическая посуда", был назван в числе победителей премии "Человек торговли". Эта награда присуждается "за личный успех в развитии торгового предприятия".

ТОРГОВАЯ МИССИЯ в Новосибирске

В июне в Новосибирске работала торговая миссия из Южной Кореи. Подобные встречи носят сугубо практический характер: представители корейского бизнеса могут больше узнать о сибирском рынке и предложить свои товары. На этот раз особое внимание в работе делегации было уделено таким направлениям, как посуда, кухонная техника, LCD-мониторы, оптика, мебель, текстиль.

НАСТОЯЩИЕ ЯПОНСКИЕ ИЗЮМИНКИ!



Впервые появившись на рубеже VI-VII веков на Востоке, белый фарфор неизменно

вызывает у всех народов глубочайшее восхищение. Японский фарфор отличается утонченным дизайном, совершенной белизной, твердостью и богатейшим глянцем. Своей возвышенной красотой и удивительной элегантностью японский фарфор не только украшает интерьер, но и вызывает в душе владельца чувство наслаждения и душевной гармонии.

ООО "Ямато Трейд" представляет японскую фарфоровую посуду таких всемирно известных фирм как "Никко", "Кейто",

"Ямака" и других. Наша компания готова предложить вам широкий ассортимент изделий из фарфора: чайно-столовые, чайные и кофейные сервизы, подарочные наборы, отдельные предметы, вазы, предметы украшения интерьера, а также эмалированную посуду из металла фирмы "Эджири", изделия из стекла. Всего наш ассортимент включает свыше 1000 наименований товаров от 20 производителей. Мы поставляем товар пятистам торговым предприятиям России, Украины и Белоруссии.



ЗА «ДЕРЖАВНЫЙ» НЕ ОБИДНО! НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В МИРЕ ПОДАРКОВ

Компания "БОГЕМИЯ-ЛЮКС" представляет совместный проект с ООО "Декоративный мир" - подарочный набор "Державный".

Продукция представляет собой изысканное сочетание знаменитого богемского стекла и русского художественного литья. Можно подобрать набор бокалов для шампанского, вина, ликера, бренди. Все это великолепие венчает двуглавый орел - державный символ России.

Впервые представленный на выставке "Мир подарков", которая проходила в Манеже с 27 по 30 марта, набор "Державный" произвел впечатление на взыскательную публику.

По словам руководителя направления "Подарки и бизнес-сувениры" "БОГЕМИЯ-ЛЮКС" Г.П. Федяевой, такого спроса никто не ожидал. "Мы привыкли к тому, что представляемый нами товар производит впечатление, и

это неудивительно. Интерес, проявленный к набору "Державный", превзошел наши прогнозы. Многие посетители были готовы разместить заказ на поставку прямо на выставке. Поскольку на выставке были лишь пилотные образцы, нам потребовалось время для доработки всех технических моментов. На данный момент мы уже принимаем заявки, более того, первая партия отгружена".

Эксклюзивным правом продажи набора "Державный" обладает "БОГЕМИЯ-ЛЮКС".

О компании

С 1992 "БОГЕМИЯ-ЛЮКС" - структурное подразделение холдинга PORCELA PLUS (Чешская республика) - представляет на российском рынке всемирно известные торговые марки лучших фарфоровых и стекольных заводов Чехии. Компания предлагает изделия из стекла, хрусталя, фарфора, профессиональную посуду, предметы сервировки, подарки и бизнес-сувениры.

Компания "БОГЕМИЯ-ЛЮКС" имеет широкую сеть постоянных клиентов в 160 городах России и собственные филиалы в Санкт-Петербурге, Сочи, Краснодаре, Екатеринбурге и Челябинске.

"БОГЕМИЯ-ЛЮКС" создала и развивает федеральную торговую сеть фирменных магазинов чешской посуды. "В настоящее время фирменная торговая сеть охватывает несколько регионов России и включает в себя магазины различных форматов торговли: от салона до cash&carry. В Москве открыто несколько фирменных магазинов, в том числе самый большой в России магазин чешской посуды cash&carry торговой площадью 1000 квадратных метров.



Röndell приходит в Россию



Компания ООО "Голдер-Электроникс" и Röndell GmbH (Германия) подписали соглашение о дистрибуции на территории России, стран СНГ, Балтии и Восточной Европы продукции под торговой маркой Röndell.

В Германии металлическая посуда Röndell известна с 1988года, когда в пригороде Зальцгиттера была построена небольшая фабрика Röndell и запущена первая штамповочная линия по производству посуды. Компания сразу начала инвестировать значительные ресурсы в развитие наукоемких технологий, применимых в про-

фессиональной посуде. До 2005 года Röndell GmbH специализировался исключительно на высокотехнологичной посуде для профессионального сектора рынка HoReCa в сегменте Premium. С 2006 года под маркой Röndell можно купить посуду, адаптированную для бытового применения в различных ценовых сегментах.

На первом этапе вывода бренда на российский рынок компанией "Голдер-Электроникс" будет представлена металлическая посуда, включающая 100 позиций, в том числе сковороды, сотейники, кастрюли, ковши и наборы различных размеров, типов и ценовых сегментов из высококачественной стали марки 18/10 и алюминия с антипригарным покрытием.

Уже в первый год выхода на российский рынок партнеры Röndell GmbH и "Голдер-Электроникс" планируют инвестировать в рекламную поддержку бренда более полумиллиона долларов.

В России посуду будут представ-

лять шеф-повара известных российских и европейских ресторанов. Лицом бренда будет один из самых высокооплачиваемых европейских шеф-поваров, имя которого компания Röndell GmbH пока держит в секрете.





ambiente

ROSSIJA

ВЫСТАВКА-ТРЕНД

МВЦ «Крокус Экспо», Москва
19 – 22 сентября 2006

19 сентября состоится Конференция
«Посуда: от традиций – к тенденциям»

Основные темы:

- производители и современная дистрибуция
- особенности рынка посуды: Россия и Зарубежье
- влияние СМИ на формирование потребительского спроса
- особенности мерчендайзинга посуды в сетевых маркетах и розничных сетях и многое другое

подробную информацию можно узнать на сайте:
www.ambiente.ru или по телефону 317-93-54

пространство жизни
гармония в деталях



Messe
Frankfurt

BEAUTYTIME Co.

4-7 октября МОСКВА КРОКУС-ЭКСПО

площадь экспозиции 33 000 м²
количество экспонентов 436
количество посетителей 27 000



www.pir.ru

2006 ПИР

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА

9-я международная выставка

ВСЁ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ
КАФЕ БАРОВ КЛУБОВ
ГОСТИНИЦ ПАНСИОНАТОВ

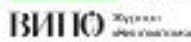
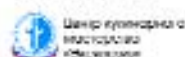
Школа управляющих ресторанного бизнеса
Международный Кремлевский Кулинарный Кубок
Всероссийский Кулинарный Конгресс
Специальная программа для отельного бизнеса
Кофест ПИР-SCAE • ВИНомания-ПИР

Организатор

ПИР

Информационный проект «ПИР»

СООРГАНИЗАТОРЫ
МЕРОПРИЯТИЙ



ЦЕНТР КУЛИНАРИИ



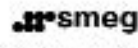
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

METRO

Cash & Carry

3M

Оборудование / оборудование



Информационные партнеры



гастрономия

menu

FOOD

FOOD

FOOD

FOOD

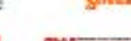
FOOD

FOOD

FOOD

FOOD

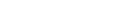
FOOD



Информационные партнеры



Информационные партнеры





ПИР

Индустрия гостеприимства - 2006



Когда начинаешь новое дело, кажется что впереди что-то грандиозное, огромное, невероятное! И тогда тратишь много усилий и денег на изучение бесконечного количества литературы. Штудируешь форумы, сайты, on-line журналы. Знакомишься со многими людьми, и даже пытаешься изучить иностранный язык, чтобы читать иностранную литературу в оригинале. И все равно остается ощущение, что те, кто давно-давно занимаются новым для вас делом знают в миллион раз больше.

Но иногда в голове возникает вопрос, зачем изобретать велосипед, если ЕСТЬ такой ресурс, где всегда можно открыть для себя что-то новое и важное? И начинается очередной виток творчества, открывается второе дыхание от новых идей, мыслей, планов.

С 4 по 7 октября Москва станет центром отельного и ресторанного бизнеса, а также экспозицией кулинарного искусства и площадкой для профессиональных соревнований. Организаторами предусмотрена специальная программа для мастеров своего дела. Для всех желающих будут проходить открытые мероприятия.

В рамках Девятой Международной выставки "ПИР. Индустрия гостеприимства" в Крокус-Экспо пройдет Международный Кремлевский Кулинарный Кубок. Мероприятие представляет собой масштабные и зрелищные соревнования кулинаров из 14 стран. Интересно будет посмотреть на мастерство ведущих поваров и сравнить собственные оценки с мнением международной судейской коллегии, в состав которой будут входить именитые кулинары с большим опытом работы на аналогичных соревнованиях в Германии, Сингапуре, Франции, Турции и Мальте.

Представленные на суд жюри работы приравниваются к произведениям искусства, а материалом для их воплощения служит масло, овощи, тесто, шоколад, карамель и пр.

В этом году в седьмой раз в рамках Кубка пройдет традиционный Чемпионат России по кулинарии и сервису. Команды, представляющие свои предприятия, будут бороться за звание "Лучшего" в своем сегменте: "Лучшее обслуживание", "Лучшая пекарня", "Лучшая пиццерия".

Выставка "ПИР. Индустрия гостеприимства" займет 33 000 кв. м экспозиционной площади, где разместятся компании-производители и поставщики товаров и услуг для ресторанов, баров, кафе, гостиниц, пансионатов, комбинатов питания. Здесь можно будет увидеть более 500 компаний. В этом году будут широко представлены национальные зоны Италии, Греции, Франции, Германии и России.

Гости выставки познакомятся с особенностями национальных кухонь, смогут оценить работу мастеров в режиме "on-line", попробовать эксклюзивные продукты, предназначенные для индустрии питания. Вас удивят нестандартные подходы каждого участника к представлению своей страны. Ведь не секрет, что кулинария - это часть национальной культуры. Здесь можно будет почувствовать колорит, индивидуальность и особенные качества той или иной кухни.

В рамках выставки запланированы и другие мероприятия - "ВИНОМАНИЯ-ПИР", "КОФЕФЕСТ ПИР-SCAE", конкурс "Лучший интерьер номера отеля". И это далеко не все, что организаторы выставки приготовили для Вас!

**Приходите на выставку
"ПИР. Индустрия гостеприимства"
Будет интересно!**

**4 - 7 октября
г. Москва, Крокус-Экспо
9-я международная выставка "ПИР. Индустрия
гостеприимства".**

Подробная информация на сайте www.pir.ru

Collectione и его величество Футбол





С 11 по 14 июня в главной европейской выставочной Мекке - г. Франкфурте прошла выставка Collectione.

Название выставки - Collectione говорит само за себя. Collectione - это ярмарка, на которой предлагаются коллекции весенне-летнего сезона следующего года. В этом году выставка Collectione прошла под бурные аплодисменты проходившего в это время в Германии чемпионата мира по футболу, что придало ей особый колорит. Атмосфера приподнятого настроения на футбольном фронте передавалась всем посетителям и участникам выставки. Живо шло обсуждение интересных новинок, заключение миллионных контрактов и забитых голов.

Collectione - единственная ярмарка, организованная компанией Messe Frankfurt для строго определенной целевой аудитории: заказчики крупных торговых предприятий (cash & carry markets), магазины "умелые руки" формата DIY, универсальные магазины, международные организации, основной специализацией которых является перевозка грузов в международном формате, сети магазинов розничной и оптовой торговли. В связи с этим выставочные стенды на этой выставке больше, чем обычно, экспоненты имеют возможность показа своей продукции более детально.

На Collectione разместили свои коллекции 351 компания из 34 стран мира. Более, чем 6 000 главных лиц, принимающих решения, включая большое количество международных покупателей из Нидерландов, Италии, Швейцарии, Франции и Бельгии, использовали в своих интересах Collectione, чтобы собрать информацию и разместить заказы.





TEBA GLAS

голландская фирма TEBA GLAS - производитель и экспортер стекла, имеющий собственную фабрику в Болгарии.



Roger Overkamp, Director
Компания Teba Glass

- Ваше отношение к выставкам и к Collectione в частности?

- Несмотря на то, что все выставки по сути своей похожи (Ambiente, Tendencias Lifestyle, Collectione), они отличаются целевой аудиторией, ассортиментом компаний и дизайнерской спецификой. На сегодняшний день, могу твердо сказать, что эффект от выставок есть.

- Интересен ли Вам российский рынок и есть ли у Вас партнеры в России?

- Безусловно, нам интересен Российский рынок, как один из наиболее динамично развивающихся. Также нам интересны потребители из Китая, Индии и США. Наш опыт участия в выставке показывает, что представители всех стран и континентов являются посетителями нашего стенда. Выставка Collectione, как новый проект имеет свою специфику, как крупно-оптовая выставка. Она организована исключительно для специалистов и этим привлекательна.

MITTERTEICH

В 1887 году Людвиг Линднер 1887 основал фарфоровый завод. Сегодня там располагается наша фабрика. Компания Porzellan Mitterteich GmbH создает фарфор в лучших традициях немецких мастеров.

- Ваша компания участвует почти на всех международных выставках. Здесь, на Collectione, нам приятно видеть Вашу компанию среди экспонентов. Как вы оцениваете эффект от участия компании в выставках во Франкфурте, в Турции и Гонконге?



Sevil S.Koca
Компания Mitterteich

- Мы участвуем только в крупных выставках, таких как Ambiente (Франкфурт), Macef (Италия), Hostelco (Испания), Equip'Hotel (Франция), Hotel Show (Дубай). Участие в выставке, это возможность продемонстрировать наши достижения, пообщаться с нашими старыми партнерами и познакомиться с новыми.

- Вы впервые участвуете на выставке Collectione?

- Да, но не смотря на это опыт нескольких дней показывает нам большие перспективы от участия в ярмарке.

- Зная, что выставка Collectione кардинально отличается от выставок Ambiente и Tendence, какие задачи ставит компания, участвуя на выставке-ярмарке Collectione?

- Изначально, являясь немецкой компанией, мы считаем, что нам следует принимать участие во всех выставках близких по тематике, проходящих на территории Германии.

- Мы знаем, что вы активно заняты поисками дистрибутора на Российском рынке. Добились ли Вы успеха?

- Да, мы ищем надежных партнеров для продвижения нашей продукции в России. У нас состоялись встречи с несколькими дистрибуторами из разных стран, но определиться с потенциальными партнерами нам только предстоит.

- Какие качественно новые новинки вы представляете на этой выставке?

- У нас полностью сформирована новая коллекция. По форме и дизайну она актуальна для европейского потребителя.

- Насколько интересен Вам журнал, как профессионалам?

- Я считаю, что журнал "Посуда" полностью покрывает целевую аудиторию профессионального посудного рынка в России. Публикации информации о компании в издании такого рода являются необходимым условием успешного бизнеса. Поэтому, если вы реализуете продукцию в России, реклама в специализированном журнале - очень эффективный ход для продвижения товара.

INHESION

Вы впервые участвуете на выставке Collectione?

- Да, впервые.

Какие впечатления сложились у Вас за эти дни?

- Радует отсутствие празднующихся посетителей. Что позволяет максимально сконцентрироваться на общении с про-



фессионалами. Мы уверены, что результат выставки оправдывает наши ожидания.

- Есть ли у Вас дистрибутор в России? Рассчитываете ли вы найти оптового покупателя на Collectione?

- Нет, на сегодняшний день у нас нет дистрибуторов в России. Но мы бы хотели работать с российским рынком. Но, к сожа-

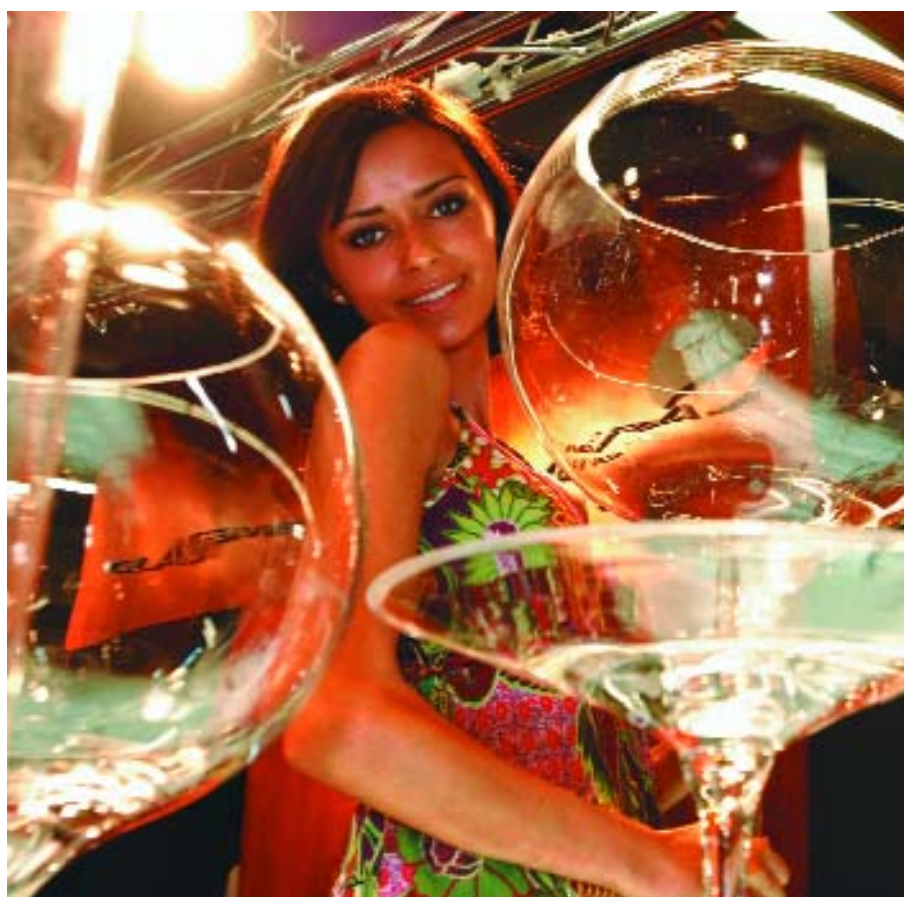
лению, на этой выставке посетителей из России очень мало.

- Какие новинки вы представляете на этой выставке?

- Мы представляем нашу новую коллекцию. Ежегодно мы проводим ряд усовершенствований, чтобы быть актуальными для потребителей и следовать последним тенденциям моды.



Переговоры с компанией Inhesion



Oliver Kruse, KeyAccount Manager Export
Компания Montana



Rene Vak, компания Plast Team

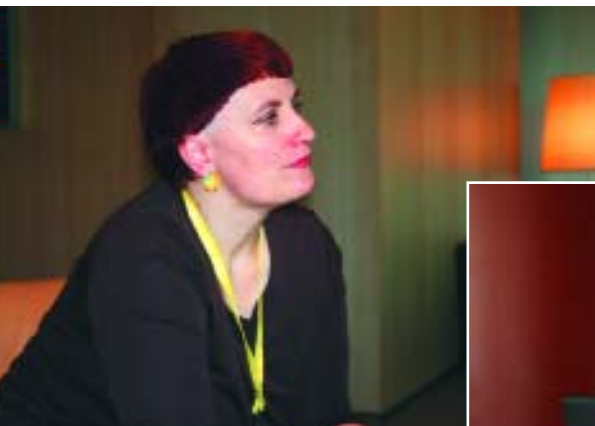


Представитель компании Ritzenhoff & Breker
заинтересовался журналом

В 2010 году Messe Frankfurt отметит свою 770-ю годовщину со дня основания.



Подробно об особенностях этой выставке и о многом другом нам любезно рассказала вице-президент компании Messe Frankfurt г-жа Николетта Науманн.



Корр: Г-жа Науманн, Messe Frankfurt - самая крупная выставка в мире? Каков секрет успеха выставок, проводимых Messe Frankfurt?

Н.Н.: Да, Messe Frankfurt - старейшая и самая крупная выставка в Европе. Но первое место в мире - выставка в США.

Корр: Расскажите о истории Messe Frankfurt, с чего все началось?

Н.Н.: Город Frankfurt был основан в 794 году. Основными жителями города был торговый люд. Весь городской уклад был непосредственно связан с правилами рынка. Местные ярмарки перерастали в городские и региональные. Впервые о франкфуртских ярмарках было упомянуто в 1150 году. Осенняя ярмарка происходила с 11 столетия как ярмарка урожая. В то время продавалась в основном продукция сельского хозяйства.

Император Фредерик узаконил Франкфуртскую ярмарку в 1240 году и предписал обеспечивать "всякую специальную защиту для каждого человека, едущего на ярмарки Франкфурта".

С 14-го столетия появилась и весенняя франкфуртская ярмарка. Весной лучше продавались вино, шерсть, сельдь, меха из Балтии, драгоценности, строи-

тельная древесина, лошади - были одними из главных товаров, продаваемых в то время.

Покупка крупных партий товаров подразумевает наличие больших наличных денег. Начинают формироваться кредитные и валютные отношения. Франкфурт из ярмарочного города постепенно превращается в крупный финансовый



комплекс со своей инфраструктурой. Уже в 1907 году ярмарку во Франкфурте посещают более чем 1,5 миллиона человек за 99 дней. В 1911 году новый ярмарочный комплекс открывает свои двери для публики. Стеклопанельная и стальная конструкция ярмарки была самой большой в Европе. Франкфурт Мессе была повторно открыта в 1919 году. Франкфурт принимал гостей, как казалось, последний раз. Мировой экономический кризис и ориентируемая на Лейпциг политика ярмарки, одобренная Национальными Социалистами казалось разрушили ярмарочный бизнес Франкфурта. Далее - разрушения мировых войн. Девяносто пять процентов ярмарочных площадей были разгромлены. Но в 1946 году, в июле месяце, мэр города объявил: "Франкфурт снова будет городом выставок". И 3-его октября 1948 года это стало действительнос-

тью. Первая послевоенная международная ярмарка имела мгновенный успех. В общей сложности 1171 экспонент представили свою продукцию на выставочном пространстве более чем 60 000 кв.м.

Корр: Спасибо, наши читатели теперь оценят не только масштабность, но и историческое величие выставки. Госпожа Науманн, расскажите, какова структура Messe Frankfurt в настоящее время?

Н.Н.: Messe Франкфурт - независимая компания со своими акционерами, которые включают в себя 60% города и 40% местное управление. В Messe Frankfurt трудятся постоянно 800 человек, не включая тех, кто приезжает



работать на выставки. У нас есть представительства в 14 странах, которые самостоятельно занимаются привлечением и развитием ярмарки в своей стране. Самое большое иностранное представительство в Китае.

Корр: Насколько я знаю, В России очень популярна Шанхайская выставка, она немного похожа на выставку экспортных возможностей Китая в Гуаньчжоу.

Н.Н.: Нет, это очень разные по направлениям и по товарам выставки. Наша выставка не для экспортеров, а для импортеров из Европы, работающих с местными покупателями.

Корр: Не планируете ли покупку выставки и ее раскрутку, например, в России.



Н.Н.: В России уже есть наше представительство, которое сейчас успешно продвигает наш бренд в России. Мы активно помогаем ему в раскрутке международной выставки "Амбиентэ" в Москве. Хотя у нас были претенденты покупки выставки, например, в Дубаи.

Корр: Уже второй год, Messe Frankfurt проводит сразу три важных выставки потребительских товаров: Ambiente, Tendence Lifestyle и Collectione. В чем их принципиальное отличие?

Н.Н.: Эти три выставки отличаются по срокам проведения, ассортименту, нацелены на разную целевую аудиторию. Выставка Collectione проходит в летний период. На ней предлагаются товары следующего весенне-летнего сезона. Она является первым ярмарочным мероприятием, рассчитанным на строго определенную аудиторию - крупнооптового заказчика, представляющего торговые предприятия всех типов.

Tendence Lifestyle- работает преимущественно для розничных покупателей товаров зимней и рождественской тематики.

Февральская Ambiente - са-

ренции выставки Collectione перед другими выставками Messe Frankfurt?

Н.Н.: Collectione - это маленькая выставка, но стенды очень большие. В два раза больше, чем на Ambiente. На Ambiente у клиентов, имеющих 1-3 магазина, есть возможность сделать небольшой заказ за 2-3 месяца. А на Collectione и продавцы и покупатели занимаются только оптовыми закупками. Это такие магазины как IKEA, WALLMARKT. Этот товар будет продаваться там следующей весной, летом. Они выбирают продукцию и договариваются, например, об изменении цвета в коллекции, дозаказать какие-то эксклюзивные вещи к ней. Так же покупатель может диктовать условия продажи идентичного товара другим клиентам. Также можно заказать собственную упаковку. Выставка Collectione дает достаточно времени своим клиентам для формирования собственных заказов и коллекций, уверенности в точности и своевременности производства и поставки.

Корр: Время проведения с пятницы по субботу тоже не случайны?

ставку в выходные дни.

Корр: Постоянное формирование новых концепций проведения выставки дают огромные результаты, одним из примеров тому - успешное развитие всех выставок, организованных Messe Frankfurt.

Н.Н.: Сегодня, Messe Frankfurt стоит в начале новой эры. Корпорация представляется в глобальном масштабе ярмарками в Азии, Северной и Южной Америке, Восточной Европе, успешно показывает франкфуртский опыт транспортировки, технологии и проведения выставкой товаров народного потребления. Интернациональность, компетентность и первоклассное обслуживание продолжают быть самыми важными качествами особенностями франкфуртских ярмарок. Именно поэтому Messe Frankfurt планирует несколько крупномасштабных инвестиций для расширения выставочного пространства, открытия новых деловых областей, продолжает развивать и совершенствовать ведущих ярмарок товаров народного потребления во Франкфурте и во всем мире.

В связи с этим большой срок от заказа до поставки предоставляет участникам формировать договор под себя, под определенные сроки. Своевременность поставок является неотъемлемой частью современной торговли.

Н.Н.: Эта выставка для оптовых покупателей. А мелкие клиенты обычно посещают вы-



мая крупная и важная ярмарка потребительских товаров. Здесь можно увидеть товар для любого сезона и представителя как оптовой, так и мелкорозничной торговли.

Корр: Какие основные префе-





Дважды в год в Москве проходит выставка холодного оружия "Клинок". В первую очередь это ставшее уже традиционным мероприятие рассчитано на ценителей холодного оружия, но часть экспозиции всегда отводится кухонным изделиям из металла: столовым приборам и посуде. Причем значительная доля последних носит явно элитный оттенок - это приборы и аксессуары, выполненные в высокохудожественном стиле.

Нашему читателю, несомненно, будут интересны в первую очередь участники выставки, так или иначе причастные к кухонной тематике и занимающиеся посудой или столовыми приборами, в том числе ножами. Их условно можно разделить на две категории. Те, кто продают продукцию собственного производства, и те, кто являются дилерами каких-либо известных (в основном иностранных) брендов. Начнем с первых.

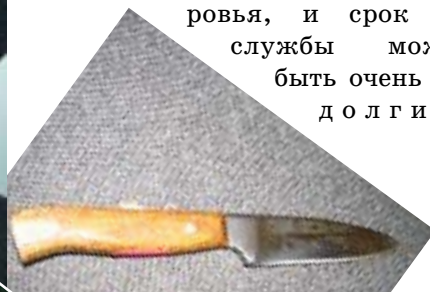
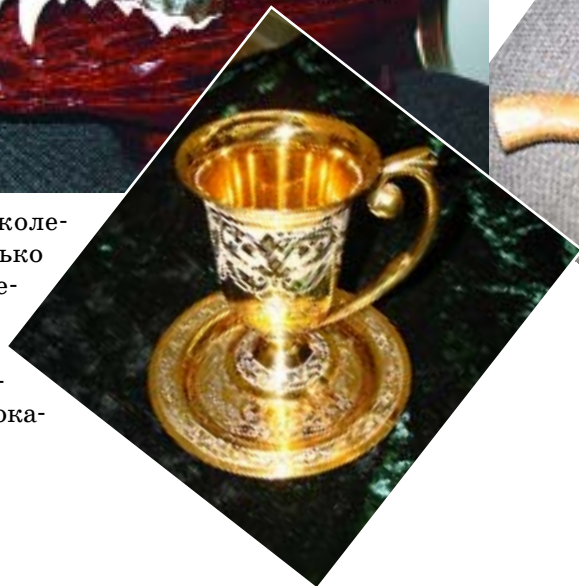
Любителям красивой, шикарной посуды было бы интересно увидеть стенд "Художественная мастерская Олега Зверева "Олимп". Фирма занимается производством изделий декоративно-прикладного искусства. Из посуды широко представлены различные наборы: винные, кофейные, водочные. Например фляжка, отделанная золотом, с изящной рюмочкой. Есть много самых разных столовых приборов. Их основа - латунь или серебро, инкрустированные драгоценными или полудрагоценными камнями. Здесь используется златоустовская техника гравюры на стали, с покрытием драгоценными металлами: золотом, серебром. Также имеет место чернение и никелирование. Для стеклянной посуды, например для кубков, берут только богемское стекло. Отличительная черта представленного великолепия в том, что это не только декоративные украшения, но еще и функциональные изделия. Все это применяют по прямому назначению. Из бока-

лов можно пить, а серебряными вилками и ложками есть изысканные блюда. Изделия из серебра вообще говорят сами за себя. Сегодня возродилось такое понятие, как семейное серебро, вновь стало модным передавать серебряную посуду по наследству детям и внукам. Конкретной целевой аудитории, по словам представителя стенда, у продукции нет. Ценовой диапазон достаточно разнообразен, правда, минимальные цены - от 10 тысяч рублей за бокал.

В прошлом году златоустовской гравюре на стали исполнилось 190 лет. Срок немалый, почти два века, и все это время продукция производилась и пользовалась спросом, иначе просто не просуществовала бы так долго. Поэтому конкуренты, в принципе, не страшны, и руководство фирмы ощущает себя вполне самостоятельным.

Стенд, порадовавший разнообразием колюще-режущих предметов, принадлежал фирме "Спутник" из Донецка. Среди продукции этой фирмы - самые разнообразные кухонные ножи, ассортимент которых составляет около 66 позиций. Ножи для мяса, рыбы, резки зелени и овощей. Есть ножи и для шеф-повара. Каждый предмет выполнен достаточно просто - эргономичная дубовая ручка и долговечная бритвенная заточка. В изготовлении лезвия ножей используется нержавеющая сталь 40Х13. Она не окисляется, не подвергается коррозии, а кроме того, не оставляет в пище вредных "следов". Цена непрофессиональных ножей вполне демократичная - от 150 до 700 рублей. Ценовая политика компании строится исходя

из общего разделения товаров массового потребления на две категории - абсолютный "хлам" и профессиональные ножи. Первые дешевы и доступны любому покупателю, однако производятся из материалов сомнительного качества, порою опасных для здоровья, и срок их службы может быть очень недолгим.





Вторые отличаются прекрасным качеством и отвечают всем необходимым требованиям, однако цены на них более чем высокие, а предназначены они для поваров профи и простому потребителю такую цену порою просто "не потянуть". Продукция же фирмы "Спутник" являет собой эдакую золотую середину и, будучи дорожке дешевой продукцией рублей на 50, имеет намного более высокие показатели по качеству, являя собой отличный пример удачной пропорции цена-качество.

Предпочитающих проводить уик-энд на природе заинтересовал бы стенд компании "АРКОМ" из города Ворсма Нижегородской области. Фирма занимается производством подарочных дипломатов представительского класса, столового серебра, а также разделочных, кухонных и туристических ножей. Несмотря на богатую отделку наборов и посуды, они отнюдь не для простого украшения или сувенира. Люди, достигшие в жизни определенного уровня, любящие отдых на природе, предпочитают брать не популярную в народе пластиковую посуду, а такие вот стильные и богатые представительские чемоданчики, чтобы с комфортом провести время на свежем воздухе. Особым спросом пользуются наборы, включающие мангал с шампурами, и наборы с рюмочками. А вообще, как заметил представитель стенда, спрос на продукцию имеет некоторую "сезонность". К примеру, наборы для шашлыка очень хорошо расходятся весной и пользуются спросом до середины лета. Далее приходит очередь ножей, туристических и складных. Февраль - месяц, когда женщины покупают подарки своим мужчинам. В это время особенным спросом пользуются ножи, инкрустированные серебром и золотом, а также высокохудожественные изделия из серебра.

Впечатляет кожаная отделка наборов. Матрицы, которыми тиснят кожу, изготавливаются вручную. Стоимость подарочных наборов от 3 до 80 тысяч рублей. Некоторые из них в свое время

были поставлены в Государственную Думу. Стоимость ножей колеблется от 500 до 30 тыс. рублей.



Далее поговорим о фирмах-дилерах, представляющих на российском рынке хорошо зарекомендовавшие себя бренды.

Одной из самых необычных экспозиций на выставке был стенд фирмы "ЭЛЕМ ТМ", представляющей на российском рынке продукцию японской корпорации KYOCERA ("Киосера"). Для тех, кому название незнакомо, можно напомнить, что эта фирма является одним из лидеров в производстве высококачественных керамических изделий. Диапазон выпускаемой продукции очень широк. Изделия компании можно встретить в мобильных телефонах, микроэлектронике и даже в космической промышленности. Это именно их плиткой защищен американский "Шаттл". На стенде все желающие могли увидеть, потрогать и попробовать в действии керамические кухонные приборы, и в частности ножи. На выбор имелись кое-какие овощи и фрукты. Например, вам предлагают отрезать дольку лимона. Ощущения потрясающие. Тончайший ломтик толщиной в пару миллиметров отрезается без ка-

ких либо усилий и идеально ровно. Как будто режешь масло раскаленным ножом.

Керамические ножи имеют ряд революционных преимуществ по

сравнению с металлическими. Они не оставляют привкуса в приготовляемой пище, следовательно, не портят пищу. Большинство японских домохозяек готовят при помощи керамических ножей традиционные блюда из рыбы, такие как суши и сашими. К тому же керамика обладает великолепными режущими свойствами, не теряющимися со временем.

Изделия из керамики - это изделия высокотехнологичные, соответственно, цена их несколько выше стоимости обыч-





(“Масахиро”), являющуюся одним из самых известных производителей японских кухонных ножей.

В ассортименте фирмы “Масахиро” тысячи самых разных предметов. Основной процент составляют классические японские поварские профессиональные ножи, пользующиеся популярностью у российских покупателей. На нынешней выставке впервые наряду с известными экономичными и бытовыми ножами была представлена новая линия, разработанная “Масахиро” совместно с российскими дизайнерами и изготовленная специально для российского рынка. Линия уникальна соотношением цены и качества, что более чем актуально для отечественного потребителя. В изготовлении клинка японские мастера не отступили ни на йоту, при этом широкий круг россиян может позволить себе приобрести такие ножи. Это обусловлено в первую очередь тем, что руководство “Масахиро” желает показать качество Японии и мастеров фирмы на необъятном российском рынке.

Эти ножи остры, великолепно держатся в руке и, по словам представителя стенда, человек, единожды взяв такой нож в руки, ощущает совершенно другую культуру и вряд ли захочет пользоваться другими ножами. Отличительной особенностью российского варианта является срезанная “пяточка” ножа, что обеспечивает большую безопасность в использовании.

Самый дешевый нож, длиной 90 мм, предназначенный для мелких работ на кухне, обойдется в 670 рублей. Более длинные ножи могут достигать цены в 900 рублей. Среди них ножи для рубки мяса, резки хлеба и так далее. Ножи выпускаются с несколькими вариантами ручек. Среди них крайне удобные деревянные, из японской сосны, пропитанные специальным материалом, позволяющим мыть нож в воде без вреда для ручки. Российская линия ориентирована более на потребителя, который будет использовать ножи на своей кухне. Однако среди продукции фирмы “Санкей” есть и более профессиональные ножи, цена которых колеблется от 2 до 8 тысяч рублей и которые уже вполне подойдут профессиональным поварам. На мой вопрос относительно конкуренции со стороны более дешевой продукции (в том числе китайской), в от-

ных кухонных ножей.

Весь модельный ряд ножей, начиная от самых маленьких и заканчивая “тесаками”, укладывается в ценовой диапазон от 1 до 3 тысяч рублей. Учитывая преимущества этих инструментов, их долговечность (2-3 года не требуется заточки) и

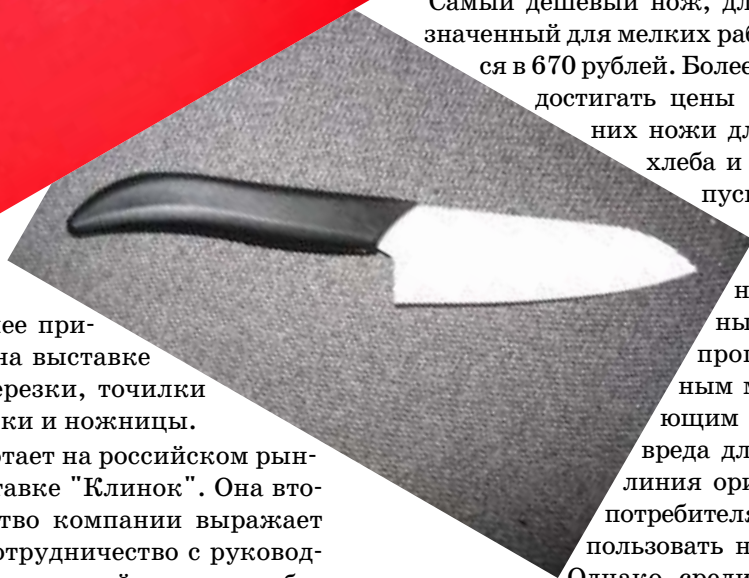


экологические свойства, руководство компании считает такую

ценовую политику наиболее приемлемой. Помимо ножей на выставке были представлены овощерезки, точилки для ножей, картофелечистки и ножницы.

Фирма “ЭЛЕМ ТМ” работает на российском рынке уже более года, на выставке “Клинок”. Она второй раз, однако руководство компании выражает надежду на дальнейшее сотрудничество с руководством выставки и на интерес российского потребителя к своей продукции.

Необычайно широким выбором ножей порадовал стенд фирмы SANKEI (“Санкей”), представляющей на российском рынке продукцию фирмы MASAHIRO





ромном количестве существующих на нашем рынке, представитель компании заметила, что выбор есть всегда и у всех, однако, если человек взял в руки нож "Масахиро", он захочет оставить его себе и, быть может, потратить на один этот нож более внушительную сумму, чем на многочисленные ножи, купленные ранее и не всегда используемые по назначению.

Петербургская компания "Мир ножей" занимается ножами уже четвертый год, но на ее стенде демонстрировалась еще и самая разнообразная посуда. Большинство образцов представлено маркой TRAMONTINA ("Трамонтинна"). Однако были и другие, более узкоспециализированные бренды. Целевая аудитория - домохозяйки. Цены от нескольких сотен рублей до 130 тысяч рублей. Это, конечно же, не обычный кухонный нож, а инструмент профессионала, интересный прежде всего профессиональным поварам. Он покупается один раз и, может быть, прослужит всю жизнь. Помимо ножей на стенде была представлена и посуда (также фирмы "Трамонтинна") для приготовления различных блюд. Вся посуда изготовлена с тройным дном, которое обеспечивает пище равномерное нагревание и отсутствие пригорания. Также в изготовлении посуды используется система консервации. Если ваша еда, приготовленная в такой посуде, вдруг остыла, крышка абсолютно плотно притягивается к сковороде или кастрюле. Чтобы открыть такую крышку, посуду нужно поставить на огонь и слегка разогреть. Не нужно говорить, что храниться в такой посуде продукты могут намного дольше, чем в обычной, и готовить в ней действительно приятно.

Большой выбор ножей от самых известных фирм - производителей ножей был представлен на стенде ЗАО "Мемотек". Основной процент - подарочные изделия, посуда для вечерних

ужинов, для ресторанов и профессиональные ножи для повара-профи. Среди изготовителей фирмы KERSHAW ("Кершав"), COLD STEEL ("Колд Стил"), ALMAR ("Альмар") и многие другие. Для производства ножей используется очень широкий набор сталей. От обыкновенной 420-й, которая обладает высокой твердостью, до дорогих дамасских. Широко используется композиционное применение сталей. К примеру, в серии ножей KASUMI Titanium - основное режущее лезвие изготавливается из высокоуглеродистой легированной молибден-ванадиевой стали в стильной обкладке из титана. Этот материал устойчив к абразивным веществам, благодаря чему прекрасно защищает острое и твердое лезвие от царапин, сколов и затупления. Разброс цен на продукцию очень широк. Стоимость товара может составлять от нескольких сотен рублей до нескольких тысяч. Конкуренции со стороны дешевой китайской продукции фирма не ощущает, потому что ее клиентами являются в основном люди, желающие иметь в своем пользовании вещь, действительно стоящую и качественную. Ножи от ЗАО "Мемотек" любящий муж может подарить жене, ими могут заинтересоваться профессиональные повара или просто люди, желающие иметь красивый столовый прибор за романтическим ужином.

Подытоживая все вышеизложенное, можно смело утверждать, что на данный момент в России есть выбор для тех, кто вкусно готовит и любит хорошую посуду. Регулярно на этом рынке появляются новые игроки, готовые осваивать свои ниши в бизнесе. Особенно приятно то, что сейчас есть выбор как для людей с высоким достатком, так для простых домохозяек со скромным семейным бюджетом.





Две истории - восточная и европейская - такого простого прибора, как кухонный нож, в современности плотно переплетаются. В Японии в ходу европейские ножи, а Запад, осваивая японскую кухню, неизбежно прибегает к использованию восточных инструментов. Поэтому у профессионального повара - большой выбор, чем и как резать.

инструмента. Такие ножи есть и во многих домах, их используют для хлеба, помидоров, ананаса, то есть там, где важно не деформировать продукт, не потерять сок или не "расплодить" крошки по столу. Не частые гости у хозяек, готовящих дома, но важные помощники для профессиональных повара, ножи для вырезания филе или отделения мяса и рыбы от кос-

Tramontina с ножами стоимостью 50-350 руб.

Немецкий производитель BWK предлагает широкую линейку моделей, где есть место дешевым (до 100 руб.), не очень дорогим (до 500 руб.) и "премиум" класса (более 500 руб.). Средний ценовой сегмент представлен такими компаниями, как Victorinox (Швейцария), Arcos (Испания) и Paderno (Италия). Все они широко известны среди рестораторов. По настоящему дорогие и качественные ножи предлагает, возможно, самая модная иностранная компания в России. Это Solingen от Zwilling J.A. Henckels. Здесь цены только стартуют от 1000 руб. за штуку.

Преимущества ножей среднего и высокого ценовых сегментов как в дизайне продукции, так и, прежде всего, в качестве. Согласитесь, удобно и приятно работать с ножами серии Color Line от Paderno, где цвет ручки указывает на то, что резать данным инструментом (для каждого продукта - свой оттенок). Вызывает уважение фирма Hertz & Meurer, также предлагающая ножи Solingen, но вспомнившая о поварах, работающих левой рукой и создавших для левшей эксклюзивную профессиональную коллекцию.

Основным критерием, разумеется, остается срок службы изделия и качество его работы. То, что ножи изготавливают из закаленной нержавеющей стали, знают все. Но не все догадываются о роли углерода в соединении: именно он повышает твердость и прочность лезвия, улучшает шлифовку. Также высокое качество стали достигается добавлением в сплав различных металлов, помимо железа. Так, ножи Paderno и Burgvogel Solingen изготовлены из сплава железа, хрома, молибдена и ванадия. Компания Zwilling J.A. Henckels применяет еще и две запатентованные технологии, делающие ее ножи особенно ценными: проводит холодную



Поварская тройка Европы

Поварская тройка - негласный термин для трех видов профессиональных ножей, без которых не обходится ни одно мало-мальски приличное заведение в Европе. Первый нож - гладкий, с широким лезвием, длиной от 16 до 26 см - предназначен для разделывания мяса и рыбы. Он также подходит для рубки зелени и капусты. Гастрономический, или кухонный нож, той же длины, что и предшествующий, имеет узкое лезвие и применяется для нарезки сырого и вареного мяса, ветчины, сыра, хлеба и овощей. Он может помочь и при снятии филе с курицы или рыбы. Третий нож - самый маленький, достигает в длину 5-13 см - снимает кожуру с овощей и фруктов.

На этом, конечно, список не заканчивается. Для профессионала он здесь только начинается. Потому что для любого изыска производители придумали свое приспособление. Например, существуют ножи с так называемой серрейторной заточкой в виде зубчиков по краю

тей. Целая серия ножей для сыра с "дырками" внутри разработана специально для того, чтобы сыр не прилипал к ножу. Существуют ножи с фестончатой волнообразной поверхностью лезвия, образующие воздушные щели при нарезании тонких кусочков ветчины, сыра, бисквитов с тем же умыслом, чтобы продукты сохраняли красивую форму.

За что платим?

У каждого опытного профессионального повара, как правило, есть своя излюбленная марка и модель ножа, которой он пользуется с большим удовольствием, чем другими. Но на устоявшийся вкус можно повлиять, если предоставить еще более удобный инструмент. В самой нижней ценовой нише находится, как это, увы, часто бывает, отечественный производитель. Нож российской компании "Труд" обойдется в 25-100 руб. Такая продукция популярна среди работников заведений быстрого дешевого питания: кафе, столовых, бистро. Далее следует бразильская фирма



закалку и подбирает разный состав стали для каждой части ножа.

Нож для суши

Японские ножи - наследники самурайских мечей, отсюда и их стоимость, колеблющаяся от 400 до 6000 руб. за единицу. Наиболее распространенные марки, представленные в России - Kasumi, Masahiro, Tojiro-Pro, рассчитаны, прежде всего, на японскую кухню, но некоторые профессионалы предпочитают работать тонким восточным лезвием и при приготовлении традиционных европейских блюд. Японский нож от европейского отличается углом заточки - 10-15 градусов вместо 20-25 градусов, принятых на Западе, а также тем, что имеет ее только с одной стороны. Он содержит большое количество углерода (до 1,2%), о положительных свойствах которого уже говорилось, и имеет своеобразную, выпукло-вогнутую форму лезвия, благодаря

которой кусочки продукта не прилипают к ножу.

Качество японских ножей так высоко еще и потому, что традиционной едой жителей страны



восходящего солнца является рыба, причем, рыба свежая и соленая - знаменитое суши. Рыба, возможно, самый неблагодарный продукт при нарезке, так как ее мясо очень мягкое и нежное. Не случайно, искусство приготовления рыбы не только на Востоке, но и на Западе ценится очень высоко: справиться с ее очисткой и разделкой дано далеко не каждому. Можно себе представить, какие требования предъявляют к ножу и к мастерству повара японской кухни, если любой кусок рыбы, в котором нож застревает, считается забракованным.

Сантоку - новый тип японского ножа, покоривший Запад

Традиционно принято выделять три типа японских кухонных ножей. Тяжелый нож "deba bocho" хорош для разделывания рыбы, мяса, птицы. "Sashimi bocho" позволяет нарезать длинные тонкие ломтики рыбы для суши и сашими. "Nakiri bocho" похож на топорик и предназначен для нарезки овощей. В современной Японии появилась и еще одна разновидность ножей - "santoku bocho". Этот многоцелевой нож, размером около 19 см, становится основным инструментом японских поваров. Своей универсальностью он уже успел покориť хозяек и рестораторов западного полушария. Некоторое время назад сантоку стали выпускать в Европе. Лезвия японских ножей делают из трехслойной стали: очень твердый слой обрамляется двумя мягкими, таким образом нож имеет кромку, защищающую основной слой от коррозии. Европейские сантоку выполнены из однослойной антикоррозионной стали, но если угол заточки выполнен корректно, то нож должен работать не хуже японского. Профессионалы часто говорят, что универсальный нож может быть хорош для всего, но хорошо им ничего не сделаешь. Возможно, сантоку удастся опровергнуть это мнение.



Ομεφα



ГАДЖЕТКА ИЛИ ПУТЬ К ЭКОНОМИИ

На страницах нашего журнала мы уже рассказывали о ножах, способных осуществить не только банальную нарезку продукта. Эти инструменты напоминают скорее резцы скульптора, при помощи которых хозяйка может создать свой шедевр из овощей и фруктов. Предлагаем вашему вниманию знакомство еще с одной серией оригинальных ножей, помогающих европейцам и стол украсить, и время сэкономить.

Здоровая экономика держится на изобретениях и усовершенствованиях того, что уже изобретено. Бывает, что одно новшество, способно перевернуть представления о привычных вещах и может сделать имя и состояние компании, его предложившей. Видимо, так произошло и с французской фирмой, выдумавшей в прошлом веке уже хорошо знакомый не только французам, но и всеми миру, нож для очистки картофеля, который, кстати, прекрасно справляется и с другими овощами: кабачками, баклажанами, морковью и пр.

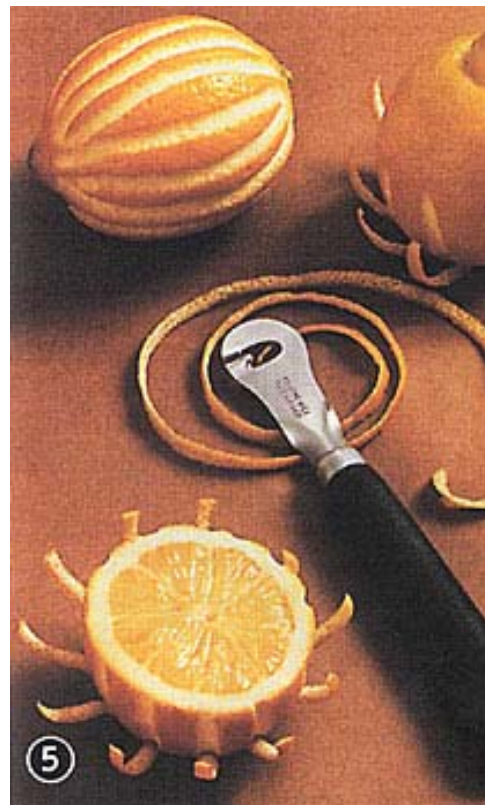
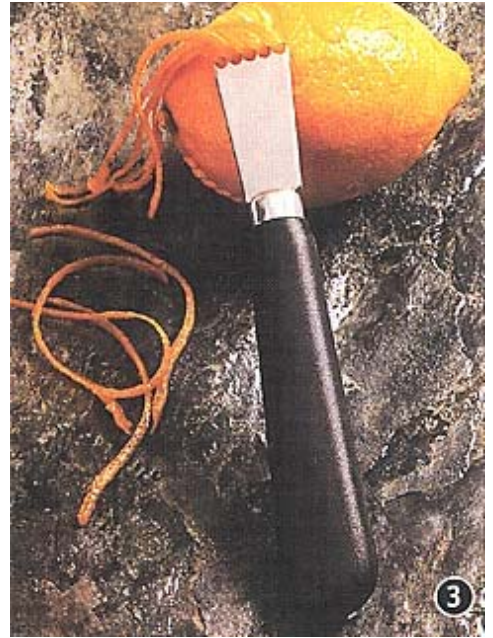
Самое удивительное, что марка, под которой первые ножи (самые обыкновенные) французской компании появились на свет, носит название "Испытанный зонтик" (Parapluie l'épreuve). Именно так 26 марта 1819 года житель города Тьернуа г-н Вендель назвал свое новое дело - изготовление и продажу кухонных и профессиональных ножей, которое со временем оставил своим потомкам из семьи Териа. Объяснить, какое отношение зонтик имеет к ножам, потомки Венделя не могут, хотя у них и есть свои догадки: мол, в тот день в Тьернуа шел проливной дождь и зонтик - это первое, что пришло на ум незадачливому пра-пра-прадеду. Объяснение не из лучших и ничего не проясняет, но загадка остается, а это привлекает дополнительное внимание к фирме; так что ход вполне оправданный. Со временем компанией были вы-

куплены марки "Уникальный Сабатье" (L'Unique Sabatier) для выпуска профессиональных ножей и "Росинель" (Rossignol) для ножей столовых, сервировочных и складных.

Декоративные ножи - гаджетки - получили бренд "Экономный" (L'Econome). В данном случае речь идет не о щадящей стоимости изготовленного вручную изделия (такой нож стоит от 30 до нескольких сотен франков, где 70% себестоимости - труд и только 30% - сырье), а об экономии продукта. Вспомните, как тонко очищает картошку известный нам нож. Вскоре после него появились и другие представители гаджеток, например, срезающих тоненькими полосками кожуру с лимона. Француженки были в восторге от этого и принялись украшать лимонной цедрой все, начиная от бисквитов, заканчивая салатами и рыбными желе.

Затем изобретатели произвели на свет нож, удаляющий косточки из целого яблока, потом нож для очистки цитрусовых, инструмент для снятия скорлупы, чешуи. Вскоре их технический гений увлекся эстетическими задачами, и родились различные приспособления для нарезки картофеля шариками, моркови, огурцов и фруктов кружочками с различными оригинальными краями, сливочного масла кудрями завитков. Сегодня в Европе продается более 16 необычных ножей серии "Экономный".

Нынешний президент компании Пьер Териа недавно предложил еще одно новшество по принципу: новое - это хорошо забытое старое. Он решил воссоздать исконные французские национальные ножи, которые существовали раньше в различных провинциях Франции. Так появились "Масю" для Эльзаса, "Берже" для Пиренеев, "Альпен" для Альп и так 70 моделей. Эта идея вновь прославила и обогатила бизнес Териа. Хвала изобретателям ножей!





ПРАВДА О ЯПОНСКИХ НОЖАХ

В крупных российских городах традиционное японское блюдо суши - уже не экзотика. И мода на японскую кухню не стихает. Свидетельство тому - открытие многочисленных ресторанов восточной кухни, где все должно быть "по-настоящему": и меню с блюдами из морепродуктов, и официанты в кимоно, и шеф-повар - японец, ну, а у него в руках - профессиональный японский нож.

Нож для настоящего японского повара - это сакральный предмет. Все восточные учения, затрагивающие в частности неприкосновенность личного инструмента мастера в полной мере можно отнести и к ножам. По рассказу одного японского шеф-повара, он из лучших побуждений в трудный момент предложил учителю свой нож. Надо же было видеть выражение лица мастера, рассказывает теперь уже сам умудренный опытом повар, оно было ужасным. "Как ты можешь предлагать кому бы то ни было свой нож?! Никогда не позволяй им пользоваться никому, даже своему учителю!". После этих восклица-

ний испуганному на смерть ученику пришлось выслушать еще целую лекцию о том, почему с собственным ножом нельзя расставаться ни при каких обстоятельствах.

Восходит история японского ножа к самурайскому мечу. А средневековые самураи полагали, что духи их предков живут в звенящих клинках, поэтому если кто-то вдруг по неосторожности или, не дай Бог, специально задевал ножны самурая, тот мог его вызвать на поединок. Дабы предотвратить нежелательный поединок, самураи, носящие меч слева, всегда ходили по левой стороне дороги, закрывая его тем самым от чужих прикосновений.

По легенде, в которой большая доля правды, современные ножи изготавливают потомки тех мастеров, которые в былые славные времена ковали мечи, разрезающие лист бумаги на лету. До сих пор процесс создания ножей обставляется ритуалами очищения, которые проводятся в священных одеждах и сопровождаются чтением молитв. Затем, когда лезвия выкованы, проходит церемония освящения ножа и всей его последующей работы.

Сегодня существует большой выбор ножей для суши по цене от \$50-100 за обычный (татсутоги) до \$3000 (хоньяки) за выставочный экстра-класса. Хоньяки изготавливают вручную из высокоуглеродистой стали, которую куют в печах при температуре 1900 °F. Цена за хоньяки обусловлена сложностью работы. Каждый нож требует работы 4-5 мастеров в течение двух недель. Ламинированные ножи более доступны. Их делают при помощи кузнечной сварки двух типов сталей. Более мягкая сталь используется на внешней стороне, чтобы упрочить твердую внутреннюю, формирующую кромку лезвия и "хребет" ножа. Существует четыре класса ламинированных ножей: хонгасуми, касуми, касумитоги и татсутоги (по убыванию качества). Повышают качество ножей и различные закалки. Масляная закалка делает лезвие более гибким и стройным, а закалка в холодной воде создает более твердое, хотя и более хрупкое лезвие.

Статья подготовлена по материалам сайта www.knifefoto.narod.ru



IF TREND WAS A TRAIN

Zuchex
15-19 September 2006

Opening Hours : 09:30 am - 07:00 pm Tuyap - Fair Center / Istanbul



glassware • kitchenware • cookware • tableware • giftware
electrical appliances • decorative accessories • home textile

**17th INTERNATIONAL
HOUSEWARES &
electrical appliances
GIFT FAIR 2006
I S T A N B U L**



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

Organized by



Tel: +90 212 292 60 31 pbx
Fax: +90 212 292 34 20
www.zuchex.com life@zuchex.com

43



Формула «TRAMONTINA»



Можно с уверенностью утверждать, что нож - самый необходимый инструмент на кухне. Существует много фирм, изготавливающих этот вид кухонного инвентаря. Отличным сочетанием цена-качеством обладают известные ножи со знаком "TRAMONTINA" на лезвии. По качеству, используемым материалам, технологиям производства, данные изделия не уступают всемирно известным брендам. Более того, продукция представлена в более низком ценовом сегменте, что делает ее доступной для всех желающих иметь на своей кухне удобный и долговечный режущий инвентарь.

История компании "TRAMONTINA" насчитывает уже более 90 лет, за это время сложились определенные традиции (использование дерева при производстве ручек и высокоуглеродистых сталей при производстве клинков), успешно сосуществующие с современными технологиями (специально обработанное дерево, не впитывающее воду). Ежегодно компания тратит миллионы долларов на технические разработки, обновление оборудования и технологий, безукоризненный дизайн своих изделий. На сегодняшний день, в произ-

водственной линейке компании, насчитывается более 23 серий кухонных ножей для каждодневного домашнего использования и 4 серии для профессионалов, которые год от года пополняются и обновляются.

Для производства клинков ножей серий ДИНАМИК, ТРАДИШНЛ, МУЛЬТИКОЛОП, ПОЛИВУД, ЮНИВЕРСАЛ, ИПАНеМА, УЛЬТРАКОРТЕ, КЛАССИКА используется листовая нержавеющая сталь AISI 420. Эта сталь обладает хорошей пластичностью, высокой ударной вязкостью, хорошей коррозионной стойкостью и жаростойкостью. Наибольшая коррозионная стойкость достигается после специальной термической обработки и полировки. Как раз эти мероприятия проводятся при изготовлении клинка. Отличительные особенности этой стали следующие:

1) недорогая и легко поддающаяся обработке - что позволяет максимально удешевить конечную продукцию;

2) нержавеющая - то есть требует минимального ухода при эксплуатации;

3) пластичная - имеется возможность легко затачивать и править ножи в домашних условиях;

ФОРТУНА, АМЕФА, ФАКЕЛЬМАН и ТЕСКОМА - основные конкуренты. Зная о подобных свойствах данного материала, тоже используют его для своих ножей. Но, у AISI 420 есть недостаток, вытекающий из основного преимущества. Из-за того, что сталь мягкая, она плохо держит заточку. Компания "TRAMONTINA", в отличие от конкурентов, решила данную проблему. Конечные потребительские свойства ножа, придают те термические обработки, которые он прошел. Обычно, при закалке, изделие нагревается до температуры +1000 градусов и остывает до комнатной температуры, в лучшем случае до 0 градусов. В "TRAMONTINA" же используют другой метод термической закалки. Сначала идет нагрев до +1050 градусов, потом охлаждение до -80, потом опять нагрев до +250 градусов, и только потом охлаждение до температуры окружающей среды. При таком закаливании, сталь сохраняет все свои преимущества и становится более твердой (порядка 53 единиц по шкале РОКВЕЛА). Как результат, ножи "TRAMONTINA" требуют более редкой правки и заточки, что обеспечивает длительный срок службы по сравнению с конкурентами.



Твердость стали позволяет уйти от стереотипа, что нож должен быть толстым, ведь на самом деле нож должен быть острым. Используя более тонкие, чем у конкурентов, закаленные лезвия, "TRAMONTINA" добивается двойной выгоды, с одной стороны, уже много раз упомянутая твердость, с другой, более низкая цена.

При производстве более дорогих серий ножей - СЕНЧУРИ, ПРОФЕССИОНАЛ, серий СПОРТИВНЫХ НОЖЕЙ - используется сталь DIN-1.4110. В этой стали больше углерода и обеспечивающего коррозионную стойкость хрома, чем в AISI 420, более того, добавляется молибден. Профессионалы единогласны в оценке, что это одна из лучших ножевых сталей, которая используется даже при производстве охотничьих и туристических ножей, часто использующихся в экстремальных условиях. Метод производства серий СЕНЧУРИ и ПРОФЕССИОНАЛ - ковка в штампах. В результате твердость клинка достигает значений в 55/58HRC (единиц твердости по шкале РОКВЕЛА). С учетом всего вышеперечисленного, вы получаете изделие, которое прослужит долгие годы и даже перейдет по наследству вашим детям. Так, например, компания "TRAMONTINA" дает гарантию 25 лет на ножи серии СЕНЧУРИ, 5 лет на линии КЛАССИКА, УЛЬТРАКОРТЕ, ПРОФЕССИОНАЛ и ПОЛИВУД и 3 года на серии ДИНАМИК, ТРАДИШНЛ, ЮНИВЕРСАЛ, ИПАНЕМА и МУЛЬТИКОЛОР. Гарантия распространяется на все изделие, при условии его правильной эксплуатации. Если в процессе такой эксплуатации нож ломается, или при покупке он не заточен, или плохо режет, вы его можете нам вернуть.

Но, как известно, лезвие - это еще не весь нож. Почти такое же значение (если не большее) имеет рукоятка. В предлагаемых фабрикой линейках, вы можете обнаружить ручки как из простого

так и специально прессованного дерева (данные ручки не впитывают влагу - серия ПОЛИВУД), стали, пластика, нейлона, поликарбоната (материал выдерживающий температурные воздействия до +200 градусов). Как видно, любой клиент сможет подобрать ручку под свои личные предпочтения. "TRAMONTINA", в отличие от конкурентов, решила сделать ассортимент предлагаемых ручек своим конкурентным преимуществом. Но, кроме обилия используемых материалов, очень большое значение уделяется эргономичности, безопасности, гигиеничности. Изделия изготовлены с учетом анатомии руки человека, поэтому, даже несмотря на влагу и жир, нож будет уверенно лежать в вашей руке, не выскользнет и не провернется.

Из предлагаемых компаний "TRAMONTINA" линеек - ДИНАМИК, ТРАДИШНЛ, ЮНИВЕРСАЛ, ПОЛИВУД, МУЛЬТИКОЛОР, ИПАНЕМА, УЛЬТРАКОРТЕ, КЛАССИКА, СЕНЧУРИ, ПРОФЕССИОНАЛ - ручки первых трех, выполнены из дерева, разница заключается в различных способах его обработки. Эти линейки будут интересны для тех, кто ценит натуральные материалы. Некоторые профессиональные повара утверждают, что чувствуют продукт, только если работают ножом, с деревянной ручкой.

Рукоятка серии ПОЛИВУД - это сочетание традиций и современных технологий. Ручка выполнена из большого количества деревянных слоев прессованных особым методом. В результате получилась водонепроницаемая рукоятка, которая сочетает в себе натуральность дерева и одновременно высокие гигиенические качества. Более того, эта рукоятка без проблем переносит мойку в посудомоечной машине. МУЛЬТИКОЛОР, ИПАНЕМА и ряд ножей серии ЮНИВЕРСАЛ - это выбор тех, кто любит прогресс, современные технологии. Рукоятки выполненные из пластика (полипропилена) изготовле-

ны с учетом анатомии руки человека, вследствие чего очень эргономичны в использовании.

УЛЬТРАКОРТЕ и КЛАССИКА имеют ручки, изготовленные из полипропилена, с 45% содержанием карбоната. Материал очень долговечный, выдерживает температуру до 130 градусов.

Ручки линейки СЕНЧУРИ изготовлены из ПОЛИКАРБОНАТА, который по сравнению с широко используемым БАКЕЛИТОМ, более долговечен, надежен, плюс выдерживает высокие температуры (200 градусов ПОЛИКАРБОНАТ и 170 градусов БАКЕЛИТ).

Обращаем ваше внимание на рукоятки ножей серий УЛЬТРАКОРТЕ и ПРОФЕССИОНАЛ, которые пропитаны специальным антибактериальным составом - МИКРОБАНОМ - что актуально для тех, кто много работает с ножом и с сырыми продуктами, а так же для тех, кто особенно сильно печется о гигиене на собственной кухне. Об эффективности МИКРОБАНА говорит такой факт: в ОАЭ, НА ВСЕХ рыбных рынках используются только ножи, рукоятки которых пропитаны этим или аналогичными составами, другие запрещены санитарной инспекцией. Так же стоит отметить, что ручки серии ПРОФЕССИОНАЛ выполнены из белого пластика, а ведь, как известно, белый цвет сам по себе губителен для некоторых видов бактерий.

Так же, следует обратить внимание, что ножи этой серии сбалансированы специальным образом, что позволяет дольше работать без перенапряжения кисти.

Рукоятки спортивных и туристических ножей выполнены из различных материалов. В этом вопросе компания сделала ставку на широкое предложение. Клиент может подобрать деревянную, пластиковую, бакелитовую и другие рукоятки. Так же есть серии с полыми ручками. По спортивным ножам необходимо сделать еще одно важное замечание. Боль-



шинство спортивных ножей TRAMONTINA прошедших обязательную сертификацию в РОССИИ, НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ХОЛОДНЫМ ОРУЖИЕМ, поэтому могут продаваться и использоваться без специального разрешения.

Так же хотим обратить ваше внимание на такой инструмент как мачете. По своим потребительским свойствам это изделие нечто среднее между большим ножом и топором. Топором удобно колоть дрова, ножом резать, но например для того что бы справиться с кустами, зарослями камыша, молодыми низко висящими ветками деревьев необходимо мачете.

Во всем мире "TRAMONTINA" является признанным лидером по производству этого инвентаря. Это неудивительно, стоит только вспомнить об амазонских лесах, и о том, где они находятся. Жителям Бразилии был необходим удобный, надежный инструмент, с помощью которого можно прорубаться через заросли кустарника длительное время, без усталости. Компания "TRAMONTINA" уже несколько лет удовлетворяет их потребность в этом.

Для изготовления клинка мачете используется углеродистая сталь SAE 1070 с содержанием углерода 0,7%. Такое содержание углерода было выбрано не случайно. При содержании до 0,8 % углерода сталь состоит из феррита и перлита. Феррит имеет низкую прочность, но сравнительно пластичен. С ростом содержания углерода увеличивается твердость и прочность, но уменьшается вязкость и пластичность стали. Таким образом, соблюден баланс. Клинок получается максимально прочным и твердым, при этом остается пластичным. Такое сочетание является идеальным для мачете. Ведь в процессе использования, инструмент испытывает ударные нагрузки. При таких нагрузках сталь не должна быть хрупкой, иначе она просто расколется на части (необходима пластичность стали), но и должна

быть максимально твердой, что бы продолжительное время держать заточку и не тупиться в условиях экстремальной эксплуатации. Опять мы с вами видим, как компания нашла оптимальный баланс, предлагая своим партнерам изделия, сочетающие противоположности - твердость и пластичность.

Для производства рукояток мачете используются как различные пластики, так и дерево. Здесь потребитель уже волен сам выбрать то, что больше подходит именно ему. Такой подход позволяет удовлетворить запросы фактически всех потребителей.

Для того, что бы нож прослужил вам долго (независимо от того, из какого типа стали он изготовлен) необходимо следовать следующим рекомендациям при эксплуатации:

1) Клинок необходимо мыть сразу после того, как вы закончили работу. Влага, пищевые кислоты, моющие средства оказывают негативное воздействие на сталь. Мыть следует теплой струей воды, стараясь не использовать моющих средств. Не смотря на то, что многие ножи можно мыть в посудомоечной машине, мы бы вам не рекомендовали делать этого, т.к. при таком способе мытья, нож быстрее теряет заточку.

2) После мойки не оставляйте нож влажным. Необходимо сразу вытереть клинок сухой тряпкой.

3) Нельзя хранить ножи в кухонном столе. Идеальный вариант, это настенный магнит, на который будете вешать нож сразу, после того как вы его помыли и вытерли насухо. Если такого магнита нет, то подойдет стандартная деревянная колода.

4) Хороший нож не нуждается в частой заточке, но ему необходима правка. При ежедневном использовании, лезвие ножа "уводит", и вам кажется что он затупился. Не спешите его затачивать. Все что необходимо, это легкая правка с помощью муссата (металлический стержень с продольной насечкой). При правке

держите нож под 20 градусным углом к муссату, движение идет от ручки ножа до конца лезвия. Достаточно провести 5 раз каждой стороной лезвия по муссату.

КУХОННЫЕ АКСЕССУАРЫ "Utilita" & "Utilar"

Компания "TRAMONTINA" предлагает очень широкий ассортимент кухонных аксессуаров. Пожалуй здесь вы можете найти все, что только пожелаете - от обычных штопоров до специализированных изделий по извлечению сердцевин яблок.

Для производства использует специальный сплав, который содержит в себе 1,5% меди, 94,5% цинка, 4% алюминия. Благодаря ему, изделия долго сохраняют товарный вид, в отличие от дешевых китайских аналогов не облазят, не ломаются, не гнутся в процессе эксплуатации.

Вставки на ручках выполнены из особого вида нейлона, который выдерживает нагрев до 230 градусов. Его прочность такова, что даже после нескольких лет использования, изделия не теряют первоначальный вид.

ПОСУДА ДЛЯ ГОТОВКИ С АНТИПРИГАРНЫМ ПОКРЫТИЕМ "STARFLON"

Антипригарный материал - политетрафторэтилен (ПТФЭ) - был изобретен случайно. В лаборатории компании Дюпон ученый-химик Рой Планкетт вел эксперименты с фторсодержащими газами и жидкостями. Однажды в процессе опытов состав полимеризовался. Профессор был потрясен: новый полимер оказался устойчив к любым химикатам, высокой температуре и механическим воздействиям. А главное - он был необыкновенно гладким и скользким. Ему дали название - "тефлон".

В России посуда с тефлоновым покрытием появилась лет двадцать назад. С тех пор любое антипригарное покрытие мы называем тефлоном. Хотя на самом деле



этой маркой покрытий по праву может пользоваться лишь часть компаний-производителей посуды, получивших лицензию у фирмы Дюпон. Остальные применяют другие виды антипригарных покрытий, созданных, правда, на основе все того же ПТФЭ. Покрытий этих великое множество.

Посуда для готовки "TRAMONTINA" с антипригарным покрытием изготавливается из алюминия. Этот материал хорош тем, что обладает высокой теплопроводностью (проводит тепло в 4 раза лучше чугуна и в 13 - нержавеющей стали), очень легко, быстро и равномерно нагревается. Это позволяет экономить время и электроэнергию, особенно на электрической плите. К тому же посуда из алюминия довольно легкая и относительно дешевая. Сверху нанесен запатентованный материал "СТАРФЛОН". Как и в случае с ножами, компания сделала ставку на широту ассортимента - представлены как обычные сковороды и кастрюли, так и специализированные приспособления для готовки, например для раздельной жарки яиц.

Качество антипригарного покрытия определяет его толщина, прочность сцепления с металлом, "прилипаемость" и "неприрывность покрытия". На фабрике качество антипригарного покрытия проверяется весьма хитрым способом: берут острый нож и "рисуют" на покрытии частую решетку. Затем приклеивают липкую ленту. При ее отрывании ни один квадратик не должен отстать. Тот же опыт проделывают, прокалив в посуде масло. Такие тесты показывают, что посуда с покрытием "СТАРФЛОН" будет долгое время радовать вас.

Также, производитель позаботился и о вашей безопасности во время готовки. Ручки всех серий выполнены из дорогого материала - БАКЕЛИТ. Данный материал очень крепкий, износостойкий, выдерживает нагрев до 170 градусов. Обладает плохой теплопроводностью, в результате вы не обожжете руки при готовке.

Для того, что бы посуда с антипригарным покрытием прослужила вам долго, при эксплуатации необходимо соблюдать следующие рекомендации:

- 1) заменить железную лопатку на пластмассовую или деревянную;
- 2) грубую мочалку - на мягкую губку;
- 3) чистящий порошок - на моющую жидкость;
- 4) не перегревать посуду - не оставлять пустой на огне;
- 5) Избегать перепада температур - после того как готовка закончена, не подставлять под струю холодной воды;

Статья подготовлена экспертами компании «Гала-Центр»



Совершенство от Vitesse

Казалось бы, мы многое знаем о компании **Vitesse**. Но каждый раз, рассматривая изделия, представленные **Vitesse**, понимаешь, как мало мы знаем о посуде и как она разнообразна и уникальна.

Наступает золотая осень, природа дарит нам ощущение праздника изобилием овощей и фруктов. Чтобы запастись витаминами на долгую зиму, нужно выбрать лучшие продукты и, конечно же, лучшую посуду. Именно для такого случая компания Vitesse приготовила набор посуды, ножей и столовых приборов, способных сделать ужин осенним пасмурным вечером приятным и полезным для всей семьи.

Универсал от Rosalia

Собирать посуду по одной вещи часто утомительно и долго. Не исключено, что она окажется разной по качеству и дизайну, а в самый неподходящий момент выяснится, что не хватает какой-нибудь пароварки или ковш. Хорошо, приобретаем НАБОР. Причем для нас важно соотношение цены и качества. Набор **Rosalia** от **Vitesse** отличается не только прекрасными характеристиками - он отвечает всем требованиям, предъявляемым

к нержавеющей посуде премиум-класса. В его состав входит все необходимое для приготовления вкусной и здоровой пищи: четыре кастрюли, ковш, пароварка и сковорода. Но главное - он имеет отличительную важную деталь. Весь корпус посуды выполнен из ТРЕХСЛОЙНОГО материала. Эта эксклюзивная технология называется TRY-PLY.

Настоящая хозяйка по праву оценит преимущества конструкторской мысли. Технология TRY-PLY обеспечивает равномерное распределение тепла, а значит, не стоит бояться, что ваше любимое блюдо придется отскабливать от дна, если вы слишком увлеклись интересной телепередачей и забыли лишний раз перемешать блюдо. Кстати, сама необходимость постоянного помешивания в такой посуде просто исчезает. Не менее важно, что продукты в кастрюле, ковше или на сковороде **Rosalia** готовятся на 30% быстрее, чем в любой другой посуде. Прежде всего, экономия денег и времени. Но самое главное - лучше сохраняются питательные вещества, а это особенно актуально именно летом и осенью, когда многие овощи и фрукты попадают на кухню прямо с грядки.

Универсал от Silverline (или "Домашний нож" для профессионала)

Мы знаем, что хороший салат может получиться, только если все его ингредиенты будут тщательно и мелко нарезаны, а самые вкусные бутерброды - это те, у которых кусочки хлеба, сыра и ветчины идеально тонки. Какой самый древний предмет домашнего обихода? Угадали - нож! Он и по сей день в центре внимания на любой кухне. Ножи, представляемые **Vitesse**, созданы специально для домашнего использования, но ими не отказался бы поработать и профессионал. Они полностью удов-





летворяют самые высокие требования профессионала.

Цельнолитые ножи Vitesse серии Silverline выполнены из единого куска стали. На лезвие нанесена практически незаметная лазерная насечка. Во время резки сыр, мясо и овощи меньше прилипают к ножу. Пользуясь ножами Vitesse, вы не повредите руку, так как у рукоятки ножей предусмотрен специальный **ограничитель**.

Vitesse предлагает ножи с **накладными** ручками. С такими ножами можно подходить к процессу приготовления пищи как к профессиональному занятию. Каждый нож имеет свое предназначение: поварской, универсальный, нож для чистки и резки овощей и т.д. Можно выбирать самостоятельно по одному ножу (например, из серии Cuisine) или сразу заказать набор из 5 предметов (Culinar).

Высокое качество ножей, острота и гибкость режущей кромки, устойчивость к воздействию химических веществ достигается за счет изготовления их из высокоуглеродистой стали с добавлением хрома и молибдена, придающих ей антикоррозийные свойства. Лезвие, шейка и хвостовик ножа (часть, в которой нож продолжается после ручки) выполняются методом объемной штамповки из цельного стального листа. Чтобы лезвие было твердое (56 HRC по шкале Роквелла), не гнулось и не ломалось, его закалывают, погружая то в жар, то в холод, как это делают с лучшими японскими клинками. У ножей с накладной ручкой, так же как и у цельнолитых, есть лазерная насечка и ограничитель для безопасной резки, а дизайн ручки соответствует всем требованиям эргономичности и сверен с рекомендациями профессионалов.

Качественные ножи требуют **бережного** отношения. Vitesse для своих ножей создала удобные и современные подставки. Каучуковое дерево хорошо сочетается с рукоятками ножей, а сквозь стекло комбинированной подставки (каучуковое дерево и стекло) видны все лезвия, и сразу понятно, какой нож нужно взять. В последнее время в моду все больше входят магнитные держатели. Они подчеркивают современный минималистский стиль и экономят время и место на кухне. Такие держатели вам может предложить Vitesse.

Мода на Vitesse

Столовые приборы Vitesse - это отдельный разговор. Хорошие сто-

ловые приборы необходимы для изысканной сервировки стола как хорошее вино которое знатоки выбирают долго и тщательно. Vitesse предлагает столовые приборы **среднего и премиум-класса**: блестящие, матовые и комбинированные (с золотым покрытием). Матовые столовые приборы уже завоевали сердца европейцев, и Vitesse не сомневается, что скоро эта модная тенденция найдет множество своих почитателей и в России.

Столовые приборы премиум-класса отличаются от приборов среднего класса толщиной металла. В коллекциях премиум-класса Myrtle, Premier, Monica и т.д. толщина приборов варьируется от 3 до

4 мм. В моделях среднего класса Falerina, Nathalia, Julienna толщина - 2,5-3,5 мм.

Ассортиментный ряд столовых приборов Vitesse разнообразен. От 4 предметов для маленьких гурманов до 24 и 30 предметов, куда дополнительно входят десертные вилки; и даже из 72 предметов, с половником, щипчиками и другими аксессуарами, столь необходимыми для праздничной сервировки. Все наборы - идеальные подарки, ведь они еще и прекрасно упакованы.

Каждый клиент компании Vitesse всегда найдет для себя самое лучшее, стильное, полезное и красивое.





Топ Стиль Групп:

в преддверии осенних выставок

Компания «Топ Стиль Групп», придерживаясь высокого стиля не только в выборе предлагаемой продукции, но и в подходе к работе с клиентами, заранее и тщательно готовилась к сентябрьским выставкам Ambiente Rossija и "Мир подарков". Одна из главных задач «Топ Стиль Групп» - представить товар во всем многообразии, а важнейшие составляющие ассортимента - это европейский костяной фарфор, хрусталь, стекло и сувениры.

Английский фарфор

История европейского фарфора, и прежде всего английского, довольно продолжительна и, безусловно, ярка. Если до XIII века китайский фарфор не имел себе равных в Европе, то начиная с 1800 года английский фарфор обрел свою славу. Случилось это благодаря изобретению особого сочетания белой глины, или каолина, китайского камня, или белого гранита, и костной золы - так появился знаменитый костяной фарфор, отличающийся ослепительным блеском, прозрачностью и прочностью.

Однако в наши дни многие европейские, и в том числе английские производители переживают не лучшие времена. Из-за конкуренции с компаниями из Юго-Восточной Азии многие европейские фабрики вынуждены сворачивать свои производства. Выжи-



вают сильнейшие: те, кто может предложить действительно высокое качество и самый изысканный дизайн, максимально отслеживать процесс производства и соблюдать традиции. Примером такой компании является корпорация Royal Doulton (Royal Albert), расположенная в городе Стоук-он-Трент - британской керамической "Мекке".

«Топ Стиль Групп» эксклюзивно представляет продукцию Royal Doulton в России. Самый известный дизайн, выпущенный Royal Albert, - это "Розы Старой Англии", расцветающие на чайном и обеденном сервизах. С момента его создания в 1962 году в мире было продано более 140 миллионов изделий. Среди бестселлеров, предлагаемых Royal Albert совместно с «Топ Стиль Групп», чайная пара или тройка "Цветок месяца". Каждому месяцу соответствует свое флористическое изображение, что подчеркивает его неповторимость. Вся продукция имеет подарочную упаковку.

Еще одной известной английской компанией, представляемой «Топ Стиль Групп», является Roy Kirkham. Ее специализация - посуда как подарок. Подарочная линия "Англия" - это чайные и кофейные наборы на любой вкус и для любого чаепития. Оригинальное блюдо изобретено дизайнерами Roy Kirkham специально для тех, кто пьет чай за те-





левизионной передачей. Оно имеет углубление, чтобы в том случае, если человек вдруг засмотрится на экран, чашка не опрокинулась и чай не разлился.

Прекрасным и полезным подарком является заварочная кружка с ситечком и фарфоровой крышкой, наборы для завтрака и многое другое, например набор "Чай для одного", в котором чашка и заварочный чайник слились в одно целое. Компания Roy Kirkham изобрела и очень удобные подставки для пакетиков для тех, кто любит быструю заварку.

Костяной фарфор английской марки Duches, завод которой расположен в Стоук-он-Тренте, представляет в России свои новинки - коллекции "Загородный сад" и "Тихие воды" всемирно известного художника Jenny Rhodes.

Английская фирма Creativ Tops, специализирующаяся на изготовлении пробковых подставок под чашки, подносов с подушками для удобного чаепития и прочей сервировки, стала выпускать собственные чайные наборы из костяного фарфора, состоящие из чашки, блюдца и подставки - и они также теперь доступны российскому покупателю.

Английские сувениры

Англичане понимают толк не только в посуде, но и в сувенирах. Фирма Country Artists, расположенная в месте рождения Шекспира - Страдфорд-Апон-Эвоне - одна из наиболее успешных сувенирных компаний Великобритании. Фигурки животных, фей и ангелочков под руками художни-



ков обретают индивидуальные черты. Так, скульптор Грант Палмер в коллекции "Особенности породы" юмористически подчеркивает свойства лягушек, собачек, кошек и других животных. А художник Ванесса Миллер и скульптор Грэм Миллер на протяжении многих лет создают и совершенствуют неповторяемую коллекцию ангелов "Заветные послания".

Статуэтки ведущей британской марки Leonardo Collection выпускаются лимитированным тиражом, так же как и сувениры марки Country Artists. "Коллекция Леонардо" создается из специального материала полистоуна - смеси каменной крошки и пластической массы. Наиболее известные серии - статуэтки "Лэди" дизайнера Anni Rowe и коллекции "Феи", "Детская" и "Классические композиции" Christine Haworth.

Вазы из Польши

Поляк Адам Яблонски - личность в Европе, и не только Восточной, известная. Его произведения искусства - а именно к этой категории относятся хрустальные вазы Яблонски - находятся в знаменитом Музее стекла в городе Корнинг в США, в Коллекции редкого космического и художественного стекла, в домах королей, президентов, премьер-министров Швеции, Испании, Франции, России, США. Президент Польши постоянно заказывает уникальный хрусталь, достойно представляющий польское искусство, для подарков знаменитым персонам на государственном уровне. Вазы экспортируются в 30 стран мира и снискали себе популярность во всех всемирно известных центрах производства стекла. Все эти характеристики можно было бы и не перечислять: достаточно увидеть хрустальные творения с вкраплениями металлических нитей (запатентованное новшество Яблонски) - и понять, что это тот хрусталь, который не только не спешит уйти из моды, а находится на самом ее пике.

Стоит отметить и вазы из трехслойного стекла польской марки Jozefina. Они разнообразны по цвету и дизайну: можно найти как строгие, классические мотивы, так и "американизированные" огромные экземпляры из стекла ярчайших оттенков. Одна из наиболее популярных серий - вазы из запатентованного стекла, выполненного под мрамор - аристократичны в любом интерьере.





В 2005 году по объемам розничной торговли Россия вышла на второе место после Индии среди развивающихся стран.

Эти данные опубликовала компания A.T. Kearney в документе *Global Development Index*. За последние 5 лет розничная торговля стала одной из самых быстроразвивающихся отраслей российской экономики, и эксперты прогнозируют дальнейший рост. Однако в отличие от США это развитие будет идти по пути укрупнения торговых форматов.

Основные тенденции развития розничной торговли в 2002-2005 годах

1. Опережающий рост оборота розничной торговли по отношению к ВВП.

2. Сокращение доли Москвы, Санкт-Петербурга, СЗФО и ЦФО в розничном товарообороте России.

3. Рост доли современных форматов розничной торговли (супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры) в розничной торговле продовольственными товарами до 18% в 2004 году и до 22-25% в 2005 году.

4. Увеличение доли крупнейших розничных торговых сетей по продаже непродовольственных товаров до 7% в 2003 году и до 9,1% в 2005 году.

Примечание.

а) Самым главным минусом российской розничной торговли является высокая стоимость недвижимости в сочетании с низкой долей средней нормы прибыли, что приводит к увеличению срока возврата инвестиций.

б) Вступление России в ВТО в 2006 году может двояко повлиять на развитие розничной торговли: с одной стороны, нега-

тивно скажется на российских производителях из-за возросшей конкуренции, с другой - будет способствовать росту инвестиций в экономику РФ.

Перспективы развития розничной торговли в 2006-2008 годах

1. Активное развитие крупнейших розничных сетей в регионах, в том числе с использованием франчайзинга для форматов гипермаркета и супермаркета.

2. Увеличение доли розничных торговых сетей в торговле продовольственными товарами с 5% в 2004 году до 13-15% к 2006 и 25% - к 2008 году.

3. Рост доли private label к 2007 году в розничной торговле продовольственными товарами с 1% в 2004 году до 5%, а в обороте торговых сетей, с 4-5% в 2004 году до 15-20%.

4. Более быстрый рост торговых сетей с участием иностранного капитала (Metro, Auchan, Billa) по сравнению с российскими ритейлерами.

5. Выход на российский рынок крупнейших международных торговых сетей (в том числе путем поглощения российских ритейлеров).

6. Формирование в России мультиформатных розничных сетей (наиболее перспективно развитие одновременно в форматах дискаунтера, супермаркета и гипермаркета).

Примечание.

а) Сейчас в нашей стране представлены только 6 крупнейших мировых компаний розничной торговли (в Польше - 13, в Китае - 12), в связи с чем выход в ближайшее время таких компаний, как Wal-Mart, Carrefour, Tesco, на российский рынок представляется наиболее вероятным.



В России крупный формат в моде

В отличие от США, где крупный формат торговых центров наскучил и приелся местным жителям, в России он только набирает популярность. Сейчас в Москве приблизительно столько же торговых комплексов на душу населения, как и в любой другой европейской столице. В 2004 году общее число торговых площадей в Москве составило 976 тыс. кв. м, а в 2005 году к ним прибавились еще около 330 тыс. кв. м. Наиболее яркими проектами 2005 года стали торговые центры "РИО" (92 тыс. кв. м), "Евро Парк" (86,5 тыс. кв. м), "Фестиваль" (56 тыс. кв. м), "Реал" (35 тыс. кв. м), "Мосмарт" (33 тыс. кв. м).

Следующим крупным центром по сосредоточению торговых площадей является Санкт-Петербург. К уже имеющимся торговым центрам "Сенная" (60 тыс. кв. м), "Академический" (56 тыс. кв. м), "Норд" (45 тыс. кв. м), "Гулливёр" (45 тыс. кв. м), "Меркурий" (45 тыс. кв. м), "Пик" (35 тыс. кв. м), "Заневский каскад" (32 тыс. кв. м), "Икея-Кудрово" (31 тыс. кв. м), скоро добавятся "Мега" (2009 год), "Словацкий торговый центр" (2008 год), "Европейский центр" (2007 год), "Сити Молл" (2005-2006 годы). Площадь строящихся центров будет приблизительно равна 100 тыс. кв. м.

Из городов-миллионеров (по числу жителей) лидирует Казань (около 500 тыс. кв. м торговых площадей), ждут своих ритейлеров Новосибирск, Омск, Челябинск, Уфа, Пермь.

Статья подготовлена по материалам сайта www.rbk.ru

Сейчас в США идет постепенная, но необратимая смена форматов розничной торговли. То, что работало еще 5-10 лет назад, сегодня уже не приносит такую прибыль, как раньше, и наоборот, появляются новые формы торговли, за которыми, возможно, более оптимистичное будущее.

Новое экономическое пространство - Интернет

В 90-е годы принципиально новым явлением в экономике стало развитие электронной торговли (e-commerce), как оптовой, так и розничной. Этому способствовал так называемый "сетевой эффект", суть которого в том, что расшире-

ние сети потребителей определенного вида продукции увеличивает ее ценность для всех без исключения участников сети. Электронные формы торговли пришли на смену торговли по каталогам, когда товары доставлялись по почте в соответствии с выбором заказчика. Интернет позволил не только разно-



образить перечень предлагаемой продукции, но главное - увеличить время приема заказов до 24 часов в сутки 7 дней в неделю.

Если в 1993 году в США насчитывалось около 50 торговых веб-сайтов, то к началу нового столетия их число выросло до 1 миллиона. Если раньше покупатель выходил в сеть с целью получения дисконтных карт для предоставления и покупки непосредственно в магазине, для выбора какого-нибудь специфического товара или для получения опыта необычного шопинга, то теперь для многих американцев покупка через Интернет - повседневная практика жизни. Интернет стал действенным способом приобретения товаров для тех, кого начали раздражать огромные площади магазинов, на хождение по которым приходится тратить уйму времени, и переполненные парковки.

Самые востребованные торговые сайты в США - Amazon.com и E-Bay. Их влияние, по мнению экспертов, ведет к выравниванию цен, номенклатуры и уровня покупательских услуг операторами розницы. На данный момент разница между торговлей через Интернет и через реальные розничные точки вообще исчезает. Раньше она существовала по двум причинам: прежде всего, из-за желания держателей сайтов уйти от налогов, а также в связи с невозможностью возвращения товара, купленного в Интернете, в розничный магазин. Последнее, кстати, настораживало и самих покупателей. Теперь такие крупные компании, как Wal-Mart, Best Buy и Williams-Sonoma, проводят торговлю на сайтах по тем же правилам, что и в реальном времени.

Для тех, кому за 50

Индивидуализация западного общества находит свое отражение и в торговле, которая в последнее время стала, пожалуй, еще более сегментированной. Универсальные торговые комплексы явно отступают; на их место приходят магазины, узко ориентированные на ту или иную демографическую, возрастную группу или группу людей, ведущих определенный образ жизни (спорт, здоровый образ жизни и т.д.) В этом смысле театр или ресторан могут

оттеснить розницу на второй план, как это уже имеет место быть в Южной Калифорнии.

Если в последней трети ушедшего века розничные операторы особо выделяли молодую семью с детьми и пытались создавать отдельные магазины и секции в супермаркетах для матери и ребенка, то в начале нового тысячелетия определился другой жизнеспособный сегмент - те, кому за 50. Старение западных стран - серьезный повод для того, чтобы задуматься продавцам, для кого они торгуют. Кстати, в России этот сегмент тоже не менее существенен из-за низкой рождаемости.

Внимание к покупателю старшей возрастной группы может быть выражен по-разному: целесообразно укрупнять шрифт на упаковке товара, поднимать уровень нижних полок, расширять ассортимент товаров, поддерживающих здоровье пожилых людей, например товаров с низким содержанием соли. Очевидно, что в ближайшее время появятся специализированные магазины для пожилых с учетом этих и других требований.

С другой стороны, не надо забывать и о молодых - тех, кому до 20. В современном мире, где молодые люди все чаще стараются как можно раньше выйти из-под опеки родителей, они становятся добытчиками и распорядителями довольно крупных денежных сумм. Вдобавок к этому иногда они способны влиять и на выбор своих пап и мам, предлагая приобрести современные, "продвинутые" товары.

Наиболее печальная тенденция для операторов розницы - это повышающийся темп жизни. Покупатель больше не хочет тратить время на шопинг, стремится свести его к минимуму. Прежде всего эта тенденция отразилась на магазинах продовольственных товаров. Американец сегодня предпочитает посещать магазины небольших форматов или сокращать количество пройденных рядов в супермаркетах, пользуясь только знакомыми маршрутами. Чтобы привлечь покупателя к другим товарам, производители и мерчендайзеры должны найти новые формы упаковок и выкладки в больших торговых центрах.

Крупные форматы отступают

За последние 4 года в США открылось наибольшее число суперцентров (super center). Это магазины площадью 25-50 тыс. кв. м, обслуживающие жителей определенного района. Следующий популярный формат - дискаунтеры (dollar store), за тот же период - 4 тыс. предприятий, особенно много их в фермерских районах США. Дискаунтеры набирают популярность и в Интернет. Менее востребованы предприятия по продаже товаров со склада (warehouse clubs).

Крупные multifunctional форматы типа Wal-Mart (mass-merchandise) оказались самым слабым звеном, число их точек сокращается с каждым годом. Wal-Mart пытается компенсировать потери внедрением новых направлений торговли: увеличением числа суперцентров и супермаркетов, обслуживающих определенный район (neighborhood markets), развитием сети за пределами США, а также в проекте - создании дискаунтеров.

В самой плачевной ситуации оказались универмаги. Они проигрывают в конкурентной борьбе из-за низкой посещаемости, вызванной неоправданно высокими ценами. Их спасает только сдача в аренду площадей под дополнительные секции. Также уходит в прошлое формат крупного продовольственного магазина, на его смену приходят "магазины у дома" (convenience store), в которых помимо продуктов можно купить промтовары (в том числе посуду, например одноразовую, пластиковую) и лекарства. Сдают позиции моллы, крупные магазины площадью 100-150 тыс. кв. м.

Если раньше крупные магазины выигрывали за счет того, что предлагали максимум товаров по минимальным ценам, то сейчас держателям специализированных магазинов придется подбирать специфический ассортимент, предлагать товары под собственной маркой, обеспечивать высокий уровень обслуживания, чтобы выжить в конкурентной борьбе начала века.

В статье использованы материалы исследования Национальной ассоциации маркетинговых услуг для розничной торговли США (NARMS)

KWARX®, НОВОЕ СЛОВО В МИРЕ ПОСУДЫ

Центр Исследований и Развития компании ARC International создал высокотехнологичный материал с эксклюзивной рецептурой изготовления и "революционными параметрами" - KWARX®.

Мир посуды не знал ничего подобного с тех пор, как в 1968 году было автоматизировано производство хрусталя. Соотношение сырья исключительного качества и инновационных методов его переработки позволяют совмещать в Kwarx® лучшие характеристики ныне существующих материалов.

Главные преимущества Kwarx®:

1. Абсолютная прозрачность

Kwarx® - это самый прозрачный на сегодняшний день материал, имеющий высший коэффициент - W 90 из 100, и коэффициент T близкий к нулю. Таким образом, бокал из этого материала полностью передает цвет напитка.

2. Блеск

Протестированная в лабораторных условиях посуда из Kwarx® сохраняет свой блеск даже после 2 000 технических моек. При этом прочность бокала при мытье в посудомоечной машине увеличена с 4 до 5 раз. К тому же лабораторные исследования показали, что посуда из Kwarx® не подвержена эффекту "клубка" (появлению белых волосков на бокале).

3. Оптимальная прочность

Многочисленные тесты доказали, что благодаря своей структуре и составу, а также уникальному процессу изготовления, посуда из Kwarx® исключительно устойчива к механическим повреждениям. Тонкий и невидимый шов между ножкой бокала и его чашей обеспечивает абсолютно гладкую и прочную во всех точках поверхность.





Mikasa oenology:
*Когда бокал исчезает,
остаются чувства...*

В 2006 году компания ARC INTERNATIONAL создает MIKASA Oenology. Это четыре линии бокалов и декантеров, созданных специально для дегустаций: Open Up, Select, Grand Cru и Decanters.

OPEN UP - ПЕРВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ, СОЗДАННАЯ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ДЕГУСТАЦИИ МОЛОДЫХ ВИН

Несмотря на то, что чаша и ножка выдуваются отдельно, на бокалах серии Open-Up, обладающих всеми свойствами Kwarx®, вы не найдете соединительного шва. А взяв их в руку, вы ощутите, насколько они легки и воздушны.

OPEN UP это коллекция, выполненная в современном и революционном стиле, каждый бокал которой позволяет испытать несравнимое наслаждение от аромата благородного напитка. Без малейшего искажения бокал передает всю гамму интенсивности цвета и игру бликов платья вина.

Бокалы линии OPEN UP предназначены для дегустации большинства известных в мире сортов молодых вин (от 1 года до 3 лет для белых вин, и до 5 лет - для красных).



Лучший хрусталь Италии

Согласитесь, что компания, занимающая 90% итальянского рынка по продажам продукции из хрусталя, достойна самых высоких похвал и превосходных эпитетов. Здесь лидерство неоспоримо, но достигается оно не только количеством выпускаемой продукции, но и - что немаловажно - ее прекрасным качеством. Речь идет, конечно же, о компании Cristalleria Artistica La Piana (CALP).

Первая во всем

Образованная в конце шестидесятых годов из слияния двух небольших компаний, Cristalleria Artistica La Piana (CALP) (Кристаллерия Артистика Ла Пиана) стала первой в Европе по производству настоящего хрусталя, соответствующего всем стандартам ЕС. На сегодняшний день эта компания - бесспорный лидер на рынке хрустальной продукции и имеет своих представителей по всему миру с ключевыми партнерами в Великобритании, США, Китае и Японии. В чем же состоит превосходство этой компании перед другими?

В 1973 году CALP запустила в работу первую плавильную печь и первую автоматизированную линию, а в 2000 году именно эта компания стала обладательницей самой большой печи по выплавке хрусталя в мире. Кстати, оборудование 1973 года было настолько технологически совершенным, что успешно используется и по сей день. Поэтому неудивительно, что 90% всего "хрустального" рынка Италии и 15% мирового рынка - за CALP. Компания может позволить себе выпускать 90 тонн хрусталя в день, что соответствует приблизительно 90 миллионам штук продукции в год. И еще одно достижение: CALP первой в Европе получила сертификат качества ISO 9001.



DAVINCI®
CRYSTAL

ХРУСТАЛЬ ЭТО ИГРА СВЕТА

Бренды

Три главных бренда компании: RCR (Royal Crystal Rock), Free Life и DaVinci Crystal.

RCR - коллекция, предназначенная для широкой аудитории и хорошо известна не только в Италии, но и во всем мире. Это продукция на каждый день. Но ее качество заставляет задуматься: возможно, бокалы RCR стоит оставить и для изысканного праздника? Ведь название этого бренда дано ему не случайно - королевским может называться только отменный хрусталь с 24% окиси свинца, придающим посуде яркость, прозрачность и звонкость. RCR - это идеальное сочетание цены и качества, где последнее слово остается все же главным.

Free Life создана, чтобы постоянно меняться, так как эта самая инновационная, максимально следующая за модой марка. Несколько линий этой коллекции появились в сотрудничестве со знаменитыми дизайнерами.

А бренд DaVinci Crystal просто не обходится без привлечения всемирно известных имен. Здесь все изделия достигают уровня предметов искусства. Эта линия, в первую очередь, направлена на создание в доме достойного интерьера (DaVinci Design), а также фокусируется на культуре вина и ее социальных аспектах (La Carta del Cristallo). Посуда такого уровня доводится вручную мастерами, что позволяет каждый предмет коллекции считать подлинно уникальным.

B2B

Фабрика CALP производит хрусталь не только для дома, но и для сектора HORECA и ресторана. Среди клиентов фабрики много известных ресторанов, входящих в классификацию Мишлен. Хрустальные бокалы CALP - неотъемлемый элемент дегустации вина, так как компания работает рука об руку с обществом дегустаторов Италии. Но, безусловно, основное направление - сувенирный сектор, предлагающий хрустальную продукцию в качестве подарка и предмета интерьера, а также для декора стола, и сектор B2B. Последний сектор очень важен, так как позволяет свободно работать с клиентом и находить решения вместе. Вместе создавать уникальную продукцию от итальянской компании Cristalleria Artistica La Piana.

Представитель в России
Валентина Шейндлина
Россия моб.007 985 763 8388
Тел/факс 007 495 623 8234

Италия
моб. 39 348 233 66 33
Тел. 39 0332 3203436
факс 39 0332 328809
valentina@sheindlina.com





Философия SELTMANN

Ответственность за репутацию

Неизменное высокое качество продукции компании Seltmann не случайность, а результат постоянного совершенствования технологий и регулярно проводимого контроля качества оборудования. Именно высокие требования к производственному процессу, стремление создавать красивую и уникальную посуду, позволяют компании Seltmann производить совершенные по своей форме и качеству изделия.

Мини - история компании

Основатель компании Кристиан Зельтманн начал с продажи небольшой партии своей продукции, и уже через несколько лет его товар пользовался необыкновенной популярностью. На сегодняшний день компания Seltmann экспортирует свою продукцию в 65 стран мира. С 1996 года компания успешно представляет свою продукцию на Российском рынке, и как утверждают сотрудники компании - "совершенству нет предела"!

Сделано в Германии

Своим существованием и процветанием группа компаний Seltmann во многом обязана немецкой земле; с момента основания (1910 г.) вся продукция изготавливается исключительно в Германии.

Корпоративная философия

Об основателе компании Кристиане Зельтманне современники отзывались не только как о талантливом человеке, но и отмечали его высокие профессиональные качества. Именно они остаются основами корпоративной философии компании Seltmann.

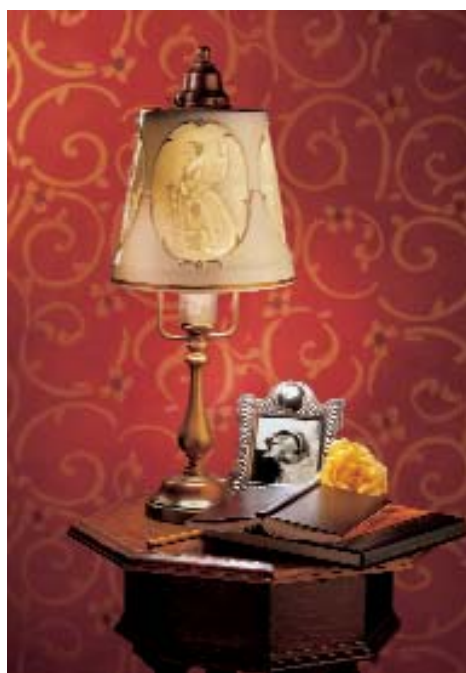
Несмотря на ведущие позиции компании на рынке, Seltmann - это по-прежнему семейное предприятие, успех которого основывается на традициях и внедрении современных технологий и дизайна. Именно эти качества позволяют достичь превосходного качества при весьма привлекательной цене.



Seltmann Group в цифрах

8 заводов, 1 500 сотрудников
1910 год: Основное здание в Вайдене
1939 год: завод Круменнааб
1940 год: завод Эрбендорф
1960 год: королевский привилегированный фарфоровый завод Теттау (основан в 1794 году)

1990 год: старейшая фарфоровая мануфактура в Фолькстедтер (основана в 1760 году), завод по росписи фарфоровых изделий (основан в 1882 году), фарфоровая мануфактура Шайбе-Альсбах (основана в 1835 году).
1995 год: Фарфоровая мануфактура Плауе (основана в 1817 году)





НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ ОТ SELTMANN

Фарфор немецких марок Seltmann и Tettau известен не только своими вековыми традициями в изготовлении столовой посуды, но и широким использованием современных технологий.

Элегантные формы и гармония изделий помогут Вам подобрать сервиз как для особенных случаев, так и на каждый день. А изысканные линии коллекции Tettau удовлетворят самый взыскательный вкус.

«ДОМ ФАРФОРА», Москва, Ленинский пр-т, 36
«МУЛЬТИ-МЕГА», Москва, 42-й км МКАД, ТЦ «МЕГА»
ГУМ, 3-я линия, 3-й этаж, Москва, Красная пл.
«ЛЮКС», Москва, Олимпийская деревня, д. 4, корп. 1

ТД «БАУКЛОТЦ», Москва, Ленинградский пр., 80
Салон «ДИВО», Челябинск, пр-т Ленина, 66
Салон «КРАСИВЫЙ ДОМ», Пермь, ул. Ленина, 63, ТК «МИРАБЕЛЛА»

BOHEMIA CRYSTALEX TRADING





BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. - молодая но, не по годам успешная компания, отмечающая в 2006 году свой 10-летний юбилей. Компания была основана в 1996 году, с целью разрушить существующую монополию во внешней торговле и максимально эффективно сконцентрировать все силы на экспорте компаний-основателей. Довольно-таки быстро утвердив свою позицию на рынке, BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. активно поднимает свой статус за счет маркетинговой политики, расширения сети дистрибьюторов и приобретения новых фабрик по производству стекла.

Компания продолжает многовековую традицию производства стекла в регионе Богемия, которая восходит аж к XI столетию и бережно передается от поколения к поколению. Трепетное отношение к своей культуре и умение чтить традиции своей страны, позволили компании организовать производство стеклянной и хрустальной продукции выдающегося качества практически на всех стеклянных фабриках, расположенных в Чешской республике.

Всемирно известное качество товаров из Богемии - отражение опыта, разделенного поколениями квалифицированных мастеров.

Компания BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. объединила в себе фабрики, основанные в начале XIX века в эпоху беспрецедентного индустриального развития и современные средства автоматизированного обслуживания, которыми, начиная с 1960-го года, оснащаются заводы с целью расширения производства. Объединение всех учреждений в одном управлении, обеспечило приток крупных инвестиций в усовершенствование технологического процесса на заводах. Стоит заметить, что именно стабильное финансирование и приток денежных средств позволяют следовать последним тенденциям моды и самым инновационным технологиям в производстве стекла, а следовательно занимать почетное место лидера, среди мировых производителей стекла.

Богатая традиция производства стекла близко связана с известными торговыми марками, "Bohemia", "Bohemia Glass", "Bohemia Crystal" и "Simax" и двумя особыми брендами: "Hand made Bohemia Heritage" и маркой "Libera".

Благодаря своему богатому наследию, компания обладает уникальным преимуществом в использовании, как традиционных ручных методов производства, так и автоматизированных технологий, а также в их совмещении в процессе производства. Фабрики BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. рассчитаны на изготовление широкого диапазона товаров, которые подходят для домашнего и коммерче-



ского использования. Линейка товаров включает широкий ассортимент изделий: хрустальные и стеклянные предметы, жаропрочные материалы, пригодные для использования на кухне, а так же лабораторное стекло, стеклянные трубы и стекло для промышленности.

Делая акцент на разработке дизайна, BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. компания уделяет особое внимание квалифицированности и креативности чешских дизайнеров. В 2006 году, набор для питья "Виченза", разработанный профессором, архитектором Иржи Пелцлом, был удостоен награды - Национальный Дизайнерский Приз и награжден сертификатом - Превосходный Продукт Года. Жюри немецкого конкурса "ФОРМА 2006" отметило графины из серии "Виченза". Презентация продукции пройдет на выставке Tendence Lifestyle - 2006 во Франкфурте-на-Майне.

Компания экспортирует примерно 95 % продукции в более чем сто стран мира. В течение многих столетий, чешские товары из стекла поставлялись на российский рынок и, с самого начала существования компании, Россия рассматривалась как очень важный рынок для поставки стеклянной посуды Bohemia.

Три основных дистрибьютора компании в России: ЗАО "Богемия-Люкс" г. Москва, www.bohemiaglass.ru, ЗАО "Импакт Богемия Трейдинг" г. Москва, www.impact.ru, и компания "Богемия Плюс", www.bohemiaplus.ru г. Краснодар.





НА ОЧЕВИДНЫЕ ВЕЩИ

Солидные западные компании давно взяли за правило - проводить конкурсы для выявления новых веяний и неожиданных решений. Тем самым, организаторы таких мероприятий поддерживают свой имидж и способствуют рождению интересных идей. В конечном счете, выигрывают все: и конкурсанты, и представители бизнеса, и простые потребители. Понимая это, немецкая компания Rosenthal решила выступить организатором подобного соревнования в России под стильным названием: "Новый взгляд на очевидные вещи".

Конкурс проводился компанией Rosenthal совместно с профессиональным клубом "Высокий дизайн". Тема звучала так: "Концептуальное решение посуды, предметов сервировки стола и аксессуаров, ориентированных для производства на фабрике Rosenthal". Как и подобает подобным серьезным мероприятиям, немецкая сторона выделила призовой фонд: 1000 евро за первое место, 500 евро за второе и по 200 евро за два третьих. В жюри конкурса входили авторитетные люди из Rosenthal, а также известные российские декораторы. Участие ограничивалось только возрастом дизайнеров (было важно поддержать молодые таланты) - от 18 до 35 лет. Торжественное

Тарелка с "пикселями" "Turn Tile", 1-ая премия, дизайнер Андрей Вековищев.



подведение итогов состоялось 30 мая 2006 года в бутике "Rosenthal Studio Haus" в ТДЦ "Новинский пассаж" в Москве.

Со слов участников церемонии, все выглядело очень торжественно. Белый рояль, струнный дуэт, фуршет, дружелюбная, но несколько волнительная атмосфера, - все-таки итоги конкурса хранились в тайне до самого момента вручения премий. Работы молодых дизайнеров были выставлены на фоне великолепного сервиза из новой коллекции Rosenthal Versace Vanity - "Ikarus" (впервые эта коллекция была представлена на выставке Ambiente 2006 во Франкфурте). Разумеется, никто не говорил о соперничестве с легендарным Джане Версаче, скорее фирменный сервиз в благородной комбинации темно-синего и золотого цветов должен был вдохновлять молодых художников на собственные яркие проекты.

Впрочем, то, что представили конкурсанты, меньше всего походило на Версаче. У каждого свое лицо - и в этом ценность. Первая премия досталась Андрею Вековищеву из Рязани за проект тарелки "Turn Tile". Обычная фарфоровая тарелка предстала в разобранном на множество частей состоянии. Антон Кузьмин из Хабаровска получил вторую премию за проекты набора посуды "Stripe" и подсвечника "Drops". Капли воска стекают по тонкой белой шее подсвечника, похожего скорее на изящную вазочку. Третья премия ушла Алексею Астафьеву из Санкт-Петербурга за проект сервиза "Cinema" и Екатерине Чихаревой из Москвы за проект сервиза "Архитектура". Оригинальные работы москвича Бурцева Дмитрия из серий "Animalista" и "Famouse" (отмечены почетным дипломом). Их плавные текущие формы отражают тягу современного человека к уходу от стандартных прямых линий и углов.



А чайный сервиз "Арбуз", выполненный Денисом Захаровым из Москвы (автор также не остался без диплома), просто сразу вызывает улыбку.

Нам удалось побеседовать с победителем конкурса Андреем Вековищевым.

- Когда и как Вы начали заниматься дизайном? Где Вы учились и чем сейчас занимаетесь?

- Год назад я получил диплом инженера. На втором курсе вуза заинтересовался дизайном. Стал читать тематические книги, журналы и сайты, посетил множество выставок и лекций российских и зарубежных дизайнеров. Как-то попал на сайт по промышленному дизайну designet.ru. Очень заинтересовался. В начале, какие-то вещи делал для себя, что-то для конкурсов, потом уже появились более реальные проекты. Мне нравится исследовать сам предмет: его формы, функции, его значение для человека и удобство в использовании.

- Несколько слов о Вашей конкурсной работе. В чем ее основная идея?

- За основу проекта я взял обыкновенную круглую тарелку. Тарелка - самая что ни на есть повседневная вещь, имеющая традиционную форму, выверенную



веками. Я просто несколько переосмыслил ее: тарелка всего лишь приобрела "пиксели", получила свое "разрешение".

Очень приятно, что определением призеров занимались непосредственно на самой фабрике в Германии. От этого победа еще слаще!

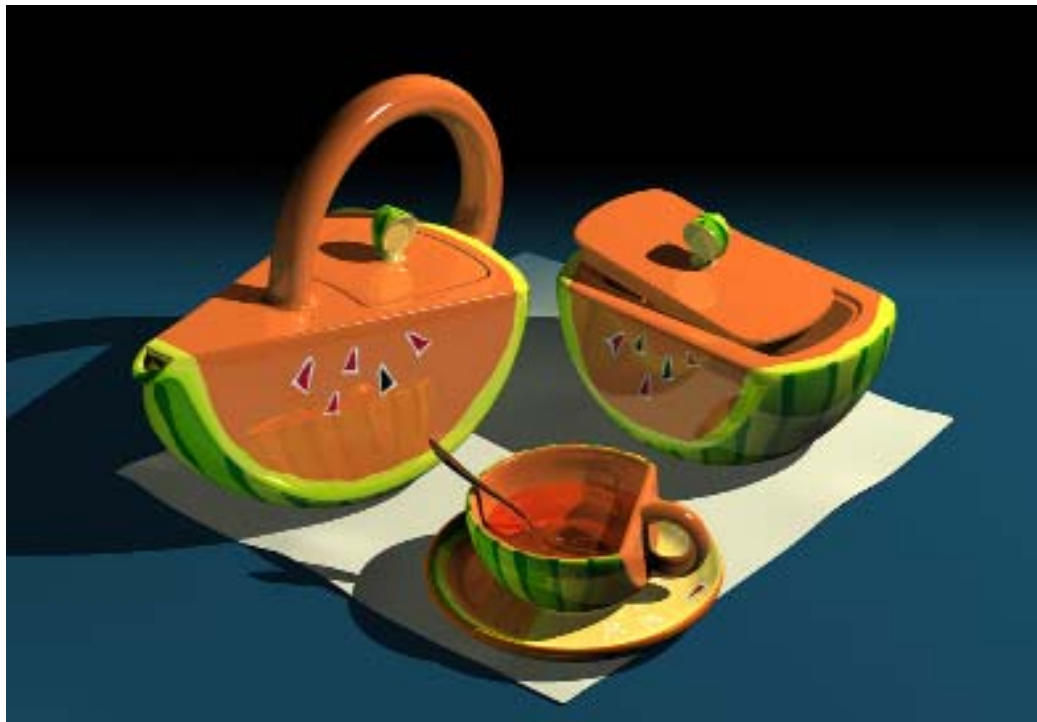
- Расскажите о конкурсе. С какой целью он проводился? Как и где проходила церемония награждения?

- У конкурса было две цели: одна общественная ("поощрение молодых дизайнеров, использующих дизайн как процесс, создающий новый стиль и качество жизни"), другая презентационная (в рамках награждения проходила презентация новой коллекции "Rosenthal Versace Vanity"). В фирменном салоне "Rosenthal Studio Haus", где и проходило вручение наград, присутствовали почти все участники финала. Не смог подъехать только призер из Хабаровска. Непринужденная обстановка, фуршетный стол и живая музыка способствовали общению финалистов, организаторов и приглашенных гостей. Кстати, география конкурса была обширна: 19 городов России и одна работа из Киева.

- Какие Вы можете назвать современные тенденции в предметном дизайне и в посудном в частности?

- Сейчас все больше внимания уделяется материалу. Важны не только физические или химические свойства, но также биологические и тактильные, важно то, насколько этот материал безвреден при производстве, насколько его легко утилизировать. Решается этот вопрос двумя путями: либо привлечением новых высокотехнологичных материалов, либо использованием давно известных и изученных, но представляющих в совершенно неожиданном контексте.

В статье использованы материалы сайта www.rudesign.ru





Посуда для всех

Продукция компании "Северсталь-Эмаль" широко известна широкому кругу потребителей. Сбалансированный продуктовый портфель делает предприятие интересным для любого трейдера. Показатель продаж в 45% российского рынка и 55% в экспорте уверенно определяет лидера, при этом усиливает проблематику бенчмаркинга для предприятия и выбор сбытовой и маркетинговой стратегии.



Начальник управления маркетинга и продаж Сергей Козырев

На посудном рынке, где работает компания "Северсталь-Эмаль", за последние годы произошли серьезные структурные изменения. Рост платежеспособности населения определил повышение спроса на более дорогие продукты: сегодня происходит сужение нижнего ценового сектора и увеличение доли верхнего ценового сегмента. Кроме этого появились более дешевые, но уже низкокачественные продукты. Приход иностранных производителей в

средний сегмент, несомненно, обостряет конкуренцию с теми игроками, которые давно и прочно закрепились на этих позициях, и это требует перестройки маркетинговой политики компании в целом.

Несмотря на перестановку сил и увеличение сегментов среднего и высшего класса, "Северсталь-Эмаль" организует производственный процесс таким образом, чтобы иметь на складе продукты всех категорий: и премиум-, и мидл-, и эконом классов. Это происходит потому, что сейчас довольно сложно сформировать комплексное предложение для рынка при обширной географии продаж. Если у предприятия существует определенная специализация по ценовому сегменту, автоматически резко сужается структура сбыта. И "Северсталь-Эмаль" - одно из очень немногих производственных предприятий, которые отказываются от подобной специализации и развивают все три категории продукта, в том числе и эконом-класс. Этот продуктовый сегмент интересен тем, что по определению его развитие не предусматривает усовершенствований, а скорее, наоборот, экономию на развитии. На ООО "Северсталь-Эмаль" менеджеры предприятия имеют свою точку зрения на этот процесс.

На вопросы о выборе позиционирования для компании "Северсталь-Эмаль" отвечает начальник управления маркетинга и продаж Сергей Козырев.

- "Северсталь-Эмаль" имеет широкую линейку посуды "эконом". Эта посуда не обладает сверхъестественными способностями, не меняет свой цвет в зависимости от температуры, и тем более, сама не готовит как скатерть-самобранка. Пока жители нашей страны не пристрастились к фуа-гра на завтрак, наша продукция будет востребована и актуальна именно в таком виде, в каком она существует. Технология изготовления отработана десятилетиями. Мы производим нормальную посуду, обладающую всеми качествами для того, чтобы стать незаменимой для требовательной хозяйки. И хотя мы приняли общую стратегию лидерства по издержкам, совершенно однозначно одно - мы не скатимся до сверхдешевых подделок. Мы используем "толстую" сталь, экологически безопасные эмали. Это достойная посуда, несмотря на свою демократичную цену.

- Эконом-класс - это посуда для бедных?

- Что касается нашей продукции - то, что это посуда эконом-класса, совсем не означает, что ее использует в быту население с уровнем дохода ниже среднего. Эконом-класс - это посуда практически для всех.

Это позиционирование определяется из эксплуатационных свойств продукта.

Как вы знаете, срок эксплуатации эмалированной посуды и антипригарной тоже по ГОСТУ - 12 месяцев. Фактически люди используют посуду от 3 до 5 лет. Конечно же, этот срок посуда выдерживает. Но здесь нужно понимать следующе





при активном использовании на посуде остаются органические остатки, даже если вы пользуетесь очень хорошим моющим средством. Так что если ваша посуда покрыта 24-каратным сломом золота, такую вещь все равно нужно будет выбросить. Естественно, разумный человек будет использовать в быту кастрюлю за 200 рублей, а не изделие повышенной стоимостью за счет новых технологических приемов в производстве и более дорогих комплектующих. А по истечении срока пользования, через три-пять лет, сдаст кастрюлю в утиль, потому что это правильно, дешево и безопасно для здоровья.

Есть фамильное серебро, которое передается из поколения в поколение. Но фамильных кастрюль, ведер или сковород с антипригарным покрытием не бывает - это нонсенс.

- Тем не менее предприятие может стоять на месте. Что вы скажете о реагировании на изменения на рынке в продуктовом плане?

- Мы организуем свою деятельность по многим показателям и, соответственно, строим отдельные программы. Таких программ несколько - это регионально-экспортные, спецзаказы для сетей, отдельно действует программа для дальних регионов, но уже в области логистики и упаковки, то есть мы комплектуем посуду таким образом, чтобы она занимала минимальное количество места при транспортировке. Это - новая коробка, новая комплектация наборов и т.д. У нас работают программы спецзаказов для экспорта. Мы учитываем специфику традиций кулинарии в определенном регионе и предос-

тавляем новый продукт с учетом полученных данных. Сейчас на предприятии вводится штрих-кодирование всего ассортимента, до этого штрих-код был только на определенные позиции. Это пример реагирования на рынок. Только сейчас дистрибьюторские компании обзавелись новым складским оборудованием, и штрих-кодирование стало просто необходимо.

Конечно, мы уделяем внимание дизайну, новым тенденциям, ищем оптимальную упаковку. Но поверьте, самый лучший дизайн для двенадцатилитрового ведра - это большие наливные яблоки на корпусе. Этот дизайнерский изыск стоит на вершине нашего хит-парада уже 30 лет. Это устойчивое явление переходит из категории промышленного дизайна для продукции эконом-класса в категорию явления в народном русском искусстве. И опора на традиционализм дает свои результаты.

Новое для нашего продукта, это то, что мы начинаем вводить в производство цветные эмали для эконом-класса. Те эмали, которые мы стабильно использовали: кремовые, серо-голубые, черные и прочие - уже становятся менее интересными, и люди хотят видеть разнообразие. Мы предоставим это разнообразие.

- Вы считаете выбранное позиционирование верным. С помощью чего вы производите корректировку краткосрочных бизнес-планов?

- Наши позиции на рынке сейчас устойчивы.

как никогда. Безусловно, это не пришло к нам сверху как благодать, мы шли к этому долгие годы. Такие показатели принесли синергетический эффект, который является следствием комплексных изменений во многих сферах нашего предприятия. Работа с дилерскими компаниями, работа по промоушену, программы по ценообразованию и прочее сейчас только разворачиваются. Недавняя конференция для дилеров подтолкнула менеджмент предприятия к разработке программ по оптимизации склада и работы с претензиями.

В любом случае мы не изменим нашему профилю, но естественно образом будем вести работу над совершенствованием деятельности компании. Уже сейчас мы можем заявить, что при определенных условиях мы сможем удовлетворить любую заявку покупателя, и рассматриваем любые предложения о сотрудничестве на рынке стальной посуды и посуды с антипригарным покрытием.

www.rusposuda.ru





Дикник

в кругу друзей

ДЛЯ ТЕХ, КТО ЛЮБИТ ПИВО



Пиво, в отличие от водки, трудно назвать нашим национальным напитком. Но русский характер, склонный к перениманию обычаев других стран, прежде всего западных, уже настолько хорошо усвоил традицию употребления пива, что, кажется, без него на Руси никогда и не жили. На самом же деле оно у нас появилось не так давно вместе с соответствующими емкостями для его питья - пивными кружками.

Для тех, кто хочет знать,
что пить и из чего

В середине XIX века в Пльзене произошла настоящая пивная революция - было изобретено легкое фильтрованное пиво низового брожения, которое сегодня составляет до 90% от объемов всего варимого пива в мире. До этого готовили и употребляли только напиток верхового брожения, гораздо более крепкий. Эта традиция сохранилась в Великобритании. Пльзенское пиво завоевало такую популярность благодаря прозрачности и тонкому хмелевому аромату. Для его употребления стали применять как традиционную полулитровую пивную кружку, так и получивший большое распространение бокал из тонкого стекла в виде тюльпана, потому что в подобной форме лучше сохранялся хмелевой аромат напитка.



Для наслаждения особо изысканными сортами пива сегодня применяют те же **тюльпановидные бокалы**, но на стройной высокой ножке, подчеркивающие "премиальность" данного напитка. Темное пиво гораздо менее распространено, и поэтому здесь нет такой строгой связи между сортом пива и формой бокала, но чаще всего **некрепкое темное пиво** пьют из бокалов на ножке (в стиле бокалов пилснера), а крепкое - из кружек или из бокалов наподобие коньячных.

В Германии (прежде всего в Баварии) особенно ценится **нефильтрованное пшеничное пиво**. У него пышная пена и приятный фруктовый аромат. Это пиво тоже пьют из **бокалов-тюльпанов**, но более высоких и с **более стройной "талией"**. Высота оставляет место для шикарной пены, а узкое горло позволяет не исчезать раньше времени приятному запаху. Для ежегодного фестиваля пива "Октоберфеста" в Баварии варят специальный сорт, более крепкий, который употребляют из традиционных литровых кружек - "масс". **Кельш**, изготавливаемый в окрестностях Кельна, подают в стаканах тонкого стекла правильной прямоугольной формы, называемых "штангой".

В Великобритании, верной своим многовековым традициям, до сих пор в моде эль - пиво верхового брожения. Его пьют пинтами (примерно 600 мл) из больших стаканов, расширяющихся кверху, и иногда это расширение напоминает края шара. Интересно, что крепкие шотландские эли пьют из посуды, имеющей шаровидное утолщение, наоборот, у самого основания.

В Бельгии можно встретить самые невероятные рецепты пива: с самопроизвольным брожением, добавлением фруктов и пряностей (от лимонной цедры до вишни и малины) или технологии шампанизации. Для этих напитков используют широкие коньячные или более узкие винные бокалы, так как по вкусу такие сорта пива недалеко ушли от фруктовых шампанских.

Весьма необычна посуда для пива "Квак". Бокал напоминает мензурку из химической лаборатории, закрепленную в держателе из дерева. При употреблении пива раздается характерное бульканье, похожее на кваканье. Видимо, отсюда и название.



Для тех, кто следит за российским рынком пива

Российский рынок пива демонстрирует самые низкие темпы роста в посткризисный период: по итогам 2005 года рост составил всего 3,7%. Объем продаж пива в первом полугодии 2005 года увеличился только на 1% по сравнению с предыдущим годом, тогда как в 2004 году прирост рынка за аналогичный период составил 14,4%. Одна из видимых причин — это начинающие сказываться последствия принятия поправок к закону "О рекламе", ограничивающих рекламу пива, и закона "Об ограничении потребления пива". Суть этих актов состоит в том, что в промежутке между 22 и 7 часами реклама пива на телевидении запрещена, а также запрещено использование в рекламных целях при продвижении напитка образов людей и животных. Однако аналитики считают, что на снижение темпов роста рынка повлияло не столько законодательство, сколько естественное его насыщение. Так, аналитик "Атона" Алексей Языков полагает, что пить больше того количества пива, которое уже употребляют, россияне не будут. "Рынок не может расти постоянно высокими темпами, у него есть предел роста. Теперь пивовары будут делить рынок между собой, а не расти вместе с ним", — говорит Языков. По его мнению, снижение темпов роста продолжится и в дальнейшем: "В 2007 году мы прогнозируем рост рынка на уровне 2%". С Языковым соглашается и.о. директора по маркетингу компании "Вена" Денис Шерстенников: по его прогнозам, в 2006-2007 годах рост рынка пива также не будет превышать 2% в год.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

На вопросы отвечает Виктор Борисович Татлинов, генеральный директор компании "Еврокрафт"

Чем пивные кружки отличаются от прочей стеклянной посуды для других напитков?

Отличительных черт несколько: прежде всего, пивная кружка отличается внешне. Это большая емкость, обязательно с ручкой, на широкой стопке. Дизайн может быть самый разный, но в основном это либо цилиндр, либо бочкообразная емкость. Второе отличие (с профессиональной точки зрения): кружка имеет большую поверхность для нанесения деколи, а значит, есть простор для фантазии дизайнера.

Что касается вопросов качества, то последнее не привязано к кружке или стопке. Существуют штампованные изделия и изделия ручной выдувки. Последние имеют стекло яркое, чистое, как слеза, с более тонкими стенками. А штамп, он и в Африке штамп.

Известно, что каждому сорту пива в идеале должна соответствовать своя кружка. Какими кружками или бокалами пользуются популярностью в России больше всего?

— Более популярны, на мой взгляд, кружки классического дизайна, то есть цилиндрических очертаний.

Есть ли какие-нибудь особенности в технологии производства пивных кружек?

— В производстве штампованных изделий особенностей нет. Штамповать все равно, что штамповать. А вот в ручных изделиях нюансов очень много: поверхность натяжение, приварка ручки (холодная или горячая), предварительный обжиг для снятия напряжения, ототка или отрезка края. Один из секретов — в креплении ручки к емкости кружки.

Известно, что рынок пива в России с 2005 года показал самые маленькие темпы роста. Насколько на этом фоне сейчас востребовано производство пивных кружек?

— Поскольку мы занимаемся деколированием, то кружки для нас относятся больше к подарочному сегменту, нежели к утилитарному. А рынок подарочных изделий имеет свои спады и взлеты, связанные с сезонностью. Рынок NoReCa поглощает "гладкие" (необожженные) изделия в обычных темпах. От себя можем добавить, что в 2005 году спрос на кружки действительно несколько уменьшился. Но мы связываем это только с сужением сроков "сезонности".

Наталья Дрошнева



РУССКИЙ ХРУСТАЛЬ

традиции и достоинство РОССИИ

Выставка AMBIENTE в городе Франкфурт - на - Майне (Германия) всегда была одним из главных европейских событий в области дизайна предметов быта и украшения интерьера. Здесь определяются основные направления и тенденции современного производства посуды. Традиционно открываешь для себя неожиданные идеи, интересные бренды и креативные решения.

Еще приятнее увидеть в самом престижном для участников посудного сектора, в 10 - м павильоне, среди известных мировых брендов, отечественную компанию (РУССКИЙ ХРУСТАЛЬ). Подходя к стенду, испытываешь гордость за РОССИЮ. Не многие отечественные производители удостоиваются права экспонироваться в этом павильоне. При знакомстве с образцами становится понятным появление здесь этой компании. Наши соотечественники привезли в Германию достойную коллекцию. Изделия объединены в большие сервизы и подарочные наборы в коробках из дуба, тисненой кожи, благородного бархата.

О том, как РУССКИЙ ХРУСТАЛЬ оказался "в компании" ли-

деров, мне удалось узнать у генерального директора Виталия Игоревича Яковлева и исполнительного директора Елены Витальевны Золотовой. Но это уже произошло в Москве.



КОРР.: Первый вопрос абсолютно логичен: Когда появились Ваша компания и как же все начиналось?

Елена Витальевна (далее Е.В.): Нашей компании 4 года. Мы действительно мало экспонировались в России. Нам необходимо было знать, в каком направлении работать, какие наши не-

достатки, какие технологии нам необходимы и каких специалистов готовить. Затем были долгие эксперименты, бесконечная работа над технологиями, в том числе с различными НИИ. В итоге появился товар, которым заинтересовался современный рынок. Мы продвигаем себя по направлениям: элитная посуда, VIP подарки и ювелирные изделия.

КОРР: А как Вы определили момент выхода на рынок со своими предложениями?

Виталий Игоревич (В.И.): - На современный рынок можно выйти только со свежей идеей, качественным интересным модельным рядом, и при этом желательно опираться на какие-то технологические преимущества в процессе изготовления продукции. Если это подкреплено отлаженным производством, то можно начинать себя рекламировать и постепенно входить в свой сегмент рынка.

КОРР: - Не слишком ли жестко подходите к этому вопросу?

Е.В. : - Нет. Мы поставили целью возрождение традиций Рус-





ской ювелирной школы XIX века. Живя в XXI веке, мы просто обязаны стремиться к достойному уровню исполнения.

КОРР: Как создаются ваши изделия?

В.И.: - Это длинная технологическая цепочка - около 40 различных операций. Все описано на нашем сайте WWW.RUSCRYSTAL.RU

КОРР: Как Вы вышли на тему "Хрусталь с декором"?

Е.В.: Нам нравятся подобные изделия старых мастеров, и наши чувства разделяют многие. Предложения по стеклу, декорированному металлом были всегда, но только не в технике Русского неоклассицизма. А это часть нашей истории, нашей культуры. Это сидит где-то глубоко внутри нас. На выставке во Франкфурте мы чувствовали себя, наверное, как спортсмены на соревнованиях за рубежом. Посетители из России заходили к нам на стенд и ознакомиться с нашей продукцией, и поддержать

нас. От многих слышали: "Как хорошо, что у нас в России появляются такие производства".

КОРР: Как Вы чувствовали на AMBIENTE рядом с лидирующими брендами?

Е.В.: Абсолютно нормально. Посетители отнеслись к нам более чем серьезно.

КОРР: Любое производство требует затрат и не малых. Вероятно, Вы пользуетесь какими-то Государственными программами по поддержке бизнеса?

В.И.: О существовании государственных программ поддержки малого бизнеса знаем, но они нас пока не затронули. Надеемся на содействие со стороны Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации (готовим обращение).

Кредитование бизнеса для нас вопрос очень актуальный! В банке легко получить потребительский кредит, а под реальное производство без залога - достаточно сложно. Так что вопрос финансового

партнера открыт до сих пор. При наличии кредитной линии развитие было бы намного быстрее.

Единственная помощь, которая была нам оказана - это поддержка нашего проекта предприятием ОАО Дятьковский Хрусталь в лице Генерального директора Городничего Юрия Станиславовича. За что ему отдельное спасибо. Нам была предоставлена возможность работы на предприятии по освоению производства хрустальных оснований. Сейчас все хрустальные части наших изделий изготавливаем там же.

КОРР: Какие Ваши дальнейшие планы?

В.И.: О наших новинках, планах и новостях всегда можно узнать на сайте www.ruscrystal.ru, и на выставке AMBIENTE в Москве, которая состоится в "Крокус - Экспо" с 19 по 22 сентября 2006 года. Здесь мы планируем и презентацию наших новых изделий.

До встречи!
www.ruscrystal.ru



На него надо молиться!

Две новые, изумительные по красоте коллекции из богемского стекла и хрусталя выводит на российский рынок компания "Импакт Богемия Трейдинг". Совершенство изделий чешских стеклодувов поневоле заставляет вспомнить фразу из старого советского фильма "Девушка без адреса" - "Это же Богемский хрусталь! Его нельзя трогать! На него можно только молиться!".

Компания "Импакт Богемия Трейдинг", авторитетный импортер высококачественной посуды для сервировки стола, в этом году, кажется, решила не оставить никаких шансов конкурентам. Начиная с января 2006 года она провела целый ряд масштабных и успешных акций по представлению российскому потребителю прекрасного фарфора, керамики и стекла из Европы и Латинской Америки. И, наконец, в октябре в продажу поступят две новые коллекции, которые, вне всякого сомнения, окончательно закрепят за компанией позицию лидера по продажам изделий заводов Богемии.

"Celebration" - идеальный подарок.

Набор "Celebration" из двух бокалов формы "Ангела" претендует стать настоящим "хитом" предстоящего подарочного сезона. Эта изящная форма бока-



ла на высокой ножке была выбрана для новой коллекции, так как статистика продаж свидетельствует о ее значительной популярности. Не случайна и упаковка по две штуки - маркетинговый отдел компании стремился минимизировать стоимость подарка, но при желании, комплектация по два фужера позволяет увеличивать количество персон до 4, 6, 12 и т.д. Коллекция "Celebration" по-своему исключительна - она представлена бокалами четырёх видов: для вина, шампанского, коньяка, и, впервые в России, для мартини на форме "Ангела".

Необыкновенно эффектна

упаковка набора. С помощью высококачественной печати она максимально приближена к золотому цвету и будет выгодно выделяться на полках магазинов. Большая часть этой коллекции состоит из декорированных бокалов, поэтому специалисты компании "Импакт" совместно с технологами завода Novy Bor разработали специальное окно, которое при транспортировке закрыто, а с помощью специальной перфорации легко демонтируется для представления бокалов в магазине. Окно позволяет увидеть весь декор, но при этом стекло защищено от сколов при транспортировке.

Интенсивная работа над созданием коллекции "Celebration" велась целый год, что позволило компании "Импакт Богемия Трейдинг" предложить продукцию конечному потребителю по самым низким ценам на нашем рынке - цена набора "Celebration" от 170 до 300 рублей. Коллекция "Celebration" будет продаваться эксклюзивно только в компании "Импакт".



Департамент снабжения ресторанов: 105023, ул. Электрозаводская, д. 52, корп. 6. Тел.: (495) 540-45-25

Департамент оптовых продаж: 107061, г. Москва, ул. Преображенский вал, д. 4. Тел.: (495) 744-00-50



Лучший презент - "Bohemia heritage".

Не менее тщательно разработана и коллекция ручного хрустала "Bohemia heritage" (Наследие Богемии). Если раньше хрусталь ручной резки из Чехии себе могли позволить приобрести лишь очень немногие, то теперь, благодаря профессионализму сотрудников компании "Импакт", он станет впервые доступен всем покупателям.

Коллекция состоит из трёх видов наборов: набор под виски - штоф 800 мл и два низких бокала по 320 мл, набор под коньяк - штоф 700 мл и два коньячных фужера по 250 мл, набор под ликёр - графин 500 мл и шесть стопок по 45 мл. На все наборы нанесены ручные декорации, выполненные различными методами - шлифовкой, гравировкой, золотой обводкой и диаритом.

Сдержанную роскошь ручного хрустала прекрасно подчёркивает элегантная упаковка. Выпол-



Область вокруг чешского города Novy Bor имеет длинную историю стеклянного производства. Первые письменные упоминания о создании стекла в этой области относятся к одиннадцатому столетию.

В 1444г. была открыта первая фабрика по производству стекла Chribska. Теперь это самое старое, постоянно действующее стеклопроизводство в центральной Европе. Золотой период стеклянного производства в области Novy Bor приходится на 18-е и 19-е столетия. Именно в это время стеклянные фабрики и ремесленники Богемии начали экспортировать свои изделия по всему миру.

Сегодня в компании Bohemia Crystalex Trading работает более 4 000 человек по всей Чехии. Самая большая фабрика расположена в Novy Bor. Кроме этого Bohemia Crystalex Trading владеет заводами в Богемии и Моравии.

Компания "Импакт" является официальным дистрибьютером и поставщиком на российский рынок продукции фирмы Bohemia Crystalex Trading



ненная из дорогого картона насыщенного красного цвета она сопровождается золотым тисненым логотипом "Bohemia heritage" как на лицевой стороне, так и на обратной. Приятным сюрпризом выглядит мягкий атлас, которым задрапирована коробка изнутри. Любой набор из этой коллекции может стать солидным подарком для мужчин, презентом для деловых партнеров. И при всех неоспоримых достоинствах хрустала "Bohemia heritage" в розничной продаже его цена, к удивлению, составит около двух тысяч рублей. Коллекция "Bohemia heritage" будет эксклюзивно продаваться только в компании "Импакт".





Магия домашнего уюта

Торговая компания "Европейский стиль", появившаяся на Российском рынке в 2005 году, представляет целую философию ухода за домом и садом.

- Наш ассортимент и наша ниша на рынке связаны с целостной концепцией домашнего уюта - говорит генеральный директор компании **Маргарита Коханова-Ваевская (М. К-В.)**.

- Дом, в нашем понимании, - это островок личного пространства, оазис тепла, комфорта и покоя, куда не проникает суэта современных мегаполисов. В отличие от офисов и служебных кабинетов, дом - это нечто неповторимое, у каждого он свой, выражающий сущность своих обитателей. Поэтому главное направление нашей работы - это атмосфера и эстетика дома, а товары, которым мы придаем особое значение, - это домашние аксессуары. И работаем мы с компаниями, которые разделяют наши взгляды, то есть для них, как и для нас, вещи обладают не только функциональными, но и эмоциональными достоинствами. Бренды, представленные нашей компанией, - это производители всего нового. Они переопределяют понятие функциональности, наполняя свою продукцию еще и эстетической составляющей.

Полет фантазии

Изделия марки **Menu A/S (Дания)**, одного из главных партнеров компании "Европейский стиль", отличаются не просто высоким уровнем

качества, но и изысканным дизайном. Чтобы понять, что это значит, эти предметы нужно, во-первых, увидеть, а во-вторых, подержать в руках.

Вам никогда не приходило в голову, что вещи могут не только оказываться полезными вам в нужный момент, но и общаться с вами, например, задавать вам загадки, манить, играть или даже шутить с вами?

Действительно, представьте себе, что вы сидите в гостях. На столике стоит ваза, внешне напоминающая грузинскую керамику. И вдруг хозяйка дома берет ее в руки, ловко загибает внутрь ее края и неприкрытым жестом превращает ее в горшочек. Растерялись? Ничего особенного, просто, на самом деле, ваза сделана из экологически чистой резины и готова принять в ваших руках любую форму.

Таких чудес здесь много: термочашки, которые так и хочется обхватить ладонями, ведь они никогда не нагреваются, какой бы кипяток вы туда не налили, вазы, легко превращающиеся в подсвечники. Вообще, что касается подсвечников и светильников, то они заслуживают особого внимания: от маленьких подвесных фонариков и масляных ламп, стилизованных под факелы и превращающих ваш сад в романтический остров грез, до декоративного деревца, усыпанного обычными лампочками от компании **OPOSSUM designobjects (Германия)**, которое замечательно вписалось бы на дачную веранду.

Мы называем это чувство "Удовольствием от облада-

ния". Это особое отношение к вещам, желание взаимодействовать с ними, выражать с их помощью свое настроение и просто радоваться их присутствию.

Эстетическая функциональность

Казалось бы, что может изменить в ванной комнате дозатор для жидкого мыла или подставка для зубных щеток? Что могут добавить кухне такие мелочи, как держатель для полотенца, подставки для горячего или разделочная доска? Однако дизайнеры компании **Umbra (США)** не относятся к этим вещичкам пренебрежительно. И они правы. Ведь это те предметы, которыми мы пользуемся не раз и не два в день, и если мы испытываем наслаждение от соприкосновения с ними, это не так уж мало. Кроме того, умело выбранные цвет, форма и фактура аксессуаров могут как бы исподволь преобразить помещение, придать ему нарядность или камерность, заставить его выглядеть более элегантно или более интимным.

С другой стороны, иногда очень простые решения, оказывается, отвечают самым насущным требованиям. Все мы, наверное, иногда сожалеем о том, что, какие бы красивые ни были шторы, они закрывают окно, скрадывая солнечный свет, а иногда и чудесный вид. Umbra предложила гениально простое решение - карниз, меняющий угол своего положения, так что вы просто можете отвернуть его вместе со шторами.



Кушать подано

Корр.: - Одним из направлений вашей работы являются эстетические возможности сервировки стола. В чем вы видите свою задачу?

М. К-В.: - Процесс приема пищи занимает в нашей жизни, что и говорить, совсем не последнее место. Особенно когда речь идет о домашних трапезах, будь то в кругу семьи или во время торжественного приема гостей. Мы стремимся возродить культуру застолья и искусство есть красиво. Нашим постоянным партнером в этом является компания **Carl Mertens (Германия)**.

Семейное предприятие Carl Mertens, образованное в 1919 году и первоначально занимавшееся изготовлением лезвий, обладает сегодня прекрасной репутацией и многочисленными наградами. Оно знаменито инновационным дизайном и значительным ассортиментом столовых ножей и приборов, включающим в себя и специальные инструменты для экзотических блюд вроде устриц, лобстеров и т.д.

Лезвие каждого кухонного ножа из коллекции Taglio выковано из цельного куска стали и укреплено по уникальной технологии, после чего их затачивают вручную лучшие мастера.

Высочайшее качество изделий, изготовленных из нержавеющей стали, экологическая ответственность, которую берут на себя владельцы бренда, и уникальный дизайн делают продукцию Carl Mertens желанной как в дорогих дизайнерских магазинах, так и в домах людей, обладающих не только убедительными финансовыми возможностями, но и прекрасным вкусом.

Ознакомиться с полным ассортиментом можно в шоу-руме компании "Европейский стиль", расположенной по адресу г. Москва, Минская улица, дом 1Г, корпус 4, павильон 8, тел. (495) 780-89-91, www.tk-es.ru. А также приглашаем вас на выставку "Амбиенте - 2006" в Крокус-Экспо, павильон 2, зал 9, 2-й этаж, стенд Н10.



CARL MERTENS

menu



ВОНЕМІА

- ЭТО НЕ ТОЛЬКО
ЧЕШСКИЙ ХРУСТАЛЬ



Какие ассоциации возникают у Вас, стоит только произнести слово «ВОНЕМІА»? Конечно, чешский хрусталь – скажите Вы. И будете правы - знаменитое стекло чешских мастеров прочно вошло в наше сознание как самая совершенная имитация горного хрусталя. Но правы Вы будете только наполовину. ВОНЕМІА – это сеть фирменных магазинов, где соседствуют рядом и хрустальные легенды Чехии и фарфоровая изысканность Китая, роскошные люстры, предметы интерьера, коллекционные фигурки. Мы продолжаем знакомить вас с предложениями торговой сети ВОНЕМІА. И сегодня в зоне нашего внимания – уникальный ассортимент люстр.

Гармония в доме зависит от каждой детали интерьера. Но что, как не свет, способно объединить композицию в единое целое, расставить акценты? Учитывая это, сеть магазинов ВОНЕМІА представляет уникальную коллекцию хрустальных люстр и светильников из Европы.

В этом сезоне хрустальные люстры переживают новый всплеск признания.

Радужная игра света в гранях хрусталя способна придать аристократичный лоск самым разным интерьерам. Стиль жизни определяет желание покупателя, поэтому в ассортименте имперское величие и утонченный модерн, вечная классика и современные тенденции, лаконичный дизайн и замысловатые флористические формы.

Коллекции люстр в магазинах ВОНЕМІА обновляются каждые полгода. В представлении «сияющих красавиц» торговая сеть ВОНЕМІА отдает предпочтение именитым фирмам, оттачивающим свое мастерство не одно столетие. Известный факт, что люстры мастеров Богемии, северной области Чехии, украшали дворцы Версаля еще при Людовике XV. Продолжателями традиций чешских мастеров стали всемирноизвестные фирмы Preciosa, Bydov, Elite Bohemia, люстры которых представлены в магазинах сети ВОНЕМІА. В этом году к ним присоединились новинки - люстры из Италии, украшенные знаменитым венецианским стеклом и коваными элементами.



Хрустальные люстры являются визитной карточкой стекольного производства Европы, и вековые традиции успешно сочетаются с самими современными технологиями, гарантируя отменное качество исполнения.

Для производства светильников используются высококачественные материалы, такие как латунь, бронза и драгоценные металлы, в том числе золото 24 карата. Декоративные металлические части отливают в песочные формы. Существует более 18 тысяч различных форм для отливки металлических деталей, и многие из них – исторические оригиналы.

Классические люстры по традиции украшают гранеными подвесками из хрустала и кристаллами Swarovski. При создании исторических моделей хрусталь выдувается в деревянные формы по лекалам старых мастеров.

Все большей необходимостью при торговле становятся нестандартные подходы в обслуживании клиентов или специальные услуги. В сети магазинов ВОНЕМИА широко используется доставка светильников по индивидуальным заказам и разработка моделей люстр сложных конструкции или оригинального дизайна. Для концертного зала или холла отеля возможно изготовление многоярусной люстры очень большого размера, доходящей до пяти метров в диаметре. Плотное сотрудничество с производителями позволяет варьировать комплектацию моделей типовых светильников, изменяя форму, цвет и количество подвесок. Услугами магазинов ВОНЕМИА нередко пользуются мебельные студии и дизайнеры по интерьеру. И это не удивительно – здесь могут предложить не одну сотню моделей люстр разных интерьерных тенденций и стилей.

Особые заказы на люстры не редкость для компании, здесь ста-

раются максимально выполнить все пожелания заказчика.

Одним из последних стал заказ для православного храма в честь иконы Божией Матери Целительницы. Хрустальные люстры для храма были изготовлены с применением старинных технологий. В их конструкции были строго учтены необходимые каноны убранства православных церквей, а металлические части люстр были отлиты из бронзы. Светильники были переданы в дар храму безвозмездно.

Хрустальные люстры – специфичный товар, требующий максимального сервиса. Торговая сеть «ВОНЕМИА классическая посуда» предлагает покупателям комфортный выбор и подробное консультирование в вопросах сборки и подключения люстр. Покупка люстры должна приносить радость и положительные эмоции ее обладателю, а не быть поводом для очередных бытовых проблем. Единственная трудность, с которой сталкивается клиент магазинов ВОНЕМИА – это, пожалуй, слишком большой выбор. Все остальное за него делает продуманный менеджмент компании.

Ассортимент сети магазинов ВОНЕМИА позволяет выбрать серию светильников, состоящую из люстр, бра, торшеров одного стиля и цветовой гаммы для более полного и интересного оформления интерьера. К услугам покупателей также фирменные каталоги, по которым можно выбрать и заказать люстру не представленную на данный момент в магазине. Сейчас в активе сети ВОНЕМИА двадцать салонов в разных городах России, а также несколько крупных оптовых филиалов. Это дает возможность оперативно выполнить любой заказ. Отдавая предпочтение салонам ВОНЕМИА, покупатели отдают предпочтение проверенному качеству, высокому сервису и неповторимости изделий.

—••••• ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ! •••••—

Сеть магазинов классической посуды ВОНЕМИА - это мир красивых вещей. Интересные ассортиментные предложения, оригинальный дизайн магазинов, нетрадиционные формы торговли, отменное качество продукции - все это позволило заслужить любовь и доверие покупателей. Сеть имеет двенадцать собственных магазинов в разных городах России и активно развивает франчайзинг. Стать партнером сети и открыть свой магазин "ВОНЕМИА классическая посуда" может любой предприниматель, обладающий необходимым финансовым потенциалом и желающий заняться этим красивым бизнесом.

ВОНЕМИА

классическая посуда

350075, Краснодар, ул. Стасова, 176,
т.: (861) 210-98-99, факс: (861) 210-98-58
www.bohemiaplus.ru, e-mail: com@bohemiaplus.ru



ГАЛА-ЦЕНТР

Компания "ГАЛА-ЦЕНТР" недавно отметила свое 12-е лето, что по меркам российского рынка весьма значительный срок, который свидетельствует об устойчивом положении компании, ее стабильности и надежности.

"ГАЛА-ЦЕНТР" - многопрофильная фирма с широким ассортиментным рядом: посуда, товары для дома, товары для ванной, сантехника, автомобильные аксессуары, фурнитура, инструменты, сувенирная продукция.

В данный момент компания проводит ребрендинг торговой марки "VETTA": модернизируется упаковка, меняются цветовые решения и графика. Незменными остаются лишь назва-

ние марки и ее слоган - "ВСЕГДА ПОД РУКОЙ".

ТОВАРЫ ДЛЯ КУХНИ:

1. Кухонные аксессуары

В настоящее время все более популярными становятся кухонные аксессуары из пластика. При выборе некачественной продукции из пластика нужно быть готовым, что во время использования в домашних условиях они могут потерять форму и расплавиться. Но для изделий торговой марки "VETTA" используется специальный материал, выдерживающий нагрев до 210⁰С, без потери первоначального вида, и выделения каких бы то ни было химических веществ или запаха.

Пластиковые изделия обладают рядом плюсов и минусов.

Плюсы- незначительный вес

конечного изделия, низкая цена, долговечность.

Минусы- основа пластика - синтетический материал.

2. Кухонные аксессуары из дерева

Деревянные принадлежности для готовки, уступили рынок своим пластиковым аналогам. В первую очередь это обосновывается сложностью в использовании (деформируются при намокании), при частом использовании рабочая кромка становится шероховатой, появляются заусенцы.

3. Кухонные аксессуары из стали

Стальные кухонные аксессуары хоть и были потеснены на рынке аналогами из пластика, тем не менее, занимают свою нишу на рынке и пользуются спросом. Для производства кухонных аксессуаров марки "VETTA" ис-





пользуется сталь марки 18/10, Как известно, 18% хрома делают материал нержавеющей и прочным, а 10% никеля защищают посуду от пищевых кислот. Никель становится актуальным при производстве кастрюль, которые длительное время находятся в контакте с пищевыми кислотами под воздействием высоких температур.

4. Разделочные доски из дерева

Большая часть досок марки "VETTA" изготавливается из каучукового дерева гевея. Гевея обладает повышенной прочностью и твердостью. В результате, доска служит дольше.

5. Наборы для СВЧ (пластик)

Для производства пищевых контейнеров используется пластик выдерживающий разницу температур от -20°C до +120°C. В результате, данные наборы можно использовать как ланч-боксы (разогреть обед в микроволновой печи) и как контейнеры для хранения продуктов. С их мойкой также не возникнет проблем, так как они рассчитаны для мытья в посудомоечной машине.

6. Ножи

Нож - один из самых необходимых инструментов на кухне. Ножи со знаком "VETTA" обла-

дают прекрасным сочетанием цена-качество. По используемым материалам, технологиям производства, данные изделия не уступают всемирно известным брендам, при этом они доступны для желающих иметь на своей кухне удобный и долговечный инструмент. При производстве используется антикоррозийная сталь AISI 420 (согласно классификации США).

7. Стальная посуда

Для производства дуршлагов, мисок и кружек посуды используется сталь с содержанием хрома 13-16% и никеля 0,5-3%. Ценовой сегмент - средний уровень.

8. Скатерти

Компания "Гала-Центр" представляет три вида данной товарной группы: ажурные скатерти, изготовленные из пленки ПВХ, тефлоновые скатерти, выполненные из 100% полиэстера с водоотталкивающей пропиткой и скатерть "жаккард" со всеми преимуществами этого синтетического волокна.

Кроме того, "Гала-Центр" предлагает Вашему вниманию:

- вешалки для одежды,
- ножницы,
- ролики для одежды,
- чехлы для одежды
- швабры.



Товары данной торговой марки ориентированы на низкий и средний ценовой уровень. Но это не означает, что они низкого качества. Для подтверждения этого утверждения компания занялась ребрендингом. Необходимо сломать сложившийся стереотип - "дешево - значит плохо". Потребители, которые не могут по различным причинам покупать товары из среднего или высокого ценового сегментов, должны тоже получать удовольствие от покупки, пускай и дешевого товара.

вся продукция сертифицирована

ГАЛА-ЦЕНТР
ЦЕНТР ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

koral[®]
ДВЕРНАЯ И МЕБЕЛЬНАЯ
ФУРНИТУРА

CRYSTAL^{mix}
САНТЕХНИКА И АКСЕССУАРЫ
ДЛЯ ВАННЫХ КОМНАТ

W[®] Bestway[®]
СПОРТ И ОТДЫХ

areon[®]
freshment
АРОМАТИЗАТОРЫ ВОЗДУХА

vetta[®]
Всегда под рукой!
ТОВАРЫ ДЛЯ УЮТНОГО ДОМА

TRAMONTINA[®]
ПОСУДА И КУХОННЫЕ
ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

ЕРМАК[®]
ИНСТРУМЕНТЫ

RAIN[®]
САНТЕХНИКА И АКСЕССУАРЫ
ДЛЯ ВАННЫХ КОМНАТ

NEW GALAXY[®]
АВТОАКСЕССУАРЫ

Москва, г. Балашиха, ул. Лукино, владение 49 (7-й км. Щелковского шоссе)
 тел.: (495) 101-45-86, 771-28-64 e-mail: infomsk@galacentre.ru
 Екатеринбург, ул. Радищева, 63, тел.: (343) 379-42-00, 247-65-46 (47, 48, 49, 00), e-mail: info@galacentre.ru
 Новосибирск, ул. Автогенная, 122, тел.: (383) 267-47-77 e-mail: info@nsk-gala.ru
www.galacentre.ru





ПУТЕШЕСТВИЕ В ЦАРСТВО «КОРАЛЛА»

За последние годы предложение на российском рынке фарфора и керамики значительно расширилось за счет массового прихода китайских производителей. И, в этом нет ничего необычного: Китай - родина фарфора - издавна славится качеством и изысканным дизайном посуды.

Среди компаний, которые активно взаимодействуют с китайскими производителями фарфора и керамики, можно выделить одного из лидеров рынка, компанию ЗАО "КОРАЛЛ".

Одной из отличительных осо-

Компания входит в торгово-промышленный холдинг "Группа "ЭЛИКОР" и уже более десяти лет профессионально работает на рынке посуды. География поставок - Россия и страны ближнего зарубежья.

Список крупнейших партнеров: МЕТРО, АШАН, Дикси, Гроссмарт и другие крупные операторы розничного рынка.

сеть "Коралл" насчитывает более 20 современных магазинов в различных регионах России.

В настоящее время товарное предложение "Коралла" - это более 3000 наименований, и этот список постоянно пополняется очередными новинками. Ориентируясь на потребителя со средним достатком, ЗАО "Коралл" предлагает как посуду повседневного спроса, так и подарочный ассортимент. Компания является лидером на российском рынке по тарелочному ассортименту. Полноразмерную линейку тарелок и салатников в едином декоре можно считать визитной карточкой сегодняшнего дня торговой марки (ТМ) "Коралл". Вся посуда штрих кодирована, это дает возможность реализовывать ее в торговых сетях и магазинах с системой самообслуживания. ЗАО "Коралл" ежегодно участвует в крупнейших международных, национальных и региональных выставках.

бенностей компании, является ее непосредственное участие в разработке дизайнов посуды. Успех "Коралла" в этой области обусловлен несколькими факторами. Во-первых, это многолетний опыт работы на российском рынке посуды, который позволил выявить его особенности и определить тенденции развития. Во-вторых, огромный багаж знаний о потребительских предпочтениях российского покупателя. В-третьих, наличие собственной розничной сети как нельзя лучше позволяет "Кораллу" формировать сбалансированное ассортиментное предложение для оптового направления. Рынку предлагается только то, за что "проголосовал деньгами" реальный покупатель. А розничная



Создай свой стиль

В отличие от многих компаний, работающих на российском посудном рынке, ЗАО "Коралл" не навязывает конечному покупателю стандартный комплект посуды, а позволяет самостоятельно не только подобрать необходимую комплектность чайного, столового или чайно-столового гарнитура, но и выбрать наиболее гармоничные с его точки зрения дизайны. Предлагаемые дизайны таких коллекций, как "Чай, кофе, шоколад", "Орнамент", "Тюльпан, лимон, яблоко", "Виктория, вернисаж" и другие способны удовлетворить вкус даже очень требовательного потребителя.



Эти коллекции созданы на базе изделий из различных материалов: керамика, фарфор стандартный, фарфор повышенного уровня белизны и полукостяной фарфор (new bone china). Коллекция "Тюльпан, лимон, яблоко" состоит из керамики, фарфора, питьевого стекла и дополняется декоративными стеклянными вазами.

Коллекция "Радуга" с чистой и яркой цветовой гаммой позволяет подобрать не только желаемый цвет гарнитура, но также создать многоцветие на кухне (каждому члену семьи - свой цвет).



Важней всего порядок в доме

С этого года ЗАО "Коралл" представляет очередную новинку, которая является необходимым аксессуаром для удобного и компактного хранения посуды - металлические подставки и корзины. Теперь покупатели могут на свой вкус скомплектовать набор посуды ТМ "Коралл" и выбрать для него подходящую подставку. Помещенный в корзину



или на подставку чайный набор любой комплектности приобретает нарядный вид, высвобождает место на кухне, легко переносится. Как результат - красиво, компактно, удобно. А какая хозяйка не любит порядок на кухне!

Подарки

Подарочное предложение ЗАО "Коралл" не ограничивается стандартными сервизами: чайными, кофейными и столовыми. Это еще и отдельные наборы из стекла: для воды, для крепких напитков, банки для сыпучих продуктов, комплекты салатников. Яркая и удобная подарочная упаковка является не только элементом продвижения продукции на российском рынке, но и радует глаз покупателя.

Новинки

Новыми направлениями деятельности ЗАО "Коралл" в этом году стали посуда из доломита стильная керамика ("кривая") и супертонкий фарфор ("газетный"). Посуда из доломита - это легкий, прочный и качественный черепок, яркие, сочные и интересные дизайны. Индивидуальная подарочная упаковка обеспечивают активное продвижение данной продукции на рынке. "Кривая" керамика - это оригинальные формы и дизайны изделий из традиционной керамики. "Газетный" фарфор представляет собой сверхтонкий, сверхлегкий, прозрачный черепок изделия, поражающий своей изящностью.

Сегодня можно уже с полной уверенностью говорить о широкой известности торговой марки "Коралл".

В условиях жесткой конкуренции ЗАО Коралл сумело не только сохранить, но и значительно укрепить свои позиции на рынке.

**Сотрудничество
с компанией "Коралл" -
залог успеха Вашего
бизнеса**



(4842) 79-24-01/ 02/ 03/ 05
www.elikor.ru
korall@kaluga.ru



ВКВ значит лучшая кухонная утварь

Мы говорим "НЕМЕЦКОЕ" - подразумеваем "ЛУЧШЕЕ"! Немцы - законодатели моды в самых разных областях, на них ориентируется вся Европа, а следовательно, и весь мир. Посудный бизнес не исключение. Поэтому если вы хотите следовать новейшим тенденциям посудного рынка, ваш выбор - продукция немецкой компании "ВКВ". В переводе с немецкого *Besten Kichen Waren (ВКВ)* значит лучшая кухонная утварь. То, что это так - в "Сушаревке" не сомневаются, а ведь на счету у этой компании - комплексное оснащение многих ресторанов, гостиниц и баров на протяжении десятков лет.

Немецкое качество при разумной цене, или приятная экономия. Что бы там кто ни говорил, а любой ресторатор, подбирая оборудование и посуду для своего будущего заведения, смотрит на цены и думает о качестве. Угадать

баланс и выбрать правильную компанию - вот секрет успеха. Посуда ВКВ - безошибочный выбор.

Продукцию компании ВКВ "Сушаревка" привозит в Россию эксклюзивно, начиная с 2004 года. Линейка включает в себя все необходимое для профессиональной кухни. А это более 600 наименований кухонного инвентаря, ножей, барных аксессуаров и предметов сервировки из нержавеющей стали и посеребренных - основной акцент ВКВ, а также фарфор и керамика!

Ножи, аксессуары, сервировка

Профессиональные ножи ВКВ серий "Econom", "Top" и "Premium" прекрасно подойдут для демократичной, но качественной кухни. Чтобы резалось легко и с удовольствием, соблюдены все необходимые требования. Хромоуглеродистая сталь с добавлениями



ми вольфрама, никеля, ванадия, молибдена, кремния и марганца, эргономичная ручка из полиоксиметилена - термостойкого, прочного и влагоотталкивающего пластика, а в серии "Premium" - из пластика прорезиненного.

Для предметов сервировки используется уже сталь 18/10 и даже посеребренная. Здесь все зависит от ваших возможностей и вкуса. Можно заказать традиционные глянцевые приборы, а можно пойти по более рискованному пути - и выбрать матовое, например, квадратные матовые





наборы для специй. Кстати, наплитная посуда эконом-класса ВКВ тоже матовая (опять же обходится дешевле, чем глянцевая), но для тех заведений, где кухня открыта и видна посетителям, больше подойдут кастрюли "Тор". У них и сталь стандартная - 18/10 и дизайн необычный - по верхней кромке идет полоса глянца. Эти кастрюли созданы, не только чтобы в них готовить, но и чтобы ими любоваться.

Посеребренные подсвечники, икорницы, кольца для салфеток - для тех, кто решил "подняться над суетой" и создать действительно элегантный ресторан. Потому что крышки "клош" для горячих блюд или мармиты для подогрева с серебряным напылением - это то, о чем мечтает посети-

тель, который приходит не только чтобы поесть, но и чтобы насладиться праздничной сервировкой.

И конечно, ВКВ не забывает про веселые, шумные бары. Шейкеры, джиггеры, гейзеры и прочая утварь для бара от ВКВ поможет создать зажигательную и по-настоящему расслабляющую атмосферу.

Так что, ВКВ - действительно, лучшая кухонная утварь для тех, кто хочет сберечь свои деньги и получить максимальный результат! Продукция компании "ВКВ" способна удовлетворить потребности любого потребителя.

www.bkw.ru
www.suharevka.ru

эксклюзивный представитель на территории России и стран СНГ.

Так почему же посуда ВКВ дешевле аналогов? Дело в том, что изобретательные и дотошные немцы сумели предусмотреть все мелочи, на которых можно сэкономить, не допуская при этом, чтобы страдало качество. Такое может создать, поистине, только немецкий расчетливый ум, а пользоваться этими изобретениями могут все, кто умеет считать деньги.

Итак, котлы, кастрюли, сотейники, а также инвентарь для кухни, серии "Econom" изготавливаются из не очень привычного сплава 18/8. Это значит, что сталь содержит 18% хрома и 8% никеля против обычных 10%. Уменьшение содержания никеля в сплаве несущественно уменьшает прочность стали. А вот разница в цене аналогичных изделий очень ощутима.

Толстое трехслойное дно исполняется в необычной технике "капсулы". Что позволяет более равномерно распределять нагрев поверхности и продлевать срок службы. И еще весомые преимущества: закругленные углы для удобства выливания и безопасности при приготовлении пищи.

Важным элементом экономии является включение в комплект кастрюли крышки, которую не нужно оплачивать отдельно и которая прекрасно подходит к сковородам и сотейникам аналогичного размера. А еще упаковка! Немцы решили, что нет необходимости тратить средства на роскошную типографию. Ведь вряд ли кто-нибудь решит приобрести профессиональную посуду в подарок. Поэтому для наплитной посуды предоставляется индивидуальный пакет из полиэтилена. Просто и изящно!





РЕСТО

мультиформат для дома и ресторана

Международная торговая сеть "Ресто" - первая в России система формата Cash&Carry, ориентированная на потребности клиентов сектора HoReCa. Присутствует на российском рынке с лета 2005 года, но уже является одним из влиятельных игроков в данном сегменте рынка. Это легко объяснить: огромный ассортимент высококачественных товаров и оборудования, возможность приобрести все необходимое в одном месте в короткие сроки, формирование заказа по предварительной заявке, привлекают деловых людей, ценящих свое время и умеющих правильно распоряжаться средствами. А представленный полный модельный ряд бытовой кухонной посуды и инвентаря, с безупречным качеством при невысокой цене, привлек внимание и массового потребителя. Компания уверенно расширяет сферу своей деятельности, активно сотрудничая с торговыми сетями и магазинами (в том числе региональными), осуществляя поставки широкого спектра товаров на выгодных для партнеров условиях и по привлекательной для потребителя цене. Заинтересованность в долгосрочных партнерских отношениях, гибкая ценовая политика, ответственный подход к качеству предлагаемого

товара и оборудования - стратегические составляющие политики системы "РЕСТО"

Объем статьи позволяет ознакомить читателя только с некоторыми товарными позициями, интересными как для профессионалов, так и для массового потребителя.

Итальянская торговая марка MADERNO - это полный модельный ряд как профессиональной, так и бытовой кухонной посуды и инвентаря. Безупречное качество при невысокой цене, выделяет продукцию марки MADERNO из ряда конкурентов. Изготовленная из нержавеющей, хромоникелевой стали марки 18/10, посуда MADERNO максимально сохраняет натуральный вкус продуктов, витамины, питательные и минеральные вещества. Конструкция стенок посуды, дна и плотно прилегающая крышка делают возможным приготовление пищи с минимальным количеством масла и воды. Зеркальная полированная поверхность продлевает срок службы и облегчает очистку изделий. Торговая марка MADERNO представляет наплитную посуду различных ценовых категорий - от эконом, до элитных. При этом продукция всех серий создается с применением технологии тройного капсулирования дна, позволяя использовать из-





делия марки MADERNO на всех видах бытовых и профессиональных плит: газовых, электрических, керамических и др. Особый интерес у потребителя вызывает элитная серия Exclusive cooper с медным покрытием, обеспечивающая, благодаря повышенной теплопроводности, особо равномерный прогрев продукта. Она имеет настолько элегантный вид, что становится незаменимой частью интерьера квартиры или ресторана с "открытой" кухней.

Большой выбор барного инвентаря и аксессуаров для сервировки Maderno позволяет формировать единый стиль предприятия питания. Представленные в торговых залах "РЕСТО" поварские ножи марок JERO и Maderno, отвечают запросам самых требовательных покупателей и профессиональных поваров. Благодаря уникальным сплавам, лезвия обладают высокой степенью устойчивости к повреждениям. Ручки ножей производятся из специально пропитанного влагоустойчивым составом дерева или полиоксиметилена - пластика, устойчивого к высоким температурам и к проникновению в него жира и влаги. Ручка крепится к лезвию герметично, гарантируя отсутствие трещин.

Кухонная посуда марки MADERNO прошла лабораторное тестирование и соответствует строгим международным стандартам качества.

Мы представляем на Российском рынке новый модельный ряд высококачественного белого и цветного фарфора Fairway. Посуду марки "Fairway" характеризует

универсальность - она прекрасно может использоваться при подаче блюд как восточной, так и европейской кухни, что позволяет выдерживать всю сервировку в едином стиле и дизайне. Высокопрочный, экологически чистый, обладает высокими санитарно-гигиеническими свойствами и очень низкой пористостью. Особая рецептура массы и глазури фарфора повышает механическую прочность посуды, устойчивость к нанесению царапин, сколов и увеличивая срок службы посуды. Сплошная глазуровка особого колера позволяет использовать фарфор Fairway как в быту, так и на предприятиях общественного питания, в том числе, детских учреждениях. Разработан дополнительный набор тарелок и блюд для суши, пиццы, а также новые формы для приготовления и сервировки стола.

Высокое качество, надежность делают посуду Fairway незаменимым атрибутом каждого дома, а дизайн дарит хорошее настроение. По мнению ряда экспертов, посуда марки "Fairway" становится лидером среди прочих производителей на данном сегменте рынка.

Уникальная элитная продукция компании "LUIGI BORMIOLI" из нового вида хрустального стекла, предназначенная для ресторанов, банкетных залов и винных клубов, проведения дегустаций и презентаций вин. Необыкновенный блеск и прозрачность, особое звучание "хрустального звона" достигаются заменой оксида свинца на оксиды цинка и калия (калия).

Профессиональные линейки ресторанного стекла Royal Leerdam, Borgonovo - эстетика настоящего дизайна и надежность в эксплуатации. Романтический стиль, обличенный в элегантные формы, создаст особую атмосферу, усилит вкусовое воздействие напитков. Ассортимент фужеров, бокалов и рюмок этих производителей позволяет подобрать стекло как для демократичных трактиров и баров, так и для роскошных ресторанов и изысканных кофеен.

Со всеми новиками и предложениями лучше ознакомиться в реальности, посетив торговые залы супермаркетов "Ресто" или у представителей компании в регионах. www.re100.ru





Подходя к "Старопетровскому Атриуму" - новому современному выставочному комплексу голубого цвета - осознаешь: солидный офис - солидной компании. Просторные и прекрасно оснащенные выставочные залы "Старопетровского Атриума" - убедительный символ лидерских позиций компании "Торговый Дизайн" на российском рынке профессионального оборудования.

В выставочных залах "Старопетровского Атриума" можно ознакомиться с передовыми технологиями рынка оборудования, новинками продукции отечественного и импортного производства. "Старопетровский Атриум" - это не только экспозиционная площадка, но и место проведения специализированных конференций и семинаров.

Три этажа к осуществлению мечты

У вас есть идея создания собственного магазина, кондитерской, хлебопекарни или даже мясоперерабатывающего цеха, не говоря уже о ресторане или целой гостинице, но вы не знаете, с чего начать и куда обратиться, чтобы реализовать свои идеи? Тогда стоит выбрать компанию, которая поможет осуществить все ваши мечты. В компании "Торговый Дизайн" вам предложат полный спектр услуг: от создания дизайн-проекта будущего предприятия до его комплексного оснащения.

Для удобства посетителей "Старопетровского Атриума" все оборудование в зависимости от сферы применения и направления деятельности (от ресторана и магазина до пекарни и мясопереработки) представлено в отдельных выставочных залах. И посуда играет здесь далеко не последнюю роль - она занимает значительную часть экспозиции третьего этажа.

Такой практичный пластик

В глубине зала привлекают внимание пластиковые контейнеры различных конфигураций, цветов и размеров, а также лотки, подносы, стеллажи и различные аксессуары для магазинов, и для выездного обслуживания. Это продукция американской фирмы Cambro, которую уже 10 лет эксклюзивно представляет на российском рынке компания "Торговый Дизайн".

В любом гастрономе или супермаркете полуфабрикаты, салаты и кондитерские изделия принято выкладывать в лотки, блюда, миски. Помимо стандартных прямоугольных форм Cambro предлагает треугольные, восьмигранные и овальные салатники. Такая необычная форма гарантированно привлечет внимание покупателей.

В выставочном зале широко представлены термоконтейнеры: маленькие и большие, на колесиках и без, для горячих и холодных блюд, они прекрасно сохраняют температуру продуктов и очень удобны в транспортировке. Они будут незаменимы для кейтеринга - выездного ресторанного обслуживания с доставкой продуктов питания. Для перевозки и выкладки продуктов можно использовать гастроемкости из полиэтилена испанского производителя Agaven, из поликарбоната - Cambro, а также гастроемкости из нержавеющей стали словенской компании Kovinoplastika и итальянской Mori.

Но ведь привезти нужно не только продукты, но и посуду. Как не разбить тарелки или стаканы в дороге? Можно пойти по одному из двух путей. Либо взять с собой посуду из поликарбоната с удерживающими тепло крышками и традиционными подносами Cambro - либо разместить посуду из фарфора и стекла в специальные системы мойки, хранения и перевозки CamRack.



Вашей Мечты

Что поставим на плиту

Кастрюли, сковороды, сотейники самых разных размеров - это посуда компании Pujadas (Испания), которую на российском рынке эксклюзивно представляет компания "Торговый Дизайн". Ассортимент Pujadas включает не только наплитную посуду, но и широкий набор самых разнообразных аксессуаров для профессиональной кухни: венчики, дуршлаг, соусники, терки, щипцы, половники и многое другое, всего более 200 наименований. Преимущество посуды Pujadas заключается в качестве изготовления: посуда выполнена из пищевой нержавеющей стали. Матовая поверхность делает ее более стойкой к механическим повреждениям. Точечная сварка ручек позволяет им не нагреваться во время приготовления. Сэндвич-дно обеспечивает оптимальное распределение тепла. Одним словом, Pujadas - идеальная посуда для профессиональной кухни.

Рядом со стендом Pujadas представлена наплитная посуда польской компании Stalgast. Это посуда достаточно высокого качества, она уступает Pujadas только более узким ассортиментом.

Если же вас привлекает посуда из чугуна, обратите внимание на посуду от Staub (Франция). Чугун - один из самых благородных материалов в мире посуды, а когда он сочетается с безупречным французским дизайном, то ему нет равных. Профессиональным поварам известны достоинства посуды из чугуна - пища в ней сохраняет все полезные вещества и долго остается горячей. Ассортимент посуды Staub очень разнообразен: казаны, сковороды, утятницы. Staub - для заведений с тонким вкусом: не случайно его предпочитают французские рестораны в России.

Немного о ножах

Любой повар вам скажет, что самое драгоценное на профессиональной кухне - это ножи. У каждого повара, как правило, есть свой собственный нож, но, однако, на кухне всегда должен иметься набор ножей, предназначенных для выполнения всевозможных операций. Поэтому "Торговый Дизайн" предлагает широкий ассортимент ножей итальянской компании Sanelli. У ножей высокая степень сбалансированности. Они изготавливаются из стали с добавлением углерода, хрома, молибдена и ванадия. Такой сплав обеспечивает высокую степень твердости, устойчивость к коррозии и отличную режущую способность в течение длительного периода эксплуатации. Все ручки ножей Sanelli изготовлены таким образом, что нож удобно ложится в руку, оптимально совпадая с рельефом ладони, и не скользит. Профессионалы по достоинству оценят качество предлагаемых ножей и возможность широкого выбора.

Также в ассортименте представлены ножи российского производителя - "Труд-Вача".

Чтобы не сложилось ложного представления о том, что "Торговый Дизайн" предлагает только профессиональную посуду для кухни, приглашаем вас посетить выставочные залы "Старопетровского Атриума" (подробнее на сайте www.statrium.ru) Вы ознакомитесь с ассортиментом стекла, фарфора, столовых приборов, аксессуарами и оборудованием для шведского стола. Это позволит создать цельное впечатление о современных тенденциях на рынке профессионального оборудования и посуды.

Посетителей здесь всегда ждут доброжелательные и высококвалифицированные консультанты, которые за чашечкой кофе помогут решить профессиональные вопросы, дадут компетентный совет и подберут необходимое оборудование.

Приезжайте, здесь всегда вам рады!

Старопетровский Атриум (www.statrium.ru)
Москва, Старопетровский проезд, д. 11
Тел.: (495)785-21-11
www.trade-design.ru





А ВЫ МОГЛИ БЫ... НАКРЫТЬ НА СТОЛ?

История

Индивидуальная посуда представляется сегодня вещью столь тривиальной в своей повседневности, что кажется, она существовала испокон веков. Между тем сервировка стола и столовые приборы - явление сравнительно новое. Вплоть до конца средневековья люди ели из специальных углублений в дубовых столах или из кусков хлеба, которые потом, пропитанные всеми съеденными кушаньями, отдавались беднякам.

Увидев однажды изделия китайских мастеров, европейцы уже не могли вполне насладиться деревом или глиной. На протяжении многих веков секрет китайского фарфора интриговал жителей Европы, но даже самый изощренный шпионаж оказался бессильным в деле проникновения в тайну "белого золота". Лишь в XVIII веке студент-алхимик Бётгер ценой собственной жизни су-

мел-таки разгадать сложный состав изящных китайских изделий, и в Саксонии, в знаменитом сегодня городке Мейсене, появился первый в Европе фарфоровый завод. С этого момента незамысловатый в прошлом процесс сервировки стола превратился в подлинное искусство.

Несколько слов о главном

Конечно, сегодняшняя темп жизни радикально отличается от того, который был принят, скажем, еще полтора века назад, когда путешествие из Петербурга в Москву занимало двое суток, а обеденное застолье - несколько часов. Изменились, соответственно, и наши бытовые привычки. В том числе - сервировка стола. И все же есть некоторые константы, отказаться от которых - значит разрушить саму идею застолья.

Все начинается со скатерти. Их должно быть две. Вниз стелется мягкая, легко драпирующаяся

скатерть, как правило, небольшая и привязывающаяся ленточками к ножкам стола. Поверх нее кладется накрахмаленная, но без загибов, элегантная скатерть, благодаря которой поверхность стола превращается в волшебный остров, отделенный от всего остального пространства интерьера. Для обычного домашнего обеда лучше всего подходят скатерти теплых пастельных тонов из льна или хлопка, а, например, для чайного этикета можно использовать яркую, цветастую скатерть.

Количество тарелок, которые помещаются одна в другую, и приборов зависит от типа трапезы и меню. Для обеда расставляются мелкие тарелки, в которые помещаются десертные тарелки или креманки. Столовые приборы раскладываются следующим образом: нож - острием к тарелке, вилка - выпуклой стороной вниз. Десертные нож и вилка кладутся за тарелкой, черенком направо. На тарелку обязательно кладется сложенная треугольником или другим способом салфетка, а рядом с тарелкой помещается тканевая салфетка, и тут можно использовать всю свою фантазию, ведь существует целое искусство фигурного сворачивания таких салфеток.

Издавна сложились определенные правила размещения рюмок, бокалов, фужеров на столе. Желательно иметь их несколько, в зависимости от того, сколько и каких напитков будет поданы к столу.

Чем крепче напитки, тем меньшего размера должны быть бокалы и рюмки.

Ставить их можно по прямой линии или полукругом перед тарелкой, начиная справа, в порядке подачи напитков. Вначале - маленькая рюмка для самых крепких напитков, затем не-

Фото посуды марки
Villeroy & Bosh



сколько больше, для крепких виноградных вин - мадеры, портвейна, хереса. Рядом, несколько левее, фужер для минеральной воды, затем бокал для белого столового вина и, наконец, бокал (фужер) для шампанского. Разумеется, если какие-либо из перечисленных напитков не будут поданы, то и бокалы для них ставить не надо. Если нет соответствующего полного комплекта бокалов и рюмок, лучше всего подойдут для любого вина прозрачные, бесцветные бокалы с ножками, среднего размера. Можно наливать в них и коньяк, но не более чем на треть.

Детали и изыски

В некоторых случаях на столе могут появиться и довольно экзотические приборы, такие как, например, полоскательница для пальцев. Она подается в тех случаях, когда в меню есть блюда, которые кушают руками. В качестве полоскательниц используют небольшие мисочки из мельхиора, фарфора, стекла, серебра, которые наполовину заполняют теплой водой и опускают в нее дольку лимона (для наиболее эффективного удаления жира с кончиков пальцев).

Если на стол подаются маслины, то должны быть и специальные маленькие ложечки или вилки, с помощью которых маслинные косточки от-правляются на край тарелки, а крупные крабы и лангусты обрабатываются специальными двузубыми вилками и ножиком. Ножом выламывают клешни, открывают панцирь, вилкой вынимают мясо. Если же вы вдруг решили совершенно поразить своих гостей и подали им улиток, то помните, что раковину улитки берут и придерживают специальными щипцами, а мясо вынимают длинной специальной вилкой.

Создавая настроение

Иногда хочется поиграть с застольной эстетикой, сервировать

стол, скажем, в молодежном стиле, используя нарочито яркую керамическую или стеклянную посуду, разноцветные пластиковые подставки и высокие бокалы с чашей какого-нибудь вызывающего цвета. Или, наоборот, накрыть стол в богемном духе - приглушенное освещение, плотно закрытые шторы, мерцающие свечи, таинственно подкрашивающие рубиновый туман бокалов, причудливая икебана, особенно выигрышно смотрящаяся на столе, покрытом белоснежной скатертью.

Чтобы создать праздничное весеннее настроение или подчеркнуть радостные тона летних месяцев, придумайте что-нибудь вроде "розового" или "цветочного" застолья. В этом случае можно накрыть стол, соответственно, розовой или разноцветной скатертью или попросту украсить белую скатерть розовыми лентами, аккуратно пришпилив их к основной скатерти. Посуда, естественно, должна гармонировать с выбранной цветовой гаммой, но главное - это аксессуары: живые цветы, прозрачные пиалы, наполненные душистыми лепестками роз, плавающие свечи в цветочной композиции или вазочки с розовым драже. Таких вариантов может быть множество - стол страсти, накрытый ко дню Святого Валентина и снабженный многочисленными атрибутами любви -

ной романтики - статуэтками, сердечками, красными розами, или шуточный первоапрельский стол с салфетками в форме дурацких колпаков и блюдами-обманками, например тортом в виде жареного поросенка.

В общем, сервировка стола - это замечательная возможность проявить собственную индивидуальность, порадоваться и пофантазировать.

Татьяна Комарда



МІЖНАРОДНИЙ ФОРУМ

Primus: Ambiente Ukraine

12-15 ВЕРЕСНЯ 2006

МІЖНАРОДНИЙ ВИСТАВКОВИЙ ЦЕНТР, КИЇВ, УКРАЇНА
/Броварський проспект, 15, ст. м. "Лівобережна"/

НАЙБІЛЬШІ В УКРАЇНІ СПЕЦІАЛІЗОВАНІ ВИСТАВКИ!

ПРИМУС: ГОСПОДАРЧІ ТОВАРИ

VIII Міжнародна спеціалізована виставка товарів господарсько-побутового призначення



ПРИМУС: ПОСУД

IV Міжнародна спеціалізована виставка посуду, предметів сервіровки столу та кухонних аксесуарів



ПРИМУС: ПОДАРУНКИ. СУВЕНІРИ. АКСЕСУАРИ ДЛЯ ДОМУ

Спеціалізована експозиція



Спонсори

РОСНОСУДА



Організатори



Експедитор



Станди "люкс"



За інформацією звертайтеся в компанію "ПРИМУС Україна": тел./ факс: (044) 537 6999

E-mail: info@theprimus.com, <http://www.theprimus.com>

2006/4 ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

BY PROFESSIONALS • FOR PROFESSIONALS • ABOUT PROFESSIONALS **Digest**

POSUDA IS THE INTERNATIONAL
TRADE MAGAZINE FOR
KITCHEN AND TABLEWARE

VITESSE®
France
1851

8" / 20CM

SILVERLINE
Inox Roestfreed
HIGH CARBON STEEL
NO STAIN





TEA SECRETS IN A SIPHON

Company "Inteks" has received exclusive rights on delivery of siphons Yama Glass Factory (Taiwan) in the CIS and the Baltic. These siphons have been invented in the middle of XIX century and perfectly approach for preparation (especially at restaurants and office conditions) of the strong black and sustained teas - first turn well-known *пирюв*. In transparent model of a siphon contact of tea to metal parts and all process of boil is excluded is well visible.



Materials from the site www.teatips.ru

PLACE FOR MESTO

The founder of a network of interior supermarkets MESTO, LLS "Interia", opens shop in Kolpino Leningrad region. It is the seventh interior supermarket of a network and the first in suburb of Petersburg, writes Business Petersburg. The sum of investments of opening shop makes more than 20 million roubles. It is supposed, that the time of recovery of outlay of the project will make 19 months. In shop more than 800 m square are presented by the area the basic commodity directions of a network: utensils, textiles, accessories, fixtures. In plans of the company to open supermarkets in each area of Petersburg. Now supermarkets MESTO work in Kalininskiy, Vyborg, Seaside and Krasnogvardejskom areas.

THE ASHINSKY FACTORY BECAME THE NOMINEE

Ashinsky metal works (the city of Asha of the Chelyabinsk area) again became the winner of the selection regional round which has come to the end in Chelyabinsk of the all-Russian competition of "100 best goods of Russia". Among 20 best goods of area - utensils "Amet". It will go to Moscow where the enterprise will take part in the final stage of competition. In selection round besides utensils of a series "Classics-Prima" - the winner "100 best goods" 2004, have been presented to a series "Slavyana", "Country" and "Classics". The commission has estimated high quality and assortment of novelties - semi-and eight-liter saucepans, double boilers, roaster, mugs and butterdishes. The jury also has especially noted bright and colorful packing of ashinsky steel corrosion-proof utensils, informs the press-service of OJSC "AMZ".

DISPOSABLE GLASS. ALREADY WITH TEA LEAVES!

The trade mark "TeaOk" this year has entered into a market with disposable glass, completed with tea bag. This invention pleases not only restaurants of an economy class for which such glass solves a problem with service of tea on carrying out, but also everyone who being at office or on manufacture many times a day runs behind tea leaves and boiled water, and then as much tries to wash a cup from brown tea divorces. New glass is arranged so, that the filter-package with tea leaves has the round form and is fixed on its day, that essentially reduces time of tea leaves and does not demand washing of utensils.



Inna Olevskoya: language of porcelain



The decree of president R.F. V.V.Putin for fruitful activity and the big contribution to development arts and crafts art appropriates a honorary title "Deserved artist Rossiskoj of Federation" to Inna Solomonovne Olevskoj, the artist of Open Society "Imperial porcelain factory". Inna Olevskaja the known sculptor and the artist on a list of porcelain, a member of the union of artists of Russia, the participant of the largest domestic and foreign exhibitions. All its creative activity *связанна* with LFZ/IFZ where she works since 1969. Its works have noted been by high awards: International *квадриеннале* in Erfurt, the diploma and silver a medal of the Academy of arts of Russia. Today her works can be seen in collections of the State Hermitage, the State Russian museum, the State museum of ceramics and "Manor Kuskovo of XVIII century", the State historical museum in Moscow, in galleries and private collections of the USA, Italy, France, Germany. Now, when strategy of development of "the Imperial porcelain factory" is directed on strengthening *компетенций* in a segment of elite and gift porcelain, Inna Olevskoya unique products become property not only museum collections, and quite real things for updating private assemblies, an ornament of interiors and prestigious gifts.

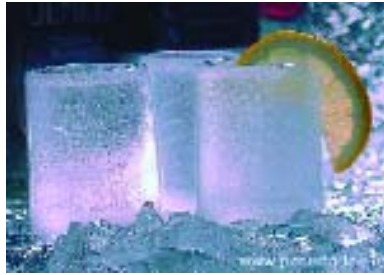
THE PARTY OF EXCLUSIVE UTENSILS IS DETAINED

At airport "Vnukovo" the large party of exclusive tableware in cost more than 500 thousand Euro is detained. As informs RIA "News" referring to FTC of Russia, "at carrying out of the customs control of the flight which has arrived from France, employees Vnukovskoy customs detain the table sets of utensils consisting of 600 subjects in gross weight about 260 kgs and an estimated cost in 500 thousand of Euro". To customs registration the illicit cargo was presented by the citizen of Russia working the stewardess of one private Russian airlines. In the declaration the woman has specified cost of a cargo - 17 thousand US dollars. However employees of Federal customs service at carrying out of examination had doubts that is real cost of a cargo. Hardly later experts have established, that all the table, tea and coffee sets made of porcelain, silver and crystal, are made by the world famous French firms specializing on manufacture of a luxury goods. On the fact of contraband criminal case is raised. Now is conducted the investigation.



MEMORIES OF A WINTER

Utensils from an ice - it is unconditional, one of the most original novelties of the 2006 which has appeared in the Russian market. A number of the companies of Moscow and St.-Petersburg, ice sculptures engaged by manufacturing, have offered restaurants ice utensils which can be used during various celebrations, corporate and private holidays. Of an ice do bowls, икорницы, mugs under beer, but ice wine-glasses became especially popular. Presence of ice utensils creates an atmosphere of mystery and refinement, such utensils amazes, rivets attention, it is attractive and during too time causes feeling of danger. Therefore it can be recommended safely to those who does not love simple decisions in laying.



Materials from the site www.posuda-ice.ru

COFFEE IS ALWAYS WITH YOU!

New glasses for coffee offered with a network of coffee houses "Doni Donik". Their cover has a special clamp which allows to close a glass firmly. It can be dropped, cleaned in a bag, to put on the next sitting in the machine - a drink remains inside. Thus is that important - coffee will not cool down and will not lose the flavouring qualities. If you have decided to touch the favourite drink, it is necessary to open simply a clamp and to rearrange it on the opposite side. The role of this invention is invaluable at sale of coffee on carrying out.

THE RESTORER HAS OPENED INTERNET SHOP

Firm "Restavrator" (Moscow) specializing on wholesale of tablewares and metal utensils, has decided to expand target groups of buyers, using the Internet. So, since May is possible to buy through the Internet-shop the goods of trade marks Castey, Monix, Bra, Kol'chugino, Rissole with home delivery (For inhabitants of the cities of Moscow, Balashiha, Dolgoprudny, Jukovsky, Zelenograd, Korolev, Krasnogorsk, Lyubertsy, Mytishi, Odintsovo, Reutov, Slontsevo, Khimki, the Sheremetyevo). The shop also makes sending purchases across the Russian Federation through the courier-transport companies.

SYMBOL OS SUKSUN



One of the oldest settlements of Prikamye Suxsun is going to celebrate the 350 anniversary. Long since this small town was famous for the optician-mechanical and dairy factories, but the most important sight reached about one today - samovar factory. In manufacture of samovars here are engaged since 1740. There was even special suksunskaya form of a samovar - in the form of antique amphoras with highly lifted graceful handles. A monument to this primordial Russian subject was decided to put in center of Suxsuna. "The samovar is whole philosophy, - architect Ivan Slobozhanin considers. - in fact earlier in houses anything, except for samovars, was not - neither the TV, nor radio. In the evenings all converged around of a samovar and conducted conversations. My samovar - not a functional thing, and decorative which

should be looked aesthetically beautifully on a background of park".

Materials from the site www.Perm.RFN.ru

DISPOSABLE UTENSILS FOR THE JAPANESE KITCHEN

Company "Yamato-Russi" for the first time has presented in the Russian market various forms of disposable utensils for the Japanese kitchen. In assortment of novelties - various containers for allsorts, plates for a land and beaters, мисосупници. In opinion of managers of the company. This utensils is especially actual, as demand for services on delivery of meal to the house continues to increase.

OPENING OF NEW INTERIOR OF ELITE UTENSILS "KRISPAL"

Company GenLeks has opened new interior of elite utensils "Krispal" on Noviy Arbat. Opening of the next interior has passed with participation of the descendant of the legendary dynasty numbering 13 generations фарфористов, lord Piers Anthony Watemant Wedgwood. It is included into Board of directors of group Wedgwood- Waterford. " The Russian market - is very important for us, today this most dynamical direction. And the Russian buyers the most formed and informed buyers in the world that allows them to estimate on advantage production Wedgwood ", - lord Wedgwood has noted. On opening also there were eminent visitors, admirers of mark Wedgwood - the Adviser on economy, trade

and sciences of Embassy of the Great Britain Mr. Andrew Levi, director across Russia the Russian-British chamber of commerce Mr. Nile Cooper, the general director Moscow International Business of Association, etc.





TRUTH ABOUT JAPANESE KNIVES

In major Russian cities traditional Japanese sushi is not an exotic meal any more. And Japanese cuisine is still the order of the day. If you doubt it, see the numerous Oriental restaurants opening today where everything should be for real: seafood in menus, waitresses in kimonos and a Japanese chef with a professional Japanese knife.

A knife for a true Japanese cook is a sacral item. All Oriental theories concerning in particular the immunity of a master's personal tool may be fully applicable to knives. One of the Japanese chefs remembers that once he offered his knife to the teacher in a difficult moment meaning the best. You should have seen the master's face, says the now experienced cook, it was terrible. "How can you offer your knife to whoever he is?! Never let anybody use it, even your teacher!" After those words the death-scared apprentice had to listen to a whole lecture teaching

that under no circumstances one should part with his knife.

The history of Japanese knife dates back to the samurai sword. The medieval samurai warriors thought that the ghosts of their ancestors live in their sounding blades, therefore if someone accidentally or, Lord forbid, intentionally touched samurai's sheath, he could be challenged to fight. In order to prevent an unwanted duel samurais who wore their swords on the left always traveled along the left side of the road thus protecting the sword from another's touch.

According to the legend, which contains much of truth though, modern knives are made by descendants of those masters who in those good old days forged swords that could cut paper in the air. And still the process of knife manufacturing is accompanied by cleaning rituals that are performed in sacred vestments with prayers. Then, as the blade is made a consecration ceremony for the knife and all its further work is performed.

There is now a great variety of

sushi knives costing from 50-100 USD for an ordinary knife (tatsutogi) to 3000 USD for an extra class presentation item (honyaki). Honiyaki is a hand-made knife manufactured of high-carbon steel forged in furnaces at 1900°F. The honiyaki price is high due to the difficulty of work. Each knife requires two weeks of 4-5 masters' work. Laminated knives are less expensive. They are forge-welded from two types of steel. The milder steel is used for the exterior surface to strengthen the firm core forming the blade and the "bone" of the knife. There are four grades of laminated knives: hongasumi, kasumi, kasumitogi and tatsutogi (in quality descending order). Different hardening techniques are also used to increase the quality. Oil hardening makes the knife more flexible and slim, while cold water hardening makes a harder but more fragile blade.

*The article is based on publications taken from
www.knifefoto.narod.ru.*



GADGET KNIVES OR THE WAY TO ECONOMY

On the pages of our magazine we have already touched upon the knives that can be used not only for trivial food cutting. These gadgets rather resemble sculptor's chisels for a housewife to create her masterpiece from fruit and vegetables. Let us get you acquainted with another series of original knives helping Europeans both to decorate meals and to save time.

A healthy economy stands on inventions and improvements of what has already been invented. Sometimes it happens so that a novelty item unfixes the notion of familiar things and may bring fame and money to a company that proposed it. This seems to be the case for the French company that invented a potato peeler in the last century, which is now well known not only to the French but over the world and which copes perfectly with other vegetables as well: marrows, aubergines, carrots etc.

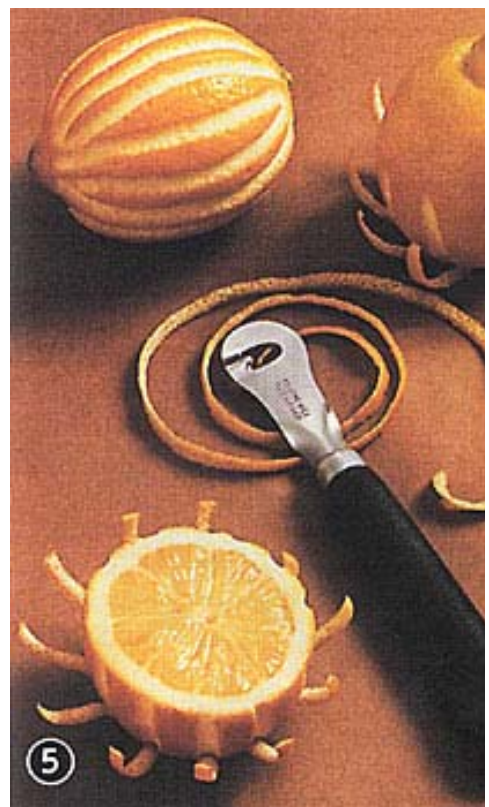
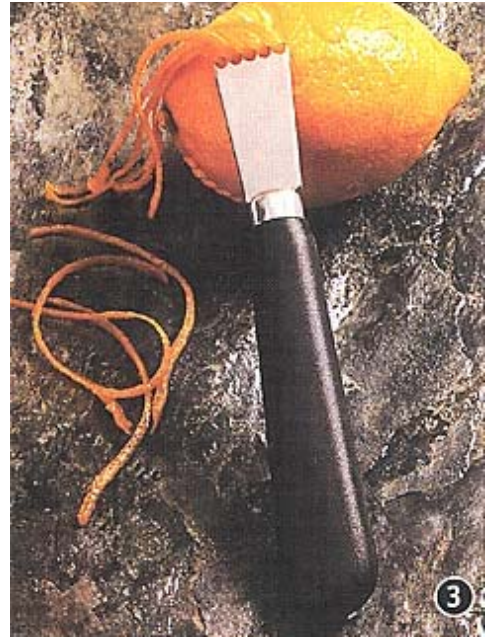
The most remarkable is the name of the brand under which the first knives appeared made by a French company (just common knives) - "Proven Umbrella" (Parapluie L'Epreuve). This was the name that Thiers's Mr Vendelle chose on March 26th, 1819 for his new business - manufacturing and sales of kitchen and professional knives, which he eventually left to his descendants from the Therias family. The descendants cannot explain the association that connects the umbrella and the knife, though they have some guesses: may be it was heavily raining in Thiers that day and an umbrella was the first thing to come into mind of the unlucky ancestor. The explanation is not the best one and does not clarify anything, however the mystery remains and it attracts extra attention to the company - so this is quite a justified approach. In due course the com-

pany bought L'Unique Sabatier brand for professional knives and Rossignol for table and folding knives.

Gadget knives were branded as 'economic' (L'Econome). The reason for that is not the sparing price of a handmade item (such knives cost from 30 to several hundred francs, where 70% of the cost is labour and only 30% - material), but its saving ability. Just remember the fine peeling of potatoes that can be achieved with this knife. Soon after that other gadget knives appeared, for example, knives peeling off thin straps of lemon skin. French women were enthused about this peeler and started to decorate everything from biscuits to salads and fish jellies with a twist of lemon peel.

After that the inventors created a knife to remove kernels from a solid apple, then a citrus peeler, shell and scales removers. Soon their engineering genius turned to the esthetic side of invention and various gadgets to cut potatoes into balls, to slice carrots, cucumbers and fruit into round pieces with different individually shaped edges, to curl butter. Today more than 16 unconventional types of knives of the L'Econome series are sold in Europe.

The nowadays President of the company Pierre Therias has recently proposed another innovation based on the principle: a new thing is a well-forgotten old thing. He decided to revive original national French knives, which existed earlier in different regions of France. Thus Masseu for Alsace, Berge for the Pyrenees, Alpin for the Alps appeared, totally 70 models. This idea again brought fame and wealth to the Therias business. Honour to the inventors of knives!



Born in the late sixties by the merger of two small artisan companies, Cristalleria Artistica La Piana (CALP) has asserted itself as leader in the market of industrially produced crystal, with subsidiaries all over the world.

The company's products are sold worldwide through a net of distributors but subsidiaries fully owned by CALP are also present in a few key countries such as the United Kingdom, the US, China and Japan.

CALP is currently responsible for 90% of the Italian production of crystal and for 15% of the world production.

A Transparent Story

The fifties was a period of patient progress and courageous steps forward. A time of inventions, both great and small, resulting from Italian ingeniousness and the determination to get ahead. However, it was only in the sixties that we moved on from revival to renaissance. At last, our product conformed to Italian legislation, and above all, it was commercially strong enough to be defined with one clear and simple word: Crystal.

Producing Industrial crystal with a craftsman's care and attention

From the sixties onwards, it became necessary to advance technologically. The main aim at that time was to provide the market with more and more products, but with quality not inferior to that of hand fused crystal. What's more, prices had to be competitive.

An analysis of the problem led to the solution: A continuous furnace for electrical crystal fusing. This furnace was then used in conjunction with the first automatic production line.

The technological advancement which took place in the seventies was so important that we still apply those same principles today with considerable improvements. The technique, which at that time was considered avant-garde, introduced a number of advantages. These included better quality crystal, lower fusing costs and reduced environmental impact. All of this was possible without compromising the quality of the environment or putting our workers' health at risk. Here in Tuscany and especially in Colle Val d'Elsa the workers have always been a prime consideration.

From a famous group, successful Brands

Today, in the 21st Century, we are still, you might say, at the cutting edge. Our Colle Val d'Elsa factory is one of the most modern of its kind in the world. Thanks to nearly half a century of experience, CALP® has become an important industrial group. With 75% of its sales coming from exports, CALP® is a worldwide standard-bearer of "Made in Italy". The secret of its success lies, above all, in the value of its Brands RCR® and Da Vinci Crystal®, which have become favourites among consumers both in Italy and abroad.

The Brands have different positioning and separate, clearly defined personalities:

RCR®, Royal Crystal Rock, is CALP®'s historic Brand and the Italian crystal brand more widespread in the world. It is aimed at consumers who want to enjoy having beautiful objects around them for day to day use.

Freelife®, the newest collection, is also mainly designed in-house and industrially produced but targets a young, fashionable market and aims to always be up-to-date with the current trends. A few selected lines from these collections are created in collaboration with famous designers.

ХРУСТАЛЬ ЭТО ИГРА СВЕТА

DAVINCI® CRYSTAL





BOHEMIA CRYSTALEX TRADING

BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. would appear to be a rather young company, as it celebrates 10 years in business this year. It was founded in 1996, with an objective to break the previous foreign trade monopoly and to concentrate the export of founding companies in a preferably most effective way. The new company proved its vitality very soon, becoming stronger through active marketing, widening its net of distributors and acquiring new glass factories.

However, it is able to draw on an exceptionally long and uninterrupted tradition of glassmaking in the Bohemia region, dating back to the 11th century and this provides the company with a very solid base for the production of an outstanding quality of glass and lead crystal products in all of the company-owned glass factories throughout the Czech Republic. The world-renowned quality of Bohemian glass and lead crystal products is the reflection of the experience shared by generations of skilled craftsmen.

BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. joins factories originated in the epoch of unprecedented industrial development at the beginning of the 19th century, as well as those facilities, which were established during the expansion of automated glass production during the 1960s. Having united all of the glass facilities under one management, there was a massive investment made in an effort to provide modern technology in each plant and the investments continue, in an effort to stay abreast of the constantly changing trends in glassmaking. As a result, the company ranks among the leading glass manufacturing companies in the world.

The rich tradition of glassmaking is closely associated with the world-acknowledged trademarks "Bohemia", "Bohemia Glass", "Bohemia Crystal", and "Simax". Another two ones supplement them, being intended for unique articles - the "Hand made Bohemia Heritage" brand represents the best of this tradition and the "Libera" brand follows the latest trends.

Due to its rich heritage, the company has the advantage of using both traditional hand production techniques, as well as automated technology and also the opportunity to combine them during the production process. The glass factories are capable of manufacturing a wide range of merchandise, which is suitable for both domestic and commercial use, including both lead and non-lead crystal items, as well as heat resistant products for use in kitchens. Beyond the household products, the company manufactures also laboratory glass, glass tubes and glass for industrial purposes.

Placing a strong emphasis on the design processing, BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s. exploits the craftsmanship and high credit of the Czech industrial designers. In the year 2006, its drinking suite Vicenza, designed by Prof. arch. Jiri Pelcl, was honoured the National Design Prize and certificated as the Excellent Product of the Year. The Jury of the German competition FORM 2006 chose the Vicenza carafes to be exhibited during Tendence Frankfurt 2006, too.

The company exports roughly 95% of its production to more than one hundred countries throughout the world. For centuries, Czech glass products have been exported to the Russian market and, from the very beginning of the company's existence, Russia has always been considered as an extremely important market for Bohemian glassware.

Three major distributors operate on the Russian market: ЗАО "Богемиа-Люкс", www.bogemia-glass.ru, residing at Moscow, ЗАО "Импакт Богемиа Трейдинг" www.impact.ru, at Moscow, and company "Богемиа Плюс", www.bohemiplus.ru, residing at the town of Krasnodar.





In 2005 Russia was second best after India among developing countries in terms of retail sales volume. These data were published by A.T. Kearney company in Global Development Index document. Over the last 5 years the retail business has become one of the most fast-growth branches of the Russian economy, and experts anticipate its further growth. However, in contrast to the USA this development will follow the line of enlarged trade formats.

Primary Trends of Retail Business Development in 2002-2005

1. Outrunning growth of retail turnover with regard to the GDP.
2. Reduction of shares of Moscow, Saint-Petersburg, Northwest Federal District and Central Federal District in Russian retail turnover.
3. Growth of the share of up-to-date formats of retail sales (supermarkets, hypermarkets, discounters) in retail sales of food products up to 18% in 2004 and up to 22-25% in 2005.
4. Increase of the share of the biggest retail trade networks on nonfood item sales up to 7% in 2003 and to 9.1% in 2005.

Note.

a) The most important shortcoming of Russian retail sales is high cost of the real estate in combination with low share of average rate of profit, which leads to the increase of the payback period.

b) The entrance of Russia to WTO in 2006 may affect the retail business development in two ways: on the one hand, it will adversely affect Russian manufacturers due to the increased competition, on the other hand, it will facilitate the increase of investment in the Russian economy.

Prospects of Retail Sales Growth in 2006-2008

1. Active development of the biggest retail networks in regions, including the use of franchising for hypermarket and supermarket formats.
2. Increase in the share of retail trade networks in produce trade from 5% in 2004 to 13-15% by 2006 and 25% by 2008.
3. Increase in the share of private label by 2007 in food retailing from 1% in 2004 to 5%, and in the trade network turnover from 4-5% in 2004 to 15-20%.
4. Faster growth of trade networks with foreign participation (Metro, Auchan, Billa) as compared to Russian retailers.
5. Entrance of the biggest international trade networks to the Russian market (in particular, by merger of Russian retailers).
6. Establishment of multi-format retail networks in Russia (simultaneous development in the format of discounters, supermarkets and hypermarkets is the most perspective).

Note.

a) Nowadays only 6 biggest retailing world companies are presented in the RF (13 in Poland, 12 in China). Therefore, the entrance of such companies as Wal-Mart, Carrefour, Tesco to the Russian market in the nearest time seems most probable.

In Russia the Big Format is in Fashion

As opposed to the USA where the big format of shopping centers tired and palled on local public, in Russia it keeps on gaining popularity. Now in Moscow there is about the same number of shopping complexes per capita as in any other European capital. In 2004 the total area of sales premises in Moscow was 976 thou. sq.m., and in 2005 about 330 thou. sq.m. more were added. The most prominent projects in 2005 were shopping centers "RIO" (92 thou. sq.m.), "Euro Park" (86.5 thou. sq.m.), "Festival" (56 thou. sq.m.), "Real" (35 thou. sq.m.), "Mosmart" (33 thou. sq.m.).

The next big center in terms of concentrations of shopping premises is Saint Petersburg. The range of existing shopping centers "Sennaya" (60 thou. sq.m.), "Akademicheskoy" (56 thou. sq.m.), "Nord" (45 thou. sq.m.), "Gulliver" (45 thou. sq.m.), "Mercury" (45 thou. sq.m.), "Pik" (35 thou. sq.m.), "Zanevsky kaskad" (32 thou. sq.m.), "Ikea-Kudrovo" (31 thou. sq.m.) will soon be completed by "Mega" (2009), "Slovatsky Shopping Center" (2008), "European Center" (2007), "City Moll" (2005-2006). The area of centers under construction will be about 100 thou. sq.m.

Among megacities (by habitancy) Kazan is the leader (about 500 thou. sq.m. of shopping premises), Novosibirsk, Omsk, Chelyabinsk, Ufa, Perm are waiting for their retailers.

The article is based on publications taken from www.rbk.ru

Century Knife Line

For the most demanding standards

The Century knife line was developed according to the most rigid quality standards of the most demanding chefs.

Therefore they are more resistant and comfortable, easier to sharpen, and maintain their edge sharp for longer. They all come with a 25-year warranty.

The blade is made of 1.4110 Chromium-molybdenum stainless steel, which assures long-lasting edge sharpness and perfect cut, all blades are satin finished and they reach 53 to 56 HRC hardness when subjected to subzero tempering.

The blade temper grinding improves the knife performance, keeps edge sharpness for longer, and assures faster and more accurate cut.

The handles are anatomic and assure more comfort and safety while handling. Their weight balances the knife movement and allows perfect swinging when cutting. Made of polycarbonate directly injected on the blade tang, Century knife handles are resistant and can go on dishwasher.

Finally the handle rivets are made of aluminium and assure perfect fixation on the blade.

All this makes of Century Line the best knives to be kept in your kitchen, whether you are a Chef or simply enjoy cooking.





3-6 September 2006 NEC Birmingham
www.autumnfair.com

*The UK's most
important autumn
gift and home show*

Over 2,000 major brands, key UK suppliers and independent designers make up a gift and home event that's really worth the trip.

More than 33,000 industry retailers travel from all over the world to source stock for the festive season, and preview thousands of exclusive new launches for the coming year.

It's a unique chance to see the latest British designs and innovations, and build relationships with new suppliers.

For more information on visiting or exhibiting:

T +44 (0)20 8277 5829

E info@emap.com

www.autumnfair.com



Living | Kitchen and Dining | Home Interiors | Art



Giving | Gifts | Design-led Gifts | Greetings and Stationery
| Jewellery and Fashion Accessories | Volume

Редакция:

Главный редактор
Татьяна Ковшова

Выпускающий редактор
Алексей Трембицкий

Работа с сайтом:
Евгения Максимова

Отдел рекламы:
Елена Меджитова
- начальник отдела
Татьяна Толмачева
Вера Лесовец

Подписка:
Рита Гардиева

Корректор
Татьяна Беляева

Корреспонденты:

Наталья Дрошневa
Евгения Сулицкая
Александр Горшев
Евгения Максимова
Ксения Монахова
Стелла Елена
Чиркова

Дизайн и верстка
Алексей Барсуков
ООО "АВА-БЕСТ"

Телефон: (495) 786-20-91, (495) 317-93-54

E-mail: infoposuda@posuda.info, reklama@posuda.info
www.posudainfo.ru, www.posuda.info

Тираж 10 000 экз.

ПОДПИСКА 2006

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 включает почтовую доставку заказной бандеролью, кроме дальнего зарубежья.

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

При заполнении разборчиво укажите название своей организации (получателя), почтовый индекс, адрес для доставки, количество номеров, а также общую сумму Вашего заказа.

Стоимость одного номера - 160 руб. (для подписчиков РФ и стран ближнего зарубежья).

Для жителей дальнего зарубежья, стоимость подписки одного номера 25 у.е. (1 у.е.= 30 руб.) Оплата производится в рублях по курсу ЦБ РФ на день платежа. Доставка наложенным платежом.

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

На все вопросы, связанные с получением журнала, Вам с удовольствием ответят по тел: **(495) 786-20-91, 317-93-54**



ПЕЧАТНЫЕ САЛОНЫ «АВА - BEST»
Дизайн книг, журналов, буклетов, фото, оформление выставок, широкоформатная и цифровая печать
м. Авиамоторная Тел. (495) 772-2232, 772-2250, 746-9690 м. Войковская (495) 150-8210, 109-9369



Если Вы хотите регулярно получать журнал, вышлите заполненную заявку по факсу: (095) 786-2091

Заявка на подписку журнала "Посуда"

Наименование организации _____

ИНН _____ КПП _____

Адрес доставки журнала: _____

Индекс

Обл./Край _____

Город _____

Улица _____

Корпус _____

ФИО получателя _____

Тел. _____ факс _____

Количество экземпляров _____ перечень номеров _____

Способ получения счета: Факс E-mail

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

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-21693 от 22 августа 2005 г. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. При перепечатке материалов и их использования в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, ссылка на журнал "ПОСУДА" обязательна.

| | |
|-----------------|-----------------|
| Санкт-Петербург | (812) 325-47-59 |
| Екатеринбург | (343) 345-00-46 |
| Самара | (8462) 79-05-99 |
| Нижний Новгород | (8312) 65-53-69 |
| Новосибирск | (3832) 10-62-99 |
| Краснодар | (8612) 67-58-65 |
| Ростов | (8632) 77-96-97 |
| Волгоград | (8442) 78-95-48 |
| Казань | (8432) 78-29-51 |
| Ярославль | (4852) 48-67-34 |
| Пермь | (3422) 18-12-11 |
| Челябинск | (3512) 62-14-21 |
| Иркутск | (3952) 23-54-08 |
| Красноярск | (3912) 68-37-26 |
| Омск | (3812) 32-09-82 |
| Саратов | (8452) 56-69-98 |
| Воронеж | (4732) 63-23-33 |
| Уфа | (3472) 31-26-81 |



ЗАО «АСБ - РЕЙТИНГ - ЦЕНТР»

Россия, 109316, г. Москва,

Остаповский проезд, вл.4

Москва и

Московская область

(495) 231-20-77 доб.1055

Региональный отдел продаж

(495) 231-21-71





 **Cosmoplast**
la qualità è di casa



Via Varesina, 19 22078
Turate (Como) Italy
Tel.: + 39 02 9640 0101
Fax: + 39 02 9638 2626
E-mail: info@cosmoplast.it
www.cosmoplast.it