

ЖУРНАЛ



ИНФО

# ПОСУДА

2007/4 ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

**Наши партнеры**

**Стильные штучки**

**Анализ и прогноз**

**Маркетинг**

Скидки стимулируют сбыт

**Металл**

Наборы фондю  
из коллекции Vitesse  
Новое имя  
российского лидера

**Фарфор**

Мир дулевского  
фарфора

**Производители**

Готовь со вкусом!

**Дистрибьюторы**

Мы работаем для вас!

**Особая посуда**

**Закон и бизнес**

Сертификация  
металлической посуды

**VITESSE®**

Посуда и аксессуары  
из нержавеющей стали

 BERGNER

 M  
Hermann Müller  
SEIT 1875

 KaiserHoff  
cookware & accessory

 STAHLHAUS  
DACH  
KITCHEN

Посуда из фарфора,  
керамики и стекла

 Vene



ROYALTON GROUP

[www.royalton.ru](http://www.royalton.ru)

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

e-mail: [info@bergner.ru](mailto:info@bergner.ru)

[opt-royalton@bergner.ru](mailto:opt-royalton@bergner.ru)

*Коллекция Pastel*







## HIGH QUALITY CRYSTAL GLASS\*

\*Высококачественное кристалльное стекло



# bodum®

## Преимущества настоящего чайного пресса

[www.bodum.com.ru](http://www.bodum.com.ru)

Термо-бокал  
Pavina, двустенное  
боросиликатное  
стекло, 0,27 л

Термо-чайник  
заварочный Voга  
Voга, металлический  
пресс, двустенное  
боросиликатное  
стекло, 0,6 л

**ПРЕМИИ  
ЗА ДИЗАЙН**



Более, чем 60-летний опыт позволяет компании BODUM и сегодня оставаться лидером в производстве посуды.

Каждый год многие изделия BODUM удостоиваются престижных дизайнерских премий: iF Design, Red Dot и др.

Популярный во всем мире журнал Cosmopolitan пишет о выдающемся дизайне термо-бокалов, разработанном компанией BODUM: «Лучший товар года в стиле «shear & chic».

Изделия BODUM отличают безопасность использования и беспрецедентно долгий срок службы.

Сверхлегкое боросиликатное стекло выдерживает резкие перепады температуры в пределах от -30°C до +520°C.

Уникальная конструкция из двустенного стекла сохраняет температуру чая. Внешняя поверхность сохраняет комнатную температуру.

### Как отличить BODUM от подделок

Логотип BODUM на всех сторонах упаковки, на металлических, стеклянных и пластмассовых частях изделия.



ТОВАРЫ ДЛ Я ДОМА

Качество, дизайн,  
ассортимент

[www.domos.ru](http://www.domos.ru)

Компания «Домострой» – эксклюзивный российский дистрибьютор торговых марок BODUM, Melior, Hackman, Anders Petter, Premier Housewares, Carl Victor.

#### Москва

Ул. Талалихина, 41,  
стр. 9, офис 64.  
Т./ф.: +7 (495) 225-2596.  
E-mail: domosm@domos.ru

#### Санкт-Петербург

Ул. Белы Куна, 32.  
Т./ф.: +7 (812) 334-9634.  
E-mail: domostroy@domos.ru

#### B2B и HoReCa

Ул. Белы Куна, 32.  
Т./ф.: +7 (812) 334-9634.  
E-mail: horeca@domos.ru



**Melior®**



**HACKMAN®**



**Anders  
Petter®**

Фото для первой обложки  
предоставила компания  
**Vitesse**



# ПОСУДА

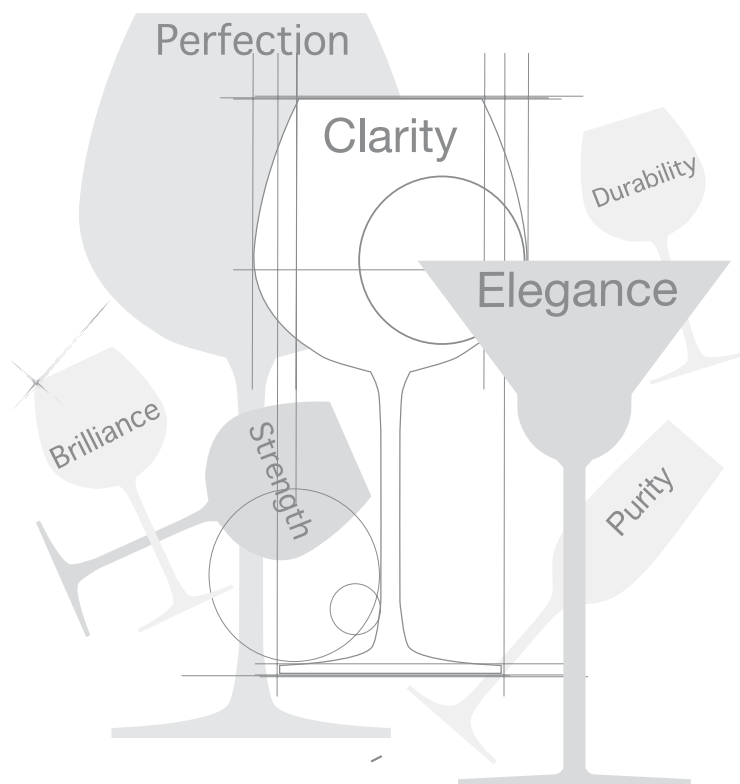
Содержание



## ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЕ КРИСТАЛЬНОЕ СТЕКЛО

- удивительно яркое
- чрезвычайно чистое
- полностью прозрачное
- стойкое к мойкам  
в посудомоечных машинах

БОГАТЫЙ ВЫБОР ДЛЯ ЗАВЕДЕНИЙ ПИТАНИЯ КЛАССА ЛЮКС



Светопропускная способность ~ 91%

Индекс бесцветности ~ 0

Индекс преломления света ~ 1,520

Стойкое к мойкам в посудомоечной машине - 2000 циклов  
по Европейскому Стандарту EN 12875

Специальный состав стекла и процесс производства,  
обеспечивающий высокую прочность.

Обладает изысканной звонкостью



## Содержание

**4**  
Перечень выставок по  
посудной тематике

**12**  
Новости

### Посуда PREMIUM

**30**  
Seltmann Weiden элита  
фарфоровой продукции

**32**  
Rosenthal.  
Профессиональный  
фарфор, который должны  
знать в России

**34**  
Швейцарский бриллиант  
на Вашей кухне

### Стильные штучки

**37**

### Мероприятия

**38**  
Перечень выставок по  
посудной тематике

### Выставки

**40**  
Если бы выставок не  
существовало...

**44**  
Весна в Гуанчжоу

**48**  
Чикаго - это не только  
мюзикл

### Статистика

**52**  
Обзор рынка домашней  
утвари

**54**  
Особенности посудного  
рынка США

**56**  
Каналы дистрибуции  
американского рынка  
товаров для дома

### Украина

**61**  
Новости Украины

**64**  
Посуда домой

**66**  
Стратегия и тактика

### Сертификация

**68**  
Сертификация  
металлической посуды

**70**  
Дефицит информации

### Металл

**79**  
Нытва - равнение на Европу

### Фарфор

**80**  
Фарфоровый сувенир

**82**  
Inhesion

### Производители

**84**  
Rosenberg хозяин в доме

**86**  
Кто не рискует, тот не пьет  
шампанского

**88**  
Тепло уральских рук

**90**  
Стеклозавод "Неман"

**92**  
UT Trade. Обучающая и  
развивающая посуда для  
детей

### Диалог

**94**  
Антипригарное покрытие.  
Мониторинг рынка

### Наши партнеры

**96**  
Vitesse: здоровье и  
комфорт

**98**  
Выбор, достойный лучших

**100**  
Компания "Пилот МС" в  
новом качестве

**104**  
Impact. Лучший проект года  
- "Bohemia Haritage"

### Дистрибьюторы

**106**  
ТМ "Коралл": тепло и уют в  
каждый дом

**108**  
Ламира: три ярких  
направления

**110**  
IMPACT. Наследие

**111**  
IMPACT. Душевные наборы

**112**  
"Топ Стиль Групп" для  
профессионалов

### Меламин

**114**  
Меламиновое "Чудо". Рейд  
по московским рынкам

**Страница  
юриста**  
**116**

Правовая защита бизнеса

**118**  
Подписка

# АБСОЛЮТНО НОВАЯ БОЛЬШАЯ ВЫСТАВКА



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— новая бизнес-площадка в PR-пространстве рынка посуды и хозяйственных товаров.



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— инновационная программа привлечения ключевых клиентов, охватывающая все регионы России, СНГ и стран Восточной Европы.



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— место концентрации бизнес-среды, представителей которых объединяет единая цель — поиск партнеров.



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— идеальная возможность для встречи производителей, поставщиков и закупщиков посуды и хозяйственных товаров.

## Кухня

Посуда для дома: стекло, хрусталь, фарфор, глина, керамика, столовые приборы, предметы сервировки и декорирования стола, посуда и аксессуары для приготовления пищи, кухонная утварь, мелкая бытовая техника

## Дом

Аксессуары для дома и ванной комнаты, предметы для уборки помещений, пластмассовые изделия для дома, предметы интерьера, домашний текстиль, садовый инвентарь, бытовая химия

## HoReCa

Профессиональная посуда, одноразовая посуда и утварь, профессиональные инструменты для приготовления пищи, предметы сервировки и барные аксессуары, профессиональная уборка, аксессуары для гостиниц, баров, ресторанов

## Подарки и Сувениры

# АБСОЛЮТНО НОВАЯ БОЛЬШАЯ ВЫСТАВКА



## HOUSEHOLD EXPO

ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

1-4 апреля 2008, МВЦ «Крокус Экспо»

Организатор: МОККА Экспо Групп  
115093 Москва, ул. Люсиновская, д. 36  
тел./факс: +7 (495) 787-29-08  
[www.hhexpo.ru](http://www.hhexpo.ru)

## СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ С СЕКРЕТОМ

Дизайнерская группа **Manworks** представила свою новую разработку - вилку и ложку, ручки которых представляют собой контейнеры для перца и соли.

Чтобы не высыпалось содержимое, крышки контейнеров заворачиваются на пол-оборота. Изделия выполнены из хромникелевой пищевой стали 18/10.



## ПОЛОВИНА ТАРЕЛКИ ОБЕСПЕЧИТ СТРОЙНОСТЬ ФИГУРЫ

Работа дизайнера **Jeonmi Hong**, представленная на NY Design Week 2007, пришлась по вкусу диетологам. Концептуальная идея заключается в попытке сократить количество потребляемой пищи путем сокращения рабочей площади посуды. На вид это вполне обычная керамика, но дно у нее скошено под углом, что делает невозможным положить "лишнего".

По материалам сайта [www.omami.ru](http://www.omami.ru)



## КРУЖКА НАДЕЖДЫ С ПОСЛАНИЕМ В БУДУЩЕЕ

Знаменитый английский производитель фарфора, компания **Churchill**, выпустила новую коллекцию кружек в подарочных коробках. Успешные и знаменитые персоны шоу-бизнеса, всемирно известные модельеры и актеры пожертвовали 30 минут своего времени для создания эскиза уникальной авторской кружки, изобразив собственное понимание символа надежды - послание в будущее. Средства, вырученные с продаж кружек этой серии, отправляются на счета целого ряда мировых благотворительных организаций, а за успешным запуском кружек последовало изготовление подарочных тарелок по тем же эскизам.



## ЧАЙНИК ЭКОНОМИТ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЮ

Английская компания **Product Creation Ltd.**, занимающаяся промышленным дизайном, разработала чайник, способный экономить до 30% электроэнергии. Чайник **ECO kettle** состоит из двух емкостей. Одну можно наполнить водой доверху, а вот вторая, рабочая, заполняется лишь строго отмеренным объемом (от одной до восьми чашек). Мощность чайника - 3 кВт, полный объем - 1,5 л. Вода для одной чашки (150-200 г) вскипает за 35 сек, а для четырех чашек - за 1,5 мин.

Компания **Tefal** предложила самый "быстрый" чайник **Tefal Quick Cup**, способный подогреть 220 мл воды до температуры, близкой к 100<sup>0</sup> С, всего за 3 сек. Новый чайник способен работать и в обычном режиме, но в случае особой надобности его пользователь может нажать специальную красную кнопку и получить порцию горячей воды, достаточную для заваривания чайного пакетика в стандартной кружке.

А вот работа керамиста **Вальтера Килера (Walter Keeler)** - набор из чайника необычной формы и девяти кружек выиграл первый приз на конкурсе **Welsh Artist of the Year 2007**. Главной изюминкой работы Килера является глазурь - покрытые ею чайник и кружки производят впечатление изделий, изготовленных из металла.

## ТАНЦЫ со звездами

Компания **Nachtmann** (поставщик - "ДП-Трейд") не скупится на инвестиции и в дизайнерские инновации, и в высокие технологии. В частности, она первой в Европе ввела экологически чистый процесс полировки хрусталя. Среди наиболее любопытных ее новинок - серия **Dancing Stars**, включающая в себя хрустальные блюда диаметром 32 см. Изделия имеют резные нижние поверхности, создающие необычную игру света в гранях. В серии представлены семь блюд: "Танго", "Самба", "Мамбо", "Джаз", "Твист", "Румба" и "Пасадобль".

## САМАЯ МАЛЕНЬКАЯ кофеварка в мире

Специально для очень занятых людей известная немецкая компания по производству посуды и домашней утвари **WMF** сделала самую маленькую кофеварку в мире. Внешне агрегат скорее напоминает дизайнерский объект, чем бытовую технику: это маленький белый кубик, в который, как часть мозаики, вкладывается чашка. Фоновый цвет можно выбирать из четырех вариантов, чтобы объект точно подходил под интерьер. По размеру кофеварка немногим больше самой чашки, а молотые зерна любимого сорта кофе заряжаются с помощью маленького круглого пакетика, наподобие чайного. Как считают создатели, особенно практично держать изобретение на рабочем столе: одна минута - и порция крепкого ароматного напитка готова.

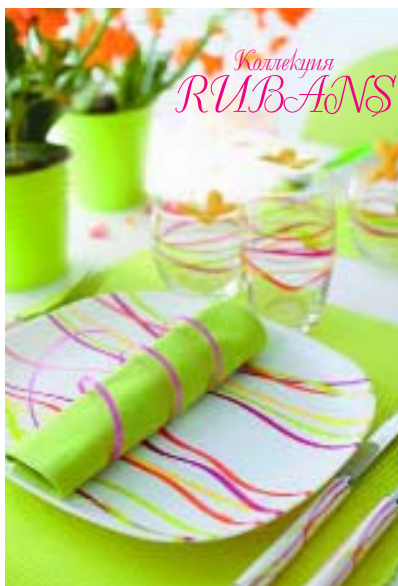
## АКСЕССУАРЫ для стаканчика

Дизайнер **Чун-Чуа Хсу** (Chun-Chia Hsu) разработала необычную защитную манжету, по виду чем-то напоминающую формочку для кекса без дынышка, которая может применяться для одноразовых стаканов как с горячими, так и с холодными напитками. Сама по себе идея не нова - всевозможные защитные манжеты из гофрированного картона для стаканов с кляпком довольно широко используются во всем мире. Новизна разработки заключается в том, что дизайнер, используя свойство гофрированного картона сжиматься и растягиваться, нашла манжете второе применение - в качестве подставки для стакана с холодным (или уже немного остывшим) напитком. При этом манжета изготовлена из 100-процентного вторичного сырья, которое в свою очередь также может быть переработано и еще раз использовано.



## НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ LUMINARC

Luminarc



Мировая премьера коллекции компании **ARC-International Luminarc "Осень-зима 2008"** состоится в России в рамках выставки **Consum-Expo** в январе 2008 года.

Чем собирается удивить Luminarc на этот раз? Использование всех современных тенденций в индустрии посуды позволило компании объединить совершенно разные, но по-своему интересные линейки - от романтической классики до утонченности японских мотивов, от буйства тропических красок до минимализма. Причем многообразие проявляется не только в декорах, но и в новых формах и используемых материалах. Так, в своей осенне-зимней коллекции Luminarc запускает две

новые формы тарелок: круглую ультратонкую для изделий из стекла (например, для серии **Pastel**) и прямоугольную для посуды из опала (серии **Rubans** и **Encanta**).

Как и в 2007 году, **ARC-International** продолжает создавать коллекции в духе **mix and match**, с успехом сочетая стекло, фарфор, пластик, текстиль, предметы декора и столовые приборы.

## К 225-ЛЕТИЮ ПОВАРСКОГО НОЖА DICK



Производитель профессиональных ножей компания **Friedr. Dick GmbH & Co KG** разработала юбилейную серию ножей в честь 225-летия со дня основания предприятия. Ножи серии 1778 изготовлены из тончайших слоев высокоуглеродистой стали **Double X VG12**, которая обеспечивает легкость разрезания продуктов и высокую устойчивость к коррозии. Свойства этого типа стали позволяют ножам серии 1778 максимально долго сохранять остроту режущей кромки. Рукоятки ножей выполнены из сливового дерева, деревянные ножны обшиты козлиной шкурой. Все ножи серии 1778 выкованы и заточены вручную. Режущая кромка и угол заточки проверены лазером. Рукоятка и лезвие каждого ножа обрабатываются и проверяются специалистами согласно высоким требованиям компании, производство одного инструмента включает 45 технологических циклов. Серия состоит из 4 инструментов: ножа для рубки овощей (традиционная китайская форма), поварского ножа, поварского ножа Сантоку и универсального ножа с длиной лезвия 12 см. Официальный дистрибьютор фирмы Dick в России - ООО "Профессиональный инструмент из Германии".

По материалам сайта [www.omami.ru](http://www.omami.ru)

## УДИВИТЕЛЬНЫЕ ЧАШКИ

В одном из британских магазинов подарков в продаже появились чайные пары, составленные из фарфорового блюдца и чашки, изготовленной из нержавеющей стали.

Называются эти чайные пары мудрено - **Anamorphic Cup** - из-за того, что в них реализован популярный в прошлом художественный прием, основанный на оптических свойствах отполированного до зеркального блеска цилиндра.

Свойства эти состоят в том, что такой цилиндр искажает отражаемое изображение. А если исходное изображение уже является искаженным особым образом, то "обратноискаженное" отражение может получиться правильным. На блюдце подобной чайной пары можно написать слова кривыми буквами или поместить кривое изображение - а в чашке все отразится ровно и красиво. Безделица, конечно. Но забавная.



По материалам сайта [www.pir.ru](http://www.pir.ru)

## ПОСУДА ИЗ СИЛИКОНА

**Proflex** - формы для выпечки изготовленные из нетрадиционного для посуды материала - силикона, порадуют кулинаров.

Ранее другие производители уже выпускали подобные мягкие модели, которые использовались в основном только профессиональными поварами. Но у таких изделий был недостаток - они плохо держали форму, поэтому их приходилось сначала ставить на решетку или противень и лишь затем заполнять тестом и переносить в духовку.

Новинка более усовершенствована, чем прежние разработки, в конструкцию добавлен жесткий каркас из нержавеющей стали. Он позволяет легко перемещать форму со стола в духовку и без труда извлекать выпечку. Благодаря гладкой поверхности, обладающей естественными антипригарными свойствами, не требуется использовать масло или прибегать к водяной бане. Формы Proflex выдерживают температуру до 250°C и совместимы с любыми типами духовок, а также подходят для микроволновых печей. Изделия можно мыть в посудомоечной машине, помещать в холодильник и морозильную камеру (они выдерживают мороз до -40°C). В рамках серии Proflex выпускается 4 вида форм: для круглого пирога диаметром 26 см, для прямоугольного кекса, для 6 круглых кексов и для пирога диаметром 24 см с волнистыми краями. К каждой из них прилагается 2 оригинальных рецепта выпечки.

Чтобы извлечь из такой формы готовый кекс, достаточно просто... вывернуть ее наизнанку.



По материалам сайта [www.cookbook.rin.ru](http://www.cookbook.rin.ru)

## SIMPLE OT SPIEGELAU

since 1521  
**SPIEGELAU**  
Finest glasses

Портфель компании **Simple** пополнился новой линейкой винных бокалов Spiegelau. Чувственные линии ножек бокалов Venus как будто сошли с полотна Боттичелли "Рождение Венеры". Теперь мы знаем, из каких бокалов нужно пить вино во время чудесного романтического вечера. Изящный декантер из той же серии, скорее похожий на древнегреческую амфору, не оставляет простора для фантазий - эта аллегория женской красоты может попасть к вам на стол уже сегодня. И конечно, пятидесятилетняя репутация Spiegelau гарантирует прочность, ударостойкость и потрясающий блеск стекла, прошедшего обработку платиной, чтобы придать бокалам Venus неповторимую прозрачность, чистоту и элегантность форм.



## ПРЕЗЕНТАЦИИ Monna Glass

Турецкая компания Monna Glass выпускает новую креативную коллекцию сувенирной продукции 2008 года.

Презентации пройдут на осенней выставке Mega Show Part 1 (Гонконг, 21-24 октября 2007г., павильон 3, стенд A40 и A42) и на всемирно известной ярмарке Ambiente - 2008 (Франкфурт-на-Майне, 8-12 февраля 2008 г., павильон 9.3, стенд С 14).

Подробности на сайте  
[www.monnaglass.com](http://www.monnaglass.com)



## ЧЕШСКИЕ ИННОВАЦИИ

Обширный ассортимент изделий из стекла - блюда причудливых форм, подсвечники, вазы и многосекционные тарелки - предлагает чешская компания **Axum Bohemia** (поставщик - "Ина Интернешнл"). В тарелках, подходящих для сервировки шведских и банкетных столов, могут подаваться холодные и горячие закуски, суши, основные блюда, десерты. Широкая цветовая палитра позволяет гармонично вписывать стекло Axum Bohemia в любой интерьер.

Уникальную посуду, изготовленную по технологии фьюжн, основанной на спекании стекла различной фактуры и цветовой гаммы, выпускает завод BDK Glass (поставщик - "Импакт"). При обработке стекла варьирование температурных режимов позволяет создавать неповторимые формы. В ассортименте представлены предметы для декорирования помещения: блюда, подносы, тарелки, подсвечники, а также самая различная посуда. Особенно хорошо посуда в стиле фьюжн подходит для салатов, блюд из морепродуктов и, конечно, для десертов.

## В ДУХЕ HI-ТЕСН

Итальянская компания **Luigi Bormioli Noi** (поставщик - "Перфи") после долгих лет научных изысканий создала кристаллическое стекло SON.hux. Изделия из этого полностью светопрозрачного бесцветного материала придают сервировке почти нематериальную легкость. Кроме того, стекло SON.hux характеризуется очень высокой степенью яркости. Лабораторные исследования показали, что кристаллическое стекло обладает повышенной химической однородностью и устойчивостью к промышленной мойке: даже после 4 тыс. циклов обработки оно сохраняет свои изначальные свойства.

Новые коллекции Luigi Bormioli выполнены в стиле hi-tech. В серии Michelangelo Masterpieces и Parma входит большой набор тарелок, салатников, менажниц необычных форм, дизайна и цветов. Также в ассортименте итальянского производителя имеются стеклянные менажницы современного дизайна, четырехсекционные и овальные блюда, неглубокие салатники треугольной формы, из которых можно составить красивую композицию на столе, тарелки в форме трапеций, а также тарелки, разделенные на три и четыре части. В серии Parma, идеально подходящей для желающих поэкспериментировать с формами и композициями, весьма оригинально смотрятся три многофункциональные менажницы из стекла.

По материалам сайта  
[www.restoranoff.ru](http://www.restoranoff.ru)

## УНИКАЛЬНАЯ ПОСУДА ДЛЯ ИНДУКЦИОННЫХ ПЛИТ



Швейцарская фирма **Swiss Diamond** выпустила линейный ряд посуды для induction плит с алмазным покрытием, исключая пригорание.

Алюминиевый корпус сковороды нового поколения прикрывает сталь, обладающую ферромагнитными свойствами, а уникальный дизайн продукции Swiss Diamond обеспечивает оптимальное магнитное поле, которое передает

тепло усиленному антипригарному алмазному покрытию сковороды.

Продукция Swiss Diamond, не имеющая аналогов во всем мире, пользуется большим спросом на рынках Европы и Америки благодаря уникальному сочетанию нанотехнологий и использованию более 200 тыс. настоящих алмазных кристаллов при производстве каждой сковороды. Революционные технологии Swiss Diamond гарантируют непревзойденные антипригарные свойства, сверхпрочность посуды и идеальное распределение тепла.

## САМАЯ ДОРОГАЯ КАСТРЮЛЯ В МИРЕ



В сентябре в одном из лондонских универмагов появится кастрюля стоимостью \$200 тыс. Производитель этой утвари компания **Fissler**, пустила на ее создание 200 бриллиантов и 900 г золота. Драгоценными камнями и металлом украшены ручки посуды и крышка. В диаметре это произведение искусства имеет 27,5 см и по весу оказалось ненамного тяжелее обыкновенных алюминиевых кастрюль. Вполне возможно, что кастрюля будет занесена в "Книгу рекордов Гиннеса" как самая дорогая в мире.



В другом лондонском магазине выставлен на продажу столовый набор из 144 предметов стоимостью \$400 тыс. Вилки, ножи и

ложки из этого набора сделаны из твердого серебра и украшены 4 тыс. бриллиантов.

## "ЛЕТАЮЩИЙ БУФЕТ" ДОСТАВИТ ДИЧЬ И ВИНЕГРЕТ



Перевернуть современные воззрения на подачу пищи призвана новая серия профессионального фарфора Flying Buffet от немецкого производителя **Schoenwald**, которую на российском рынке представляет компания "ДП-Трейд".

Посуда Schoenwald, известная своим классическим подходом к сервировке стола, теперь, вместе с новым направлением американского кейтеринга, дает пище возможность "летать"! Вместо длинных очередей и битвы за "сладкий кусочек" у стойки буфета, дружелюбно настроенный персонал доставляет к вашему столу широкий выбор деликатесов. Они подаются в формате "Откуси!" на маленьких тарелочках и в небольших салатниках и украшены в чрезвычайно возбуждающей аппетит манере.

Для этой цели компания Schoenwald предлагает идеально подходящие друг к другу изделия как для индивидуальной презентации пищи, так и для классических буфетов. Например, универсальная ложка-салатник из коллекции Signature, маленькие чопорные салатники из коллекции Unlimited, стеклянные квадратные салатники из коллекции Sensation или подставка для пакетированного сахара из кремовой коллекции Generation.



А элегантные деревянные подносы с удобными углублениями значительно упрощают подачу красиво оформленных деликатесов.



## ЧАЕПИТИЕ С "МЕДНЫМ" ОТЛИВОМ

Компания "DEKOK Kuechenartikel Inc. & Co KG", расширяя ассортимент своей продукции, выпустила серию "медных" пресс-фильтров. Новые заварочные чайники в стиле "модерн" уже в скором времени поступят на российский рынок. Пресс-фильтры, изготовленные из нержавеющей стали с дополнительной отделкой и жаропрочного стекла, появятся на рынке в двух вариантах - емкостью 0,8 и 0,35 л.

[www.dekok.at](http://www.dekok.at)

tel: (495) 942 9283, (495) 942 9990

(495) 942 8972

e-mail [info@dekok.ru](mailto:info@dekok.ru)



## ДЛЯ ШЕФ-ПОВАРА важна эргономика ножа

Компания "Радиус" представила новую серию профессиональных ножей Classic Ikon немецкой компании **Wusthof**. Данная серия отличается инновационным и эргономичным дизайном ручки, которая благодаря своей рельефной форме удобно ложится в руку повара. Все ножи серии Classic Ikon изготавливаются из цельного листа бесцветной высокоуглеродистой стали с использованием как традиционных технологий, так и с применением последних разработок. Операции по полировке и заточке лезвия ножа осуществляются до тех пор, пока угол остритя ножа к лезвию не будет идеальным. Окончательная правка производится при помощи лазера и специального тестирования изделий. Линейка состоит из двадцати ножей различной формы и размеров.



## СТЕКЛА стало больше

Компания **ИИС-Посуда** представила в своем ассортименте новую торговую группу - изделия из стекла и стеклокерамики всемирно известного итальянского производителя **Bormioli Rosso**. В настоящее время Bormioli Rosso производит продукцию из прозрачного и опалового стекла для профессионального и бытового применения: чайные и кофейные наборы, столовые наборы, питьевое стекло, крем-манки, вазы и прочее. Предприятия группы находятся в Италии, в Испании и во Франции. Использование эксклюзивных технологий и контроль качества, осуществляемый над каждым этапом производства от приемки сырья до выпуска конечного продукта, позволяет добиваться эталонного качества и исключительной эстетичности продукции Bormioli Rosso.





**"500 РК"**  
*О хрустале богемском и о  
чудесном секрете мастера  
Просцедника Кареллы*

Было это в стародавние времена... Научились тогда уже в Чешском королевстве делать бокалы и вазы из звонкого хрусталя, да только, вот беда, не радовали эти бокалы и вазы глаз! А все потому, что не было тогда еще на хрустале чешском красивого рисунка.

В ту пору у каждого мастера был единственный примитивный рисунок, чтобы хрустальные вещи украшать. У одного мастера - "звездочка", у другого "козлик", у третьего - "ветряк"...

Так было до тех пор, пока не нашелся мастер, который придумал ото всех мастеров чешских рисунки вместе со-брать и объединить их в один общий узор. И оказался этот узор чудо как красив! И стали по всему Чешскому королевству мастера тот прекрасный узор на хрусталь наносить. С тех пор и пошла, говорят, по всему свету слава о прекрасном хрустале из Богемии.

Умельца, что придумал тот узор, звали Просцедник Карелла. Поэтому и называется декор в честь мастера, его придумавшего, - "РК". Сокращенно по первым буквам его имени и фамилии (на латинице).

Говорят, будто бы процесс изготовления знаменитого узора "РК" настолько сложен и трудоемок, что даже к самому небольшому изделию человеческая рука прикасается минимум 500 раз!

Сегодня на чешских заводах, изготавливающих хрусталь, сохранилась традиция обозначать этот декор знаком "500 РК".

**Компания "Импакт Богемия Трейдинг" благодарит сотрудников чешского завода Svetla nad Sazavou, поведавших сию поучительную и увлекательную историю.**

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО  
ЕВРОПЕЙСКИХ  
ФАБРИК -  
ФИРМА "ОРЛАН"**



Фирма "Орлан" в течение 15 лет занималась оптовой и розничной торговлей группами товаров текстильной галантереи и изделиями для оформления интерьера дома и офиса.

Заслужив репутацию устойчивой компании и доверие иностранных партнеров, осенью 2006 года направление оптовой торговли было преобразовано в "Представительство Европейских фабрик", которое на сегодняшний день представлено следующими компаниями:

**ARTE DI MURANO, MURANO.COM** (Венецианское стекло),

**RICCARDO MARZI** (Посуда для дома - Живая Природа на Вашем столе),

**DONDI** (Blumarine),

**BIC RICAMI** (Постельное белье, полотенца),

**LE BLANC** (Ароматы Франции),

**PIETHEIN** (Уют вашего дома из Дании).

В рамках представительства действует направление, которое называется отдел "Корпоративных фондов".



**REGENT INOX**  
*Стиль Италии на вашей кухне*

**ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ  
СТИЛЬНОЙ ПОСУДЫ  
И КУХОННЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ**

[www.regentinox.ru](http://www.regentinox.ru) E-mail: [info@regentinox.ru](mailto:info@regentinox.ru)

ДИСТРИБЬЮТОРЫ:  
Москва: ООО "ТК Поливалент" (495) 746-86-28, 305-59-71  
Санкт-Петербург: ООО "ТК ААКО" (812) 324-63-63  
Минск: ЗАО "НИКИС" (37517) 256-90-27, 210-22-48

- Посуда из нержавеющей стали 18/10
- Посуда из алюминия с антипригарным покрытием
- Посуда из чугуна
- Силиконовые формы для запекания и аксессуары
- Разделочные доски и кухонные принадлежности из гевеи
- Столовые приборы и кухонные ножи
- Сковородки, хлебницы, терки, соковыжималки
- Термосы, кружки, чайники, турки, кокотницы
- Наборы для специй, масленки, салатники
- Металлические мусорные ведра

Контактная информация  
Российского представительства:  
Тел.: (495) 780-40-68, (495) 544-21-44  
[www.arlando.ru](http://www.arlando.ru), e-mail: [info@arlando.ru](mailto:info@arlando.ru)  
Управляющий Представительства:  
Анохин Максим Леонидович

**Цены ПРОИЗВОДИТЕЛЯ!!+ скидки от цен  
производителя!**



## РЕСТОРАТОРЫ АПЛОДИРОВАЛИ ОКТЯБРЬСКИМ ТАРЕЛКАМ!

Сегодня участие предприятий в международных и межотраслевых выставках - дело высокочатратное, однако каждый прогрессивный руководитель понимает, что, принимая участие в подобных мероприятиях, он не только продвигает свою продукцию на более масштабный уровень, но и сам получает массу полезной информации - о новых тенденциях рынка, о конкурентоспособности своей продукции и о многом другом.

Управляющая компания "Фининвест Сервис" продолжает повышать качество инвестиционного проекта - ООО "Октябрьский завод фарфоровых изделий". Продукция завода - ресторанная коллекция посуды "Принц" и традиционные фарфоровые сувениры в башкирском национальном стиле были представлены на двух глобальных авторитетных выставках в городах Москва и Сочи. Специально для участия в подобных выставках заводом приобретено дорогостоящее современное выставочное оборудование, позволяющее более выгодно и искусно презентовать потенциальному клиенту местную продукцию.

Еще радостнее становится за местного производителя, когда данные поездки заканчиваются интересными проектами и предложениями. Как один из примеров, представители известного в России предприятия "Русский фарфор" (г. Москва) были покорены первоклассными работами октябрьских художников по фарфору и заключили с заводом договор на поставку данной продукции в столичные магазины. Рестораторы города Сочи при проведении тестирования посуды на качество аплодировали октябрьским тарелкам, в результате чего Октябрьский завод фарфоровых изделий был награжден кубком и дипломом в номинации "Посуда" международной выставки "Ресторанно-гостиничный бизнес - 2007. WELCOME" за успешный бизнес-дебют российского производителя посуды европейского стандарта.

*По материалам сайта [www.fis-group.ru](http://www.fis-group.ru)*

## СУХАРЕВКА ПРЕДСТАВЛЯЕТ CONVEX PLUS

Компания "Сухаревка" представляет новую четырехуровневую электрическую пароконвекционную печь с электромеханическим управлением Convex Plus GN 2/3 (325x354) производства компании Bourgeois.

Изделие предназначено специально для небольших предприятий общественного питания. Новая модель проста в управлении и не требует специального обучения.

Корпус печи выполнен из высококачественной нержавеющей стали 18/09. Углы духовки закруглены, а легко снимающаяся боковая стенка обеспечивает простую очистку печи от загрязнений. Используемая технология инжекторного пароувлажнения позволяет избежать проблем, возникающих из-за жесткости воды и накипи при использовании бойлера.

Дверь, снабженная специальным термомощитом, минимизирует потери тепла, вмонтированные в нее лампочки позволяют обеспечивать панорамное освещение духовки в течение всего процесса приготовления.

*По материалам сайта [www.restoranoff.ru](http://www.restoranoff.ru)*



## OMEGA ОТ Rosinox

Компания ROSINOX представляет соковыжималки американской фирмы OMEGA, специализирующейся на разработках технологий и производстве соковыжималок.

Изделия OMEGA отличаются высоким качеством, долговечностью, бесшумностью, простотой очистки и на 30% больше сока на выходе. Внутренние детали приборов выполнены из хирургической нержавеющей стали, внешние детали специально обработаны и отполированы.

Соковыжималка OMEGA имеет 12 симметрично расположенных ножек, высота которых регулируется, что позволяет предотвращать непроизвольное перемещение машины по столу в процессе работы. Число подвижных деталей в приборах сведено к минимуму, что повышает их надежность в эксплуатации и простоту очистки.

Запатентованная спиралевидная конструкция соковыжималок OMEGA уменьшает риск оседания мякоти на стенках спускового отверстия и его засорения.



## СЛОЖНАЯ ситуация у сети "Рамстор"

В течение последних шести месяцев были закрыты порядка десяти магазинов сети "Рамстор", а новые проекты в настоящий момент остаются замороженными. По мнению аналитиков, подобное затишье может быть связано с продажей сети.

Как сообщает газета "Ведомости", в марте этого года в "Рамсторе" сменилось руководство: прежний глава Мустафа Саглам подал в отставку, на его место пришел директор по маркетингу материнской компании Migros Turk Ихсан Усель. Вместо расширения, к концу первого полугодия компания закрыла пять торговых объектов разного формата, все - в арендованных помещениях крупных торговых центров (в Казани, Петербурге, Ростове, Самаре и подмосковных Мытищах). При этом был открыт только один новый объект - в Красноярске.

## "ЧАЙНАЯ ЛОЖКА" продала акции

Петербургский фонд "Нева-Русь" купил 24% акций сети чайных "Чайная ложка". Сумма сделки составила \$10 млн. На эти деньги петербургская сеть планирует продолжить региональную экспансию, открыть 300 заведений и увеличить свой оборот до \$320 млн.

По словам гендиректора "Чайной ложки" Бориса Крупкина, сделка была завершена 3 августа. Ранее акции "Чайной ложки" поровну делили четыре акционера: Крупкин, директор по развитию Михаил Августин и еще два физических лица, имена которых не называются. По словам Крупкина, каждый из акционеров продал фонду "Нева-Русь" по 6% акций сети. В фонде от комментариев отказались.

Сегодня сеть "Чайная ложка" состоит из 58 заведений, 49 из них работают в Петербурге, остальные - в регионах.

По материалам сайта  
[www.restoranoff.ru](http://www.restoranoff.ru)

## ВЗВЕШИВАТЬ ПОСУДУ - ЛЕТНЯЯ ТРАДИЦИЯ



Уже не впервые к дачному сезону прошла акция "Посуда на вес" в 25 магазинах торговой сети "Коралл". Ассортимент посуды из Китая и Украины довольные дачники взвешивали и уносили килограммами, ведь чем тяжелее сумка, тем выгоднее покупка - акция "На вес" подразумевает экономию средств клиента.

"В этом году впервые вместе с посудой мы продавали на вес и махровые пляжные полотенца, - сказал генеральный директор розничной сети "Коралл" Владимир Слепов. - Еще из летних событий - открытие магазинов в Курске, Липецке и Тамбове, а на днях примет покупателей наш 29-й магазин в городе Дмитрове".

[www.korallshops.ru](http://www.korallshops.ru)

**Завод "Рубин" гордится своей долгой, славной, хоть и не всегда простой историей и вступает в новый век обновленным и готовым к выпуску качественной эмалированной посуды, так любимой нашими соотечественниками**

Наши координаты: 344010, г.Ростов-на-Дону, ул.Красноармейская, 157  
Тел./факс: (863)266-63-49, 292-35-75, e-mail: [market-rubin@mail.ru](mailto:market-rubin@mail.ru), [rubin-rnd@donpac.ru](mailto:rubin-rnd@donpac.ru), [www.rubin-rostov.ru](http://www.rubin-rostov.ru)

## HARMONY SQUARES ОТ АНГЛИЙСКОЙ ФАБРИКИ

Компания "Ина Интернешнл" представила новую концептуальную серию посуды от фабрики Steelite (Великобритания). Серия Harmony Squares дополняет белую базовую серию профессиональной фарфоровой посуды Simplicity White. Изделия найдут применение в ресторанах любой концепции. Предоставляется 5-летняя гарантия на сколы края с бесплатной заменой изделий.

## МОЛОДЕЖЬ АРМЕНИИ ВОЗРОЖДАЕТ ИСКУССТВО КЕРАМИКИ

С 15 июня по 5 сентября в Армении проходил молодежный симпозиум "Раку 2007", посвященный возрождению керамического искусства в Армении. В ходе симпозиума особое внимание было уделено армянским национальным блюдам и посуде: технике изготовления, их названиям, способу преподнесения. Мероприятие организовано молодежной организацией "Мунетик" при содействии Министерства культуры и по делам молодежи, Министерства образования и науки Армении.

*По материалам сайта [www.day.az/news/armenia/82382.html](http://www.day.az/news/armenia/82382.html)*

## ПОРТУГАЛЬСКИЙ ФАРФОР COSTA VERDE

Компания "Радиус" представила новинку в ассортиментной линейке фарфора - португальский бренд Costa Verde. Каждая из серий отвечает современным стандартам и предлагает широкую линейку форм от классики до дизайнерских решений, которые сочетаются между собой. Duo - это полная линейка состоящая из классических комбинаций круглых и овальных форм с тонким рельефным декором, мягко повторяющим очертания фарфора. Opera - плавность линий в сочетании с новым веянием слегка смещенных от центра изделий придает этой серии лаконичность и элегантность. Eclipse - одна из новых серий фарфора Costa Verde. Инспирированная в духе современности, данная линейка предлагает свежий взгляд на подачу блюда. Многообразие легких форм в сочетании с утонченными элементами декора рождает стиль и качество. Isola - буфетная серия, объединяющая в себе кухни разных народов мира и идеально сочетающаяся с линейками Duo и Eclipse.

## "ПРИНЦ" В ОРЕНБУРГЕ

В Оренбурге прошла презентация коллекции ресторанной посуды "Принц" Октябрьского завода фарфоровых изделий (ООО "Фининвест Сервис"). Достоинством новой линейки посуды является классическая универсальная форма и разные размеры, что обеспечивает посуде ее многофункциональное использование. Именно эти качества были оценены рестораторами Оренбурга в первую очередь.

После представления ресторанного фарфора был проведен розыгрыш сувенирной продукции завода.

## "УМНАЯ" ТЕХНИКА спешит на помощь

Компания "Русский Проект" представила новое интеллектуальное оборудование для ресторанов от производителя **Rational**. Многофункциональная машина Vario Cooking Center берет на себя самую тяжелую работу - варит, жарит, готовит во фритюре, на гриле, под давлением любое блюдо. Устройство способно заменить 6 аппаратов стандартного кухонного блока: котел, водяную баню, опрокидывающуюся сковороду, аппарат для приготовления под давлением, фритюрницу и плиту. Кроме того, машина "зовет" повара, когда блюдо уже готово или необходимо вмешательство - требуется перевернуть продукт, добавить жидкость, загрузить продукты, поэтому отпадает необходимость постоянно находиться у аппарата и контролировать его работу.

## "ПОСУДА-ЦЕНТР" открывает новые магазины

В течение этого года сеть супермаркетов "Посуда-центр" увеличится еще на четыре магазина и составит девять супермаркетов в шести городах - Новосибирске, Омске, Красноярске, Барнауле, Хабаровске и Тюмени. В Барнауле расположится самый большой по площади "Посуда-центр" - 5 тыс. кв. м. В Хабаровске будет сделана ставка на европейские товары в связи с тем, что этот город отдален от Европейской части России и находится вблизи китайской границы. В Тюмени "Посуда-центр" предложит лучшие цены на товары своей категории, так как наценки будут значительно меньше, чем у конкурентов, сообщает "Континент Сибирь".

## "ОНИКС" увеличивает экспорт

Производитель хрустальных изделий АО "Оникс" (Узбекистан) увеличивает экспорт продукции и модернизирует цеха. В этом году на предприятии намечено задействовать четыре новых печи, за счет чего расширится ассортимент продукции и появится возможность изготавливать цветной хрусталь. Как сообщают "Новости Узбекистана", в прошедшем году объем экспорта по сравнению с 2005 годом возрос на 50%, темпы общего роста составили 67%. В течение первого квартала нынешнего года здесь было налажено производство еще примерно двадцати видов новых изделий. В настоящее время часть этой продукции экспортируется в Казахстан.

## ЧУГУН В ЭМАЛИ!

Департамент профессиональной посуды ГК "Звезды общепита" и представительство французской фирмы **Staub** провели презентацию посуды французского производителя из эмалированного чугуна. Основное отличие чугунной посуды Staub заключается в том, что эмаль наносится как с внутренней, так и с внешней стороны изделия. С внутренней стороны эмаль более тонкая, более пористая, частицы жира проникают в поры чугуна и создают антипригарное покрытие. Черная эмаль гарантирует наилучшее распределение тепла и равномерное приготовление блюда. Покрытие внутренней поверхности посуды черной эмалью значительно облегчает не только ее использование, но и уход за ней, а также предотвращает пищевое окисление.

По материалам сайта [www.tadviser.ru](http://www.tadviser.ru)



## ИФЗ МЕЖДУ США и Россией

Праздничные декоративные тарелки изготовил Императорский фарфоровый завод по заказу Генерального консульства США в Санкт-Петербурге к 200-летию установления дипломатических отношений между США и Россией. В центре тарелки на выражающем торжественность темно-бордовом фоне размещены парадные портреты российского Императора Александра I и американского президента Томаса Джефферсона, которые два века назад установили дипломатические отношения между нашими странами на уровне посольств. Борт украшает золотой орнамент и надпись на двух языках, посвященная этой исторической дате. На оборотной стороне изделия российский и американский флаги объединяет цифра 200. Декоративные тарелки выпущены ограниченным тиражом 300 экземпляров специально для торжественного приема.

## НОВЫЙ ПАРТНЕР Ростов-Посуды

Фирма "Ростов-Посуда" стала официальным дистрибьютором продукции французской компании DURALEX INTERNATIONAL FRANCE S.A.S. Таким образом, ассортимент фирмы пополнился посудой для сервировки стола из ударопрочного и термостойкого стекла.

## ХРУСТАЛЬНАЯ МЯГКОСТЬ СТЕКЛА

Компания "Русский Проект" представила новинку от ведущего европейского производителя изделий из хрустального стекла **Luigi Bormioli** - серию стаканов Elica. Изделия выполнены в форме песочных часов. Волнообразные грани придают стаканам плавные очертания. Стекло словно оживает, как бы превращаясь в струящийся шелк. Оживленная и гармоничная форма передает ощущение мягкости. При кажущейся хрупкости эти изящные стаканы необычайно прочны. Запатентованная компанией Luigi Bormioli технология повторной термической обработки кромки позволяет добиться той же прочности, что и утолщение края, но дает при этом визуальную легкость изделиям. Изделия устойчивы к механическим и термическим воздействиям, их можно мыть в посудомоечной машине. Стаканы предназначены для крепких спиртных напитков, коктейлей, соков.

## "РЕСТЛАЙН" СТАЛА ОФИЦИАЛЬНЫМ ДИЛЕРОМ КОМПАНИИ RONA

Компания "Рестлайн" стала официальным дилером компании Rona в Санкт-Петербурге и Северо-Западном федеральном округе. Rona (Словакия) является одним из ведущих производителей стеклянной посуды для профессионального использования в гостиницах и ресторанах. Изделия отличаются ударопрочностью, устойчивостью к механическим повреждениям, специальная обработка верхнего края соответствует гигиеническим нормам, возможно использование в посудомоечных машинах.

## "КУБАНЬФАРФОР" ПЕРЕХОДИТ НА ЗАКАЗНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Производитель фарфоровой и фаянсовой посуды завод "Кубаньфарфор" (бывший "Краснодарский фарфорово-фаянсовый завод "Чайка") переходит на методы работы "под заказ". Новый этап в работе завода стал возможным благодаря внедрению единой информационной системы автоматизированного управления производством.

В результате, по данным компании, возросло количество заявок, а объемы выпуска увеличились на 25%. При этом складские запасы уменьшились в два раза и сейчас они равняются недельному объему выпуска, причем 90% продукции, находящейся на складе, уже зарезервировано клиентами. Возможность гибкого анализа спроса помогает заводу делать более актуальные предложения покупателям. В текущем году ассортимент продукции обновился на 30%.

В настоящее время объемы выпуска продукции в компании составляют 5 млн единиц в месяц. Два направления производства - фарфоровое и фаянсовое - обслуживаются десятью цехами, в которых посуда проходит все этапы от формования до декорирования. Ассортимент насчитывает 1500 видов изделий. Штат сотрудников составляет 1400 человек.

По материалам сайта [www.tadviser.ru](http://www.tadviser.ru)

## ЧЕМ РЕЖУТ В ЯПОНИИ?

Японская компания MASAHIRO принадлежит к древнейшей семье оружейников HATTORY, известной своими мечами еще в средние века, и обеспечивает ножами многие поколения японцев. Большая часть ножей MASAHIRO изготавливается в традиционном японском стиле. В настоящее время 80% японцев используют в домашнем хозяйстве ножи MASAHIRO. Ножи имеют одностороннюю или двустороннюю заточку.

Современные технологии в сочетании с многовековым опытом и древним отношением к традиционному японскому искусству создания меча дали удивительный результат, который воплотился в изделиях KASUMI. Уникальное творение японских мастеров - высокоуглеродистая нержавеющая сталь **V-Gold 10** - не имеет западных аналогов. Сталь закалена до 59-60 единиц по шкале Роквелла - идеального показателя, при котором достигается оптимальная острота и твердость лезвия. В обкладке - 32 слоя дамасской стали. Клинки ножей представляют собой пакет, сердцевина которого выполнена из стали VG10 (VGGold №10), обладающей прекрасными режущими свойствами, повышенной прочностью и высокой коррозионной стойкостью. Твердость - 60-61 HRC.

Обкладки из узорчатой нержавеющей дамасской стали, сложенной в 32 видимых слоя и прокованной, придают ножам неповторимый облик.

## PASABANSE НАПРАВИТ 1,5 МЛРД. РУБ. НА РАСШИРЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА

ООО "Посуда" (г. Бор, Нижегородской области, дочернее предприятие компании Pasabahce, которая является подразделением турецкой Sisekam) направит 1,5 млрд. рублей на создание второй очереди производства посуды. Об этом сообщил журналистам генеральный директор предприятия Эрсан Токмак по итогам инвестиционного совета при губернаторе Нижегородской области. Нижегородская область предоставит предприятию налоговые льготы и нефинансовую государственную поддержку инвестиционной деятельности.

ООО "Посуда" планирует построить новый производственный корпус, вторую стекловаренную печь производительностью 120 т стекломассы в сутки, а также установить пять линий по производству готовой посуды. Ввод второй очереди позволит выпускать посуду из декорированного стекла и увеличить ассортимент продукции со 170 до 250 видов. Завершение строительства второй очереди запланировано на январь 2008 года. Срок окупаемости проекта - 5,3 года.

## ЗАПУЩЕНА НОВАЯ ЛИНИЯ

В июле на новом Дновском предприятии **ЗАО "Металлообработывающий завод"** (Псковская область) состоялся запуск линии по производству посуды. Ежемесячный объем продукции сначала составит 50 тыс. изделий, а через несколько месяцев, по предварительным прогнозам, достигнет 100 тыс. экземпляров. Планируемый ассортимент - алюминиевая посуда с антипригарным и полимеркерамическим покрытием.

## АЛЮМИНИЮ России - 75 лет!

В 1932 году на Волховском заводе был получен первый алюминий. К юбилейной дате (75 лет) достигнут феноменальный результат: создана крупнейшая в мире Объединенная компания "Российский алюминий". На ее долю приходится около 12,5% мирового рынка алюминия и 16% глинозема. В компании работает 100 тыс. человек. Ее предприятия действуют в 17 странах мира на 5 континентах! Благодаря объединению решается основная проблема алюминиевой промышленности - дефицит необходимого сырья. Объем производства Объединенной компании составит около 4 млн. т алюминия и 11 млн. т глинозема в год, сообщает "Восточно-сибирская правда".

## ЛЮДМИЛА ПУТИНА и Villeroy & Boch

В рамках программы государственного визита Владимира Путина в Люксембург супруга президента РФ Людмила Путина посетила предприятие Villeroy & Boch. В сопровождении Николая-Люка Виллеруа, прямого потомка одного из основателей компании, главы подразделения по производству и продвижению посуды Villeroy & Boch, а также Чарльза-Антуана де Тю, руководителя департамента по экспорту, первая леди России получила полную картину о производстве посуды из фарфора, которая востребована и в России. Александр Казарновский, эксклюзивный представитель Villeroy & Boch в России, прибывший на предприятие в связи с визитом супруги президента, сопровождал делегацию во время посещения производства, сообщает KMNNews.

## ВЛАДИВОСТОК ГОТОВИТСЯ К ФЕСТИВАЛЮ

Команды официантов теперь из дальневосточных кафе, кофеен, клубов, баров и ресторанов будут состязаться в умении сервировки стола по заданной теме, а также покажут класс в фигурном сворачивании салфеток на скорость и креативность. До сих пор такие чемпионаты проводились только в Москве (в них принимали участие и владивостокские кулинары). Приморский кулинарный фестиваль первым принимает эстафету по организации соревнований в области сервисного обслуживания.

По материалам сайта [www.pir.ru](http://www.pir.ru)

# УЧИТЬСЯ НИКОГДА НЕ ПОЗДНО!

**ШКОЛА УПРАВЛЯЮЩИХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА НА ВЫСТАВКЕ "ПИР. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА"**

**Уровень работы предприятия питания напрямую зависит от степени подготовки его персонала. Для российских профессионалов ресторанного сектора международная выставка "ПИР. Индустрия гостеприимства" предлагает специальную образовательную программу мероприятий - Школу управляющих ресторанного бизнеса.**

Уникальной возможностью обмена опытом, обсуждения актуальных вопросов ресторанной отрасли, общения не только со специалистами индустрии питания, но и с профессионалами по различным направлениям смогут воспользоваться более тысячи слушателей со всей России и СНГ.

Вопросам подбора и экспресс-оценки персонала, эффективности мотивации, технологиям управления временным персоналом будет посвящена конференция "Подбор персонала в российской индустрии гостеприимства".

Докладчики семинаров планируют уделить внимание темам нормативной базы ресторанов, брендингу, маркетинговым исследованиям, управлению продажами, производственному контролю, рабочей атмосфере, раскрытию внутренних ресурсов руководителей.

Мероприятия готовятся при участии и абсолютных знатоков ресторанного бизнеса, и профессионалов в других областях - руководителей ведущих российских и международных компаний, среди которых Роспотребнадзор, ОАО Минресурсэкспертиза, Национальная ассоциация дезинфекционистов, Федерация Рестораторов и Отельеров, Ассоциация Консультантов по Подбору Персонала, Ассоциация немецких рестораторов и отельеров федеральной земли Штутгарт/Баден-Вюртемберг и другие.

Школа управляющих ресторанного бизнеса будет организована в рамках Десятой Международной выставки "ПИР. Индустрия гостеприимства", которая пройдет в Москве в выставочном комплексе "Крокус Экспо" 3-6 октября 2007 г.

[www.pir.ru](http://www.pir.ru)



ГРУППА КОМПАНИЙ  
"ИИС-ПОСУДА"

## НОВОГОДНЯЯ

## КОЛЛЕКЦИЯ ТОВАРОВ

Группа Компаний "ИИС-Посуда" представляет широкий ассортиментный ряд новогодних товаров

[www.iisposuda.ru](http://www.iisposuda.ru)



от 25 руб.

Москва: +7 495 363-34-18  
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86  
Казань: +7 843 278-73-49  
Краснодар: +7 861 210-14-70  
Екатеринбург: +7 343 212-48-08

Нижний Новгород: +7 8312 57-67-18  
Уфа: +7 3472 42-79-61  
Воронеж: +7 4732 39-20-93  
Ростов-на-Дону: +7 8632 55-85-41  
Ставрополь: +7 8652 56-13-90

Тюмень: +7 3452 48-31-33  
Пермь: +7 342 220-19-86  
Новосибирск: +7 383 342-14-88  
Челябинск: +7 351 721-06-53  
Волгоград: +7 8442 41-76-81

# ЛУЧШИЕ СПОСОБЫ ПРИГОТОВЛЕНИЯ ХОЛОДНОГО КОФЕ

Заварной холодный кофе - лучшее, чем можно насладиться в жаркое время года. Для этого достаточно использовать french press BODUM. В Японии и США этот напиток популярен уже давно, а вот в Европе едва знаком.



В Японии заварной холодный кофе известен очень давно, но вот метод его приготовления требует большого внимания и занимает много времени: от 8 до 12 часов (вода пропускается через мелкоячеистый фильтр).

В газете The New York Times от 27 июня 2007, тогда был опубликован метод приготовления холодного кофе при

помощи сита или мелкопористой ткани. Приготовление холодного кофе в кофейнике BODUM существенно упрощает этот процесс, так как система french press, находящаяся в каждом кофейнике, имеет сито-фильтр. Благодаря большой поверхности контакта в колбе между кофе и водой, в напитке присутствуют все ценные ароматические вещества. Система french press, состоящая из поршня и сито-фильтра, отделяет гущу от самого напитка чисто и эффективно!

## Что отличает горячий и холодный заварной кофе?

Вкус горячего заварного кофе всем нам очень хорошо знаком, холодный заварной кофе теряет привкус горечи и обретает более мягкий вкус - хорошие кофейные смеси не нуждаются в добавлении сахара или молока и могут источать аромат шоколада или карамели!

## Как приготовить холодный кофе-гляссе?

Приготовление кофе с кофейником BODUM очень просто и удобно. Насыпьте в кофейник кофе грубого помола (из расчета одна мерная ложка BODUM - 7 г - на одну чашку). Залейте кофе холодной кипяченой водой и оставьте на ночь. На следующий день медленно опустите поршень с крышкой вниз. Разлейте холодный кофе по кружкам или же стаканам, добавьте кубики льда, молоко, сахар или сироп.

## И еще один совет

Для того чтобы в следующий раз, когда вы снова захотите приготовить этот напиток, еще больше наслаждаться освежающим вкусом кофе, заморозьте воду с остатками кофейной гущи.

## КОФЕЙНИКИ BODUM®

Кофейники BODUM - лучшее, что можно использовать для приготовления кофе! Колбы кофейников сделаны из жаростойкого боросиликатного стекла. Все части кофейника можно мыть в посудомоечной машине, включая стеклянную колбу, так как боросиликатное стекло не мутнеет даже после большого количества циклов мойки.



## ДОРОЖНАЯ КРУЖКА С СИСТЕМОЙ FRENCH PRESS

Нет желания пить утром горячий кофе? Тогда накануне вечером засыпьте в кружку кофе среднего помола и залейте холодной кипяченой водой и оставьте на ночь. Утром опустите поршень вниз, добавьте по вкусу сахар, молоко или сироп - и ваш кофе в дорогу готов!



## ЛИНИЯ БОКАЛОВ ИЗ ДВУСТЕННОГО СТЕКЛА BODUM®

Линии бокалов из двустенного стекла имеют гораздо больше преимуществ, чем обычные бокалы: эффект изоляции сохраняет температуру напитка гораздо дольше. На стенках не образуется водный конденсат, вы не обжигаете пальцы, так как внешние стенки бокалов не нагреваются. Предназначены такие бокалы для подачи горячих и холодных напитков. Выполнены они из жаростойкого боросиликатного стекла и пригодны для мытья в посудомоечной машине.



**bodum®**

[www.bodum.com.ru](http://www.bodum.com.ru) Москва, тел.: (495) 225-25-96; Санкт-Петербург, тел.: (812) 334-96-34



## ВТОРОЙ МЕТРО в Нижнем

Второй торговый комплекс Metro cash & carry общей площадью 10,5 тыс. кв. м планируется открыть в середине августа 2007 года в Нижнем Новгороде. Инвестиции в строительство второго центра составили 18 млн. евро. Первый нижегородский торговый центр Metro был открыт в июле 2005 года, сообщает "НТА-Приволжье".

## "ИИС-ПОСУДА" расширяет "Привал"

Торговая марка "Привал" расширила свой ассортимент посуды из нержавеющей стали. Изделия отличаются удобством и неприхотливостью в обиходе. В ассортименте представлены дорожные наборы, состоящие из тарелки, миски, кружки и столовых приборов; термосы объемом 750 и 1000 мл для хранения холодных и горячих напитков в туристических условиях; кружки с двойными стенками. Для крепких напитков предусмотрены наборы, состоящие из фляжки и 6 стопок с чехлом для хранения. Дорожная кружка со специальной крышкой и клапаном позволит пить напитки, даже находясь в движении.

## "БОГЕМИЯ ПЛЮС" открывает новые магазины

В июне компания "Богемия плюс" открыла сразу два фирменных салона классической посуды VONEMIA в Саратове и один магазин в городе Волжском (Волгоградская область). Как и во всех магазинах сети, здесь представлены лучшие коллекции классической посуды, знаменитое богемское стекло и хрусталь, изящный фарфор и предметы интерьера.

## ИКЕА В СОЧИ

Шведская ИКЕА намеревается построить торговый комплекс в Сочи, где в 2014 году пройдут зимние Олимпийские игры, заявил директор объединенной дирекции федеральной целевой программы "Развитие Сочи как горноклиматического курорта (2006-2014 годы)" Владимир Афанасенков. По его словам, ИКЕА попросила Минэкономразвития РФ, в ведении которого находится дирекция программы, выделить в Сочи землю под строительство комплекса ИКЕА+ "Мега", аналогичного уже функционирующим в Москве.

По материалам сайта [www.retail.ru](http://www.retail.ru)

## БАРБАРА БЕРРИ "ПОРОДИЛА" НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ



Компания "ГенЛекс" представила новую коллекцию посуды Wedgwood, созданную известным дизайнером Барбарой Берри (Barbara Barry). Коллекция включает три праздничных и два повседневных дизайна изделий из костяного фарфора, три комплекта хрустальных бокалов, предметы для бара, подарки, а также коллекцию серебряных подарков и аксессуаров. Стиль Барбары Берри, строгий и благородный, обусловлен элегантностью форм и простотой линий.

Дизайнер интерьеров, завоевавший множество наград, она создала интерьеры домов многих известных американских семей и офисы для ведущих компаний страны. Ее дизайнерские работы для роскошных отелей и розничных магазинов - международные по своему масштабу и утонченные по характеру.

## В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ОТКРЫЛАСЬ "ЛЕНТА"

В Санкт-Петербурге открылся новый торговый комплекс компании "Лента". Магазин расположился на пересечении улиц Хасанская и Белорусская. Его общая площадь составила 9 тыс. кв.м, а торговый ассортимент - около 13 тыс. товарных наименований продовольственных и непродовольственных товаров. В комплексе также размещены магазины и салоны по оказанию различных услуг. Кроме того, "Лента" в очередной раз представила покупателям продукты собственного производства. Для компании магазин стал уже четырнадцатым в городе. Парковка у торгового центра вмещает до 720 автомобилей. Что касается организации торгового пространства и наличия дополнительных сервисов, то новый магазин полностью соответствует уже функционирующим в Санкт-Петербурге торговым объектам "Ленты".

## ФЛОРАНС ОТ ТОП СТИЛЬ ГРУПП



Широкий подарочный ассортимент компании "Топ Стиль Групп" пополнился в сентябре новой коллекцией статуэток "Флоранс". Коллекция разработана знаменитым английским дизайнером Annie Rowe (Анна Роу) и включает в себя большое количество белых и цветных статуэток на подставке из натурального дерева.

Изящные фигурки девушек в классических вечерних нарядах выполнены из полистоуна, материала позволяющего художникам выписывать все мельчайшие детали в процессе ручной раскраски изделия. Кроме того изделия из полистоуна отличаются демократичными ценами. Производителем новинок является английская компания Lesser & Pavey - торговая марка Leonardo Collection.

## О РЕТЕЙЛЕ В РФ

Оборот розничной торговли в России в январе-июне 2007 года вырос на 14,2% против 12,3% в январе-июне 2006 года. Такие данные приводятся в мониторинге Минэкономразвития РФ.

Значительному росту объема оборота розничной торговли в рассматриваемом периоде способствовало замедление темпов роста цен на потребительские товары: 4,3% против 5,0% за аналогичный период прошлого года. При этом продовольственные товары подорожали на 6,1% (7% - цифра прошлого года), непродовольственные товары - на 2,2% (2,3% годом ранее).

На общее удорожание продовольственных товаров наибольшее влияние оказал прирост цен на плодоовощную продукцию - на 38,6%, крупы и бобовые - на 7,3%, хлеб и хлебобулочные изделия - на 4,7%. В группе непродовольственных товаров росли цены на строительные материалы, трикотажные изделия, ткани, одежду и белье, табачные изделия.

По материалам сайта [www.retail.ru](http://www.retail.ru)

## ПРИБЫЛЬ "МАГНИТА" СНИЗИЛАСЬ

Чистая прибыль ОАО "Магнит" в I полугодии 2007 года снизилась в 6.54 раза (с 17.81 млн руб. до 2.72 млн руб.) по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Об этом говорится в сообщении компании.

Чистый убыток "Магнита" во II квартале 2007 года составил 3.3 млн руб. против чистой прибыли в 6.02 млн руб. за I квартал того же года.

Причина появления убытка - увеличение управленческих расходов в связи с проведением аудита финансово-хозяйственной деятельности за 2006 год.

Торговая сеть "Магнит", созданная в 2000 году, занимается розничной торговлей продуктов питания через сеть одноименных магазинов. В настоящее время она насчитывает 2009 магазинов в формате "дискаунтер", расположенных преимущественно в Южном, Центральном и Приволжском федеральных округах. Компания управляет собственной логистической системой, включающей 6 дистрибуционных центров, и автопарком, состоящим из 730 автомобилей.

По материалам сайта [www.retail.ru](http://www.retail.ru)

# SOGA

JAPAN

стеклянная декорированная посуда из Японии

Изящество

Оригинальность

Долговечность



ГРУППА КОМПАНИЙ  
ИИС-ПОСУДА

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ [www.iisposuda.ru](http://www.iisposuda.ru)

Москва: +7 495 363-34-18  
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86  
Казань: +7 843 278-73-49  
Краснодар: +7 861 210-11-70  
Екатеринбург: +7 343 212-48-08

Нижний Новгород: +7 8312 57-67-48  
Уфа: +7 3472 42-79-61  
Воронеж: +7 4732 39-20-93  
Ростов-на-Дону: +7 8632 55-85-11  
Ставрополь: +7 8652 56-13-90

Тюмень: +7 3452 48-31-33  
Пермь: +7 342 220-19-86  
Новосибирск: +7 383 342-14-88  
Челябинск: +7 351 721-06-53  
Волгоград: +7 8442 41-76-81

## PROSHEF от "ДОМЙЕС"

Компания "ДОМЙЕС" более 10 лет специализируется на продаже эксклюзивной и высококачественной посуды из Бразилии, Португалии и Китая, в том числе ножей и столовых приборов. Сегодня компания рада предложить новую ассортиментную группу: ножи и столовые приборы собственного бренда PROSHEF. Каждое изделие проходит строгий контроль представителями компании на фабрике. Весь ассортимент товара сертифицирован и соответствует нормам ГОСТа и требованиям российского законодательства. А главное - новинки под торговой маркой PROSHEF, сохранив традиции и качество, порадуют наших покупателей очень демократичными ценами!



## "ИМПАКТ" ПЕРЕЕХАЛ в новый офис

Десятого июля 2007 года компания "Импакт Богемия Трейдинг" переехала в новый офис по адресу:

Москва, ул. Вельяминовская, д.9, корп.1 (рядом со станцией метро "Семеновская"), вход с улицы Ткацкая через магазин "Марка".

Для удобства клиентов под одной крышей теперь находятся и оптовый отдел по работе с розничными клиентами "Импакт" (опт retail), и департамент снабжения ресторанов "Импакт" (ДСР). Здесь же, рядом, находится розничный магазин "Марка", также открытый под патронажем компании "Импакт".

Изюминкой нового офиса "Импакт", безусловно, стала роскошная выставка образцов. Здесь удивительно светло и просторно. Посуда выставлена на новых стеллажах, изготовленных по специальному заказу. Выбирать посуду в таких условиях - одно удовольствие!

**Телефон, адрес в сети Internet и e-mail компании "Импакт Богемия Трейдинг" остались прежними:**  
**(495) 744-00-50**  
**www.impact.ru**

**Департамент оптовых продаж:**  
**e-mail: info@impact.ru**

**Департамент снабжения ресторанов:**  
**e-mail: restoran@impact.ru**

## КУШАТЬ ПОДАНО! СОРЕВНОВАНИЯ ДЛЯ ОФИЦИАНТОВ "ЛУЧШЕЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ-2007"

Повысить уровень мастерства специалистов в области сервиса предлагают соревнования для официантов "Лучшее обслуживание-2007", которые традиционно пройдут в рамках чемпионата России по кулинарии и сервису 3-6 октября 2007 года в Москве в "Крокус Экспо".

Команды участников, состоящие из двух официантов, будут соревноваться в складывании салфеток, в сервировке тематического стола и обслуживании предполагаемых клиентов.

Сегодня для качественной работы ресторана уже явно недостаточно правильно подобрать его месторасположение, создать изысканный интерьер и спланировать ассортимент блюд. Зачастую выигрышной стороной заведения становится уровень сервиса, предлагаемого в нем: приветливое и внимательное отношение к гостю создает неповторимую теплую атмосферу ресторана.

Участие в подобных соревнованиях не только стимулирует развитие творческого потенциала персонала и способствует обмену профессиональным опытом, но и является эффективной составляющей успешного имиджа ресторанов и их владельцев.

В чемпионате России по кулинарии и сервису, который является самостоятельной частью Международного Кремлевского кулинарного кубка, принимают участие только российские специалисты предприятий питания. Мероприятие будет проходить 3-6 октября 2007 года в Москве в крупнейшем выставочном центре "Крокус Экспо" в рамках Десятой международной выставки "ПИР. Индустрия гостеприимства". Организаторы: Информационный проект "ПИР", Федерация рестораторов и отельеров, Центр кулинарного мастерства "Эксклюзив".

**Подробности на сайте [www.pir.ru](http://www.pir.ru) и [www.cookchamp.ru](http://www.cookchamp.ru)**

## STEELITE ОТ "КОМПЛЕКС-БАРА"

Прочность и долговечность керамической посуды определяется составом глиняной массы. Входящий в ее состав оксид алюминия способствует наилучшему соединению частиц глиняной массы на молекулярном уровне.

Steelite - это высокое качество, повышенная прочность и долговечность, новые дизайнерские решения и формы, современные технологии.

Благодаря эксклюзивной технологии, вся посуда Steelite проходит специальную обработку, предохраняющую ее от образования сколов и трещин по краю. Фабрикой дается пятилетняя гарантия на изделия. Нужно отметить специальный состав глазури, покрывающей не только рабочую поверхность посуды, но и тыльную ее сторону, а также то, что в отличие от других производителей посуда Steelite обжигается полностью, включая дно. Таким образом, она пригодна к интенсивному использованию.

Модельный ряд включает изделия разных ценовых категорий, поэтому посуда подойдет как для дорогих ресторанов с изысканной кухней и высокими требованиями к сервировке, так и для недорогих, демократичных заведений.

Крупнейшая в Восточной Европе  
Международная Специализированная Выставка

# ПОДАРКИ 2007

Международные Специализированные Салоны:

**ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ**

**ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, НОВОГОДНЯЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ**

**ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА**

**БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ**

**БИЖУТЕРИЯ И АКСЕССУАРЫ**

**ВСЕГДА МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ**



## ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007

25 - 28 Сентября 2007 г.

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



В рамках выставки «ПОДАРКИ. Осень 2007»  
25 – 28 сентября 2007 года  
в Центральном Выставочном Зале МАНЕЖ  
пройдет инновационная маркетинговая программа  
Совета по развитию торговли Гонконга

## ПОДАРКИ. ВЕСНА 2008

24-27 марта, 2008 г.

Россия, Москва, Центральный Выставочный Зал МАНЕЖ



На правах рекламы

**ООО «Подарки Экспо»**

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

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

E-mail: [expo@gifts-expo.com](mailto:expo@gifts-expo.com) [www.gifts-expo.com](http://www.gifts-expo.com)



## ВЫСТАВКА НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— новая бизнес-площадка в PR-пространстве рынка посуды и хозяйственных товаров.



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— инновационная программа привлечения ключевых клиентов, охватывающая все регионы России, СНГ и стран Восточной Европы.



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— место концентрации бизнес-среды, представителей которых объединяет единая цель — поиск партнеров.



**HOUSEHOLD EXPO**  
ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

— идеальная возможность для встречи производителей, поставщиков и закупщиков посуды и хозяйственных товаров.

Организатор: МОККА Экспо Групп  
тел./факс: + 7 (495) 787-29-08, [www.hhexpo.ru](http://www.hhexpo.ru)

DELICIOUS



## ОТОЖМИСЬ С НЕСМАС!

В ассортименте компании "Деловая Русь" представлена новинка производителя Несмас (Китай) - соковыжималка для цитрусовых. Электрическая соковыжималка с автоматической подачей оснащена предохранительными системами для предупреждения перегрева или переполнения машины. В зависимости от модели производительность от 14 до 25 шт./мин, загрузка - 5 - 9 кг, калибр - 40-80 мм. Широкий модельный ряд позволяет выбрать наиболее удачный для вашего кафе, бара или супермаркета вариант.

Идеальное соотношение цены и качества - отличительная черта оборудования компании Несмас



# Seltmann Weiden

## элита фарфоровой продукции

**Немецкая группа компаний Seltmann Weiden, специализирующаяся на производстве посуды и предметов интерьера из фарфора, по всему миру славится высочайшим качеством, вековыми традициями и уникальными современными разработками.**

Основанная в 1910 году фабрика фарфора Seltmann изначально ориентировалась на выпуск элитной продукции. А благодаря приобретению предприятия **Koniglich Porzellanfabrik Tettau** в 1957 году фирма Seltmann расширила ассортимент производимых высококачественных товаров, получила статус группы компаний и переняла более чем двухсотлетний опыт первого предприятия в Баварии по изготовлению фарфора. Привилегированная фарфоровая мануфактура **Koniglich Tettau** была основана в 1794 году с подачи всемирно известного исследователя Александра Гумбольдта и прусского короля Фридриха Вильгельма II.

На сегодняшний день около 1250 сотрудников создают изысканный фарфор для гостиниц, ресторанного бизнеса и домашнего хозяйства на шести заводах группы компаний Seltmann Weiden. Марка Seltmann известна и производством особенно ценных роскошных подарков и утонченных фигурок из фарфора. Все коллекции продукции Seltmann полностью разрабатываются и изготавливаются на территории Германии.

Каким образом на каждом этапе производства фарфора Seltmann Weiden достигаются

высокие стандарты качества, не является больше секретом для заинтересованной публики. Желая показать в полном объеме исключительное искусство настоящих мастеров фарфора, Seltmann решила сделать из перешедшей в начале девяностых годов под контроль компании "Seltmann Weiden" самой первой в Европе мануфактуры, изготавливающей фарфор для интерьера, Aeltester Volkstedter Porzellanmanufaktur (основана в 1762г.- прим.ред.) так называемую "стеклянную мануфактуру". С переносом всего производства в одно помещение посетители фабрики получили возможность увидеть, как работают специалисты фарфорового ремесла и как создаются настоящие шедевры. А в недавно построенном новом здании музея на примере образцов изделий, моделей, форм и исторических документов можно узнать и о становлении и развитии мануфактур.

Славная история и исключительное качество фарфоровой продукции, произведенной в Германии, - это еще не все, чем славится Seltmann Weiden. Группа компаний обладает секретом большого спектра собственных разработок: от изготовления фарфора на одной из самых современных фабрик в Европе с помощью высоких технологий до уникального искусного художественного мастерства.

Представительство  
компании  
**Seltmann Weiden**  
на территории РФ,  
Тел.: +7(985)764-22-26





Königlich Tettau

Реклама Товар сертифицирован



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  
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 «Посудный Двор», г. Казань, ул. Чистопольская, 20/2  
Салон «Вальс» г. Пермь, ул. Героев Хасана, 46. ТК «Речник»



**Немецкий фарфор Rosenthal не нуждается в представлении. Его имя ассоциируется с высоким стилем, классическим и инновационным дизайном и превосходным качеством. Благодаря этим и другим достоинствам фарфор этого бренда приобрел поклонников не только в Германии, но и во всем мире, в частности, в России. Однако если в русских домах Rosenthal уже в достаточной мере представлен, то рестораны и гостиницы в нашей стране еще не так близко знакомы с этим чудом немецкой фарфоровой промышленности.**

В Германии профессиональный фарфор Rosenthal очень распространен. Там его можно без труда встретить во многих гостиницах и ресторанах класса люкс. Достаточно перечислить имена таких легендарных элитных гостиниц, как Hilton, Radisson, Ritz, где фарфор Rosenthal занимает почетное место, чтобы понять: этот профессиональный фарфор - для очень уважаемых заведений. Фарфор Rosenthal поставлялся также для авиакомпании Lufthansa.

В России профессиональный фарфор Rosenthal не был так популярен до последнего времени. Акценты в профессиональном посудном бизнесе делались на других брендах, часто достойных, но не заменяющих собой Rosenthal. А жаль. Русские оказались лишены одной из прекрасных традиций немецкого фарфора для профессионалов.

Одно из первых серьезных признаний у русской публики фарфор Rosenthal получил на Венском балу в Москве два года назад, когда столы были сервированы классической серией "Monbijou". Тогда участ-

  
**Rosenthal**

## **Профессиональный фарфор, который должны знать в России**

ники бала очень высоко оценили фарфор, появилось много предложений и заказов от рестораторов. Еще одной вехой стало укомплектование нового элитного отеля Ritz в Москве фарфором Rosenthal.

Преимущество этого бренда в том, что в нем представлены как классические дизайны - Rosenthal Classic, так и инновационные - Rosenthal Studio Line и Thomas. В целом нужно не забывать, что бренд Rosenthal ориентирован на работу с лучшими дизайнерами Европы и Америки. На этот бренд, начиная с 50-х гг. XX века, работали более 50 художников и дизайнеров.

Концепция Rosenthal состоит в том, чтобы между коллекциями домашнего фарфора и фарфора для гостиниц и ресторанов не было принципиальной разницы в дизайне. Разумеется, профессиональный фарфор плотнее и соответствует всем самым высоким требованиям к профессиональной посуде. Но почти все дизайны, которые предназначены для домашнего использования, можно перенести на стол ресторана.

Это и уже упоминавшаяся классическая коллекция "Monbijou", и современная "Trend", и предназначенная для ориентальной кухни коллекция "Free Spirit". Модные ныне квадратные тарелки - в коллекции "Loft", индийские мотивы по краям белоснежной посуды - в серии с говорящим названием "Taj Mahal".

В середине октября 2007 года в Новинском пассаже в Москве пройдет TrendShow - акция популяризации марки Rosenthal Studio Line, где можно будет ближе познакомиться с фарфором Rosenthal и сделать свой профессиональный выбор.

**"Фея домашнего очага"**  
**Москва, Ленинградский проспект, 80**  
**ТД "Бауклотц"**  
**Тел.: (495) 943-92-87**

**Rosenthal Studio Haus**  
**Москва, Новинский бульвар, 31**  
**ТЦ "Новинский пассаж"**  
**Тел.: (495) 543-93-50**



  
*Rosenthal*

## Эксклюзивная посуда и аксессуары для сервировки стола



Rosenthal Studio Haus  
Москва, Новинский б-р, 31  
ТДЦ "Новинский Пассаж"  
Тел. (495) 543-9350

Rosenthal Boutique  
Москва, Кожевническая ул. 7  
ТЦ "Громада"  
Тел. (495) 937-7475 (доб. 125)

Фея Домашнего Очага  
Москва, Ленинградский пр-т, 80  
ТД "Бауклотц"  
Тел. (495) 943-9287

Для корпоративных клиентов  
Тел. (495) 943-9287  
e-mail: [rosenthal@bauklotz.ru](mailto:rosenthal@bauklotz.ru)

**Rosenthal. "Free Spirit Stars". Фарфор, покрытие - платина**



# Швейцарцы называют это удивительным новшеством. Вы назовете это совершенством.



**Swiss Diamond®** – уникальная швейцарская посуда с революционными характеристиками. Секрет непревзойденных свойств этой посуды, пользующейся огромной популярностью в более чем 30 странах мира, заключается в сочетании непригорающего нанокompозита и настоящих алмазных кристаллов. Кристаллы алмаза - самого прочного материала на земле (рис. 1) - формируют на поверхности

преимущества продукции **Swiss Diamond®**!

Благодаря абсолютно плоскому основанию Вы можете использовать эту посуду на керамической, электрической и индукционной конфорках, на газовом огне. Ее можно ставить в духовку, разогретую до температуры 260° С, а также мыть в посудомоечной машине.

Под маркой **Swiss Diamond®** производится широкий спектр антипригарной кухонной посуды с выплавленным под давлением алюминиевым корпусом – от сковородок для приготовления завтраков и квадратных грилей с рифленой поверхностью до сотейников и кастрюль с термостойкой стеклянной крышкой. Технология и формула покрытия запатентованы и награждены золотой медалью на международной выставке изобретений в Женеве.

### ПОВЫШЕННАЯ ПРОЧНОСТЬ

Алмаз – самый прочный материал, известный человечеству.

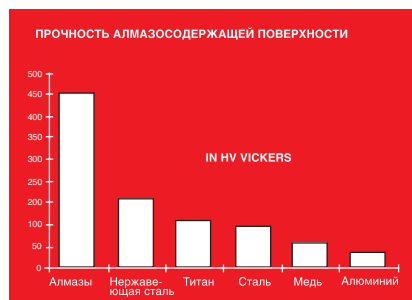


рис.1

посуды **Swiss Diamond®** защитный панцирь, который придает неразрушимые свойства антипригарному покрытию. При этом исключены отслаивания поверхности, трещины и вздутия. Посуда допускает использование неострых металлических приборов. Идеальное и мгновенное распределение тепла (алмаз – лучший теплопроводник, (рис.2), сверхпрочность, совершенная форма, пожизненная гарантия – это еще не все

Элитная посуда **Swiss Diamond®** – продукт технологий XXI века!

### ИДЕАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕПЛА

Теплопроводность алмазов в 4 раза выше теплопроводности меди.

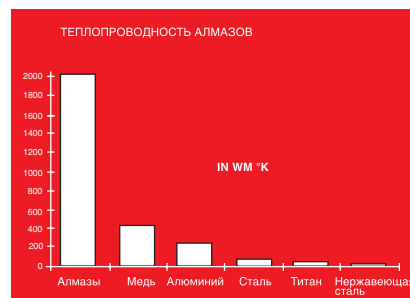


рис.2

# Швейцарский Бриллиант На Вашей Кухне



Алмазный нанокompозит – наиболее прочное и долговечное антипригарное покрытие в мире



Толстое алюминиевое дно абсолютно не подвержено температурной деформации



Подходит для всех типов плит и посудомоечных машин



## Swiss Diamond®

Посуда с алмазным антипригарным покрытием



[www.swissdiamond.com](http://www.swissdiamond.com)

Приглашаем к сотрудничеству региональных дилеров. Тел. +7 (495) 755-9913, [swissdiamond@alextrade.ru](mailto:swissdiamond@alextrade.ru)

# international home +house wares show 2008

Расширьте границы ваших возможностей и бизнеса

Почерпните новые идеи у ведущих производителей  
и поставщиков товаров для дома

- ⊕ 2 100 экспонентов из 40 стран мира
- ⊕ 60 000 профессиональных участников из 100 стран

16-18 Марта, Чикаго, США



hi. **s** style.

Бесплатная онлайн регистрация:

Посетители: [www.housewares.org/attend](http://www.housewares.org/attend)

Экспоненты: [www.housewares.org/exhibit](http://www.housewares.org/exhibit)



# bamix

элитная марка  
погружных блендеров  
швейцарского производства

**bamix**<sup>®</sup>  
of Switzerland

Компания ESGE AG (Швейцария, Меттлен, [www.bamix.com](http://www.bamix.com)) производит погружные блендеры под маркой **bamix** более 50 лет.

Блендер **bamix** - на 100% швейцарский, а потому надежный и необыкновенно удобный прибор, выигравший в 2006 году тест Общества потребителей Австралии в номинации "Удобство использования".

Специальная насадка SliceSy превращает некоторые модели блендеров **bamix** в мини-комбайн, позволяющий шинковать, нарезать, натирать, рубить и измельчать небольшие объемы продуктов.

**Bamix** - идеальный партнер для творчества на кухне!

Приглашаем к сотрудничеству региональных дилеров.

Эксклюзивный дистрибьютор:

+7 (495) 755-99-13

[bamix@alextrade.ru](mailto:bamix@alextrade.ru)

[www.bamix.ru](http://www.bamix.ru)



## Imperial совместно с центром DMU

Британским офисом компании

была разработана и запатентована новая эргономичная ручка для посуды arc 42.

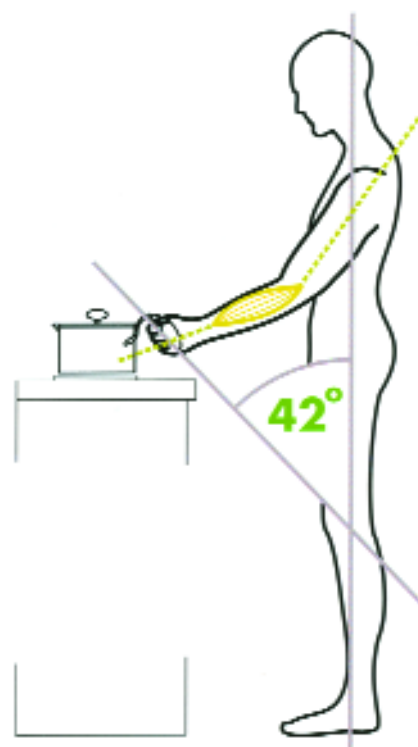
Замена металлического корпуса на пластиковый, позволила снизить себестоимость продукции.

А инновационная форма ручки сделала продукцию еще более привлекательным для потребителя



### Новая система от arc 42:

Благодаря специальному покрытию не скользит в руках  
Мышцы остаются расслабленными независимо от веса кастрюли  
Максимальный комфорт в процессе приготовления пищи





1	2-я Международная специализированная выставка "Бизнес-сувениры и подарки - 2007"	04.09.07 06.09.07	Санкт-Петербург	РАППС	Товары народного потребления
2	5-я Межрегиональная выставка-ярмарка "Гусевское стекло - 2007"	05.09.07 07.09.07	Гусь-Хрустальный	Торгово-промышленная палата Владимирской области	Посуда из стекла
3	Выставка посуды TableWare 2007	06.09.07 08.09.07	Киев	"Парус" Экспо Медиа	Посуда, аксессуары
4	"Mascef - сентябрь 2007"	07.09.07 10.09.07	Милан (Италия)	Фьера Милано	Товары для дома
5	Маргаритинская ярмарка - 2007	12.09.07 15.09.07	Архангельск	Архангельская торгово-промышленная палата	Товары народного потребления
6	"Южное гостеприимство - 2007"	13.09.07 15.09.07	Кисловодск	РОСТЭКС	Товары народного потребления, Мебель, офисное и торговое оборудование
7	"Ресторан. Бар. Гостиница. Магазин. Склад. Логистика. Индустрия чистоты"	18.09.07 20.09.07	Челябинск	Выставочный центр "Восточные Ворота"	Оборудование для предприятий общественного питания и гостиничного хозяйства; посуда, кухонный инвентарь, предметы сервировки, декор, аксессуары
8	5-я Межрегиональная универсальная выставка-ярмарка "Забайкальская осень - 2007"	19.09.07 21.09.07	Чита	Выставочный центр "Забайкальский"	Товары народного потребления
9	5-я Межрегиональная выставка "Ресторан. Бар. Гостиница - 2007"	19.09.07 21.09.07	Челябинск	ВЦ "Восточные Ворота"	Товары народного потребления; мебель, офисное и торговое оборудование
10	Универсальная выставка-ярмарка "Осенняя ярмарка - 2007"	20.09.07 22.09.07	Тверь	Экспо Тверь	Товары народного потребления
11	National Wedding - 2007	20.09.07 22.09.07	Баку	Iteca Caspian LLC	Товары народного потребления; сервировка стола: столовые наборы, хрусталь, фарфор, стекло подарки
12	Выставка-ярмарка "Фарфор, керамика, стекло - 2007"	25.09.07 28.09.07	Красноярск	"Красноярская Ярмарка"	Товары народного потребления; мебель, офисное и торговое оборудование; посуда, керамика, изделия из стекла и фарфора
13	Международный специализированный салон "Посуда и декор стола. Осень - 2007"	25.09.07 28.09.07	Москва	ООО "Подарки Экспо"	Товары народного потребления
14	3-я Специализированная выставка "Все для гостинично-ресторанного бизнеса - 2007"	27.09.07 29.09.07	Калининград	Балтик-Экспо	Товары народного потребления; мебель, офисное и торговое оборудование
15	"МЕДВИН: Салон декора и подарков - 2007"	27.09.07 29.09.07	Киев	Украинская выставочная компания "Медвин"	Товары народного потребления; подарки и сувениры для оформления интерьера; интерьерные аксессуары, репродукции картин, зеркала, багеты, рамы; декоративные изделия из керамики, стекла, фарфора и металла
16	Выставка "Посудная лавка Сибири"	02.10.07 05.10.07	Новосибирск	"Сибирская ярмарка"	Товары для дома, предметы интерьера, посуда, бытовая техника
17	"ПИР. Индустрия гостеприимства"	03.10.07 06.10.07	Москва	"ПИР Групп"	Оборудование, инвентарь и технологии для предприятий питания
18	5-я Межрегиональная выставка-ярмарка "Гусевское стекло - 2007"	03.10.07 04.10.07	Гусь-Хрустальный	ТПП Владимирской области	Сортовое, техническое и художественное стекло; оборудование, компоненты и технологии стекольного производства; стеклотара
19	4-я Специализированная выставка "Все для дома - 2007"	04.10.07 06.10.07	Саратов	ВЦ "Софит-Экспо"	Товары народного потребления



20	"ХозТовары - 2007"	09.10.07 12.10.07	Санкт-Петербург	FarExpo	Товары народного потребления
21	Специализированная выставка посуды "Стекло. Керамика. Фарфор - 2007"	09.10.07 12.10.07	Санкт-Петербург	FarExpo	Товары народного потребления
22	Международная выставка декора и подарков Decor & Gifts - 2007	10.10.07 13.10.07	Киев	ООО "Украинские международные экспозиции"	Подарки, сувениры, посуда для праздника
23	Home style Astana - 2007	11.10.07 13.10.07	Астана	Iteca	Товары народного потребления; кухонные и столовые приборы, посуда, элитная и декоративная посуда; бытовая техника
24	Рязань гостеприимная - 2007 Межрегиональная выставка-ярмарка	16.10.07 19.10.07	Рязань	Рязанская ТПП	Промышленная продукция, товары народного потребления, народно-художественные промыслы
25	Восточная международная выставка "Хрусталь. Стекло. Фарфор - 2007"	19.10.07 21.10.07	Тбилиси	East Exhibit Line Company LTD.	Изделия из стекла, фарфора, хрустала
26	Универсальная выставка-ярмарка потребительских товаров - 2007	25.10.07 27.10.07	Ярославль	МУП "Старый город"	Товары народного потребления
27	6-я Специализированная выставка современного интерьера и декорирования "Дом. Интерьер. Дизайн - 2007"	26.10.07 28.10.07	Краснодар	Выставочный центр "КубаньЭКСПО"	Все для дома и интерьера
28	"Магазин. Ресторан. Гостиница - 2007"	30.10.07 01.11.07	Екатеринбург	Уралэкспоцентр	Посуда и аксессуары, предметы сервировки
29	X международная выставка-тренд Ambiente Russia	06.11.07 11.11.07	Москва	Мессе Франкфурт Рус	Посуда, аксессуары для кухни, подарки, предметы интерьера
30	Выставка стекла, керамики и подарков Glass-Salon 2007	15.11.07 17.11.07	Тренчин (Словакия)	Vystavisko TMM	Аксессуары; керамика; освещение; посуда для дома; стекло; фарфор; часы
31	Family & Home - 2007	17.11.07 25.11.07	Штутгарт	Messe Stuttgart International	Товары народного потребления; хозяйственные товары, кухонные принадлежности; бытовые услуги; подарки, сувениры; предметы домашнего обихода, посуда
32	4-я Универсальная выставка-ярмарка "Лучшие товары и услуги - 2007"	22.11.07 24.11.07	Великий Новгород	ВЦ "Аркада"	Товары народного потребления
33	Выставка современного дизайна Innovation & Design Expo - 2007	29.11.07 01.12.07	Гонконг	Hong Kong Trade Development Council	Товары народного потребления; информационные технологии и коммуникации
34	Специализированная выставка "Тара и упаковка. Стекло и посуда - 2007"	05.12.07 07.12.07	Тверь	Экспо Тверь	Изделия из стекла различного назначения; сортовая посуда из стекла и хрустала; фарфор, фаянс, керамика, посуда из современных сплавов и пластмасс
35	11-я Всероссийская межотраслевая выставка "Покупайте российское - 2007"	12.12.07 16.12.07	Москва	"Защита Экспо"	Товары народного потребления
36	Выставка-ярмарка "Фарфор, керамика, стекло - 2007"	12.12.07 16.12.07	Красноярск	"Красноярская Ярмарка"	Посуда; керамика; изделия из стекла и фарфора

**"ЕСЛИ БЫ ВЫСТАВОК НЕ СУЩЕСТВОВАЛО, ИХ СЛЕДОВАЛО БЫ ВЫДУМАТЬ. ИБО ИЗ ВСЕХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА ТОЛЬКО ОДИН ПОХОЖ НА ПРАЗДНИК"**

Сегодня любая компания, стремящаяся к развитию своего бизнеса, знает, что участие в выставке - это прекрасная возможность заявить о себе, ознакомиться с рыночными тенденциями и оценить конкурентоспособность своего предприятия, обменяться информацией со специалистами, почерпнуть креативные и рациональные идеи, проанализировать мнения и отзывы посетителей, провести широкомасштабные рекламные мероприятия по продвижению товаров и многое другое.

Но выставка или ярмарка несут выгоду не только экспоненту, но и потребителям. Одним из преимуществ ярмарок и выставок является наглядная демонстрация товаров, производимых в разных странах. Это дает возможность покупателю в короткое время ознакомиться с существующими предложениями, получить необходимую консультацию специалистов, сопоставить ценовые и качественные характеристики продукции, провести переговоры и обговорить коммерческие условия, а также заключить долгосрочный контракт.

Лучшие маркетинговые средства для демонстрации присутствия на рынке (по данным CEIR):	
Выставки	63 %
Интернет порталы	51%
Печатные СМИ	38%
PR	30%

Выставка позволяет объединить ряд маркетинговых инструментов и повысить эффективность каждого из них. По данным Центра исследований выставочной индустрии (CEIR), 40 % продаж, у большинства компаний, происходит за счет выставок. Выставки и ярмарки являются первоочередным источником информации при заключении контракта для 90% топ-менеджеров компаний. Как маркетинговое средство, выставку предпочитают в целях демонстрации достоинств товаров и услуг - в 51% случаях, как поддержание отношений с партнерами и установления новых контактов - в 37%, 81% использует ее для получения информации о новых разработках и тенденциях.

Выставка выполняет также и ценообразующую функцию. На систему цен оказывают влияние точные сведения о покупательской структуре, объемах производства, местоположении и расстояниях доставки. Участие в выставке или ярмарке позволяет экспоненту проанализировать эти данные и в зависимости от результата скорректировать ценовую политику предприятия.



**СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕХА**

Специалисты в области выставочной индустрии считают, что получить эффект от выставочного мероприятия можно в любом случае. Однако практика показывает, что для достижения определенных, а желательно, высоких результатов, не достаточно купить стенд на выставке. Часто, принимая решение

СТРУКТУРА ЗАТРАТ КОМПАНИИ-ЭКСПОНЕНТА	
Монтаж и оснащение стенда	39%
Транспортные издержки, демонтаж	3%
Арендная плата за выставочные площади	20%
Реклама, маркетинг, использование средств связи	12%
Заработная плата и командировочные	21%
Прочие затраты	5%





об участии в экспозиции, компания не ограничивается одной целью. И это правильно. Но далеко не все экспоненты четко определяют, какую роль будет играть каждая из поставленных целей и соответственно чему уделять максимум внимания: сбыт, маркетинг (исследование рынка), презентация новинок, решение задач по улучшению имиджа компании и пр.

Исходя из данных Центра исследования выставочной индустрии (CEIR) на долю купленной выставочной площади приходится только 25% выставочного бюджета предприятия. Наиболее весомой статьей затрат для экспонента является маркетинговая программа. Также важно установить, сколько единиц измерения предполагается получить по каждому показателю (например, получить определенную прибыль; найти не менее двух-десяти дистрибьюторов; определенное кол-во специалистов должны увидеть стенд и получить нужное впечатление, и т.д.) Это каждая компания определяет для себя. При этом сокращение или, наоборот, увеличение бюджета на участие в выставке должно сопровождаться изменением и поставленных целей. Если предполагается сокращение бюджета, но при этом основной целью является поддержание имиджа компании, то минимизировать затраты можно лишь за счет застройки стенда, объявив тендер на создание оригинального, с минимальным набором дорогостоящих конструкций стенда.

Целый ряд факторов - глобализация, развитие выставочной индустрии в целом, профиль выставки, использование современных информационных и PR технологий, определяют эффективность и ее роль выставки в маркетинговой политике предприятия. Успешность выставки или ярмарки в значительной мере зависит от способности компании разработать правильную маркетинговую программу и определить конкретные цели и задачи участия.

В целом, эффективность выставки определяют три основополагающих фактора:

- наличие целевой аудитории потенциальных потребителей;
- удобное время проведения;
- синергизм или комплексное действие маркетинговых инструментов;

Еще одним критерием выбора выставки может служить история ее проведения. Как правило, чем больше лет она существует, тем выше ее посещаемость.

Европейские страны с наиболее развитой выставочной организацией

- Германия (Ганновер, Франкфурт-на-Майне)
- Франция (Париж)
- Италия (Падуя, Милан, Триеста)
- Великобритания (Лондон, Бирмингем)



Вернер Вайхерер (В.В.), коммерческий директор концерна Seltmann Weiden (Германия)

**Корр.: Как проходит деятельность вашей компании в РФ?**

**В.В.:** Компания Seltmann Weiden - это немецкое семейное предприятие, основанное в начале прошлого века. Вся продукция изготавливается в Германии, что является неоспоримым гарантом качества. Наша продукция хорошо продается во многих регионах России и в Москве, в том числе в крупнейшем специализированном магазине "Дом Фарфора".

Изделия Seltmann Weiden пользуются хорошим спросом в России. И это обусловлено не только высоким качеством продукции, но и сервисом, который мы предоставляем.

**Корр.: Что является критерием в поиске партнера в другой стране?**

**В.В.:** Профессионализм. Я считаю, что наши партнеры в России настоящие профессионалы своего дела. Исходя из тенденций рынка, потребительского спроса и множества других не менее важных факторов, наши партнеры всегда запрашивают такие коллекции, которые пользуются наибольшим спросом.

**Корр.: Насколько широко представлен товар компании Seltmann Weiden в Украине?**

**В.В.:** Компания Seltmann Weiden имеет глобальную сеть филиалов и представительств по всему миру. Превосходное качество товара и широчайший ассортимент продукции является лучшим залогом для успешной торговли в любой стране.

**Корр.: Какой способ продвижения товара на рынке вы считаете наиболее эффективным?**

**В.В.:** Удачное продвижение товара гарантировано тогда, когда над стратегией работает команда: завод-изготовитель, филиалы и представительства. Насколько слаженной будет работа всех подразделений, насколько успешно будет проведена маркетинговая программа; мы используем такие инструменты продвижения нашей продукции, как размещение рекламы в профессиональной прессе и участие в специализированных региональных и международных выставках.



мость и уровень организации.

Выставки и ярмарки занимают особое место в арсенале средств рекламного воздействия, так как представляют широкий спектр возможностей демонстрации рекламируемых изделий. Несмотря на то, что границы между понятиями торговой ярмарки и выставки зачастую размыты, именно характер мероприятия и его формат влияют на результат участия. Поэтому перед тем как сделать выбор, необходимо детально проанализировать специфику выставки.

По составу участников, месту проведения и экономическому значению различают следующие типы выставок и ярмарок:

- **региональные**
- **межрегиональные**
- **национальные**
- **международные** (не менее 10-15% зарубежных экспонентов)

По характеру выставляемых экспонентов все выставки и ярмарки делятся на:

- **универсальные**
- **специализированные**

Универсальными являются выставки, тематика которых затрагивает несколько отраслей экономики. Специализированные выставки ориентированы на посетителей отрасли экономики.

Профессионализм организаторов, их умение расширять информационное поле выставки сильно отражается на результатах экспонентов. Однако эффективность участия в первую очередь зависит от отношения самого экспонента к мероприятию и степени его подготовленности. Для достижения максимального эффекта каждый участник должен комплексно проработать свои цели и средства их достижения. Можно определить четыре наиболее важных направления, определяющих успех участия:

- **Использование рекламы и маркетинга,**
- **Работа с пресс-службой,**
- **Активность и креативность в оформлении стенда, работе с клиентами,**
- **Подготовленность и профессионализм стендистов.**

С течением многовековой истории выставки и ярмарки постепенно трансформировались из сферы узкоторговых отношений в сферу многоплановых коммуникаций и арену острой конкурентной борьбы экспонентов. Организация мероприятий такого рода предполагает высокую степень подготовленности, профессионализма, требует своевременного планирования, наличия квалифицированного персонала, знания рынка, плодотворного сотрудничества всех сотрудников предприятия, отвечающих за проведение и подготовку выставки или ярмарки.

Можно с уверенностью сказать, что в настоящее время индустрия выставочной деятельности переживает новый этап развития. Глобализация влечет

за собой слияние многих компаний, перегруппировку сил, формирование новых структур, образование стратегических альянсов. Ориентиры развития выставочного бизнеса были обозначены в ходе мирового выставочного саммита, организованного Союзом международных выставок (UFI), прошедшего осенью 2003 года. По мнению ведущих специалистов, будущее этой области рынка связано с развитием сервисно-ориентированных ярмарок и гибких, конкурентных выставок.

Сегодня можно точно обозначить перспективы развития специализированных Российских выставок, которые имеют первоочередное значение не только для участников-экспонентов, но для государства в целом, так как они способствуют расширению международных торговых контактов. Среди основных задач по формированию государственной политики выставочной деятельности можно выделить следующие:

- **Оптимальные формы взаимодействия выставок и государственных органов;**
- **Упрощение таможенных барьеров для зарубежных участников и посетителей;**
- **Упрощение процедуры получения виз.**

Стремительный рост выставочной активности свидетельствует о стремлении предпринимателей расширить границы бизнеса, занять достойное место на мировом рынке и повысить конкурентоспособность своей продукции.



# Monna®

G L A S S

MEGA SHOW PART 1/HONG KONG

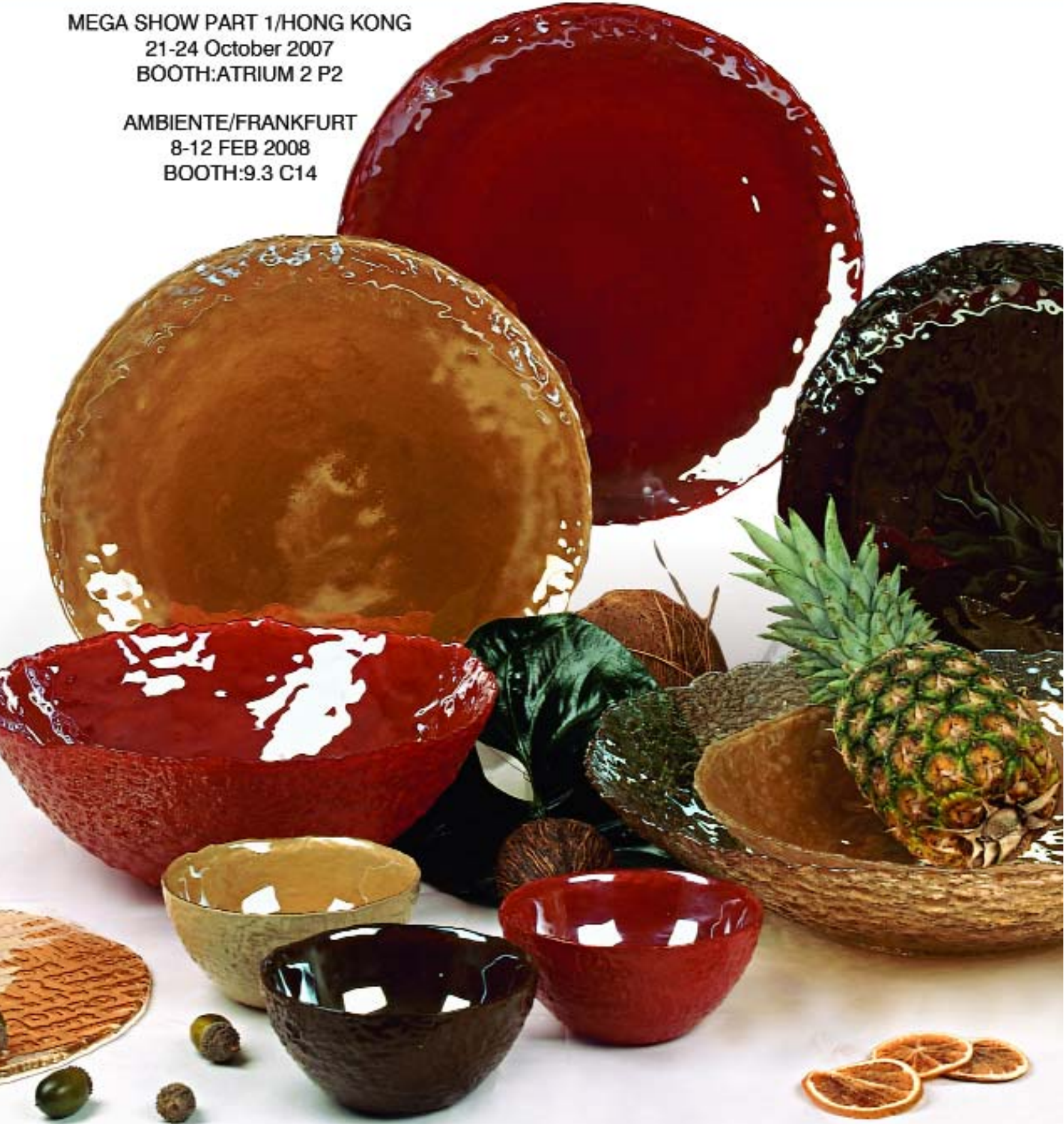
21-24 October 2007

BOOTH: ATRIUM 2 P2

AMBIENTE/FRANKFURT

8-12 FEB 2008

BOOTH: 9.3 C14





# ВЕСНА В ГУАНЧЖОУ



Количество участников:  
более 13 тыс. чел.  
Посетителей:  
более 200 тыс. чел.  
из 170 стран мира  
Выставочная площадь:  
около 600 тыс. кв.м

**25-30 апреля в городе Гуанчжоу, в Китае, прошла весенняя сессия международной Кантонской ярмарки (China Export Commodities Fair). Это крупнейшая по величине выставка Китая, представляющая весь ассортимент экспортной продукции.**

Выставка в Гуанчжоу, пожалуй, то место, где результаты промышленного роста экономики Китая можно увидеть, потрогать и даже приобрести по приемлемой цене. Это традиционное место встречи российских байеров, которые держат руку на пульсе, быстро реагируя на динамику потребительского спроса и предложения.

Цивилизованность сервиса, развитость инфраструктуры Canton Fair сегодня приравнивается к Гонконгу. Те компании, которые рассматривали свои экспозиции в Гонконге как перспективные для поиска покупателей из России и стран СНГ, а также других стран, где большим спросом пользуются товары среднего качества с умеренной ценой, сегодня стремятся попасть в Гуанчжоу. Вместе с тем по сравнению с осенней выставкой Canton Fair, этой весной цены и здесь выросли на 5-15%.

## Качество. Цена. Сервис

Чем же привлекает Canton Fair российских байеров? Конечно, в первую очередь своими фантастическими возможностями по поиску и подбору нужного товара, своим неповторимым колоритом и исконным гостеприимством Китая.

Что нового и какие тенденции были отмечены на этой выставке-ярмарке?

Во-первых, в несколько раз возросло качество предлагаемых товаров. Здесь уже не встретишь так называемые "одноразовые" изделия, серый фарфор, некачественно нанесенную деколь. В одном ряду с национальными изделиями на стендах китайских товаропроизводителей все чаще можно увидеть международные бренды, современные разработки китайских дизайнеров, новые направления, отвечающие веяниям мировой моды и ори-

ентированные на западноевропейский и американский рынки. Эта тенденция наблюдается в изделиях из металла, фарфора, стекла. Отдельно представлены книги по китайскому дизайну.

Во-вторых, по сравнению с выставкой в Гонконге цены на потребительские товары здесь остаются на 15-25% ниже при сравнимом ассортименте. Таким образом, для российских байеров выставка в Гонконге перестает быть актуальной.

Для тех, кто работает на рынке low-end, эта выставка теряет свою ценность, заставляя исследовать рынки Бангладеш, Вьетнама и др.

В-третьих, интенсивное развитие инфраструктуры привлекает байеров, которые требуют определенного уровня сервиса. Еще осенью рядом с павильонами выставочного центра намечалась новая строительная площадка, этой весной там построен практически весь скелет будущего здания. За два года наблюдаются разительные изменения как по масштабам стендов экспонентов, по качеству оснащения, так и по всей инфраструктуре самой экспозиции.

## Темпы развития и перспективы

Ситуация на европейском рынке такова, что западные компании все чаще переносят свои производства в Китай. Но здесь китайские производители почти полностью зависят от европейских дизайнерских решений и разработок. Вследствие этого в Китае отмечается скачок в совершенствовании собственных технологий. В 2006 году Китай потратил на науку и новые технологии \$37,5 млрд. Это рекордный показатель за всю историю страны. Вклад самого государства в исследования составил лишь \$9 млрд., львиную же долю расходов обеспечили иностранные инвестиции. Более чем 700 иностранных организаций воспользовались субсидиями правительства Китая и открыли в стране научно-исследовательские центры. По мнению экспертов Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР), такое стремительное на-





Реформа подтверждает намерение Пекина следовать стратегии "идти вовне", т.е. завоевание международных рынков.

.... Сегодня же некоторые китайские производители, выполняя заказ, готовы продавать эти изделия только под собственным именем.

рашивание вложений в научные исследования должно вызвать тревогу у западных промышленно развитых стран.

Таким образом, кризис экстенсивного пути развития, сопровождавшийся увеличением числа убыточных предприятий кустарного производства, медленно, но верно сменяет стратегия интенсивного роста экономики, намеченная правительством коммунистической КНР. И на выставке в Гуанчжоу мы видим ее результаты - идет активное укрупнение производств, возникновение новых, мощных китайских брендов. По сообщениям СМИ Китая, все госу-

дарственные компании уже к концу 2010 года будут объединены в 80-100 холдингов. Предполагается, что реструктуризованные компании будут способны конкурировать с мировыми производителями. По мнению эксперта Chatham House Ванессы Росси, часть малых предприятий в ходе реформы будет продана в частные руки. "Продажа небольшими частями, возможно, не лучший способ выручить рыночную стоимость, но зато позволит собрать вместе большие предприятия, сказала она РБК daily. - Даже если создаваемые холдинги и останутся под крылом государства, сис-

тема управления компаний улучшится". Реформа подтверждает намерение Пекина следовать стратегии "идти во вне", то есть завоевание международных рынков.

Например, сегодня вместо одного производителя по стеклокерамике на выставке представлены 5 стендов производителей стеклокерамических изделий. Несколько лет назад мы покупали "безмянные" товары из Китая. Сегодня же некоторые китайские производители, выполняя европейский заказ, готовы продавать эти изделия только под собственным именем.





**Михаил Филоновский, группа компаний "ЭНС":**



**- Что бы вы рассказали читателям журнала "Посуда" об этой выставке?**

- Уже стало хорошей традицией встречаться со всеми участниками нашего рынка именно здесь, узнавать последние новости компаний. Надо отметить, что российских байеров становится все больше, что говорит о растущей популярности данной выставки. Улучшается качество предлагаемых товаров, и отмечается и рост цен на них.

**Дмитрий Куликов, компания "Всякая канитель":**



**- Поделитесь своими впечатлениями об этой выставке?**

- Я посещаю эту выставку уже более пяти раз. Она показалась мне слабее, чем предыдущая, осенняя ярмарка. Хотя относительно товаров здесь представлено достаточно много прежних сильных позиций. Из нового я не увидел для себя ничего достойного.

**- Вы также отметили увеличение цен на товары?**

- Увеличение цен в Китае происходит ежегодно,

что связано с объективным увеличением потребления электроэнергии и ее стоимости, а также увеличением стоимости рабочей силы. Эту информацию мы получаем от наших поставщиков. Внутренний рынок потребления Китая растет и, соответственно, цены будут расти с каждым годом. И товарные запасы, и креатив, с которым сейчас работают китайцы, с моей точки зрения, будут снижаться, потому что внутренний рынок будет поглощать тот объем, с которым китайцы сейчас хотят выйти на внешний рынок. По моим прогнозам, цены вырастут, но предложение интересных идей снизится.

**- Как быть в этой ситуации?**

- Возможно, стоит переходить на методику работы европейских компаний, которые ищут здесь не товары, а возможности фабрик, чтобы размещать здесь свои дизайны.

**- Что бы вы могли пожелать новой выставке в России?**

- Во-первых, хотелось бы пожелать адекватных цен за квадратный метр площади и проведения грамотной работы по привлечению специалистов среди посетителей и профильных участников-экспонентов. Во-вторых, необходимо ориентироваться на организацию подобных выставок во Франкфурте, Италии, а не в Китае.

**Василин Васильев, ... (Болгария):**



**- Что вы думаете о развитии китайской экономики, как это отразит-**

**ся на вашей работе?**

- Мне кажется, что в ближайшие 5 лет китайская экономика продолжит свой рост, а затем столкнется с проблемой. Дело в том, что индийские производители посуды сейчас активно учатся у китайцев и вскоре пойдут по той же схеме. То есть география нашего рынка будет расширяться. Безусловно, китайский рынок для нас сейчас наиболее актуален, но ему еще есть куда стремиться - улучшать качество предлагаемых изделий.

**- Вас устраивает уровень организации выставки?**

- 10-12 лет назад в старом выставочном комплексе о каком-либо порядке и организованной выставочной деятельности не шло и речи. За последние 2-3 года произошли колоссальные изменения, организация выставки находится на высшем уровне.

**- Много представителей Болгарии на данной выставке?**

- Раньше выставку посещали 2-3 представителя. Сегодня здесь можно встретить 20-30 компаний, работающих на посудном рынке страны. То есть развитие выставочной деятельности в Гуанчжоу в какой-то степени способствовало количественному росту болгарских компаний в этой сфере.

**- Рост цен здесь, в Китае, не будет способствовать обратному эффекту?**

- Ежегодный рост цен - нормальное явление. Но при этом растет и качество. И все-таки сегодняшние цены остаются выгодными для Европы и для нас в частности.

**Михаил Гаврилкин, коммерческий директор компании "Оптторгсоюз":**

**- Каковы ваши впечатления по данной выставке по сравнению с предыдущими поездками?**



- Мне показалось, что эта выставка была более посещаемая даже по сравнению с осенней экспозицией. Выставка интересна, в любом случае здесь можно найти что-то новое: либо это точечные направления, либо какие-то интересные идеи.

**- Считается, что российские байеры приезжают сюда за ассортиментом и ценой. Каково ваше мнение?**

- По сравнению с октябрём цены выросли не сильно. Те, кто хотел поднять цену, ее подняли, но мы нашли им альтернативу, то есть компании, у кого цена выросла незначительно, на 5%.

**- А что вы скажите насчет ассортимента и качества?**

- Ассортимент достаточно интересный, особенно удивляет своими новинками керамика. Сейчас мы хотим осваивать более качественный товар, дополнять линейки дешевого товара средними и более дорогими образцами. Потребность в качестве в России увеличивается. Этого требует наш рынок, основные каналы сбыта которого находятся в крупных городах.

**- Адекватны ли предложения, которые находятся здесь, вашим потребностям по сравнению с другими выставками?**

- Я считаю, что здесь представлены все ценовые ниши, поэтому данная выставка может удовлетворить любые запросы, начиная от агрессивных дискаунтеров и кончая запросами структур, в которые входят бутики.



# ЧИКАГО

## ЭТО НЕ ТОЛЬКО МЮЗИКЛ

Выставочный и ярмарочный бизнес очень динамичен. Меняются тенденции, форматы мероприятий, их значение и организация. Среди многообразия выставок порой трудно выбрать ту, которая соответствует целям экспонента.

Журнал "Посуда" принимает активное участие в международных выставках, изучает конъюнктуру иностранных рынков, сотрудничает с рядом зарубежных изданий и способствует развитию партнерских отношений в сегменте товаров народного потребления.

Международные выставки и ярмарки проводятся во многих государствах, но особенно большое распространение они получили в странах Западной Европы и США. Если говорить о Европе, то самой известной выставкой товаров для дома, безусловно, является Ambiente (Франкфурт-на-Майне). А самой крупной выставкой товаров народного потребления объективно признана чикагская выставка International Home & Housewares Show, которую организует International Housewares Association/ Международная ассоциация товаров народного потребления (ИНА).

С 11 по 13 марта в международном выставочном центре McCormick Place (Чикаго, штат Иллинойс, США) прошла очередная выставка товаров для дома International Home & Housewares Show.

По данным Международной ассоциации товаров народного потребления, число посетителей в этом году выросло на 2,8% по сравнению с 2006 годом. Всего на выставке зарегистрировалось 60 114 участников, среди которых 22 000 байеров, 2 100 экспонентов из 40 стран мира и 500 новых участников.

Международная ассоциация товаров для дома (ИНА) была основана в 1938 году. В 2005 году общая прибыль в секторе товаров народного потребления и товаров для дома составила \$301,2 млрд. Некоммерческая, всемирно известная организация ИНА является крупнейшим проектом, предлагающим комплексное обслуживание и анализ рынка хозяйственных товаров. Кроме того, ИНА организует крупнейшее выставочное мероприятие International Home & Housewares Show, которое ежегодно посещает более 60 000 посетителей со всего мира.



**На выставке были представлены следующие тренды:**

**DINE & DESIGN**

Товары для кухни и сервировки стола  
Украшения для дома

**WIRED & WELL**

Электроприборы и хозяйственные товары

**CLEAN. CONTAIN &  
OUTDOOR DOMAIN**

Клининг.

Принадлежности для ванной и душа

**GLOBAL CROSSROADS**

Товары народов мира

Основные тенденции

- Мы довольны результатами выставки. Экспоненты и байеры отметили стремительный подъем в бизнесе в конце 2006 года и первых месяцах 2007. Большинство байеров дают оптимистичную оценку







второй половине текущего года. Кроме того, на выставке были представлены новые коллекции, которые привлекли внимание многих иностранных поставщиков, - говорит **Фил Брэндл, президент ИНА**.

Об укреплении международного статуса выставки свидетельствует увеличение посетителей из-за рубежа. В 2007 году их количество выросло на 1,7%. Согласно результатам опросов, большинство посетителей привлекают следующие факторы: надежная экономическая ситуация, рыночная конъюнктура рынка, динамика развития розничной торговли Чикаго, возможность увидеть самые новые товары и ознакомиться с современными обучающими бизнес-программами.

Одним из самых ярких событий, проходящих в рамках международной выставки товаров народного потребления, по праву считается церемония награждения новаторов *gia*. Суть соревнования заключается в создании и реализации креативных идей и решений для розничной торговли. Жюри представляют три эксперта в области розничной торговли и восемь издателей профессиональных изданий о товарах для дома. По правилам конкурса жюри выбирает самые оригинальные методы привлечения клиентов, оформления магазинов и центров розничной торговли и интересные дизайнерские находки. В 2007 году на премию были номинированы пять компаний.

- Сегодня в условиях жесткой конкуренции добиться успешности и процветания возможно только путем создания новых идей, которые бы формировали не только вашу компанию, но потребительский спрос в целом. Необходимо опережать время и предвидеть завтрашний день, - говорит **член жюри *gia* эксперт и президент The Retail Element Скотт Коно**.

По словам **Германа Хуттера, управляющего немецкой компанией Carl Abt**, благодаря профессиональной организации и квалифицированной подготовке программ для байеров International Home & Housewares Show в отличие от европейских выставок позволяет увидеть всех крупных американских поставщиков, провести переговоры и заключить долгосрочные контракты.

Среди многочисленных преимуществ американской выставки товаров для дома можно выделить ряд наиболее значимых: эффективная деловая программа; четкое сегментирование экспонентов; креативный подход в проведении мастер классов, семинаров и конференций; привлечение новых экспонентов из-за рубежа; наличие пресс-зона; проведение уникального конкурса Global Innovator Award (*gia*).

Проведение выставок международного формата привлекает дополнительные инвестиции в страну, способствует расширению и укреплению внешнеэкономических связей, формирует представление о тенденциях рынка. В целях привлечения новых экспонентов и иностранных посетителей Международная ассоциация товаров народного потребления (ИНА) тесно сотрудничает со специализированными изданиями и комитетами, регулирующими внешнеэкономическую деятельность предприятий. По данным 2007 года, количество представителей различных печатных изданий увеличилось на 15%, а количество представленных профессиональных изданий достигло 72!

Согласно статистическим данным, в среднем годовой прирост зарубежных участников составляет 500 компаний. Для того чтобы участие новых предприятий стало более эффективным, организаторы выставки выделяют их в отдельную группу экспонентов, которая размещается в отдельном зале "Новые экспоненты".





В 2007 году одним из новичков, покоровшим чикагскую выставку, стала российская компания ООО "Северсталь-Эмаль".

По словам **топ-менеджера лондонской фирмы Selfridges Люси Холден**, которая тесно сотрудничает со многими поставщиками американского и британского рынков, в этом году прослеживалась благоприятная динамика развития и расширения внешнеэкономических связей с новыми странами.

Чикаго - это не только город, в котором ежегодно проходит самое значимое событие в области розничной торговли, но и всемирно известный шопинг-центр. "Чикаго мой самый любимый город, - говорит Генрик Рейсби Нильсен, директор датской компании Inspiration H.P. Nielsen. - Меня просто поразили центры розничной торговли The Magnificent Mile".

Среди широкого спектра услуг, предлагаемых Международной ассоциацией товаров народного потребления, особо важной является возможность поиска клиентов, экспонентов и товаров посредством сети Интернет ([www.housewares.org/attend](http://www.housewares.org/attend)).

#### **ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ НОВЫХ УЧАСТНИКОВ И ПОСЕТИТЕЛЕЙ!**



**Алексей Арвович Ванхонен, генеральный директор ООО "Северсталь-Эмаль"**

**- Вы впервые участвуете в выставке International Home & Housware Show?**

- Да, это первая наша выставка на другом континенте. До этого "Северсталь-Эмаль" принимала участие на регулярной основе во многих международных выставках в Москве, во Франкфурте, в Киеве, в Алма-Ате.

**- Почему вы выбрали именно эту выставку?**

- Основной причиной для поездки в Америку стало стратегическое направление нашей работы по расширению географии продаж. А при выборе выставки как одного из самых первых шагов по реализации такого решения причиной явился безусловный авторитет мероприятия среди постоянных его участников.

**- Какой товар вы представляете на выставке и планируете поставлять в США?**

- Мы в Америку привезли привычный наш ассортимент. Это антипригарная посуда и эмалированная (марки Vitross и "Северсталь-Эмаль"). Основная ставка, конечно, на эмалированную посу-

ду Vitross как наиболее адаптированную для западной аудитории.

**- Есть ли у вас заказчики в США? Вы уже поставляете свой товар в Америку?**

- В настоящее время у нас есть несколько контактов как в США, так и в странах Латинской Америки, но пока определенных отношений не сложилось. Хотя в нашей практике уже был контракт с Канадой, мы уже поставляли нашу посуду на американский континент.

**- Какое впечатление у вас сложилось об организаторах выставки?**

- Я считаю, что это одна из самых организованных и продуманных выставок. Хотя, конечно же, есть и недочеты. Так, например, новые участники были выставлены в павильоне, несколько отдаленном от остального форума, и поэтому им было очень трудно и в плане ориентации, и в плане недостатка по количеству коммуникаций с потенциальными партнерами.

**- Эффективна ли выставка для производителя в качестве инструмента продвижения своей продукции?**

- Безусловно, считается, что специализированная выставка является одним из основных инструментов продвижения продукции. Опыт "Северсталь-Эмали" говорит о том же. Эскалация рыночных отношений для нашей компании и вглубь, ивширь происходит благодаря успешной реализации именно таких мероприятий.

**- Конкурентоспособен ли у вас товар, представляемый в Америке?**



- Кроме непосредственного участия в выставке, во время командировки мы провели исследования по рынку стальной эмалированной посуды. Мы посетили несколько сетевых магазинов и выяснили, что представленная посуда на полках обычных американских магазинов практически ничем не отлича-



ется от производимой нами ни по качеству, ни по упаковке. Естественно, отличается дизайн. Это, как правило, посуда без деколи, однотонного окраса, в отличие от наших, декорированных.

Но мы не раз заявляли о регионально-направленном маркетинге нашего предприятия, когда мы специально создаем группы продуктов, ориентированные на узкую аудиторию. Поэтому, я думаю, мы сможем создать продукт с учетом американской специфики.

**- Какие перспективы сотрудничества между Россией и Америкой видите вам в ближайшем будущем в посудном бизнесе?**

- Это довольно неоднозначный вопрос, и я не могу быть экспертом в нем. Совершенно однозначно, что глобализационные процессы дойдут и до нашей отрасли, но вот в какое русло они выльются, сегодня говорить с определенностью сложно.

**- Довольны ли вы участием в выставке?**

- В целом, скорее, нет. Именно из-за проблем в организации, о которых я уже упомянул. Но на это есть и объективные причины, ведь чтобы стать популярным на специализированной выставке, надо принимать в ней участие минимум два раза. Будем работать и в этом направлении.

**- Собираетесь ли вы принимать участие в выставке в 2008 году?**

- Скорее всего, да, мы будем участвовать в будущем году.

**- Какой из выставленных товаров пользовался особой популярностью?**

- Трудно судить по одному эпизоду участия. Но как мы и ожидали, наибольшим интересом у покупателей пользовалась «эмаль». Рынок «антипригара» в Америке чрезвычайно насыщен китайскими, итальянскими и латиноамериканскими товарами. А вот по эмали, по всей видимости, нет такого недостатка. Поэтому будем надеяться на спрос в этом сегменте. Кроме того, у нашего предприятия есть одно конкурентное преимущество - распространенный ассортиментный ряд.

## Коллекция Pastel



Luminarc





# ОБЗОР РЫНКА ДОМАШНЕЙ УТВАРИ

**Североамериканский рынок товаров для дома - один из самых насыщенных. Конкурировать с ним может только аналогичный сегмент в Западной Европе, а превосходит его рынок домашней утвари Азии. Но если учесть соотношение населения Северной Америки и азиатских стран, то совершенно очевидно, что столько товаров для дома, сколько приходится на душу населения в США и Канаде, не потребляется больше ни в одной стране мира.**

## Глобальный рынок домашней утвари

Объем глобального рынка товаров для дома равен \$301,2 млрд. 85,6% всех мировых расходов на предметы домашнего обихода приходятся на страны Северной Америки, Западной Европы и Азии. Причем что касается Азии, то здесь рост расходов на товары исследуемого сегмента связан с ростом ВВП азиатских стран (11,3% - Китай, 8,9% - Индия, по данным Wall Street Journal за 17 октября 2006 года).



## Объем рынка домашней утвари в США

В целом на товары для дома в 2005 году американские покупатели потратили \$76,3 млрд. Если учесть тот факт, что объем рынка домашней утвари растет в мире в среднем на 6,6% в год, то американский рынок показал значительный скачок в

Регион	Расходы на товары для дома (\$ млн.)	Доля общемирового рынка товаров для дома (%)
Азия	96,480.5	32,1
Западная Европа	75,160.6	25,0
Северная Америка	86,029.1	28,5
США	76,254.0	25,3
КАНАДА	9,775.1	3,2
Африка	12,114.9	4,0
Латинская Америка	11,181.1	3,7
Восточная Европа	8,065.1	2,7
Ближний Восток (включая Индию)	7,570.1	2,5
Океания	4,601.3	1,5
Итого	301,202.7	100

2005 году и рост в 17% в денежном выражении. Причем нужно отметить, что в период с 2001 по 2004 годы рынок не давал таких высоких показателей. Изменение экономического климата можно связать как с ростом числа населения, так и с колебаниями курсов валют. Самый большой рост продаж был отмечен в сегментах украшений для дома, продукции из стекла, мебели, оборудования для сада и двора, оборудования и аксессуаров для туалета и кладовой.

Год	Общая сумма расходов (\$ млрд.)	Рост рынка за год (%)
2005	76,3	17,0
2004	65,2	4,7
2003	62,2	7,4
2002	57,9	- 4,8
2001	60,8	6,5

## Категории товаров для дома, потребляемых населением США

Если обратиться к статистике трат покупателей в США по различным категориям товаров для дома, то можно увидеть, что больше всего средств американцы вкладывают в приобретение различного оборудования. Следующее место в денежном выражении занимает мебель,

Категория	Общие расходы в 2005 году (\$ млн)	Средний ежегодный прирост рынка за последние пять лет (%)
Мебель	10,800.8	8,3
Детская	1,016.6	10,1
Уличная	1,948.9	0,9
Ежедневного пользования	7,835.3	8,8
Приборы	8,207.5	1,9
Пылесосы	3,337.6	4,3
Швейные машины	432.4	- 10,2
Разнообразная бытовая техника	952.8	38,6
Небольшие электроприборы для кухни	2,080.2	0,5
Нагревающее и охлаждающее оборудование	581.8	1,9
Микроволновые печи	822.7	- 1,5
Товары для дома	11,286.2	14,2
Пластиковая посуда	219.2	7,9
Фарфор, фаянс	2,965.5	15,3
Сервировка	484.2	0,3
Стеклопосуда	2,151.0	25,4
Серебряные аксессуары	36.1	- 22,0
Другие аксессуары	212.2	3,1
Неэлектрические приборы для кухни	4,854.2	17,5
Бытовая техника	37,593.9	5,4
Детское оборудование	946.7	5,0
Прачечное и чистящее оборудование	1,893.5	6,9
Оборудование для работы на улице	4,335.0	15,0
Часы	920.2	13,3
Лампы и свет	1,975.4	9,5
Декоративные предметы	19,043.2	5,5
Телефон и аксессуары	3,231.7	1,3
Различные небольшие аксессуары	1,482.7	- 8,4
Туалет и кладовка	2,147.6	26,8
Домофон	74.7	- 24,0
Калькуляторы	173.4	- 4,3
Другая продукция	1,369.5	13,7
Предметы личной гигиены	8,365.3	7,1
Неэлектрические предметы для ухода за волосами	767.3	- 0,1
Предметы для ухода за полостью рта и зубами	4,171.2	8,0
Предметы для бритья	2,253.6	9,4
Электрические предметы личного ухода	1,173.2	6,6
Общие расходы	76,253.7	6,4
Число домохозяйств (миллионов)	117,9	



затем электроприборы, и только потом - посуда и аксессуары. Однако именно рынок посуды и сопутствующих товаров показал самый высокий рост за последние пять лет. Это говорит о том, что американцы склонны постоянно пополнять свои домашние коллекции товаров для кухни. Также это подтверждает тот факт, что в США быстро меняется мода на посуду и сервировку и на рынке постоянно появляются обновленные изделия.

### Экспорт

Более 56% опрошенных американских производителей товаров для дома подтвердили то, что они экспортируют свои товары за рубеж. При этом в 2004-2005 годах компании вывозили примерно 21,8% от общего числа продукции. Как и ранее, Канада остается самым большим рынком сбыта американской продукции. Это находит подтверждение и в сегменте товаров для дома.



### Импорт

Как уже отмечалось, 56% производителей товаров для дома выпускают данную продукцию в США. 54% продукции этих компаний выпускается непосредственно на предприятиях Соединенных Штатов. При

этом доля импорта товаров домашней утвари остается стабильно высокой и равняется приблизительно 70-77% от общего числа продаж.



### Рост продаж

Опрос более 174 компаний показал, что средний рост продаж в 2005 году в сегменте товаров для дома достиг 15,4%. Причем максимальный рост составлял 27,4%, а максимальное падение продаж - 5,8%. В целом 15,4% - самый высокий показатель за последние пять лет.



### Основные положения

1. За последние пять лет глобальный рынок товаров для дома показал средний рост в 6,6% в год.
2. Расходы на товары для дома увеличились в США в 2005 году на 17%.
3. Импорт товаров для дома в США составил в 2005 году, так же как и в 2004 году, 74% от общего числа продаж.
4. Средний рост продаж американских компаний в сегменте товаров для дома составил 15,4%.

*Наталья Дрошнева*

**В статье использованы материалы доклада *State-of-the-Industry Report 2006* Международной ассоциации товаров для дома (International Housewares Association)**





# ОСОБЕННОСТИ ПОСУДНОГО РЫНКА

**Американский рынок посуды отличается стабильностью. При этом вкусы американцев подвержены общим изменениям моды, которые могут иметь немало общего со вкусами российских предпринимателей.**

## СТАБИЛЬНОСТЬ

Рынок посуды в США за последние пять лет показывает стабильный рост в 1,6%. Основную часть рынка - до половины его в денежном выражении - занимает столовая посуда, далее следуют сосуды для питья и предметы сервировки - 30% рынка, и завершают шествие столовые приборы из нержавеющей стали - 20%. Средняя оптовая цена на эти виды товара держится приблизительно на одном уровне, с незначительными колебаниями от 63 до 66 центов за единицу.

Рынок посуды в США - стабильный рынок. Эта стабильность поддерживается ежегодным однопроцентным приростом населения Американских Штатов, а также постепенным уменьшением так называемых "верхних" рынков. Так как большая часть "верхних" рынков за исследуемый период сократилась (сократилось число как специализированных магазинов посуды, так и региональных универмагов), то продажи посуды мигрировали в новые, более дешевые и модные каналы.

На самом деле макротенденция "более быстрой моды", которая актуальна сейчас на рынке товаров для дома, в полной мере отражает ситуацию и на посудном рынке. Изобретается большое количество новых коллекций, которые сменяют одна другую на полках магазинов и страницах каталогов. И потребители сегодня научены правилу покупки сразу полной коллекции, так как магазины не держат одни и те же наименования годами, как это было раньше.

## НОВЫЕ ПРИВЫЧКИ

Бытовые привычки покупателей изменяются, а следовательно, изме-

няются и их вкусы к посуде. Еще 20 лет назад идея поставить на праздничный стол что-либо менее ценное, чем традиционный фарфор, вызвала бы у американских женщин бурю протеста. Сегодня для различных общепринятых в Америке вечеринок созданы специальные наборы для мартини, большие плоские блюда для рыбы, наборы для пасты и т.д. И вся эта продукция пользуется большим спросом.

Если говорить в целом о том, как меняются интересы американцев к самому процессу приготовления пищи дома, то здесь можно выделить две тенденции. Часть населения увлеченно проводит много времени на традиционнo огромных и элегантных кухнях. Посуда современного дизайна прекрасно вписывается в эти ухоженные интерьеры и хорошо гармонирует с их рабочей поверхностью, выполненной часто "под гранит" (особенно хорошо смотрится чисто белая посуда, которая становится снова очень популярной в Штатах). Другая часть населения, занятая карьерой и бизнесом, не имеет времени на уход за китайским фарфором, хрусталем, серебряными столовыми приборами. Поэтому все эти предметы оседают у них в шкафах, а пользуются они опять же недорогой, простой и современной посудой.

## ТЕНДЕНЦИИ ДИЗАЙНА

В дизайне также можно выделить две тенденции. Посуду подбирают либо в качестве фона (чисто белая посуда, простая и ровная по форме) или в качестве акцентированного дизайнерского продукта (с необычной расцветкой, в особенном стиле). За последние пять лет повысился спрос на белую посуду традиционных форм, а также на белую посуду современного дизайна.

За исследуемый период продажи такой посуды поднялись на пять пунктов (вместе). На четыре пункта выросла популярность цветной посуды (единый цвет). Эти опции выиграли

по сравнению с дорогой посудой с флористическим рисунком (минус 9 пунктов) и посудой с цветной каймой (минус 3 пункта). В сознании современных американцев флористический дизайн ассоциируется с "посудой бабушек", то есть с чем-то из далекого прошлого. А выбор посуды чаще всего диктуется декором интерьера кухни.

Тенденции дизайна столовой посуды ежедневного пользования (%)		
	2000	2006
Традиционная белая посуда	21	25
Посуда с цветной каймой	14	11
Цветная посуда (единый цвет)	13	17
Посуда с флористическим рисунком	24	15
Посуда современного дизайна	11	8
Белая посуда современного дизайна	8	9
Посуда с ботаническим рисунком (овощи, фрукты)	5	7
Посуда с тематическим рисунком	5	9

Изменившиеся вкусы в категории столовой посуды влияют и на изменение модных тенденций в группе сосудов для питья и столовых приборов. Так, сейчас предлагается большой выбор стаканов и бокалов простых форм и выполненных в едином цвете, для того чтобы они могли удачно сочетаться с аналогичными тарелками и чашками. Затем нужно обратить внимание на рост высококачественных и в то же время удобных для мойки в посудомоечной машине предметов сервировки стола. Столовые приборы также приобретают более простые и современные формы. Таким образом, девизом новых веяний в области посуды в Америке можно сделать единство двух характеристик: простоты и высокого качества.

**Замечание.** Выводы статьи основаны на сопоставлении данных по продажам и импорту посуды в США. В статье не рассматривались и не учитывались данные по пластиковой посуде и пластиковым предметам сервировки.

**Наталья Дрошнева**

**Ambiente Russia продолжает расти и завоевывать российский рынок высококачественных потребительских товаров**



**6-9 ноября 2007 года в МВЦ "Крокус Экспо"** пройдет одна из самых красивых выставок года Ambiente Russia: более 200 производителей из 15 стран представят свою продукцию и новейшие разработки на суд российских посетителей.

Ambiente Russia - это не только деловая платформа для ведения бизнеса, установления новых контактов и укрепления уже существующих, это еще и праздник гармонии и красоты. Недаром эту выставку любят посещать как представители оптовой и розничной торговли, работающие в области оформления интерьеров, так и дизайнеры и архитекторы.

В этом году Ambiente Russia будет расширена за счет одновременного проведения еще двух мероприятий: салона интерьерного света Light Russia (новинки, тренды и тенденции будущих сезонов в области осветительного (светового) оформления интерьера) и выставки "Мебельный Клуб", организатором которой выступает МВЦ "Крокус Экспо".

Контакты с прессой:  
Светлана Федосеева  
+7 (495) 721-10-57, вн. 110  
svetlana.fedoseeva@russia.messefrankfurt.com



# Каналы дистрибуции американского рынка товаров для дома

**Какие каналы дистрибуции существуют в США на рынке товаров для дома? На какие группы они делятся? Какую часть рынка занимает каждая группа? Ответы на эти вопросы - в статье-схеме, основанной на материалах Международной ассоциации товаров для дома (International Housewares Association).**

## КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ для ДОМА

Индустрия товаров для дома в США включает в себя целый ряд категорий таких товаров, где 48% от числа всех продаж падает на долю бытовых электротоваров, посуды и аксессуаров для кухни.

Доля каждой отдельной категории на рынке товаров для дома (\$ миллионы)



Доли продаж различных категорий товаров для дома по различным каналам дистрибуции (\$, млн.)

Категории	Дискаунтеры / Суперцентры	Специализированные магазины	Магазины бытовой техники / Центры товаров для дома	Районные магазины	Супермаркеты	Магазины подарков и сувениров	Крупные магазины (склады)	Почтовые каталоги
Товары личной гигиены/Аксессуары для ванной	652	526	469	196	155	150	172	70
Товары для чистки помещения	1,597	234	391	86	419	112	216	69
Посуда для приготовления пищи	1,249	959	316	694	1,581	891	322	162
Электротехника	4,994	1,903	1,352	2,495	325	355	1,218	752
Бытовая электротехника	2,827	897	788	1,580	161	57	671	446
Электротехника для кухни	692	716	440	611	126	255	311	217
Электротехника личного пользования	1,475	290	124	304	38	43	236	89
Домашнее убранство	521	269	372	89	45	114	76	95
Декор дома	1,303	398	829	417	169	316	100	190
Канцелярские товары	179	206	77	66	21	66	30	51
Домашний текстиль	186	106	65	30	26	100	38	8
Товары для детей	413	88	30	119	91	11	79	4
Кухонные приборы и аксессуары	2,121	1,562	477	737	790	1,089	444	294
Техника для сада, двора	1,268	621	719	282	104	151	319	163
Принадлежности для домашних животных	56	38	24	21	59	14	17	15
Сезонные товары, товары для праздников	680	95	352	109	59	77	42	43
Товары для туалета, гардеробной	1,490	769	1,801	149	165	261	71	156
Посуда	1,726	1,378	190	1,103	702	806	342	248
Сумма	18,435	9,152	7,464	6,593	4,711	4,513	3,486	2,320

Категории	Продажа непосредственно конечному покупателю	Магазины домашнего убранства	Магазины одной цены	Аптеки	Каталоги шоу-румов	Оптовая продажа	Другое	Сумма
Товары личной гигиены/Аксессуары для ванной	42	104	67	101	37	231	79	3,050
Товары для чистки помещения	29	136	119	108	45	236	92	3,889
Посуда для приготовления пищи	106	68	184	138	75	1,036	912	8,693
Электротехника	1,091	723	190	310	457	2,187	2,238	20,590
Бытовая электротехника	366	316	88	185	197	1,300	797	10,676
Электротехника для кухни	640	242	20	28	161	727	1,225	6,405
Электротехника личного пользования	85	165	82	97	99	165	216	3,508
Домашнее убранство	16	69	20	51	88	34	123	1,983
Декор дома	26	53	198	142	70	158	130	4,499
Канцелярские товары	0	24	5	34	18	27	34	839
Домашний текстиль	0	72	32	18	2	0	3	686
Товары для детей	20	52	42	70	5	31	13	1,068
Кухонные приборы и аксессуары	580	382	245	126	133	823	188	9,989
Техника для сада, двора	40	23	76	86	274	161	214	4,499
Принадлежности для домашних животных	3	15	31	16	8	62	1	381
Сезонные товары, товары для праздников	6	77	63	67	9	81	223	1,983
Товары для туалета, гардеробной	43	82	116	114	97	613	706	6,634
Посуда	52	119	174	157	202	228	47	7,473
Сумма	2,054	1,999	1,562	1,538	1,520	5,906	5,001	76,254

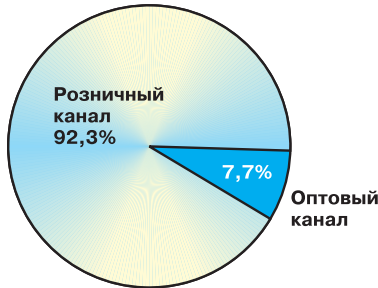




**Розница против опта**

За последние три года пропорции розничных и оптовых продаж в сегменте товаров для дома претерпели определенные изменения. Так, в прошлом году оптовые продажи составляли всего 7,7%.

**Каналы дистрибуции: розница опт**



Оптовый канал - опыт прошлых лет	
2004	8,1%
2003	9,2%
2002	6,0%
2001	14,4%

**Обзор розничных каналов**

Производители товаров для дома продолжают распространять свою продукцию (92,3%) через 13 основных розничных каналов. Эти 13 каналов могут быть в свою очередь объединены в четыре кластера в соответствии с их размерами и направленностью.

"Большая тройка"	Основные традиционные каналы
"Пятерка среднего уровня"	Альтернативные формы, которые уже успешно использовались для продажи других товаров, а теперь мигрировали в сегмент товаров для дома
"Узкая ниша"	Продажи небольшого круга товаров для дома, узко сфокусированные продажи
"Продажа не через магазины"	Продажи без использования традиционных дистрибутивных каналов

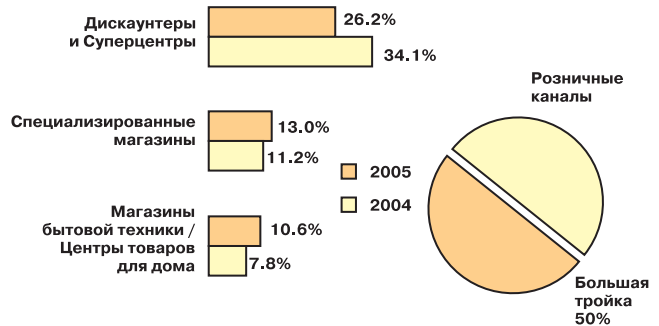
**"Большая тройка"**

Двум из трех каналов "Большой тройки" - специализированным магазинам и Магазинам бытовой техники /

Индустрия товаров для дома, 2005 год			
Розничные каналы			
Канал	Продажи (\$ миллионы)	Доля от общего числа (%)	Ежегодные изменения в продажах (рост/уменьшение)
<b>Большая тройка</b>			
Дискаунтеры/Суперцентры	18,435	26,2	↓
Специализированные магазины	9,152	13,0	↑
Магазины бытовой техники / Центры товаров для дома	7,464	10,6	↑
<b>Пятерка среднего уровня</b>			
Районные магазины	6,593	9,4	↓
Супермаркеты	4,711	6,7	—
Магазины подарков и сувениров	4,513	6,4	↑
Крупные магазины (склады)	3,486	5,0	↑
Магазины домашнего убранства	1,999	2,8	↑
<b>Узкая ниша</b>			
Магазины одной цены	1,562	2,2	—
Аптеки	1,538	2,2	—
Каталоги шоу-румов	1,520	2,2	—
<b>Продажа не через магазины</b>			
Почтовые каталоги	3,320	3,3	↑
Продажа непосредственно конечному покупателю	2,054	2,9	↑
Другие	5,001	7,1	↑
Сумма	70,348	100	

центрам товаров для дома - удалось повысить свою долю продаж в данном сегменте. В то же время дискаунтеры и суперцентры снизили уровень своих продаж, что уменьшило долю всей этой группы в общих продажах товаров для дома.

**Доля Большой тройки в сегменте товаров для дома (% продаж)**



"Большая тройка" включает (примеры магазинов):

- дискаунтеры и суперцентры Wal-Mart, Kmart, Target, Wal-Mart Supercenter, Super Kmart, Super Target, Meijer, Fred Meyer;
- специализированные магазины Bed, Bath & Beyond, Linens'n Things, Sur La Table;
- магазины бытовой техники/центры товаров для дома: Home Depot, Lowes.

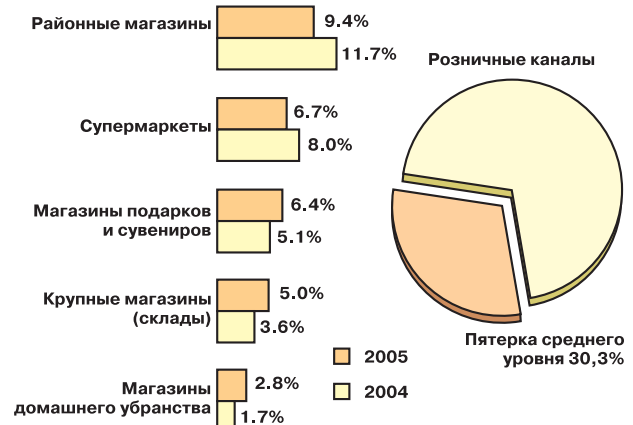
Продажи "Большой тройки" (\$, млн.)			
Продажи	Дискаунтеры и и Суперцентры	Специализированные магазины	Магазины бытовой техники / Центры товаров для дома
2005	18,435	9,152	7,464
2004	20,429	6,739	4,411

**"Пятерка среднего уровня"**

Эта группа розничных каналов в целом увеличила свои продажи за последний год. Районные магазины перебрались в этот кластер из группы "Большой тройки", а магазины домашнего убранства из группы "Узкой ниши".

Районные магазины и супермаркеты продолжают терять очки в бизнесе товаров для дома. Зато выигрывают магазины подарков и сувениров, крупные магазины (склады), магазины домашнего убранства.

**Доля Пятерки среднего уровня (% продаж)**





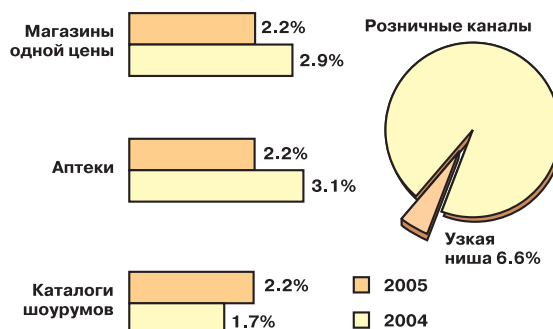
Каналы "Пятерки" - доля продаж (\$,млн.)

Продажи	Районные магазины	Супермаркеты	Магазины подарков и сувениров	Крупные магазины (склады)	Магазины домашнего уюта
2005	6,593	4,711	4,513	3,486	1,999
2004	7,038	4,309	3,233	2,496	1,444

**"Узкая ниша"**

Каналы, которые выбирают для работы "Узкой ниши", оправдали себя в 2005-2006 году, собрав вместе \$4 млрд. и повысив свои показатели.

**Доля Узкой ниши в сегменте товаров для дома (% продаж)**



**Продажи Узкой ниши (\$ миллионы)**

Продажи	Магазины одной цены	Аптеки	Каталоги шоурумов
2005	1,562	1,538	1,520
2004	1,275	1,777	1,092

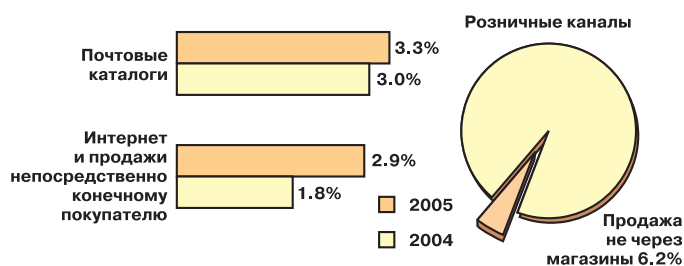
**"Продажа не через магазины"**

Общие продажи в этой группе продолжают расти и почти достигают уровня "узкой ниши". Вот примеры компаний, участвующих в этом кластере продаж:

Vernon, Hold Everything.

Продажа непосредственно конечному покупателю: Internet ordering, mail, infomercials, TV, electronic.

**Доля Продаж не через магазины в сегменте товаров для дома (% продаж)**



Продажи	Почтовые каталоги	Продажа непосредственно конечному покупателю
2005	2,320	2,054
2004	1,456	1,016

Наталья Дрошнева

**TRAMONTINA**

**ТРАДИЦИИ  
КАЧЕСТВО  
НАДЕЖНОСТЬ**

**TRAMONTINA**  
INOX STAINLESS BRASIL

**TRAMONTINA**  
INOX STAINLESS BRASIL

серия Terlatara



**ГРУППА КОМПАНИЙ  
"ИИС-ПОСУДА"**

**ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ**

[www.iisposuda.ru](http://www.iisposuda.ru)

Москва: +7 495 363-31-18  
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86  
Казань: +7 843 278-73-49  
Краснодар: +7 861 210-14-70  
Екатеринбург: +7 343 212 48 08

Нижний Новгород: +7 8312 57-67-18  
Уфа: +7 3472 42-79-61  
Воронеж: +7 4732 39-20-93  
Ростов-на-Дону: +7 8632 55-85-11  
Ставрополь: +7 8652 56 13 90

Тюмень: +7 3452 48-31-33  
Пермь: +7 342 220-19-86  
Новосибирск: +7 383 342-14-88  
Челябинск: +7 351 721-06-53  
Волгоград: +7 8442 41 76 81



28 февраля-  
1 марта  
2008 года

Украина, Киев  
Международный  
выставочный центр

Международная выставка  
индустрии посуды

### Салоны выставки:

- ☞ KUCHINA – Кухонная посуда
- ☞ HoReCa – Профессиональная посуда
- ☞ SERVIRA – Сервировочная посуда
- ☞ PRESENTA – Подарочная посуда
- ☞ DOMESTICA – Хозяйственная посуда и товары

Поддержка:  
Киевская областная государственная  
администрация

MESSE FRANKFURT

Организатор:

**PARUS** ExpoMedia

«ПАРУС Экспо Медиа»  
Тел./факс: + 38 (044) 246-0952/53/55/56  
Контактное лицо: Попович Оксана  
E-mail: op@pem.com.ua  
www.pem.com.ua





## Украина

### ВПЕРЕД к прошлому!

Запорожье стало родиной уникального народного течения. Один из лидеров рынка комплектации современных ресторанов - предприятие "МТЦ-Запорожье" с 2004 года активно производит под торговой маркой "Запорожский Самовар" гастрономические машины прошлого. Флагманом торговой марки является самовар, сконструированный местными мастерами. Он до 15 часов прекрасно сохраняет температуру на морозе, имеет 4 крана, жаровую топку и обладает феноменальной "скорострельностью" - 1250 чашек в час. "Фишка" запорожцев в том, что на самоваре можно приготовить плов, уху, шурпу, чебуреки, пирожки, пончики и завершить «шоу» подачей глинтвейна, кофе или чая на разнообразных народных гуляниях или корпоративных праздниках. Ассортиментный перечень товаров ТМ "Запорожский самовар" включает в себя также гигантские треноги, кофеварки повосточно-монгольские самовары, вертелы, широкий модельный ряд бытовых и профессиональных мангалов, таганов, шашлык-баров, шампуров, чанов, казанов, сковород, а также необходимый кулинарный инвентарь.

По материалам сайта  
[www.samovar.zp.ua](http://www.samovar.zp.ua)

### ЧУГУННАЯ ПОСУДА "Термо"



При разработке технологии производства чугунной посуды "Термо" использован патент на изобретение "Посуда чугунная с защитным покрытием", что обеспечило ее полную экологическую чистоту и стойкость к коррозии, а также сделало продукцию предприятия конкурентоспособной, обладающей высоким качеством, надежностью и современным дизайном.



### КАСТРЮЛИ EPOS +



Компания "Новомосковская посуда", отныне выпускающая свою продукцию под торговой маркой "Epos +", начала производство нового вида кастрюль сферическо-фигурных форм с использованием импортной фурнитуры (от 0,5 до 5 л, со стеклянной крышкой и пароводом).

### ПОЧУВСТВУЙ ПРЕИМУЩЕСТВА СНТИ!

Компания "СНТИ" работает на рынке посуды с 2001 года под торговой маркой "S & T". В мае 2007 года торговая марка "S & T" была зарегистрирована в Государственном департаменте интеллектуальной собственности.

С момента образования и по сегодняшний день руководители, и коллектив упорно трудятся над разнообразием ассортимента и его изобилием на складах, чтобы каждый уголок Украины имел превосходный сервис и ощущал преимущества работы с "S & T".

И осень не становится исключением - в ближайшее время ожидается пополнение ассортимента абсолютно новыми товарами для дома и кухни. Среди них: новая серия металлической посуды, декоративных ваз, салатников, бокалов, вазонов для цветов, а также новая подарочная серия из стекла.

Подробности на сайте [www.snt.od.ua](http://www.snt.od.ua)





## TESCOMA - РАДОСТЬ В ДОМЕ!

Открытие нового салона или магазина - всегда большое событие для любой компании.

Ведь это не только представление обновленной продукции, но и обретение новых почитателей. Tescoma - одна из ведущих европейских фирм, производящая посуду и товары для кухни, расширяет свои горизонты, открыв новый магазин в ТВЦ Мегадом (г. Одесса, Украина).



В новом выставочном павильоне на достаточно большом пространстве впервые собран весь спектр продукции торговой марки (ТМ) Tescoma.

Сегодня продукция фирмы ориентирована на покупателей, ценящих здоровую пищу, высокое качество и современный дизайн приспособлений для ее приготовления и хранения. Товары от ТМ Tescoma - это незаменимые помощники на каждой кухне. Они удобны, красивы, практичны. С ними приятно готовить и профессионалам, и тем, кто только начинает постигать секреты кулинарии.

Посетителей нового магазина приятно удивят "вкусные" цены а также многочисленные акции, связанные со специальной ценой на отдельные виды товаров.

Надеемся что изделия для кухни фирмы Tescoma завоюют ваше доверие и признание высокими потребительскими качествами, принесут радость в дом наших постоянных клиентов и тех кто придет к нам впервые.



С 17 по 20 октября 2007 года состоится крупнейшая в Украине и в Восточной Европе специализированная выставка посуды, товаров хозяйственно-бытового назначения, подарков и сувениров "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА 2007". В этом году престижнейшая международная выставка пройдет в девятый раз и соберет в киевском МВЦ рекордное количество участников - более 300! В "экспозиции красоты и уюта", которая расположится на площади более 10 000 кв.м., свою продукцию представят фирмы из 16 стран. Среди экспонентов выставки такие компании, как: AL-CO Aluminyum Baklr ve Madencilik San. Tic. A.S., BALLARINI, BEKA, BERGHOFF, BERGNER, Bona Di, CEM BIALETTI, CERVE S.P.A., DOGRULAR, EUROGOLD, GIPFEL, GUARDINI, HEIDRUN, Laretti, LEIFHEIT, LIMPOL, La MAGE, MAESTRO, MORINOX, MULTIBRUSH, PASABANSE, TESCOMA, VALIRASA, VINZER, "ВЕСТЕХ", "ВИЛЕНД", "Керченский металлургический комбинат", "КРИСТАЛЛ ТД", "НИКИС", "ПРОФПОСУД", "РЕЙТИНГ", "СЕВЕРСТАЛЬ-ЭМАЛЬ", "СКОРПИО", "СТЕНС-К", "ТЕРРА-М", "ТСИН ЭСТ ТРЕЙД" и другие.

Деловую программу выставки составляет комплекс мероприятий, среди которых презентации фирм, их продукции и проектов, конкурсы, семинары и конференции.

## ULMA расширяется



География распространения посуды Ulma широко охватывает Россию, а в этом году эта керамическая посуда появилась и в Украине. Вся продукция Ulma изготовлена из природного сырья, что подчеркивает ее экологическую привлекательность. Во втором полугодии украинцы смогут оценить новые виды керамических изделий, а также технологию двойной глазуровки, освоенную на Бугульминском фарфоровом заводе. Некоторые новинки ассортимента будут представлены на выставке TableWare-2007 в Киеве.



## METRO становится больше

Группа Metro открыла новый магазин Cash & Carry в Запорожье (Украина). Магазин общей площадью 14 000 кв. м. имеет торговую площадь 9 000 кв.м.

Кроме того, начато строительство другого магазина Cash & Carry в Николаеве (также Украина). Магазин общей площадью 12 000 кв.м. (торговая площадь - 7 500 кв.м.) будет построен по принципиально новой концепции. Его вместимость составит приблизительно около 28 000 продуктовых линеек.

**Справка.** METRO Cash & Carry - это торговое подразделение холдинга Metro Group, занимающего по объему продаж третье место в мире. Общее количество магазинов - 2 400 в 30 странах мира. В холдинговую компанию входят шесть независимых подразделений, различающихся по формату и регионам присутствия. Сегодня торговые центры имеются более чем в 25 регионах страны.

По материалам сайта [www.retail.ru](http://www.retail.ru)



# Украина



## GIPFEL - ВЫСОКАЯ МОДА



### ДЛЯ ВАШЕЙ КУХНИ!

В магазинах компании GIPFEL Вы всегда найдете самый большой ассортимент товаров для обновления вашей стильной кухни. Посуда из нержавеющей хирургической стали, посуда с антипригарным покрытием, несколько линий модных заварочных чайников и кофейников, фондю, кофемолки, наборы для специй и многое другое...

К осени ожидается поступление новинок: наборы посуды, подарочные наборы, чайники, кофейники, стаканы для латте, а также новый вид сахарниц с двумя ложечками.

## RONDELL - ОРУЖИЕ ДОМОХОЗЯЕК



предмет: на стальную посуду - 25 лет, на алюминиевые изделия - 2 года.

В профессиональной посуде Rondell блюда готовятся быстрее, сохраняют больше полезных и вкусовых свойств.

Вся посуда Rondell упакована в элегантные коробки и специальные мягкие мешочки, что делает любой предмет из ассортимента посуды Rondell, замечательным подарком!

Серия Evolution, изготавливается с применением технологии triply. Благодаря впрессованной по всему корпусу пластине алюминия посуда нагревается на 30% быстрее обычной, создается эффект "русской печи", благодаря чему продукты сохраняют максимальное количество витаминов и натуральный вкус. Равномерное прогревание также исключает пригорание пищи.

В производстве алюминиевой посуды Rondell использует технологию анодирования - anodised aluminium. Это покрытие делает алюминий абсолютно безопасным для здоровья и защищает его от механических повреждений. При этом такие замечательные свойства алюминия как легкость и высокая теплопроводность полностью сохраняются. В посуде Rondell глубина анодирования составляет 35-44 микрона, что является большим преимуществом по сравнению с другими брендами.

В профессиональной посуде Rondell блюда готовятся быстрее, сохраняют больше полезных и вкусовых свойств.

"Визитной карточкой" Нижней Саксонии в XIV-XVI веках был рыцарский кинжал Rondell, который славился своей красотой и надежностью. Сегодня немецкая посуда Rondell - оружие для украинских домохозяек, с которым смело можно вступить в битву за вкусный обед. ТМ Rondell представляет профессиональную посуду адаптированную для бытового применения в среднем ценовом сегменте, наделенную качествами класса "премиум".

Вся продукция Rondell - около 100 позиций наборов посуды и отдельных элементов - изготовлена из высококачественной стали и высокотехнологичного анодированного алюминия с антипригарным титановым покрытием.

Каждое изделие проходит несколько этапов контроля качества, именно поэтому изготовитель дает фантастическую гарантию на каждый

# ПОСУДА ДОМОЙ

**tescoma®**

Кухонная арифметика:  
**5+2=7** лет

Знаете ли вы, сколько времени занимает готовка? Час? Два? Добавьте к этому время сервировки и уборки. Мы подсчитали, что каждая хозяйка проводит за приготовлением пищи в среднем 2 года и 2 месяца своей жизни, а за самой трапезой еще 5 лет. Следовательно, на кухне и за обеденным столом мы проводим около 7 лет.



**Какими критериями нужно руководствоваться при выборе посуды, чтобы каждая минута, проведенная на кухне, приносила истинное удовольствие!?**

Получить ответ на этот вопрос нам помогла коммерческий директор компании "Тескома-Украина", Тамара Константиновна Петренко.  
- При выборе посуды, аксессуаров для кухни и

предметов сервировки **нужно руководствоваться функциональностью, ценой и, прежде всего, качеством товара, так как за этим стоит здоровье и безопасность человека. К сожалению, на рынок Украины хлынул поток низкосортной продукции, которую нечестные предприниматели пытаются "впарить" доверчивому покупателю. Как же разобраться в этом море посуды?**

В настоящее время правильный выбор посуды становится одной из важных предпосылок здорового образа жизни. Поэтому мы интересуемся характеристиками посуды, в том числе из нержавеющей стали 18/10. Цифры означают, что сталь содержит 18 частей хрома и 10 - никеля, которые обеспечивают ее высокое качество. Этот материал является безопасным для здоровья, устойчивым к разным кислотно-солевым средам и при этом весьма прочным. Кроме того посуда из нержавеющей стали является идеальной с точки зрения гигиены и тепловой обработки пищи. В ней лучше сохраняются вита-

мины, минералы, белки, пектины и другие полезные вещества. Из такой стали изготовлены все серии наборов посуды и кастрюль ТМ Tescoma (Praktik, Tulip, Comfort, Vision, Nome Profi, Prima, K 2, Luxury Top). Но для хорошей, качественной кастрюли очень важны не только производство из нержавеющей стали 18/10, достаточная толщина стенки, но и наличие трехслойного дна (сэндвича), которое имеется во всех перечисленных сериях кастрюль. Термоаккумулирующее дно обеспечивает равномерную подачу тепла внутрь кастрюли, имеет постоянную и равномерную температуру по всей поверхности. Эти качества позволяют приготовить пищу без жира, воды (или с минимальным их использованием) на пару, паровой бане, применить "каминный" способ приготовления пищи, что соответствует основам современной теории здорового питания. Кроме этого, трехслойное дно существенно экономит тепловую энергию: плиту можно выключить заранее, поскольку накопленная энергия продолжает поступать внутрь кастрюли. Это основные качественные критерии, по которым следует выбирать кастрюли.

Профессионалы требуют от посуды, прежде всего, высокой надежности, прочности, легкого мытья и соответствие санитарным нормам.

Большой популярностью пользуется компактная цельнометаллическая посуда из нержавеющей стали без пластмассовых элементов, видимых швов и ненужных декоративных элементов, словом Nome Profi от Tescoma.

Кухня, еда - это не только супы, но и аппетитные антрекоты! При выборе сковород обратите внимание на то, что они бывают прессованные и литые. В чем разница? Качество и цена. Прессованные сковороды, как правило, покрыты одно-двух-трехслойным антипригарным покрытием. Для работы с ними необходимо использовать специальные лопатки - нейлоновые Space Line, силиконовые Uno, из меламина серии Melamine или деревянные. Литая сковорода (например, Maxima 2000 - 225,34 г, Grand Titan - 102,40 г) является сковородой высшего класса. Изготовлена по особой технологии, которая позволяет достигать различной толщины стенок и дна сковороды, обеспечивая ее высокую

«На рынках Украины массово реализуется импортная посуда, содержащая вредные для здоровья металлы. Такое заявление сделала в Запорожье директор научно-исследовательского центра независимых потребительских экспертиз "УкрТЕСТ" Лина Попова. По ее словам, речь идет о металлической посуде, которая завозится на территорию Украины из-за границы и реализуется на рынках под видом товаров из нержавеющей стали: "Мы взяли несколько образцов такой посуды и провели исследования металла, из которого она изготовлена. Выяснилось, что сплав в списке официально разрешенных для изготовления посуды сплавов отсутствует. В ходе исследований выявлено также, что содержание свинца (излишек которого в организме способствует размягчению мозга) и кадмия (чрезмерное количество его провоцирует развитие онкозаболеваний) в несколько раз выше предельно допустимого".





## Украина

**Людмила Валентиновна Горцева, кандидат химических наук, старший научный сотрудник Института экогигиены и токсикологии им. Л.И. Медведя**

**- Сегодня в Украине на прилавках магазинов очень много разнообразной посуды: металлическая, алюминиевая... Но вся ли она является безопасной для здоровья потребителей? Какая посуда считается наиболее вредной?**

- На сегодняшний день небезопасной является алюминиевая посуда. В Украине постепенно от нее отказываются. Есть данные, что и в Германии исключают эту посуду из употребления. А вообще говорить о том, какая посуда самая небезопасная, довольно трудно. В лабораториях института исследуется изготовленная из различных материалов посуда. Проверая посуду, мы исходим из того, каково ее целевое предназначение. Каждый вид посуды, попадая к нам на исследование, проходит гигиеническую экспертизу. Потому что основная цель проведения наших исследований - не пропустить выделение каких-либо вредных токсичных веществ, что возможно, если посуда изготовлена с нарушением технологий производства.

Проверяя посуду, мы ориентируемся обычно на допустимый уровень миграции. Это гигиенический норматив, характеризующий попадание вредных химических веществ в контактирующие среды. (Допустимый уровень миграции - такое количество вещества, мигрирующего из посуды в продукт питания, в ней находящийся, которое абсолютно безопасно для здоровья человека.) В продукции не должно быть превышения допустимых уровней мигрирующих веществ.

**- А существует идеальная посуда, которую можно использовать в домашнем хозяйстве во всех случаях и которая при этом не может навредить здоровью ее владельцев?**

- К такой посуде можно отнести широко используемую нами посуду из нержавеющей стали. Во всяком случае, когда мы проводили исследования такой посуды, то не обнаружили токсичных соединений, которые бы выделялись в небезопасных для человека количествах.

Как правило, производители предоставляют документацию, характеризующую данную продукцию. Есть определенные стандарты, согласно которым она производится, и перечень материалов, допущенных к применению.



эффективность. Такие сковороды покрыты специальным титановым покрытием, устойчивым к царапинам и допускающим использование металлических лопаток.

Мы рассмотрели только несколько вопросов о кухонной металлической посуде, исследование можно продолжать долго... Выбирая любую посуду или аксессуары для кухни, рекомендуем отдавать предпочтение уже известным, зарекомендовавшим себя надежными, качественными ТМ, подтвердившим свою репутацию международными сертификатами качества и получившим широкое европейское признание.

# СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА



Расскажите, пожалуйста, об истории возникновения компании "Евросет".

Свою деятельность мы начали еще в 1997 году с целью ввести на рынок Украины посуду торговой марки BergHOFF. В то время мы были одними из первопроходцев рынка, поскольку посуда из нержавеющей стали была представлена очень слабо. Сегодня, спустя десять лет, мы можем с гордостью сказать, что стали не просто одной из крупнейших компаний на рынке Украины, нам удалось в значительной мере развить идею здорового и одновременно вкусного питания, обеспечить потребителя качественными товарами для кухни, позволяющими легко и быстро готовить и сервировать самые вкусные и полезные блюда. Основная заслуга в этом принадлежит нашему партнеру - крупному европейскому производителю посуды - бельгийской компании BergHOFF Worldwide N.V.

Завоевав симпатии многих украинских покупателей благодаря продукции BergHOFF, рассчитанной прежде всего на потребителей среднего класса, практичной, функциональной и с наилучшим соотношением цены и качества, мы дополняем наше

товарное предложение сопутствующим ассортиментом кухонных и сервировочных аксессуаров других торговых марок. И сегодня, в канун десятилетнего юбилея, с гордостью говорим, что предлагаем нашим покупателям любовно отобранные из лучших марок мира посуды такие торговые марки, дистрибьюторами которых мы являемся как R?sle (Германия), Amefa (Нидерланды), Arcos (Испания), Blomus (Германия), Bredemeijer (Нидерланды) и Continenta (Германия).

Все представленные нами торговые марки взаимодополняют друг друга. Такой подход обеспечивает покупателю удобство: он может подобрать посуду и аксессуары для дома в одном месте, значительно сэкономив свое время. Вся продукция сертифицирована и производится в строгом соответствии с установленными стандартами.

Основным направлением нашей работы является продажа через сетевые магазины. В них поддерживается единый дизайн оформления, ассортимент и стандартные цены. Эти магазины обеспечивают наилучшее обслуживание покупателей. На сегодняшний день наши сетевые магазины BergHOFF открыты в двенадцати крупных городах Украины. Восемь магазинов расположены в Киеве, а



Основной продукцией торговой марки является кухонная посуда из высококачественной нержавеющей стали марки X18H10 с многослойным термоаккумулирующим дном, позволяющим сократить расход энергии при приготовлении пищи. Нержавеющая сталь имеет высокие показатели экологической чистоты, что позволяет в процессе приготовления пищи максимально сохранить витамины и минеральные вещества в продуктах. Это исключительно жаропрочный, износостойчивый, ударопрочный, не подверженный коррозии материал, что способствует сохранению прекрасного внешнего вида даже после многолетнего использования.



## Украина

пятнадцать находятся в регионах.

### 2. Какими характеристиками должен обладать бренд, чтобы он пользовался спросом в Украине?

Единого рецепта нет. Мы опираемся только на свой опыт. Самое главное - ориентация на потребности покупателя и качество предлагаемого товара. Немалое значение имеют и традиции, чтобы за торговой маркой стояла какая-то история. Важен большой ассортимент, широкий ценовой диапазон и, самое главное, наилучшее соотношение цены и качества. Но сами по себе эти факторы не приведут к успеху, если не будет выработана правильная линия работы, не будет достигнуто высокое качество

Весной 2007 года бельгийская компания BergHOFF выпустила специальную детскую серию "Утенок-шериф", которая понравилась и мамам, и малышам.

Компания BergHOFF позаботилась о том, чтобы с первых дней жизни у ребенка была собственная посуда, безопасная и гигиеничная.



Вся новая серия посуды, в которую входит кастрюлька, сотейник и ковшик, сделана из высококачественной нержавеющей стали с добавлением 18% хрома и 10% никеля. Хотя многих мам может отпугнуть использование металлической посуды, сплав 18/10 считается самым нетоксичным и немагнитным материалом. Он сохраняет естественный вкус продукта, а также витамины и полезные минеральные вещества. Кроме того, детская посуда имеет трехслойное дно, что делает ее очень прочной и удобной в приготовлении пищи (посуда хорошо держит тепло и требует меньше затрат на электроэнергию). Дизайнеры BergHOFF разработали специальные ручки в виде утиных лапок, выполненные из комфортного синтетического материала - полипропилена. Этот материал долговечен, не боится высоких температур и влажности, хорошо моется в посудомоечной машине, безопасен при использовании на плите. Но самая интересная часть посуды - это крышка. Ее украшает яркая игрушка, тот самый очаровательный Утенок-шериф.



**Не стоит удивляться, если дети захотят готовить вместе с вами и с BergHOFF!**

обслуживания клиентов. Ведь человеческий фактор является определяющим в любом деле.

### 3. Роль специализированных выставок при продвижении марки посуды?

Выставки - это всегда тщательно подготовленные мероприятия, где мы стараемся учесть все мелочи, чтобы у наших посетителей остались приятные впечатления после посещения нашего выставочного стенда. Так уж сложилось, что нам удается проводить их в непринужденной и праздничной атмосфере. Каждая выставка - особый повод, который притягивает взоры тысяч людей. В этом году мы являемся участниками двух выставок - "Мир Посуды" и Ambiente 2007 - и хотели бы пригласить всех вас посетить наш стенд. Вы будете приятно удивлены.

### 4. Какие особенности мерчандайзинга посуды в сетевых маркетах и розничных сетях?

**Продажи посуды через супермаркеты и через фирменные магазины существенно отличаются.**

Сетевые маркеты:

#### Минусы:

- ассортимент посуды в большинстве сетевых маркетов пока незначителен, как по глубине, так и по ширине.
- Посуда представлена лишь несколькими торговыми марками.
- слабо продуман вопрос консультации перед покупкой.

#### Плюсы:

- ассортимент состоит из товаров, наиболее пользующихся спросом;
- сравнительно низкие цены.

Фирменные специализированные магазины:

#### Минусы:

- цены, как правило, выше;

#### Плюсы:

- Возможность квалифицированной консультации и гарантии покупки;
- широкий ассортимент товаров.



# Сертификация металлической посуды

*В России сертификация продукции была введена в начале 90-х годов теперь уже прошлого столетия и основывалась на Законе "О сертификации продукции и услуг". В дополнение к закону были разработаны соответствующие документы, которые регламентировали конкретные виды продукции, подлежащие сертификации, нормативные документы и проверяемые показатели, правила и порядок сертификации. Однако вышеуказанный закон был отменен в связи с принятием в 2002 году другого закона - "О техническом регулировании".*

В соответствии с последним документом установлено, что безопасность продукции подтверждается двумя способами: **обязательной сертификацией** или принятием **декларации о соответствии**.

Перечень продукции, которая подлежит декларированию или сертификации, определен в Постановлении Правительства России от 29.04.02 № 287 и в утвержденных Госстандартом России "Номенклатуре продукции, в отношении которой законодательными актами Российской Федерации предусмотрена обязательная сертификация" и "Номенклатуре продукции, подлежащей декларированию соответствия" (Постановление

Правительства РФ от 30 июля 2002 года № 64).

Безопасность металлической посуды подтверждается, как правило, путем обязательной сертификации. Для ножей (хозяйственных и специальных), а также для столовых приборов из углеродистой стали и алюминиевых сплавов предусмотрено декларирование, то есть принятие и регистрация декларации о соответствии. Такие виды изделий, как столовые приборы из нержавеющей стали с серебряным покрытием, а также "изделия посудохозяйственные стальные оцинкованные", не вошли в перечень по обязательному подтверждению соответствия, но могут быть сертифицированы в порядке добровольной сертификации.

Для обеспечения работ по сертификационной деятельности разработаны "Правила проведения сертификации посуды", в которых изложены требования к сертификации не только металлической посуды, но и стеклянной, керамической (фарфоровой, фаянсовой). Правила распространяются на продукцию отечественного производства и импортную.

Правила предусматривают различные схемы сертификации. В основном используются схемы 2, 2а, 3, 3а, 7, 10, 10а.

**Схемы 2 и 3** предполагают отбор образцов продукции серийного производства на

складе изготовителя, испытания этих образцов, выдачу сертификатов соответствия при положительных результатах испытаний, а в дальнейшем проведение **инспекционного контроля (ИК)** в течение срока действия сертификата. Сертификат может быть выдан сроком от одного до трех лет. ИК проводится не реже одного раза в год.

Дополнительно к этим процедурам в определенных случаях необходим выезд экспертов на предприятие для ознакомления с производством и получения уверенности в возможности предприятия обеспечить стабильный выпуск продукции, соответствующей предъявляемым требованиям. В этих случаях к цифровому обозначению схем добавляется буква "а" (**схема 2а, 3а и 10а**).

**Схема 10 (10а)** предполагает, что испытания продукции уже проведены и заявитель (организация или индивидуальный предприниматель) обращается в орган по сертификации уже с готовыми результатами испытаний, а орган по сертификации проводит анализ протоколов и представленных необходимых документов, обследование производства (при схеме 10а) и при положительных результатах выдает сертификат соответствия. В дальнейшем также проводится ИК. Указанные схемы предполагают,



что продукция будет производиться после выдачи сертификата и по своему качеству соответствовать испытанным образцам.

**Схема 7** применяется в тех случаях, когда продукция выпущена или поставлена в Россию партией определенного объема, то есть на момент сертификации продукция уже произведена. Для испытаний отбирается представительная выборка продукции в количестве, зависящем от размера партии. Срок действия сертификата при этой схеме не ограничивается, ИК не проводится, но в сертификате указывается объем партии и ее идентификационные признаки, контракт, транспортные документы.

По правилам сертификации отбор образцов производят представители аккредитованной испытательной лаборатории или органа по сертификации. Испытания проводятся в аккредитованной лаборатории, оформление сертификата - в аккредитованных органах по сертификации.

Аккредитует органы по сертификации и лаборатории Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Ростехрегулирование) по специальным требованиям.

При сертификации метал-

лической посуды подтверждаются требования национальных стандартов (ГОСТов и ГОСТ Р) на определенный вид продукции, в которых изложены требования по безопасности. Это стандарты на следующие изделия: посуду алюминиевую литую, посуду хозяйственную из листового алюминия, посуду стальную эмалированную, посуду хозяйственную чугунную эмалированную, посуду из мельхиора, нейзильбера, латуни с хромовым или никелевым покрытием, посуду и приборы столовые из мельхиора, нейзильбера с серебряным или золотым покрытием, посуду из коррозионностойкой стали, ножи хозяйственные и специальные, приборы столовые из углеродистой стали и алюминиевых сплавов, посуду чугунную черную, посуду стальную эмалированную с противопригорающим покрытием.

#### **Основными требованиями к проверяемой металлической посуде являются:**

- отсутствие превышения допустимых значений по делению вредных веществ (свинца, мышьяка, меди, цинка, фтора, хрома, бора и др.) в модельные среды, имитирующие пищевые продукты;
- обеспечение прочности

крепления арматуры (ручек, носиков и т.п.).

Посуда из коррозионно-стойкой стали должна быть стойкой к коррозии, посуда с противопригорающим (антипригарным) покрытием должна выдерживать испытания на ударную и термическую стойкость, на противопригорающие (антипригарные) свойства.

Кастрюли - скороварки (сковороды-сорожарки, кофеварки) должны иметь предохранительное устройство, срабатывающее при избыточном давлении, а рабочий клапан должен быть рассчитан на определенное избыточное давление.

Одним из необходимых условий при оформлении сертификата на металлическую посуду является наличие санэпидзаключения, выдаваемого учреждениями Роспотребнадзора.

Более подробно узнать обо всех требованиях можно в органах по сертификации, одним из которых является **сертификационный центр "Продэкс"**, аккредитованный на сертификацию всех видов посуды (стеклянной, металлической, полимерной, керамической). Квалифицированные специалисты СЦ "Продэкс" готовы оперативно рассмотреть заявку и выбрать оптимальный вариант подтверждения соответствия продукции для каждого конкретного случая (тел.: 938-21-42, факс: 939-04-84).



**Заместитель директора  
сертификационного  
центра "Продэкс",  
руководитель органа  
по сертификации  
продукции и услуг  
Людмила Сергеевна  
Попова**



# Дефицит информации

Если раньше мы сталкивались с повсеместным дефицитом, в том числе и металлической посуды, то сейчас наблюдаем дефицит информации об этой группе товаров: материалах для ее производства, технологиях изготовления, качестве, потребительских свойствах и пр. Покупая посуду, надо знать, из чего она сделана, что и как можно в ней готовить, кто ее экспортирует, в чем принципиальное отличие одних марок от других. Об этом и многом другом читайте прямо сейчас...

Не секрет, что металлической посудой наводнены не только рынки и хозяйственные магазины, но и всевозможные малые и большие сетевые маркеты. Диапазон цен велик, например от 50 руб. за металлический половник до 10 000 тыс. руб. за кастрюлю.

Чем это вызвано? Начнем с кухонной посуды.

Кухонную посуду можно классифицировать по материалу, из которого она изготовлена, технологии изготовления, типу внешнего и внутреннего покрытий.

Используя преимущества и недостатки того или иного материала при изготовлении посуды можно добиться высоких результатов как по качеству, так и по внешнему виду.

**Металлическая посуда делится на:**

- I **Алюминиевая посуда**
- II **Эмалированная посуда**
- III **Чугунная посуда**
- IV **Посуда с антипригарным покрытием**
- V **Посуда из нержавеющей стали**

## I. Алюминиевое поколение:

Многие годы алюминиевая посуда устраивала большинство. Главным положительным качеством была большая теплопроводность (алюминий - хороший проводник тепла, вода закипает в такой кастрюле довольно быстро), легкость (плотность всего 2,7 г/куб. см) и дешевизна. Алюминиевая посуда легкая, обычно тонкостенная. Метод изготовления - штамповка делает ее весьма доступной по цене. Но кроме этих достоинств остальные качества алюминия - сплошные недостатки: металл мягкий, быстро деформируется, поэтому для изготовления посуды используются сплавы алюминия, которые делают его тверже. Сам алюминий химически чрезвычайно активен. При соединении с кислородом поверхность быстро покрывается плотной пленкой оксида  $Al_2O_3$ . Но эта пленка очень тонка, легко царапается и растворяется щелочными растворами. А многие пищевые продукты как раз имеют щелочную или кислотную реакцию, например, картофель, зеленые щи из щавеля, кисель варенье из ягод... А если пища пригорит, активная чистка алюминиевой посуды удаляет защитную пленку, и металл вступает в "близкие" отношения с пищей. Поэтому в странах ЕЭС посуда, где пища контактирует с алюминием, теперь вообще запрещена к применению. В России пока действует запрет для применения

### Основные требования, предъявляемые к металлической посуде:

- 1) Не превышение максимально допустимого значения выделяемых вредных веществ (свинец, мышьяк, медь, цинк, фтор, хром, бор и др.)
- 2) обеспечение прочности крепления арматуры (ручек, носиков и т.п.)
- 3) стойкость к коррозии
- 4) ударная и термическая стойкость
- 5) антипригарные свойства
- 6) Кастрюли, скороварки (сковороды, скорожарки, кофеварки) должны иметь предохранительное устройство, срабатывающее при избыточном давлении, а рабочий клапан должен быть рассчитан на избыточное давление.

такой посуды в детских учреждениях.

Но раньше все это алюминию прощали за его дешевизну. А вот в новые популярные стеклокерамические варочные панели алюминий тем более не вписался. От алюминиевых кастрюль на стеклокерамике появляются ничем не сводимые перламутровые пятна. Поэтому сегодня, когда есть гораздо более широкий выбор материалов, алюминию вынесен бесповоротный приговор.





## В поисках компромиссов:

### Анодирование алюминия.

Анодирование - это нанесение оксидной пленки на поверхность металлов и сплавов в растворе электролита. В результате имеющаяся на поверхности алюминия естественная оксидная пленка искусственно утолщается от 0,2 до 20 микрон. Оксидный слой можно окрашивать. Посуда из анодированного алюминия прочнее, меньше склонна к деформации, долговечнее и безопаснее для здоровья. Но анодирование не защищает алюминий от контакта внутренней поверхности посуды с пищевыми продуктами, имеющими щелочную или кислотную реакцию.

## II. Эмалированная посуда

Альтернативой алюминию долгое время была эмалированная посуда, более дорогая. Теперь это один из дешевых видов кухонной посуды.

Это массивная, довольно тяжелая посуда из чугуна или черной стали (плотность 7,6-7,86 г/куб. см), на поверхность которого в 2-3 слоя наложено прочное стеклоподобное эмалевое покрытие, защищающее металл от коррозии.

По мнению специалистов-токсикологов, одним из лучших вариантов кухонной утвари является посуда, покрытая эмалью: "Современная эмаль, которая изготавливается авторитетными фирмами, устойчива к солям, кислотам и щелочам, которые содержатся в пище. В ней можно и готовить, и хранить любые блюда без исключения. Но эмаль не стойка к механическим повреждениям. При сколах обнажается черный металл, не предназначенный для контакта с пищей. Отмывать пригоревшую эмалированную посуду абразивными веществами также не стоит - на эмали образуются микроскопические трещины, царапины. В такой посуде готовить еду уже нельзя.

## III. Чугунная посуда

В сегодняшнем быту используются в основном сковородки, сделанные из чугуна. Для производства посуды используют чугун, легированный хромом, что делает его более устойчивым к ржавчине. Этот металл хорошо держит тепло и служит долго. Но, чугун легко подвергается коррозии, на нем быстро образуются поры. При приготовлении пищи сгоревший жир и остатки пищи оседают в этих порах, и постепенно сковорода становится черной, причем и отмыть ее практически невозможно. При каждом следующем приготовлении по-

При проведении сертификации на безопасность в посуду из нержавеющей стали заливают горячий раствор, имитирующий особо агрессивные для металла блюда, например, кислые щи. После выдерживания измеряют количество хрома, никеля и других металлов в этом растворе.

Сертификат может быть выдан, только если содержание этих металлов ничтожно мало. Таким образом, прошедшая правильную процедуру сертификации посуда из нержавеющей стали совершенно безопасна для здоровья. Именно поэтому для приготовления пищи или хранения воды и продуктов можно использовать только специально предназначенные для этого, а значит, сертифицированные емкости и посуду.



ры в металле раскрываются от нагревания, и эта сажа снова поступает нам в пищу. Если жир с такой сковороды слить в прозрачную емкость, то черные хлопья, содержащиеся образовавшиеся в кипящем жире канцерогенные вещества, видны невооруженным глазом. В настоящее время, в соответствии с новыми стандартами потребительские свойства чугуна совершенствуются, используя достижения технического прогресса, уникальные современные технологии.

## IV. Посуда с антипригарным покрытием (тефлон)

Антипригарный материал - политетрафторэтилен (ПТФЭ) - был изобретен совершенно случайно. Однажды в процессе опытов, проводимых в лаборатории компании Дюпон, появился новый состав, новый полимер оказался устойчив к любым химикатам, высокой температуре и механическим воздействиям. А главное - он был необыкновенно гладким и скользким. Ему дали название - "тефлон". Сначала "тефлон" приглянулся военным. И только спустя 20 лет им стали покрывать кухонную утварь. 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, на основе все того же ПТФЭ. Покрытий этих великое множество. У нас, помимо "Teflon", наиболее популярны четыре - "Akzonobel",



Россия, 195248  
Санкт-Петербург  
ул. Бокситогорская, 9  
+7 (812) 290 66 83  
+7 (812) 290 66 84

*Premium Quality Products*  
18-10 STAINLESS STEEL SUPER CAPSULE BOTTOM

### Живи со Вкусом!

Компания TalleR LTD (Великобритания) производитель высококачественной посуды, столовых и кухонных наборов, наборов ножей, а также аксессуаров из нержавеющей стали. Имея богатый опыт производства и передовые технологии, компания TalleR LTD обращает особое внимание на качество выпускаемой продукции. Для изготовления посуды TalleR используется только высококачественная нержавеющая сталь марки 18/10. Данная сталь широко известна в мире и благодаря своей прочности и устойчивости к коррозии, зарекомендовала себя, как идеальный материал для кухонной посуды. Дизайн посуды TalleR не только эргономичен и функционален, но и очень эстетичен, что позволит наслаждаться не только приготовленным блюдом, но и самим процессом приготовления. Посуда TalleR разработана для современных кухонь в стиле Hi-Tech, а также гармонично впишется в классическую обстановку.

Приглашаем к сотрудничеству компании из различных регионов на правах дилеров. Предлагаем комплекс маркетинговых мероприятий.



[www.taller.ru](http://www.taller.ru)

Производство металлической посуды на территории России постепенно увеличивается. Если в 2006 году, по данным исследований маркетинговых компаний, объемы выпуска продукции из металла составляли приблизительно 59,4 млн. штук, то в 2007 году, этот показатель вырастет на 3,5-4,0%, при этом рост всего рынка посуды из металла в России составит 20%.

"Tefal" (собственный продукт одноименной компании), "Сталафлон" и "Адгеласт" (изобретения Российских производителей). Кстати, посуда с российским "тефлоном", по мнению экспертов, вполне конкурентоспособна.

Использование это вещества в посуде решило на некоторое время проблемы с перегретым жиром, на сковородках с тефлоновым покрытием можно готовить почти без жира. Но такая посуда требует к себе очень бережного отношения: нужны специальные приспособления, деревянные лопаточки, и т. д. Стоит появиться царапине, как такая посуда практически выходит из строя. Производители придумывают всякие хитрости, чтобы выработать у "тефлона" иммунитет к царапинам. Например, наносят его в несколько слоёв, добавляют в состав ПТФЭ упрочняющие материалы - частицы твердых металлов или минералов, делают дно посуды рельефным: но эти ухищрения пока лишь удорожают продукцию, а антипригарное покрытие по-прежнему требует особого обхождения.

#### Как выглядит антипригарное покрытие?

Внутреннее фторополимерное покрытие может быть гладким или ячеистым. Ячейки или другая структура дна увеличивают поверхность нагрева и делают его более равномерным. Если в антипригарное покрытие добавлены частицы твердых минералов или металлов, оно становится гораздо долговечнее. Для улучшения качества и прочности антипригарных покрытий их делают теперь многослойными. Например, 4-слойное покрытие Tefal состоит из верхнего антипригарного слоя, ниже расположен уникальный слой, противостоящий царапинам и разрушающему воздействию абразивных веществ. Следующий слой служит для прочного сцепления покрытия с основой. И, наконец, под ним находится субслой на основе уникального полимера для защиты алюминия от деформаций. Это многослойное покрытие прочно сцеплено с алюминиевой основой.

А в 2005 году Tefal изобрел новое антипригарное покрытие Expert. Оно состоит из пяти слоев, которые обеспечивают повышенную устойчивость к царапинам и позволяют применять металлические аксессуары.

#### Об устройстве дна

Недорогие сковороды и сотейники с антипригарным покрытием делаются из довольно тонкого металла. Но тонкое дноще от нагревания может покоробиться. Пользуясь такой посудой, убедитесь, что снаружи дно совершенно плоское. Это особенно важно это для электрических плит, где конфорки идеально плоские. Для предотвращения деформации, днища либо исполняются более массивными, чем стенки, либо снабжаются антидеформационными дисками из нержавеющей стали. В качестве внешнего покрытия используются высокопрочная эмаль, лак, нержавеющая сталь.

Сковороды с антипригарным фторополимерным покрытием выпускаются для всех видов современных плит, а термостойкие съемные ручки позволяют использовать эту посуду в горячих духовках.

### V. Посуда из нержавеющей стали

Сегодня большинство профессионалов отдают предпочтение посуде из нержавеющей стали. Этот материал устойчив к воздействию кислот и щелочей, адаптирован к различным источникам нагрева, гигиеничен и придает посуде элегантность. Самая популярная марка нержавеющей стали для посуды имеет маркировку 18/10 (по германскому стандарту DIN это X5CrNi18-10, по европейскому стандарту EN это 1.4301, по нашему ГОСТу это марка 12Х18Н10). Такой сплав содержит помимо железа 0,12% углерода, 18% хрома, 10% никеля и до 1% прочих примесей. Вот откуда цифры 18 и 10,





они обозначают содержание хрома и никеля. По стандарту США AISI это марки 304 и 321. Плотность стали - 7,8 г/куб. см. Единственный минус, посуда не любит, чтобы в ней долго находился крепкий рассол. Могут появиться пятна. В прилагаемых к стальной посуде инструкциях не рекомендуется даже класть соль в холодную воду. Но, это никак не сказывается на функциональных свойствах посуды. Но лучше добавлять соль в горячую воду при помешивании, чтобы крупинки сразу растворились.

#### Проблема выбора и ГОСТ

У нас действует государственный стандарт на такую посуду ГОСТ 27002-86. Согласно этому ГОСТу толщина стенок кастрюли из нержавеющей стали должна быть не менее 0,5 мм. Это необходимый минимум, чтобы посуда могла считаться качественной. А с точки зрения критерия "потребительские свойства/цена" оптимальной считается толщина стенок в пределах 0,6-0,8 мм. Встречаются изделия с толщиной стенок 1 мм и больше, но это только удорожает посуду, делает ее слишком тяжелой и требует большего расхода энергии при нагревании на плите.

Но некоторые зарубежные производители в стремлении удешевить свои изделия изготавливают посуду из слишком тонких листов металла. Такие кастрюли откровенно дешевы, нормально готовить в них нельзя. Посуда из нержавеющей стали имеет полированную поверхность, блестит, что обеспечивает более долгое сохранение тепла в кастрюле. ГОСТ 27002-86 допускает на внутренней поверхности посуды до трех точечных дефектов поверхности, связанных с полировкой.

Дешевые виды посуды из Азии продаются только на рынках. Гарантия на такую посуду не дается.

Но это не приговор всей посуде, производимой в странах Азии, есть немало марок, отвечающих требованиям стандартов. Хорошая посуда из нержавеющей стали заметно дороже эмалированной и уж тем более алюминиевой. Кстати, на некоторые виды стальной посуды, успешно наносят антипригарные покрытия.

#### Посуда с двойным или с тройным дном

Из-за низкой теплопроводности посуда из нержавеющей стали не пользовалась особым успехом. Решили вмонтировать в дно стальной посуды диск из алюминия или меди с хорошей теплопроводностью. Позже появилась более совершенная конструкция с нижней покрывающей капсулой из нержавеющей стали. Теперь в посуде из нержавеющей стали широко применяется так называемое слоеное дно, "сэндвич" или капсулированное дно, и в этом случае пища соприкасается только с гигиеничной нержавеющей сталью.

Добросовестные производители и продавцы демонстрируют свои изделия в разрезанном виде, и можно убедиться в наличии термораспределительного слоя и оценить толщину алюминиевой или медной прослойки.

Для оценки свойств и технологических особенностей продаваемой в России металлической посуды мы обратились к первоисточникам.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# СТЕКЛО КЕРАМИКА ФАРФОР 2007

**9-12 октября**

**Санкт-Петербург  
СКК, пр.Гагарина, 8  
+7 (812) 777 0407, (812) 718 3537  
mebel@orticon.com, www.farexpo.ru**

#### ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- хрусталь: фужеры, кувшины, вазы для сервировки стола
- огнеупорное и термостойкое стекло
- декоративные изделия: вазы, картины, панно, подсвечники, кашпо
- авторская керамика
- столовые, чайные и кофейные сервизы
- предметы сервировки и украшения стола





# Компания SUNKI (Китай)

Ручки, выполненные из комбинированных материалов не нагреваются, удобны и надежны в эксплуатации. Функция защита пламени гарантирует безопасность и комфорт во время приготовления пищи.



Специально разработанный дизайн и идеально отполированная внутренняя поверхность позволит приготовить вкусную и здоровую пищу с минимальным количеством жира.



За счет плотно прилегающей крышки, увеличивается температура внутри кастрюли, что позволяет готовить в малом количестве воды, но с сохранением витаминов, питательных веществ и аромата продуктов. Стеклокерамическая крышка, выдерживающая высокие температуры (индукционные и газовые плиты, а также духовой шкаф) позволяет легко контролировать процесс приготовления пищи.



5 -ти слойное дно

1. Нержавеющая сталь 18/10 Т304
2. Алюминий
3. Нержавеющая сталь 18/10 Т304
4. Алюминий
5. Медь



Встроенный в крышку термоконтроллер



Ручки устойчивы к высоким температурам



# Продукция марки Ballarini

широко известна нашим покупателям. BALLARINI является современной посудой, благодаря новейшей технологии производства, исключительным качествам нового четырехслойного антипригарного покрытия Teflon Platinum от фирмы DuPont и классическому дизайну. Преимущества этой марки заключается в использовании покрытия Teflon Platinum, которое является чрезвычайно прочным и долговечным, стойким к царапинам и сколам. С этим покрытием Вы можете использовать даже металлические кухонные аксессуары. Днище повышенной толщины (6 мм) не позволяет посуде деформироваться при частом и длительном использовании, а элегантные и удобные бакелитовые ручки способны выдерживать температуру 200 градусов. В технологии ее производства были использованы современная интерпретация форм и традиции прошлого. Многослойное антипригарное покрытие нового поколения Teflon Infinity от Du Pont с добавлением специальных твердых минералов, отчетливо видимых на поверхности, придает каждому изделию исключительную прочность и износостойкость. Внутреннее и наружное покрытие имеет уникальный, необычный цвет камня - серого гранита. Достигнут невероятный зрительный эффект, будто посуда действительно сделана из серого гранитного камня. Хромированные ручки, разработанные дизайнерами BALLARINI для серии PROFESSIONAL, выполнены из специального, слабо нагревающегося сплава.



**Темно-зеленый цвет** на ручке показывает, что она холодная, безопасная для прикосновений и мытья.  
**Красный:** режим приготовления пищи





# Swiss Diamond®

швейцарская алюминиевая посуда  
с уникальным антипригарным покрытием:

- + сковороды различных диаметров и форм;
- + жаровни, ковши, противни;
- + кастрюли с прозрачными крышками и сотейники.

Уникальность антипригарного слоя от Swiss Diamond® заключена в алмазных кристаллах, которые входят в состав нанокompозитного покрытия.

Алмаз является самым твердым природным материалом, что обеспечивает максимальную долговечность рабочей поверхности. Кроме того, теплопроводность алмазов

в несколько раз превышает теплопроводность меди, алюминия и стали, что гарантирует быстрый прогрев посуды.

Нанокompозит - материал, состоящий из мельчайших минеральных частиц. Он захватывает кристаллы алмазов подобно земле, впитывающей выбросы магмы. Таким образом, из смешанной алмазной структуры получается очень прочное антипригарное покрытие, соединенное с алюминиевым корпусом.

Продукция компании Swiss Diamond International награждена золотой медалью международной выставки изобретений в Женеве и представлена по всему миру.

## Преимущества посуды Swiss Diamond®, покрытых сверхтвердым слоем, содержащим кристаллы алмазов:

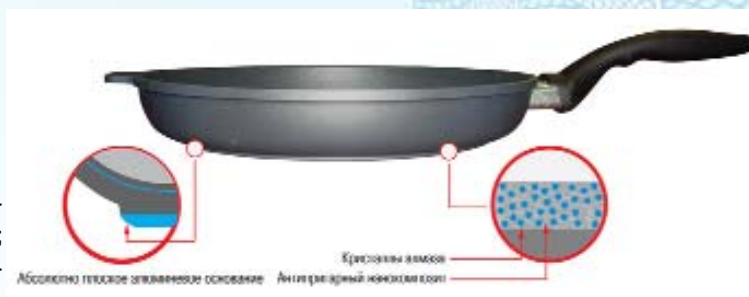
- + возможность использования неострых металлических приборов и чистки в посудомоечной машине;
- + великолепное распределение тепла и высочайшие антипригарные свойства;
- + термостойкая вентилируемая стеклянная крышка;
- + удобная форма алюминиевого корпуса (толщина 6 мм), выплавленного под давлением, и эргономичные ручки обеспечивают максимальный комфорт и устойчивость;
- + идеально ровное основание для использования на керамических и электрических поверхностях, а также на газовом огне.
- + эргономичная ручка, разработанная с целью удобного использования и необходимого противовеса, позволяет использовать посуду в духовке при температуре до 260°C

## Приглашаем к сотрудничеству региональных дистрибьюторов

ООО "Алекс Трейд" +7(495)755-99-13

efimenko@alextrade.ru

www.Swissdiamond.com



# Продукция компании SILIT

Торговая марка SILIT появилась в 1920 году. Сегодня в ассортимент компании входит не один десяток первоклассных товаров для кухни. Кроме того, Silit - это единственная в мире компания, изготавливающая собственное покрытие, т.к. существующие на мировом рынке





покрытия не отвечают высоким требованиям, предъявляемым специалистами компании.

Благодаря использованию высоких технологий и качественных исходных материалов, специалисты SILIT создают комфортную посуду, позволяющую готовить вкусную, а главное здоровую пищу.

В скороварке (системы Sicomatic) пища готовится под давлением; сохраняя все важнейшие соли, минералы, микроэлементы и витамины, естественный аромат продукта.

Днище посуды плотно и равномерно прилегает к поверхности плиты. Только в этом случае будет обеспечена наилучшая передача тепла, уменьшено время приготовления пищи и сэкономлена электроэнергия.

В холодном состоянии днище посуды Silit имеет чуть вдавленную внутрь форму, что свидетельствует о высоком качестве продукции. При нагреве металл расширя-

ется, днище распрямляется, обеспечивая оптимальный контакт с поверхностью плиты и исключая возникновение эффекта "пляшущей посуды". Согласно DIN 44904 (Немецкий промышленный стандарт) в холодном состоянии максимальный прогиб днища составляет - 6% от диаметра посуды (для посуды с диаметром днища 20 см допустимый прогиб составляет 1,2 мм).

Крышка плотно прилегает к посуде, поэтому для приготовления пищи можно использовать минимальное количество воды: пар конденсируется на крышке, охлаждается, и сконденсировавшаяся жидкость стекает обратно в кастрюлю.

Салоны Villeroy & Boch, адреса: Кутузовский пр-т, 23, тел:(499)240-66-88, Малая Сухаревская пл., 2/4, тел: (495)207-83-03

# Немецкая торговая марка Bekker®



предлагает более 1000 наименований высококачественных товаров из нержавеющей стали, алюминия, фарфора, керамики, жаропрочного стекла, пластмассы, изготовленных с использованием абсолютно новых технологий и соответствующих международным и российским стандартам качества.

Уникальность посуды торговой марки Bekker, изготовленной из анодированного алюминия, заключается в следующем:

- износостойкость (не царапается, не окисляется, не поддается коррозии), т.к. по сравнению с другими металлами анодированный алюминий является самым прочным материалом;
- безопасна и практична в использовании;
- быстрое нагревание и равномерное распределение тепла;



- внутреннее покрытие Teflon Select
- ручки изготовлены из стали в комбинации с силиконовым покрытием



- стеклянная крышка
- внешний слой изготовлен из анодированного алюминия
- алюминиевый корпус

Рис. 1

Технологическая особенность заключается в том, что весь корпус выполнен из комбинации анодированного и чистого алюминия с высококачественным внутренним тефлоновым покрытием, защищающим рабочую поверхность от воздействия агрессивных компонентов и кислот.



- Teflon Select
- Твердое анодированное алюминиевое покрытие
- Алюминиевый корпус
- Твердое анодированное алюминиевое покрытие

Рис. 2



Ручки изготовлены из металла в комбинации с силиконом. На сегодняшний день силикон является самым прочным и функциональным материалом, выдерживающим высокие температуры (до +300 С). Удобная форма из алюминиевого корпуса, толщиной 3,2 мм обеспечивает устойчивость посуды и комфортное приготовление. Подходит для всех типов индукционных и газовых плит. Крышка изготовлена из высококачественного стекла и оснащена паровыпускным отверстием.

Объем кастрюли (см. рисунок): 3,34 литра

Вся продукция Bekker сертифицирована и соответствует российским и европейским стандартам качества.





# «Гурман»

(Верхняя Салда), объединение ВСМПО

Тел: (495) 727-21-51

mail: pilot@salda.ru

www.salda.ru

**Посуда марки "Гурман" - это, прежде всего, высокое качество стали и ее обработки в соответствии с жесткими ГОСТами, сохранившихся еще с советских времен.**

Корпуса и крышки кастрюль выполнены из пищевой нержавеющей стали. Толщина стенок - 0,8 мм. Дно посуды - тройное теплораспределительное, представляющее собой "сэндвич" где слой алюминия лежит между слоями нержавеющей стали. Причем, напильный слой выполнен из магнитной стали, что позволяет использовать данную посуду на всех видах плит, включая индукционные. Толщина алюминиевого слоя дна колеблется в пределах 7-9 мм. Благодаря высокой точности обработки дно посуды ровное и гладкое, что обеспечивает его равномерное прилегание к поверхности плиты.

Ручки посуды также изготовлены из нержавеющей стали. Они крепятся к корпусу кастрюли или сковороды точно, что исключает возможность случай-

но обжечься ими во время приготовления пищи.

Кстати, крышка в ряде моделей крепится между ручкой и бортиком корпуса, что очень удобно. Кроме того, плотно прилегающие крышки посуды "Гурман" не позволяют готовящемуся блюду потерять аромат, который зачастую улетучивается за пределы кухни, если посуда стоит на конфорке открытой.

Быстрый прогрев дна и равномерное распределение температуры по всей его площади существенно экономит время приготовления пищи (до 50%) и расход газа (до 60%).

Внутренняя шлифовка дна и стенок исключает неровности и иной подобный брак, при котором мельчайшие частицы металла (например, заусенцы) могут попадать в пищу.

Посуда "Гурман" эффективно сохраняет биоэнергетические свойства продуктов. Благодаря эффекту "русской печи" - поддержанию температуры в 95°C - посуда позволяет продуктам томиться, что дает возможность сохранить максимум полезных свойств приготавливаемых на плите блюд.



## Профессиональный фарфор из Китая

- Идеально белый цвет
- Элегантный дизайн
- Изысканные формы
- Высокое качество
- Устойчивость к сколам

*Богатый выбор!*

**ИДЕН**

Посуда, инвентарь, оборудование для кафе, баров, ресторанов  
(495) 105-00087, 105-5187,  
8-800-200-0087 (бесплатный)  
г. Москва, ул. Ак. Яблокова, д.3

**Специальные условия для дилеров**

Приглашаем посетить наш стенд №2A11 на выставке "ПИР 2007" в "Крокус Экспо"



# 3-6 октября МОСКВА КРОКУС-ЭКСПО

площадь экспозиции 39 000 М<sup>2</sup>  
количество экспонентов 600  
количество посетителей 40 000

[www.pir.ru](http://www.pir.ru)

ОРГАНИЗАТОР

**пир**

СООРГАНИЗАТОРЫ  
МЕРОПРИЯТИЙ



Федерация  
Рестораторов  
и Отельеров



Центр кулинарного  
мастерства  
«Эксклюзив»

**CHEFART**

Журнал  
«ШефАрт»

**Гостиница  
ресторан**

Журнал  
«Гостиница и ресторан.  
Бизнес и управление»

**ВИНО**

Журнал  
«Виномания»



Speciality Coffee  
Association of Europe

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



Национальная  
Гильдия шеф-поваров



Российская  
Гостиничная Ассоциация

## 10-я международная выставка

ВСЕ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ  
КАФЕ БАРОВ КЛУБОВ  
ГОСТИНИЦ ПАНСИОНАТОВ

- Международный Кремлёвский Кулинарный Кубок
- Школы управляющих отельного и ресторанного бизнеса
- Чемпионат России по кулинарии и сервису
  - Лучшая пиццерия • Лучшее обслуживание
- Всероссийский Кулинарный конгресс
- Проект гостиницы: перспективные концепции в XXI веке

**NEW!** Специальные салоны:

Японская кухня • Кофе • Wine & Spirits • Пицца • Сыр

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



Генеральный  
технический партнёр



Технический партнёр  
по инвентарю



Технический партнёр  
по чистоте



Технический партнёр  
соревнований «Лучшая пиццерия»  
и «Джиропицца»



Технический партнёр  
Всероссийского Кулинарного  
Конгресса



Технический партнёр  
по униформе



Технический партнёр  
по ножам



Партнёр соревнований  
кондитеров



Официальная  
вода



Партнёр  
по карвингу



Партнёры соревнований  
«Мастер-суши»



Партнёр конкурса  
«Руссийн Десерт Трофи»



Партнёры  
«Кофест ПИР-SCAE»



Информационные партнёры

Генеральный  
информационный партнёр



Генеральный  
интернет-партнёр





# НЫТВА - равенство на Европу

**Практически четверть всех российских столовых приборов на сегодняшний день изготавливается в небольшом уральском городе Нытва. Именно поэтому Нытвенский металлургический завод еще с советских времен считается лидером в производстве этой широко востребованной, необходимой каждому продукции. Ежемесячно на рынок поступает порядка 1,5 млн. ложек, вилок, ножей и кухонных принадлежностей из Нытвы.**

Несмотря на большую удаленность уральской провинции от развитой, изысканной Европы, здесь равняются на самые лучшие европейские образцы. На заводе выпускают продукцию, отвечающую высокому международному уровню - европейского качества, по европейским стандартам, на современном итальянском оборудовании.

А поскольку на столовые приборы, как на любые предметы обихода, существует своя мода, которая определяет рыночный спрос, специалисты из Нытвы "держат руку на пульсе спроса", разрабатывают свои эксклюзивные образцы, обновляют ассортиментные линейки продукции и предлагают потребителям то, чего нет у конкурентов.

Именно к таким образцам "от кутюр" относится уникальный подарочный ларец на 12 персон, содержащий 200-предметный набор "Мондиал" (напомним, что эта серия столовых приборов премиум-класса удостоена высшей награды - Золотого логотипа федеральной программы "100 лучших товаров России-2006" и еще целого ряда престижных призов). Специальная трехъярусная конструкция ручной работы из благородного розовато-бежевого дуба в своих многочисленных ящичках и ячейках хранит приборы столовой, десертной, рыбной, чайной и кофейной групп, а также так называемые спецпредметы - лопатки для торта, вилки для раздачи блюд и холодных закусок, рыбы, пирожных, ложки и вилки для салата, маленькие изящные вилочки для лимона и канапе, разливательные ложки, ножи для масла и холодных закусок, разнообразных размеров щипцы - для сахара, хлеба, спагетти. Вся эта сияющая



столовая роскошь - практически полный набор того, что придумало человечество для сервировки стола и для соблюдения самого требовательно-го этикета.

Надо отметить, что ничего подобного нытвенскому ларцу в России не выпускает больше ни один производитель. Ближайшие конкуренты, также не стоящие на месте, предлагают самое большее 90-предметные наборы столовых приборов класса премиум. Так что в этой категории Нытвенский роскошный набор можно сравнить только с огромным и гордым флагманским кораблем.

Легкой яхтой на этом фоне выглядит новинка, производство которой освоили на заводе лишь пару месяцев назад. Это специализированный 5-предметный сервировочный набор на основе популярнейших моделей "Уралочка" и "Торжество". В него входят ложка и вилка для салата, гарнирная ложка, лопатка для торта, ложка для разливания соуса. Набор выпускается в нескольких вариантах - из хромоникелевой или безникелевой стали с покрытием нитридом титана, придающим изделиям золотой блеск, или без покрытия. И хотя в производство эта продукция запущена совсем недавно, она уже стала одним из лидеров продаж. Потребители оценили ее высокое качество, несомненное удобство в использовании, удачную комплектацию, приемлемую цену, а также красивую упаковку. Все это делает нытвенский сервировочный набор приятным и

полезным подарком любой хозяйке.

Новая стильная упаковка появилась недавно и у 30-предметного "Мондиала", "младшего брата" пышного дубового ларца. Моноблок премиум-класса изготовлен также в расчете на европейский уровень требований - выдержан в элегантных бордовых тонах, уголки надежно защищены, зеркальный блеск ложек, ножей и вилок выгодно подчеркнут бархатистым ложем, на котором они расположены в строгом порядке. Так что можно сказать, что лучшие российские столовые приборы имеют достойное обрамление.

Конечно, на этом в Нытве не останавливаются. В разработке у технологов и дизайнеров предприятия множество новых перспективных идей. Подробности, по сложившейся традиции, предпочитают заранее не раскрывать. Однако, скорее всего, следующая новинка лидера российского производства столовых приборов и кухонных принадлежностей будет связана с нужной потребителям, доброй и очень интересной для разработчиков детской тематикой.

**Москва,  
ул. Народного Ополчения,  
34, стр. 1  
www.tdestar.ru  
marketing@tdestar.ru  
Тел. +7 (495) 748-16-16**



# ФАРФОРОВЫЙ СУВЕНИР

Октябрьский завод фарфоровых изделий



Октябрьский завод фарфоровых изделий (Республика Башкортостан) развивает новое направление туристических ресторанных сувениров, изготовленных с применением европейского сырья EMERYS (Германия), нового технологического оборудования SAMA (Германия), CERIC WISTRA (Франция) и современных безопасных красок.

Немецкая фарфоровая масса и глазурь, из которой делают сувенирные статуэтки и тарелки, отличается высокой степенью белизны, что позволяет наносить тематические деколи (по заказу клиента) в сочетаниях самых разнообразных оттенков, включая тонкие, пастельные тона. Данное направление подразумевает как единичные эксклюзивные варианты сувенирных тарелок, украшенных ручной росписью, так и тиражированные партии, выполненные по менее дорогостоящей технологии, что позволяет широко использовать этот вид сувениров в сфере туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса. Тарелки предполагают разные размеры: от "американки" диаметром 19-19,5 см до миниатюрных плакеток диаметром в 9 см.

Размеры сувенирных изделий варьируются от самых маленьких фигурок (например, коллекция фарфоровых сувенирных матрешек) до грациозного триптиха на национальную тему "Акбузат". Натуральный белый цвет представляет широчайшие возможности для росписи, что позволяет создавать уникальные подарки. Изысканная красота, неповторимый декор, утонченность и чистота выполненной работы -

эти качества позволяют поставить выпускаемые фарфоровые изделия в ряд произведений искусства. В сюжетные композиции росписи входят исторические и архитектурные ансамбли, герои народных эпосов, скульптурки знаков Зодиака, сувенирные шахматы и пр., а также эксклюзивная подарочная посуда из фарфора. В своем творчестве художники-фарфористы используют сложнейшую дорогостоящую технологию - ручную роспись по белому полю фарфора специальными жаропрочными красками ярких, сочных тонов.

Одним из постоянных клиентов завода является Государственное собрание (Курултай) республики Башкортостан. В связи с празднованием в этом году 450-летия присоединения Башкирии к России данная продукция стала еще более актуальной и востребованной.

Также в связи с открытием официального представительства завода в городе Сочи художниками сегодня разрабатывается дизайн сувениров на курортную тематику и предстоящие Олимпийские игры, которые пройдут в Сочи в 2014 году.

**На фото: Сувенирные тарелки для кафе и ресторанов и сувенирная продукция**

**Адрес: Республика  
Башкортостан,  
г. Октябрьский,  
ул. Северная, 60а.  
Тел./факс: (34767) 4-67-85  
E-mail: sb-ozfi@mail.ru  
www.ozfi.ru**



# BRILIANT

GLASSWARE



## КОЛЛЕКЦИЯ стеклянной посуды для дома



серия Виноград зелёный



серия Роза голубая



серия Флоренция



ГРУППА КОМПАНИЙ  
"ИИС-ПОСУДА"

[www.iisposuda.ru](http://www.iisposuda.ru)

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ

Москва: +7 495 363-34-18  
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86  
Казань: +7 843 278-73-49  
Краснодар: +7 861 210-14-70  
Екатеринбург: +7 343 212-48-08

Нижний Новгород: +7 8312 57-67-48  
Уфа: +7 3472 42-79-61  
Воронеж: +7 4732 39-20-93  
Ростов на Дону: +7 8632 55-85-41  
Ставрополь: +7 8652 56-13-90

Тюмень: +7 3452 48-31-33  
Пермь: +7 342 220-19-86  
Новосибирск: +7 383 342-14-88  
Челябинск: +7 351 721-06-53  
Волгоград: +7 8442 41-76-81

# i Inhesion

Благодаря тому, что наша гонконгская компания имеет богатый опыт производства для топ-брендов Limoges в Малайзии и Китае, мы давно получили признание как дизайнеры: например, коллекция "Gallery by Inhesion" уже обрела устойчивые позиции на изменчивом потребительском рынке.

Для того чтобы удержать эти позиции, наши "Дизайнерские серии" теперь представляют наборы столовых приборов и детской посуды от Сюзан Вилер в неповторимом цветочном стиле. А для создания роскошной элегантной коллекции подарков "Inhesion'Galerie de Cadeau", в которой не упущена из вида даже такая мелочь, как упаковка, мы пригласили художников со всего мира: Одиля Кассе из Франции, Сандру Кнуйт из Бельгии, Джулию Брэмpton из Австралии и Дезмонда Чанга из Гонконга. Выход за пределы отчетливых форм и просто утонченно дизайна, который как нельзя более точно передан в названии "Inhesion'Galerie de Cadeau", возможен потому, что вдохновение приходит к нам со всех концов света.

Все десять лет, что мы принимаем участие в европейских выставках, включая ярмарку Ambiente&Tendence во Франкфурте, мы продолжаем демонстрировать постоянную приверженность к "вдохновенному" дизайну изысканного фарфора. Эта привязанность зарекомендовала нас

как компанию, которая включает в производство качественного дизайна конечного продукта такие этапы, как исследование рынка, развитие продукта, претворение в жизнь дизайнерского решения, производство и упаковка.

За любой информацией относительно наших брендов и услуг вы можете обратиться к нам по электронной почте [info@inhesiongroup.com](mailto:info@inhesiongroup.com) или по телефону 852.2415.9288



(отдел продаж)



**GALLERY**  
BY INHESION

**i INHESION**  
galerie de cadeau

**Inhesion**  
designer series

**INHESION INDUSTRIAL CO., LTD. HONG KONG**  
TEL: 852.2415.9288 FAX: 852.2499.3688  
[www.inhesiongroup.com](http://www.inhesiongroup.com) | [info@inhesiongroup.com](mailto:info@inhesiongroup.com)

**Tendence**

Messe Frankfurt  
August 24<sup>th</sup>-28<sup>th</sup>, 2007  
Booth 6.2C02

**Mega Show Part 1**

Hong Kong Convention &  
Exhibition Centre  
October 21<sup>st</sup>-24<sup>th</sup>, 2007  
Booth 5E32

*Cosmic*  
collection



*Orléans Cérame France*



# ROSENBERG

## ХОЗЯИН В ДОМЕ

“rosenberg - нем. “розовая гора”

Среди обилия продукции для дома, подарков и украшений на прилавках все чаще можно заметить бирюзово-синюю упаковку с белым логотипом Rosenberg.

По оценке компании Reuter GmbH, каждая десятая продажа в России в сфере металлических товаров для кухни, ванной или аксессуаров для сервировки приходится на продукцию Rosenberg.

У такой популярности продукции Rosenberg есть причины. Во-первых, Rosenberg - это одна из первых компаний, которая еще в конце XIX века начала производить утварь для дома. Во-вторых, по состоянию на 2006 год компания Reuter GmbH производила 5 500 наименований продукции для дома, подарочной продукции и украшений - это самый большой в мире ассортимент металлической продукции для дома от одного производителя! В-третьих, компания интенсивно развивается, ежемесячно представляя на рынок новинки и уникальные разработки, интересные продавцам и покупателям.

### В начале было олово

История компании начинается в 1875 году, когда в одном из горных районов Германии, местечке Гайссах, был построен небольшой горнорудный цех по производству олова. Мануфактура располагалась в рудных горах Erzgebirge, образующих границу между Саксонией и Богемией. Самые высокие горы Фих-

тельберг (1 215 м) и Клиновец (1 244 м) и по сей день славятся как места традиционного катания на салазках, аналогичных тем, которые использовали немецкие лесорубы, чтобы доставить к подножью гор спиленные деревья. Основателем дела стал Frederick Rosenberg, инженер и бизнесмен. Розенберг одним из первых применил важное новшество - его мануфактура нанесла оригинальное лого Rosenberg на всю выпускаемую продукцию, благодаря чему название Rosenberg стало известным и легко узнаваемым. Мануфактура сначала производила олово, потом посуду для военного ведомства Германии, украшения из пьютера (сплава олова с 3-10% меди) и даже мебель.

В 1992 году правнук Фредерика Розенберга Герхард Рейтер зарегистрировал торговый знак Rosenberg и запустил линию по производству домашней утвари из металла с хромированным и



никель-серебряным покрытиями. Объединение Германии, рост экономики и начало международной торговли позволил компании за 3 года увеличить ассортимент выпускаемой металлической продукции до 2 тысяч наименований. Также в 2002 году был запущен конвейер по обжигу термостойкой посуды и керамических предметов сер-

вировки. На каждом изделии по старой традиции стоит логотип Rosenberg. Поставки в Россию официально начались в 1999 году, и в настоящее время Россия потребляет 40% выпускаемой продукции Reuter GmbH.



### “Россия большая, складов нужно много”

- Более 5 тысяч единиц продукции? Где ж мы склад такой найдем?” - так в апреле 2002 года отреагировал новый российский дистрибьютор на предложение о поставках в Россию полного ассортимента Rosenberg.

Действительно, чтобы наполнить всю Россию продукцией Rosenberg в достаточном количестве, необходимо приложить массу усилий. И дело не только в складах. Товар должен доехать до места назначения в полной сохранности, коробка не должна потерять товарный вид, а назначение товара по дороге к потребителю не должно потерять свою актуальность.

Компания Reuter GmbH структурно построена так, чтобы новые разработки как можно быстрее и сохраннее доходили до покупателей. Служба поддержки потребителей в каждой стране



ведет мониторинг тенденций в моде и спросе, логистика отслеживает сохранность товара и упаковки в любой момент времени, а департамент разработки и промышленного дизайна разделен на дивизионы, каждый из которых занимается разработкой конкретно своего направления, которых всего пять.

**Товары для кухни, ванной и гостиной из металла с хромированным покрытием**



Возможности использования хромированного металла поистине безграничны, а готовые изделия не ржавеют и эстетично выглядят. Большинство изделий сделаны из проволоки и имеют небольшой вес, удобный для монтажа в любых уголках ванной или кухни без повреждения поверхностей. Данная группа товаров включает в себя различные одно- и многоярусные полки для ванной, подставки под фрукты и кухонную тару, рейлинговые системы крепления кухонных подставок, наборы для специй, предметы сервировки, крючки и много других товаров.

**Аксессуары с никельсеребряным покрытием**

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



**Товары в дорогу (фляжки, термосы, аксессуары)**

Нержавеющая сталь 18/10 - это пищевая сталь высшего сорта, которая не поддается коррозии, деформации и слабо царапается. Именно такой материал используется для изготовления фляжек, термосов и аксессуаров для активного отдыха под маркой Rosenberg. Для отделки данного вида товаров используется кожа, полиуретан, а также современные негорючие ткани. В коллекции термосов Rosenberg есть уникальные термосы с широкой горловиной и запатентованным замком и складны-

ми ручками. Все термосы содержат небьющуюся колбу, которая на многие часы сохраняет температуру жидкости внутри и возможность использования самого термоса.

**Керамика и жаропрочная посуда для микроволновых печей**



Данное направление представлено широким ассортиментом керамической посуды, разнообразной по форме и оформлению. Здесь вы можете найти все, что необходимо для сервировки как ежедневного утреннего кофе, так и праздничного ужина в кругу друзей. Даже самая требовательная хозяйка не сможет устоять перед красочной тортовницей в маках или вазой для фруктов глубокого синего цвета. Остановиться на чем-то одном просто невозможно, ведь выбор действительно впечатляет! Существенной частью керамической продукции Reuter GmbH являются подарочные чайные наборы, качественно сделанные и изысканно оформленные. Такой набор будет отличным подарком, приятным, а главное - нужным.



Тел.: +7 (495) 741-00-41  
 Факс: +7 (495) 789-38-38  
 E-mail: od@tdkit.ru  
 www.tdkit.ru



## Кто не рискует, тот не пьет шампанского

Вы никогда не задумывались над тем, как проста и в то же время сложна посуда? С одной стороны, все уже давно придумано: и форма, и цвет, и фурнитура, и крышки, и даже покрытие. С другой стороны, сколько умов билось над тем, чтобы создать оптимальное соотношение составляющих тех предметов, которые мы видим каждое утро, когда собираемся на работу! И все же в этом бизнесе уже все придумано, все монотонно, впереди все то же. Глядя на это, начинаешь думать о том, что твой бизнес превращается в обычные взаимоотношения кладовщик-покупатель. Получил на склад товар, отгрузил, снова заказал...

"Скучно, девушки". Кастрюли - это быт. Быт - это однообразие, однообразие - это скука. И что мы имеем? Кастрюли - это скучно? До недавнего времени так оно и было.

- У вас есть что-нибудь новенькое?

- Хм... Это в кастрюлях-то? Восьмиугольную хотите? Меняет цвет в зависимости от освещения. Или вот эту еще, с марсианскими пейзажами?

- Да!

- Я пошутил. Таких не бывает. Берите то, что есть, а то и это закончится.

Диалог выдуман от начала и до конца, но он косвенно характеризует ситуацию на рынке эмалированной посуды. Так было до недавнего времени.

С появлением на рынке компании INTEROS - эксклюзивного дистрибьютора турецкой фирмы AVSAR ENAMEL рынок эмалированной посуды перестал быть однообразным и монотонным. Шестнадцать деколей, множество вариантов исполнения (кастрюли, ковши, чайники, турки, сковородки, сотейники, и все разных размеров и на любой вкус), многообразие ярких комбинаций - это новые горизонты для вас и ваших клиентов.

Почти год назад на российский рынок поступила первая партия турецкой эмалированной посуды завода AVSAR ENAMEL. Те, кто риск-

нул, были первыми, на чьих полках появилась эта красочная, не имеющая аналогов эмалированная посуда. Те, кто доверился новому веянию в бизнесе, не только смогли заработать, но и приблизился к давно позабытой мечте детства - иметь интересную работу. Искусно жонглируя огромным количеством расцветок, вариантами исполнения, клиенты молодой, но заявившей о серьезных намерениях компании INTEROS буквально попали в водоворот событий, ведь посуды такого класса на российском рынке доселе не было. По сути дела, рискуя, эти люди участвовали в становлении новой моды, формировании новой аудитории потребителя.

Как гласит поговорка, "кто не рискует, тот не пьет шампанского". Думается, шампанского было выпито немало, так как спрос на эту посуду в самом деле велик, да и клиентов привлекает роскошная витрина с экспозицией действительно живописных кастрюль, которые смело можно назвать произведением искусства. А если уж клиент зашел в магазин, то отпустить его без какой-либо покупки - просто преступление! Получается, что эта посуда приносит прибыль не только

сама по себе, но еще и клиентов привлекает. Думаю, что каждый уважающий себя менеджер непременно воспользуется таким хитрым маркетинговым ходом. Торгуя посудой от компании INTEROS, вы в самом деле охотник, который одним выстрелом убивает двух зайцев!

На сегодняшний день в арсенале поставщиков компании появилось еще несколько заводов, производящих полностью декорированную посуду как с эмалированным, так и с антипригарным внутренним покрытием. Суммируя все варианты расцветок, получаем общее количество около 30! Посудите сами, мало кто сейчас может похвастаться таким многообразием деколей. Посуда различна не только по фурнитуре, форме и расцветке, но и рассчитана на различные сегменты рынка: от сравнительно недорогой (но не менее красивой) до наборов класса люкс.

Для изготовления посуды производители используют высококачественную сталь толщиной 15 мм. Для всех изделий идеально подобрана фурнитура: ручки из нержавеющей стали удобной формы, крышки из термостойкого стекла, оснащенные пароотводом.

Технические характеристики, бе-





зусловно, важны, но ведь это не единственный фактор, определяющий решение о партнерских отношениях. И все же, чем хороша эта компания? Почему именно с ней надо работать? Ну конечно, на первом месте продукт. Аналогов ему нет на рынке. Это продукт номер один! Ассортимент велик, рынок целиком не охвачен. По оценкам экспертов компании INTEROS, рынок продолжает расти и на данный момент происходит сдерживание темпов роста всеми доступными способами.

Тем не менее это не единственный плюс в работе компании. Дело в том, что эта небольшая, но очень амбициозная компания работает с каждым клиентом отдельно. К каждому клиенту у компании индивидуальный подход. Каждому клиенту, вне зависимости от его оборотов, уделяется максимум внимания. К тому же работа ведется не по принципу "впарить неликвид", а по принципу "мы все зарабатываем деньги". Это правильная политика компании, с которой приятно работать.

Подытоживая вышесказанное, очень лестно признавать, что все же есть в бизнесе люди, с которыми не только зарабатываешь деньги, с которыми не только хорошие партнерские отношения, но которые еще отчасти дают тебе возможность окунуться в мир интересной работы.

Ах да, еще один момент. Компания INTEROS не собирается останавливаться на достигнутом и все еще открыта для сотрудничества. Заявив о себе на рынке эмалированной посуды как о перспективном лидере в своей нише, компания смогла составить достойную конкурен-

**Приглашаем Вас посетить наш стенд №253 на 65-й оптовой ярмарке "Хозтовары и мебель - 2008", которая будет проходить с 10 по 13 сентября в Спорткомплексе ЦСКА в г. Москва.**

цию монстрам индустрии. Мало того, ей удалось отодвинуть ряд дистрибьюторов на второй план, вырвавшись в лидеры по некоторым позициям. Хотите присоединиться? Тогда записывайте контактную информацию:

[www.interos-posuda.ru](http://www.interos-posuda.ru)

e-mail: [office@interos-posuda.ru](mailto:office@interos-posuda.ru)

тел.: (4822)-32-19-27, 34-39-68

**Желаем вам  
успешного  
сезона продаж!**





# ТЕПЛО УРАЛЬСКИХ РУК



На рынке товаров для дома из нержавеющей стали ОАО "Ашинский металлургический завод" уже более 30 лет. Когда-то для решения вопросов использования отходов основного металлургического производства был создан цех по производству столовых приборов. Появились первые клиенты, появился азарт и интерес к созданию новых видов продукции, новых рабочих мест, освоению новых рынков сбыта.



Уже более 20 лет существует производство посуды. Ашинские металлурги были в числе первых разработчиков технологии приварки теплораспределительного дна, участвовали в создании ГОСТов по данному виду продукции. В 2006 году на базе подразделений по производству столовых приборов и посуды со штатом около 1000 человек был создан единый производственный комплекс по производству товаров народного потребления. Только за последние два года было освоено несколько групп товаров для населения из сырья собственного производства. Имея преимущества в получении более дешевого сырья, чем у конкурентов, **АМЕТ** занял одно из лидирующих мест на рынке садово-огородного инвентаря. Успешно стартовали такие проекты, как металлические входные двери, шкафы для одежды, оружия, банные печи.

Но все же основное место в ассортименте и продажах занимают товары для кухни из нержавеющей стали: посуда, термосы, столовые и кухонные принадлежности. Не секрет, что у продукции АМЕТ множество конкурентов, но всегда отличительной чертой российской продукции под маркой АМЕТ были надежность, долговечность, простота и честность перед нашими покупателями. Все больше изделий из нержавеющей стали мы видим сегодня на прилавках наших магазинов. Это посуда, сантехника, аксессуары для кухни, термосы, бытовая техника, столовые приборы. И это не случайно. Ведь нержавеющая сталь, если она имеет соответствующий состав (сплав железо-хром-никель, более 13% хрома для изделий, не предназначенных для тепловой обработки пищи, и 18% хрома плюс 8-10% никеля для посуды, в которой готовится пища), обладает нейтральными, антикоррозионными свойствами и не вступает в реакцию с продуктами, а поэтому является экологически чистой и безопасной для нашего с вами здоровья. Немаловажно и то, что она долговечна в эксплуатации. Кроме этого, изделия из нержавеющей стали вносят неповторимый блеск, оригинальность и новый стиль в интерьер кухни, где хозяйки проводят большую часть своего времени, дают возможность пофантазировать и обновить многие надоевшие уже детали в доме. Кастрюлю же называют "королевой кухни". Это так, потому что посуда должна привносить определенное настроение в предполагаемую трапезу. И поскольку кулинарное искусство всегда служило важной формой общения, способствующей отдыху, рождению новых традиций и укреплению семейных уз, то посуда АМЕТ только на пользу семье и дому. Она долговечна и неприхотлива в эксплуатации, так как не имеет никакого покрытия, а только естественный блеск полированного металла. Посуда АМЕТ - это более 200 наименований изделий, в том числе и с особо популярным сейчас тройным теплораспределительным слоем или инкапсулированным дном.





Теплораспределительный слой (ТРС-3, или тройное дно), выполненный из алюминия, обладает высокой теплопроводностью и теплоемкостью, что позволяет бережно, без резких скачков температуры воздействовать на продукты, а защитная пластина из нержавеющей стали делает поверхность дна идеально ровной, улучшает эстетические характеристики посуды и позволяет использовать посуду практически на всех видах современных плит. При варке в такой кастрюле не требуется сильный огонь, достаточно минимума для поддержания температуры томления, можно раньше отключить плиту и довести продукт до готовности за счет ранее накопленного тепла ТРС-3, при этом сохраняется максимум полезных веществ в продуктах, легко удаляются пригоревшие остатки пищи. Способ крепления ручек, а именно технология точечной приварки, обеспечивает их прохладность, и при правильном подборе конфорки никто никогда не обожжет руки. В ассортименте посуды есть серии с полированной поверхностью, которая может комплектоваться как прутковыми, так и объемными ручками, стеклянными или металлическими крышками (серии "Классика", "Классика-Прима"), и с матовой поверхностью с объемными ручками, стеклянной или металлической крышкой (серия "Славяна"), а также экономичная посуда без теплораспределительного дна для дач (серия "Дачная"). Начались разработки посуды улучшенного качества и дизайна.

В 2006 году АМЕТ начал осваивать и внедрять в производство кастрюли больших емкостей для общепита. Сначала производились сварные емкости, а в 3 квартале 2007 года были получены первые образцы цельнотянутых кастрюль на 10 и 20 л. Первые партии должны поступить в продажу уже в сентябре-октябре 2007 года. Успешно завершены эксперименты по приварке тройного дна на эти кастрюли. Продолжается работа над ассортиментом посуды для предприятий общественного питания - соейниками, сковородами, поварским инвентарем.

Гордость АМЕТ - уникальное производство вакуумных термосов с двойной металлической колбой по японской технологии. Преимущества таких термосов понятны: они не боятся вибраций, переносят легкие удары без разрушения колбы, глубокий вакуум и двойная металлическая колба более длительный срок сохраняет тепло. По прочности, долговечности, температурным характеристикам термосы АМЕТ не уступают импортным аналогам, что до-



казано рядом независимых экспертиз (журналы "Спрос" №4 2002, "За рулем" №5, 2002). Они незаменимы и удобны в использовании дома, на даче, в турпоходе, на рыбалке и охоте, на работе, в офисе и в командировке. Сегодня российские потребители предпочитают термосы АМЕТ многим импортным более дешевым аналогам, потому что они более долговечны и надежны. Именно поэтому можно сказать, что термосы АМЕТ проверены временем.

И наконец, столовые приборы под маркой АМЕТ известны потребителю разнообразием вариантов исполнения, в том числе экономичного тонколистового с чеканкой, выполненной в русских традиционных узорах, и совсем без рисунка. Они очень популярны как среди предприятий общепита, так и у домохозяек, недороги, просты и практичны. Серии "Славяна", "Новинка-1", "Мираж", "Узоры", "София" и "Цветы" предлагаются нашим предприятием для самых разных вкусов и предпочтений.

Ассортимент кухонных принадлежностей АМЕТ выпускает как с пластмассовыми, так и с цельнометаллическими ручками. Серия "Поварская" предназначена специально для специалистов профессиональной кухни.

Ну и наконец, вся продукция АМЕТ - это отличный подарок к любому торжеству, который приятно удивит ваших друзей и близких!

С продукцией АМЕТ можно ознакомиться на нашем сайте [www.tnp-amet.ru](http://www.tnp-amet.ru), где работает интернет-магазин.





# Стеклозавод "НЕМАН"

Открытое акционерное общество "Стеклозавод "Неман" - современное, технически оснащенное предприятие с вековыми традициями в области стекловарения, владеющее мировыми технологиями по производству изделий из хрусталя, цветного и бесцветного стекла со всевозможными видами декорирования; лидер в области производства и сбыта соответствующих изделий в Республике Беларусь, странах СНГ и дальнем зарубежье.

Это третий по величине в бывшем СССР и нынешнем СНГ стеклозавод сортовой посуды, играющий сегодня заметную роль в экономике и культуре страны

Кроме собственно производства, ОАО "Стеклозавод "Неман" работает над дальнейшей модернизацией мощностей, которая включает четыре проекта. В цехе выработки устанавливается стекловаренная печь производительностью 12-14 т в сутки. Ее установка осуществляется одновременно с организацией механизации производства бесцветного стекла, что включает оснащение механизированной линии по выработке выдувных и прессованных изделий, печи отжига изделий и оборудования по обработке края изделий в холодном состоянии. Осуществление первого проекта позволит значительно улучшить качество, увеличить объем и расширить ассортимент выпускаемых изделий из бесцветного сортового стекла.

Завершаются работы по модернизации составного цеха.



Генеральный директор  
Игорь Михайлович Батын

Для достижения высокой точности подачи составляющих для приготовления стекла, осуществления контроля и улучшения качества шихты завод "Неман" приобретает линию автоматического дозированно-системного приготовления шихты, весоизмерительное оборудование и смесители шихты для бесцветного и хрустального стекла. Важным этапом является модернизация картонажного цеха. Организуется собственное производство трехслойного упаковочного гофрокартона и микрогофрокартона, а также участок изготовления индивидуальной упаковки.

С приобретением высокопроизводительного, легко переналаживаемого оборудования предприятие получит возможность самостоятельно делать разнообразную цветную упаковку с более низкой себестоимостью. Стеклозавод вводит в строй собственный энергетический модуль на базе когенерационной установки, который призван обеспечивать производство электроэнергии, а также вырабатывать достаточно тепла для обогрева цехов и жилого поселка.

Продуктивные, продуманные шаги предприятия позволяют значительно увеличить экспорт хрустального и бесцветного стекла марки "Неман".

Ассортимент предприятия се-

годня представлен 5 тыс. видов изделий для сервировки домашнего стола, кафе, ресторанов, интерьеров домов и офисов. Они разнообразны по назначению, форме, цветовой гамме и декорированию низкотемпературными и высокотемпературными красками, пудрами, золотом, склейкой разнообразных форм.

Производство декоративных подсвечников дополняет гамму продукции, а использование новых ваз для цветов (цилиндр, квадрат) во флористике и создании художественных композиций улучшает интерьерный дизайн домов и офисов, что вызывает закономерный интерес у покупателей во всем мире. Ежемесячный объем реализуемой продукции составляет 1,5-2 млн. руб. ОАО "Стеклозавод "Неман" экспортирует свою продукцию в Россию, Литву, Латвию, Эстонию, Украину, Молдову, Казахстан, Азербайджан, Грецию, Италию, Францию, США, Германию, Голландию, Бельгию, Болгарию.

Своевременно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, проводя сбалансированную экономическую и маркетинговую политику, совершенствуя технологические возможности предприятия, стеклозавод "Неман" по праву занимает лидирующее положение в области производства и сбыта изделий из стекла и хрусталя. Участие в крупнейших выставках и ярмарках (Франкфурт-на-Майне, Мадрид, Брюссель, Париж) подтверждает высокое мастерство потомственных стеклодувов из города Березовки. Широкий ассортимент стеклянных и хрустальных изделий известного белорусского производителя представлен в фирменных магазинах завода в Вильнюсе, Вене, Милане. Обширный ас-



сортимент выпускаемой продукции, высокое эстетическое качество исполнения и современный дизайн направлены на удовлетворение самых изысканных запросов потребителей.

Ассортимент изделий постоянно меняется в зависимости от спроса. Сюда входят изделия из хрусталя, цветного и бесцветного стекла со всевозможными видами декорирования: ручным гранением хрусталя, гравировкой, живописью, матированием, свободным гутным формованием и декорированием в горячем состоянии, моллированием и ручным прессованием, декорированием золотом. Предприятие выпускает изделия для сервировки домашнего стола, кафе, ресторанов, декоративные вазы, светильники, сувениры, призы для всевозможных мероприятий.

Мастерство потомственных стеклодувов и технологические возможности завода соответствуют в соответствии с требованиями рынка. Об этом свидетельствуют награды, полученные на международных выставках и ярмарках:

- 1958 - бронзовая медаль выставки "Экспо-58", Брюссель;
- 1973, 1976 - Гран при и две медали выставки стекла и фарфора Яблонь-на-Ниссе;
- 1995 - приз "Арка Европы", "золотая звезда за качество", Мадрид;
- 1998 - приз Центра исследований европейского рынка "Евромаркет", Брюссель;
- 1998 - приз ассоциации-координатора международной программы "Партнерство ради прогресса";
- 1998 - XII Международная "Награда Европы за качество", Париж;
- 1999 - платиновая звезда.

Главной целью ОАО "Стекло-



завод "Неман" сегодня является насыщение рынка качественным товаром, достижение взаимовыгодных и добрых отношений с клиентами и партнерами.

#### КОНТАКТЫ:

##### Наш адрес:

ОАО "Стеклозавод "Неман"  
Республика Беларусь  
231306, Гродненская обл.,  
Лидский р-н, г. Березовка,  
ул. Корзюка, 8.

##### Приемная:

код: (8 10 375 1561) тел.: 6-14-35

##### Зам. директора по маркетингу по

**РБ:** тел.: 2-06-01

##### Отдел маркетинга по РБ:

тел.: 6-13-39,

e-mail: market12@neman.by

##### Зам. директора по ВЭС:

тел.: 2-26-96

##### Отдел ВЭД:

тел.: 6-21-88

e-mail: valentina@neman.by

##### Нач. отдела продаж:

тел.: 2-13-26

##### Отдел маркетинга по РФ и СНГ:

тел.: 6-25-18

e-mail: sale@neman.by,

e-mail: market3@neman.by,

e-mail: market4@neman.by

##### Отдел продаж:

тел.: 2-13-26

e-mail: market9@neman.by

##### Рекламно-аналитический отдел:

тел.: 6-11-11

e-mail: reklama@neman.by

##### Канцелярия:

факс: 2-15-30, 6-39-56

e-mail: office@neman.by

## ОБУЧАЮЩАЯ И РАЗВИВАЮЩАЯ ПОСУДА ДЛЯ ДЕТЕЙ

Серия «Транспорт»



Серия «Математика»



Серия «Таблица умножения»



Серия «Местоимения»



Серия «Животные»





Компания ЮТ-ТРЕЙД  
приглашает к сотрудничеству  
региональных операторов.  
По вопросу оптовых закупок  
обращайтесь по телефону: 748-01-29

[www.uttrade.ru](http://www.uttrade.ru)  
[otdelpro@uttrade.ru](mailto:otdelpro@uttrade.ru)



# АНТИПРИГАРНОЕ ПОКРЫТИЕ:

*Посуда с антипригарным покрытием становится в нашей стране все более и более популярной. Покупатель стал чаще обращать внимание на качество покрытия, благодаря которому посуда приобретает антипригарные свойства. Сегодня к такому покрытию предъявляются повышенные требования стойкости, экологической безопасности и даже дизайна.*

Самым известным среди антипригарных покрытий является покрытие **Teflon®** от американской компании **DuPont™**, которой принадлежит большая часть всех патентов на разработки в сфере антипригарных покрытий. Собственно, сам Teflon® используется и в других областях: им обрабатывают костюмы астронавтов, в мешки из этого материала были упакованы первые образцы лунного грунта, он применялся даже для реставрации статуи Свободы, из него делают искусственные суставы и клапаны для сердца. А создание антипригарного покрытия позволило компании DuPont™ вплотную приблизиться к каждодневным бытовым нуждам обычных людей и изменить их представления о посуде, на которой можно готовить.

На российском рынке покрытие Teflon® наносят на свою продукцию наиболее крупные компании-производители стальной и эмалированной посуды, такие как **ЗАО "Завод "Демидовский"**, **ЗАО "Сково"**, **ООО "Завод**

**"Калитва"**, **ООО "Северсталь-Эмаль"**, **ООО "НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА"**. Отделение компании DuPont™ в России следит за тем, чтобы покрытие соответствовало всем требованиям к качеству, которые предъявляются этой компанией к своим клиентам независимо от страны, где это покрытие применяется (будь



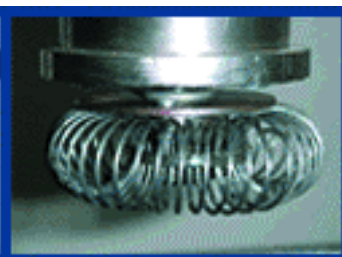
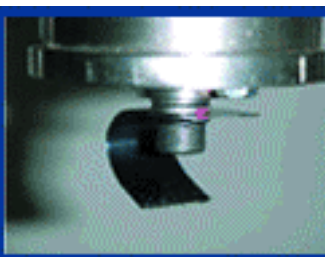
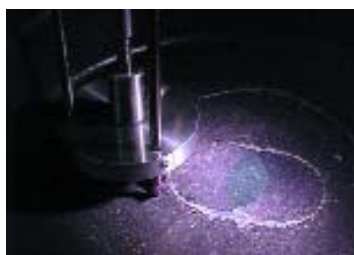
то США, Китай или страны бывшего СССР).

**Марина Кочурихина, представитель по продажам и маркетингу, отдел фторполимеров ООО "Дюпон-Россия"**, поясняет: "Качество изготовления покрытия Teflon® подвергается постоянному мониторингу. Причем проверяется

не только покрытие на всех этапах разработки, отслеживаются и сами изделия с нашим покрытием. Мы делаем контрольные закупки продукции и отсылаем их в центр исследований, где посуда подвергается стандартным процедурам проверки. Например, толщина покрытия оценивается в соответствии с требованиями к различным изделиям. Так, для Teflon® Select она должна равняться 35 микронам, а для Teflon® Platinum - 40. Существуют и другие тесты. Если все в порядке, то мы с радостью сообщаем об этом нашему клиенту. Если возникают какие-то отклонения от требуемой нормы, то мы, безусловно, настаиваем на их устранении. Надо сказать, что на российском рынке проблем с качеством покрытия пока еще не было".

Покрытие подвергается тестам для выявления его соответствия жестким стандартам качества DuPont™ по 13 категориям. Так, для проверки антипригарных свойств на сковороде выпекаются блины, готовится яичница, кипятится молоко и - самое страшное - разогревается томатная паста. Дело в том, что в ее составе содержится очень много пищевых кислот. Поэтому если сковорода выживает после обработки пастой, то ей уже никакой другой продукт не страшен.

Далее следуют пугающие по своей жесткости (в прямом смысле слова) тесты на адгезию (насколько хорошо покрытие держится на изделии) и на истирание. Утяжеленная головка прибора с острыми стержнями определенной твердости ездит по покрытию несколько часов. Затем оценивается стойкость покрытия по специальной шкале. После трех часов работы механической лапы на покрытии Teflon® Platinum его стойкость оценивается в 9 баллов из 10: картинка присутствует, нет про-





## МОНИТОРИНГ качества

бивания до металла. В то время как неизвестное покрытие уже стерлось.

В другом тесте компьютер моделирует использование разных столовых приборов - вилки, ножа, лопатки, проволочной мочалки, - и головки механизма создают давление, соответствующее этим приборам. Истирание покрытия оценивается визуально и под микроскопом. Неизвестное покрытие получает 5 баллов. Teflon® Platinum - 7-8 баллов. Еще один тест - подушечка с абразивным материалом, одним из стандартных продуктов Scotch™. Утяжеленная весом в 1,5 кг подушечка ездит по сковороде. При этом за 10 тысяч циклов покрытие Teflon® Platinum теряет всего несколько микрон.

Компания DuPont™ идет также по пути расширения линейки покрытий. К хорошо известным системам (Teflon® Classic, Teflon® Select, Teflon® EXtra и Teflon® Platinum) добавлено многослойное покрытие Teflon® Infinity, которое в дополнение к традиционным свойствам обладает нестандартной пестрой внешностью и текстурой, приятной на ощупь. На Западе антипригарное покрытие известно давно и ассоциируется с черно-стальным цветом. Видимо, в последнее время он стал приедаться искусственному европейскому покупателю. Компания своевременно отреагировала на новую потребность клиентов. Другая новинка, пока еще не появившаяся на российском рынке, - это трехслойное покрытие Teflon® with Radiance Technology, на котором приготовление блюд происходит еще быстрее за счет равномерного распределения тепла по объему посуды. Это обеспечивает меньшее время приготовления, и, следовательно, большую сохранность питательных веществ и лучшие вкусовые качества пищи.

*Наталья Дрошнева*

На последней выставке Ambiente была отмечена посуда с применением антипригарного покрытия Teflon® Platinum. Это линия Archetun, созданная дизайнером Маттео Туном (Matteo Thun) для итальянского производителя TVS. Она получила престижную немецкую премию в области дизайна Designpreis 2007. О присуждении награды было объявлено Советом по дизайну Германии на церемонии открытия выставки потребительских товаров Ambiente, состоявшейся во Франкфурте в начале февраля. На данную премию в области дизайна, известную в качестве "премии всех премий", номинируется только продукция, победившая на национальных и международных конкурсах.

Teflon® - зарегистрированная торговая марка фирмы DuPont™.





Наши партнеры

# VITESSE

## ЗДОРОВЬЕ И КОМФОРТ

*Здоровье - это залог счастливой жизни любого человека. Для его сохранения необходим целый ряд факторов, среди которых правильное питание, которое невозможно без экологически чистой кухонной посуды. И именно забота о здоровье является одной из составляющих) концепции марки Vitesse, производящей свою продукцию из высококачественной нержавеющей стали 18/10 с использованием современных технологий.*

### СОКОВАРКА

Соковарка Vitesse предназначена для получения сока из свежих фруктов, ягод и овощей в домашних условиях. Такая соковарка имеет ряд преимуществ перед соковыжималкой. Не надо измельчать продукты и удалять косточки, сок получается практически из любых овощей и фруктов. Сок из соковарки будет прозрачный, а из оставшейся мякоти (это обычно 50% от общего веса) можно приготовить пастилу, джем, начинку для пирогов. Главное же преимущество сока, полученного в соковарке то, что он долго хранится и его можно консервировать. Даже через год в пастеризованном соке сохраняются витамины и минеральные вещества, не говоря уже о вкусе и аромате. Такой продукт прекрасно подходит для детского и диетического питания.

Изготовлена соковарка из высококачественной нержавеющей стали 18/10, что обеспечивает высокую гигиеничность и устойчивость к воздействию кислот и щелочей, в том числе и при высоких температурах. Это очень важно при приготовлении сока, так как многие ягоды и фрукты имеют кислую реакцию. Кроме всего прочего, такая сталь долговечна и устойчива к деформации и образованию царапин.

Готовить в соковарке от Vitesse очень удобно. Многослойное термоаккумулирующее дно обеспечивает равномерное и быстрое распределение тепла. Крупные, далеко выступающие литые ручки из высококачественной нержавеющей стали 18/10, позволяют удобно держать посуду и переносить ее без прихваток, поскольку нагреваются они незначительно. Крышка изготовлена из термостойкого боросиликатного стекла. Нет необходимости снимать крышку для наблюдения: экономится энергия, ускоряется время приготовления, снижается риск обжечься горячим паром. Закаленное стекло не







лопается при резком перепаде температур. Трубка из высококачественного силикона с зажимом помогает сразу разлить сок в любые емкости, не используя дополнительные приспособления.

### ЖАРОВНИ

Жаровня VS-1171 Sara изготовлена из литого алюминия. Посуда из литого алюминия производится заливкой расплавленного металла в специальную форму и включает ручные операции. Эта технология позволяет получить прочную, функциональную и красивую посуду, превосходную по своим потребительским свойствам. Посуда, изготовленная по данной технологии, часто используется поварами-профессионалами, она долговечна и обладает высоким качеством с точки зрения требований к приготовлению пищи.

Крышка жаровни изготовлена из закаленного термостойкого стекла и снабжена встроенным в ручку крышки дозатором. В него можно налить воду или соус и благодаря отверстию в крышке оно по капле равномерно будет добавляться в готовящееся блюдо. Не надо постоянно доставать жаровню из духовки, рискуя обжечься, чтобы долить воды.

Овальная жаровня Nina 1049 и прямоугольная Lyanna 1031 изготовлены из высококачественной нержавеющей стали 18/10 с зеркальной полировкой. В комплектацию жаровен входят крышки и внутренние решётки гриль из стали 18/10. Решетки гриль позволяют готовить с малым применением жира или вообще без него, что значительно улучшает вкусовые качества блюда и его полезность.

### СКОВОРОДЫ

Сковороды Odette и Helene изготовлены из полированной нержавеющей стали 18/10 и имеют термоаккумулирующее дно. Благодаря высокому круглым крышкам из нержавеющей стали 18/10, сковороды подойдут как для повседневного использования, так и для приготовления большого праздничного блюда. Крышки снабжены ручками с термодатчиками. Круглая шкала термодатчика разделена на три цветовых сектора - жёлтый, зелёный и красный. Каждый из секторов показывает определённый температурный диапазон. Жёлтый - от 0 до 30 градусов, зелёный - от 30 до 90 С, красный -



от 90 до 120 С. Зелёный режим самый оптимальный, так как при такой температуре обеспечивается сохранность витаминов и полезных минеральных веществ в продуктах. Ручки сковород выполнены из стали 18/10 с бакелитовыми вставками, которые не нагреваются и выдерживают температуру до 150 градусов.

Для того чтобы потушить мясо или овощи идеально подойдёт сотейник VS-1480 Anya из литого алюминия с антипригарным покрытием. Удобная комбинированная ручка из бакелита и нержавеющей стали легко снимается, и вы можете при необходимости ставить сковородку в духовку. Отверстие на корпусе служит удобной подставкой для крышки. Не придётся искать место, куда положить горячую крышку, если вам понадобится снять ее.

Выбрав любое изделие из коллекции Vitesse Вы приобретаете здоровье и комфорт!

[www.vitesse.ru](http://www.vitesse.ru)

# Выбор, ДОСТОЙНЫЙ ЛУЧШИХ

**Востребованному работнику ресторанной сферы необходимо не только иметь профильное образование, но и отлично разбираться в профессиональных изделиях. В рамках семинара для студентов колледжа гостиничного хозяйства "Царицыно" №37 прошла презентация товаров, которые поставляет на российский рынок компания "Комплекс-Бар".**

Идея поставщика "Комплекс-Бар" рассказать будущим поварам и менеджерам среднего звена в ресторанном бизнесе о качественной продукции европейских производителей пришлась по душе не только студентам колледжа, региональным сотрудникам "Комплекс-Бар", но и представителям европейских и американских фирм.

Госпожа Феликс, открывавшая семинар презентацией известного немецкого производителя Felix-Zolingen, призналась, что с радостью поддерживает инициативу "Комплекс-Бар". Разнообразные ножи, столовые приборы и ножницы Felix-Zolingen - это в первую очередь современный дизайн и столетние традиции мастерства. С 1843 года производство изделий Felix-Zolingen происходит по особым фирменным технологиям с использованием углеродистой стали. Специальный сплав обеспечивает прочность и красоту лезвия и предупреждает коррозию.

Заинтересовала участников семинара и презентация американской компании Libbey - ведущего производителя столовой посуды и аксессуаров из стекла в Северной Америке. На сегодняшний день эта фирма насчитывает около 3 800 сотрудников по всему миру. Технологии Libbey способствуют упрочне-



нию изделий и стойкости к различным нагрузкам - профессиональное барное стекло Libbey на ножке выпускается монолитной структурой и подвергается специальной термической обработке.

Продукция производителя Traex, одного из подразделений Libbey, была представлена на семинаре отдельным блоком. Визитной карточкой Traex являются оригинальные изделия из пластика. Так, к примеру, используемые в заведениях общепита подносы Traex отличаются прекрасным антискользящим покрытием и разнообразными размерами и расцветками. Презентация итальянской компании Pardini была в этот насыщенный день последней, но от этого не менее интересной. Pardini - всемирно известный производитель кухонной посуды, форм для выпечки и поварской утвари.

Сковородки и кастрюли Pardini изготовлены из высококачественного алюминия с антипригарным покрытием. Вся линия продукции Pardini разработана с помощью квалифицированных специалистов итальянских школ ресторанно-гостиничного бизнеса.

Семинар, организованный компанией "Комплекс-Бар", оказался необычайно познавательным для будущих профессионалов ресторанной сферы России. Многим студентам впервые удалось так информативно познакомиться с продукцией известных производителей посуды из Европы и Америки.

**Москва, ул. Годовикова, 9,  
стр. 131, 4-й этаж.  
Тел.: 411-90-60  
[www.complexbar.ru](http://www.complexbar.ru)**



# СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

Только с 15 сентября по 15 октября в московском офисе компании «Комплекс-Бар» уникальная акция: скидка 20% на серию «Disco» фирмы Durobor.

**Durobor**<sup>®</sup>

Олд Фэшн «Disco», 200мл, 6шт.  
1020314 171р60к

Стопка «Disco», 50мл, 6 шт.  
1080702 126р00к

Хайбол «Disco», 270мл, 6шт.  
1010309 162р00к



129085, Москва, ул. Годовикова 9, стр.31,этаж4  
тел./факс: (495) 411-90-60  
эл. почта: sale@complexbar.ru

Комплексное оснащение баров, ресторанов и кафе, посудой, столовыми приборами, предметами сервировки стола, барным и кухонным инвентарем и другими аксессуарами.

**Бесплатная доставка любого количества товара по Москве до аэропортов и вокзалов.**

\*другие скидки на данный товар не действительны  
на правах рекламы.



## Компания «Пилот МС» в новом качестве

### Ломаем стереотипы, создаем свежие решения для рынка

#### "Пилот" расширяет диапазон: теперь не только лидерство в металлической посуде

Следуя выбранному курсу, за 15 лет работы на посудном рынке компания "Пилот МС" смогла занять одну из лидирующих позиций в области дистрибуции металлической посуды.

Наработав достаточный рыночный опыт и потенциал, компания решила расширить диапазон своих предложений для рынка и теперь готова позиционировать себя как поставщика всего ассортимента посуды и товаров для кухни.

Несмотря на очевидные трудности отработки нового направления, "Пилот МС" намерен остаться верным своему девизу "Стабильная высота".

*"Мы постарались учесть опыт, но не стали копировать путь известных в данном секторе рынка компаний, - говорит зам. начальника отдела оптовых продаж **Сергей Молоканов**, - для успешного выхода на этот новый для нас сектор рынка простого копирования недостаточно. Мы постарались сломать устаревшие представления и предложить рынку новые, свежие решения: изделия, которых никто до нас не создавал, и отношения с иностранными товаропроизводителями, которых пока никто не достигал.*

*Мы знаем, что делаем, видим нашу цель и сопоставляем мощность наших ресурсов со сложностью задач, которые мы перед собой поставили. Мы верим, что справимся. Посмотрите на наши "первые ласточки" - они говорят сами за себя..."*

#### Китайские фабрики: ломка стереотипов и обращение в свою веру

Внимание компании привлекли широкие возможности китайских производителей продукции из фарфора, керамики, доломита и т.п.

Сотрудничая на сегодняшний день более чем с 12 китайскими фабриками, менеджеры компании "Пилот



МС" уделяют особое внимание налаживанию отношений нового типа, настраивая китайских партнеров на эффективное, взаимовыгодное сотрудничество.

*С зарубежными поставщиками мы работаем уже давно. Но Китай - очень специфическая страна, - говорит менеджер по маркетингу компании "Пилот МС" **Мария Богданова**. - Мы очень старались построить с нашими новыми партнерами доверительные, дружественные отношения. И это открыло нам возможности реального влияния на качество продукции и позволило оперативно решать вопросы по запуску в производство новых товаров.*

*Конечно, работать с фабриками пришлось очень плотно, поддерживая высокий темп.*

*И мы смогли добиться от китайских фабрик реализации наших новых продуктовых программ.*

*Наблюдая результаты нашей совместной работы, китайские партнеры поверили в реальность успеха от сотрудничества. С каждым днем мы ощущаем все большую отдачу и поддержку с их стороны.*

В процессе многосложной и кропотливой работы достигается особая лояльность китайских партнеров по отношению к компании. А это позволяет "Пилоту" ускорить выпуск новых товаров, лучше контролировать их качество, а также получать более лояльные экономические условия работы (лучшие цены, товарный кредит).

В итоге компания может предлагать клиентам товары высокого качества по сравнительно низким ценам.



#### Открываем новый сезон: новинки от "Пилота" в новом секторе рынка

К началу сезона "Пилот", можно сказать, отличился - доля новинок занимает более 40% от общего ассортимента компании.

В категории металлической посуды появилась новая посуда из чугуна китайского производства, недорогие товары для пикника и изделия из пластика.

Ну и кроме того, в этом году были разработаны и запущены в производство новые серии различных видов неметаллической посуды, которые выходят этой осенью на рынок под собственными торговыми марками.



**1** **Керамическая посуда "Фарфоровый путь"** (единое интерьерное решение для кухни и столовой) дополнена двумя новыми коллекциями посуды. Экспрессивная ярко-желто-зеленая "Мексика" и элегантная "Скандинавия" с орнаментом в стиле последнего писка моды: горошек + сексуальный ирис, цветочное решение - фуксия.

Теперь **"Фарфоровый путь"** предлагает выбор полной сервировки стола (11 предметов) в 15 декоративно-цветовых решениях, не считая наборов в подарочных фирменных упаковках.

В едином декоративном исполнении предлагаются также подарочные наборы из 10 предметов: 3 металлические эмалированные кастрюли и 6 чайных пар на металлической подставке.

**2** **Стеклопосуда "Фарфоровый путь"** дополнит собой "посудный парк" приверженцев керамической посуды под этим брендом.

**3** **Новая категория посуды для приготовления пиццы и элегантной сервировки стола** выходит на рынок под торговой маркой **"Чудный вкус"** (слоган: **"Чудесно смотрится в печи и на столе!"**).

В начале этого сезона бренд "Чудный вкус" будет представлен кастрюлями из жаропрочной керамики повышенного качества с изысканным (конечно же, авторским) декором: 3 коллекции ("Антуанетта", "Дары моря", "Царские угоды").

**4** **Яркий и экспрессивный**, не похожий ни на что из того, что видел российский рынок, **фарфор ручной росписи в технике витража**.

Данная товарная категория выводится компанией "Пилот МС" на рынок под собственной торговой маркой Royal gift ("Королевский подарок") и своим внешним видом вполне оправдывает это название.

**5** **Новое видение посуды из доломита** - так можно кратко охарактеризовать предложение "Пилота" в этой подгруппе.

Посуду из доломита было принято подавать на рынок как продукцию дешевую и невысокого качества.



Разрабатывая свою концепцию посуды из доломита, менеджеры "Пилота" заняли прямо противоположную позицию.

Кухонная серия из доломита, предлагаемая "Пилотом" - это легкая посуда приятных форм со стильным декором. Яркая отводка и симпатичная деколь превосходно смотрятся на ровных и белых (с легким кремовым оттенком) предметах.

"Пилот" также предлагает 3 яркие и жизнерадостные коллекции кухонной посуды из доломита "Веселые фрукты".



**6** **Наборы для торта - блюдо + лопатка**. Первые 4 авторские коллекции тортниц с лопаткой, которые представляет "Пилот" к этому Рождеству, выходят на рынок под торговой маркой **Grazio**. В дополнение к ним уже к следующему сезону будет выпущена посуда для приятного чаепития с такими же декорами и под этой же торговой маркой.

**7** **Детская серия не осталась без внимания**. Компания "Пилот МС" выводит на рынок эксклюзивную линейку посуды для детей из стекла, керамики и фарфора. Декорами служат персонажи из наиболее популярных среди детской аудитории отечественных мультфильмов новой волны:

- "Алеша Попович и Тугарин Змей",
- "Добрыня Никитич и Змей Горыныч",
- "Илья Муромец и Соловей-разбойник" (кинопреьера - в конце 2007 года),
- телемультсериал "Лунтик и его друзья".

**8** **Разнообразная стеклянная посуда** - как для среднего, так и для нижнего ценовых сегментов, из обычного и из жаропрочного стекла - тоже входит в пул новинок от "Пилота" в этом сезоне.



## Залог новых успехов: кухня свежих решений

Разумеется, без организации эффективной высокопрофессиональной дизайн-студии генерация новых красивых товаров была бы просто невозможна.

Первый год сотрудничества с компанией "Пилот МС" комментирует исполнительный директор дизайн-студии **Анна Колесникова**:

*- Нам самим сложно судить о коммерческой успешности новых продуктов, разработанных студией в этом году. Ясно одно - мы валимся с ног.*

*Я далеко не первый год занимаюсь подобными задачами, в нашей группе работают опытные классные художники, но ни я, ни ребята не предполагали, что работа будет настолько плотной и объемной.*

*Мы не прерываем работу и уже начинаем отрабатывать довольно большую программу на следующий сезон".*

Компания "Пилот МС" не привыкла оставаться в долгу по своим обещаниям и всегда старалась не разочаровывать клиентов.

Разумеется, чтобы выглядеть красиво, нужно много работать, много вкладывать - и не только материальных, но и душевных, интеллектуальных, временных ресурсов.

Нужно уметь рисковать и бросать вызов устоявшейся повседневности, чтобы всегда оставаться на "стабильной высоте".

**ООО "Пилот МС"**  
**Телефоны отдела продаж:**  
**(495) 231-24-44,**  
**(495) 155-85-50**  
**[www.pilotms.ru](http://www.pilotms.ru)**



# Элан галерея

Компания "Элан Галерея" предлагает широкий и постоянно обновляющийся ассортимент посуды из фарфора, керамики, стекла: чайные и кофейные наборы, заварочные кружки с ситом, вазы, декоративные тарелки. А также панно и другую сувенирную продукцию. Наш товар ориентирован на широкий круг потребителей, предпочитающих качественную и функциональную продукцию по доступным ценам. Оригинальный дизайн упаковки, форм и декорей изделий, высокое качество материалов сделали нашу продукцию популярной во всех регионах России.

Наша продукция пользуется высоким спросом у покупателей и приносит прибыль **нашим партнёрам!**

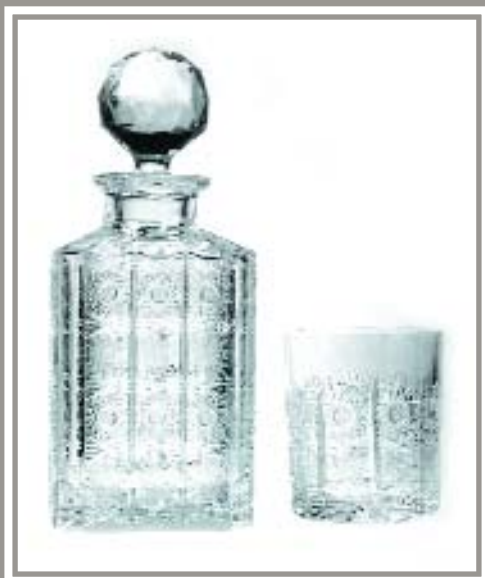
Приглашаем Вас посетить наш выставочный зал и получить подробную консультацию по адресу:  
Москва, ул. Профсоюзная, д.66/1, офис 34  
Тел: 228-03-19, 334-12-20  
e-mail: [elangal@yandex.ru](mailto:elangal@yandex.ru) [www.elangal.ru](http://www.elangal.ru)

Elan  
gallery



# Лучший проект года -

## «Bohemia Heritage»



Департамент оптовых продаж: 105318,  
г. Москва, ул. Вельяминовская, д.9, корп.1.  
Тел.(495)744-00-50  
www.impact.ru  
e-mail:info@impact.ru



Департамент обслуживания  
корпоративных клиентов: 105318,  
г. Москва, ул. Вельяминовская, д.9, корп.1.  
Тел.(495)744-00-50  
www.impact.ru e-mail:info@impact.ru  
Весь товар сертифицирован.

 **IMPACT**<sup>®</sup>

Во второй половине 2006 года компания Импакт Богемия Трейдинг представила новую коллекцию подарочного чешского хрусталя ручной работы "Bohemia Heritage". Успех коллекции превзошел все ожидания и сейчас к наборам для крепких напитков, ориентированных на мужчин, будут добавлены элегантные наборы для женщин.

Импакт Богемия Трейдинг, занимающая лидирующую позицию среди российских поставщиков чешского столового фарфора и хрусталя, буквально ворвалась и сразу прочно закрепилась в смежном с посудным сегменте сувениров, а именно солидных бизнес-подарков. Профессиональная и талантливая маркетинговая политика компании позволила ей вывести на рынок успешную коллекцию хрусталя ручной резки "Bohemia Heritage".

Импакт предлагает покупателям прекрасные подарочные комплекты - прямой штоф для виски с двумя стаканами; штоф для бренди с двумя бокалами; графин и шесть стопок для ликера, изготовленные из подчеркнута солидного, толстостенного хрусталя. Оригинальный декор вырезан вручную с применением различных методов - шлифовки, гравировки, золотой обводки и диорита. Цены же на такую роскошь (в зависимости от декора), колеблются от 2 до 3-х тысяч рублей. Как удалось выдержать такие низкие цены при таком высоком уровне качества продукции? И это в то время, когда во всем мире производство хрусталя и, соответственно, рынок его сбыта переживают жесточайший кризис из-за подорожания энергоносителей и ручного труда. Но самое



главное, обогащенный свинец, без которого невозможно получить хрусталь, за год вырос в цене на 70%!

Дело в том, что Импакт уже нельзя назвать в строгом смысле слова только дистрибьютором. Имея за плечами долгий опыт сотрудничества с крупными чешскими заводами, компания создала собственную студию, где разрабатывается оригинальный дизайн. Более того, доскональное знание процесса изготовления стекла и хрусталя дает возможность профессионалам отслеживать всю производственную цепочку. Это и помогает найти способы удешевления конечного продукта при сохранении высоких стандартов качества.

Таким образом, было достигнуто оптимальное соотношение цена-качество, и новый проект просто не мог не понравиться покупателям. Показатели продаж постоянно растут - не произошло обычного падения спроса, когда товар теряет обаяние новизны. Более того, по истечении года коллекция продается буквально "с колес" и как в 70-е годы прошлого века за хрусталем пишутся в очередь. Все это, несомненно, позволяет говорить об Импакт Богемия Трейдинг не только как о лидере на посудном рынке, но и как о новом и весьма серьезном игроке на рынке сувениров.

Тем более, что компания не собирается останавливаться на достигнутом - к наборам, предназначенным по большей части для мужчин добавится женская часть бренда "Bohemia Heritage". В таких же вариантах декора - "500 РК", "ВЕТРЕННИК", "АФРИКАНСКАЯ РОЗА", "КОМЕТА", "ЗОЛОТОЙ КРАЙ" выйдут три комплекта: вазочка для цветов и два фужера для шампанского; большая шкатулка в форме сердца, вазочка для конфет в форме лебедя и подставка для колец; два винных бокала и подсвечник на высокой ножке. В этой части коллекции необычайно удачно сочетаются зримая тяжесть ручного хрусталя с подчеркнутой изящностью линий. Уже знакомая покупателям темно-красная упаковка в форме книги с золотым тиснением будет улучшена дизайнерами студии.

Итак, когда производство хрусталя во всем мире считается все более и более рискованным с экономической точки зрения, когда предприниматели боятся инвестировать средства и тратить время на разработку новых форм и дизайнерских решений, Импакт не только выводит на рынок новую коллекцию, но и спустя год расширяет ее ассортимент. Все эти факторы особенно подчеркивают уникальность проекта "Bohemia Heritage" - лучшего проекта года!





# ТМ "КОРАЛЛ": ТЕПЛО И УЮТ В КАЖДЫЙ ДОМ!

Еще не так давно красивые фарфоровые сервизы гордо ждали своего торжественного случая в семейном серванте. Сегодня, благодаря новым технологиям в производстве черепка и декорировании, изделия из фарфора становятся доступными по цене, приобретая все новые качественные и эстетические достоинства, а потому современные хозяйки могут сервировать свой стол изысканно каждый день!

**Но как сориентироваться на рынке фарфоровой посуды? Какой из дизайнов сегодня наиболее актуален, какую посуду выбрать для нового ресторана, как угодить с подарком?**

К сожалению, столкнувшись с подобными вопросами, найти ответы на них не так легко. Окунувшись в информационную панацею XXI века - всемирную сеть Интернет, нас ждет разочарование - продавцы фарфора всеми возможными способами стараются продать только то, что уже произведено. Даже в крупном магазине посуды консультанты, если они есть, как правило, не обладают достаточной информацией о качественной составляющей изделий.

Пожалуй, самый лучший способ - обратиться к профессионалам, производителям фарфоровой посуды. Ведь они, прежде чем запустить изделия в производство, проводят большую аналитическую работу, имеют четкое представление о потребительских ожиданиях, разрабатывают и выбирают тот или иной дизайн, ориентируясь на самые последние тенденции и веяния моды.

Одним из таких производителей является ЗАО "Коралл", которое представляет на нашем рынке зарекомендовавшую своим качеством фарфоровую продукцию одноименной торговой марки.

Недавно в ассортиментном ряду ТМ "Коралл" появились 3 новые коллекции. Вместе со специалистами ЗАО "Коралл" попробуем разобраться, чем эти коллекции привлекут внимание покупателя?

## "Желтый ситец"

Разрабатывая свои новинки, специалисты "Коралла" учли один немаловажный психологический факт - человек всегда стремится создать вокруг себя уютную атмосферу, наполняя интерьер своего жилища "живыми" орнаментами и природными оттенками. Отличительной особенностью коллекции "Желтый ситец" является рельефность поверхности каждого изделия. Подобно легкому кружению ситцевого

платья, теплые оттенки европейского орнамента и оригинальная рельефная отбортовка подчеркивают изысканную простоту этой коллекции.

Говоря о качестве фарфора, стоит отметить, что он обладает повышенным уровнем белизны и прочности, которые достигаются не только за счет использования нового состава фарфора и глазури, а также за счет утолщения краев. Дизайн "Желтого ситца" выполнен по технологии "подглазурного" декорирования, то есть декор наносится на фарфор до покрытия глазурью. Это придает изделиям мягкие пастельные тона. В отличие от традиционного декорирования ("надглазурного"), "подглазурное" декорирование значительно дороже, но делает декор практически вечным, так как рисунок защищен глазурью, что обеспечивает его устойчивость в эксплуатации. Глазурованный губной край чайных пар и кружек обеспечивает эргономичность и практич-



**ЗАО "Коралл" входит в торговую промышленный холдинг "Группа ЭЛИКОР". Посуда торговой марки "Коралл" производится на заводах, расположенных на Украине и в Китае. На сегодня ассортиментный ряд компании - около 3 000 наименований и более 250 декоров, обновляемых ежеквартально. Оптимальное для российского потребителя соотношение цена - качество позволяют подобрать эффективный высоколиквидный ассортимент для магазина любого формата. Среди крупнейших партнеров компании: METRO, АШАН, Гросс-смайт, Перекресток.**

ность изделий - пить из чашки с гладким краем всегда приятнее, а сам край в меньшей степени подвержен загрязнению. В декоре "желтый ситец" при всей его роскошности отсутствует золото и металлосодержащие краски, поэтому изделия можно использовать в микроволновой печи и посудомоечной машине.

В ассортименте коллекции "Желтый ситец" - чайные наборы, чайник, сахарница, заварочная кружка, кружка-бочка, овальные блюда, тарелки, салатники, миски. При желании все изделия можно собрать в индивидуальную коллекцию и в дальнейшем дополнять необходимыми элементами. Кроме того, чайные наборы, чайник, сахарница и заварочная кружка имеют подарочную упаковку открытого типа (window bag), что создает дополнительное удобство при ознакомлении с изделиями в магазинах формата cash&carry.

Кстати, именно по коллекции "Желтый ситец", сеть гипермаркетов "METRO" заключило договор с ЗАО "Коралл" на проведение специальной промо акции в августе этого года.

## "Вьюнок"

Современное представление об изысканности и красоте королевского фарфора прослеживается в коллекции "Вьюнок". Декорирование коллекции выполнено по всей поверхности изделия - этот стиль сегодня особенно популярен в английском фарфоре. Чайный гарнитур "Вьюнок" уже приобрел популярность на российском рынке посуды, и сегодня компания "Коралл" дополнила коллекцию тарелочной группой.

Как показывает практика (и об этом мы писали в статье "Посуда в подарок"), посуда по-прежнему остается одним из лидеров среди подарков для всех возрастных групп. Причем, если чайные наборы дарят на все торжественные случаи, то столовые сервизы, как правило, только на свадьбу, или годовщину свадьбы. Учитывая этот факт, "Коралл" разработал варианты возможных подарочных комплектов. Теперь состав коллекции "Вьюнок" позволяет комплектовать столово-чайный гарнитур на любое количество персон. И если тарелочная группа - тарелки, салатники, блюда - предлагаются отдельными предметами, то чайная группа - подарочными комплектами в различной упаковке.

Таким образом, получив в подарок чайный комплект в шикарной упаковке, счастливый обладатель имеет возможность создать свой собственный индивидуальный чайно-столовый гарнитур.



**"Нежность"**

Еще одна новая коллекция ТМ "Коралл" носит название "Нежность". Она была разработана по специальному заказу торговой сети "Перекресток" как обычный ассортимент столового фарфора. Коллекция выполнена из классического белого (не декорированного) фарфора с добавлением в массу черепка 14% костной муки, что придает изделиям оттенок "слоновой кости" - ощущение тепла и нежности. В отличие от традиционного дорогого "белого" ресторанного фарфора, коллекция столового фарфора "Нежность" при не очень высоком ценнике имеет высокие качественные характеристики - это белая, легкая, прочная посуда. В производстве черепка использована технология так называемого new bone china, которая делает его прочным, гладким, почти прозрачным. Глазурование, обеспечивающее защиту от сколов, производится не традиционным погружением черепка в глазурь, а методом "распыления", что значительно снижает массу глазури, делая готовое изделие легче и изящнее.

Белый классический фарфор всегда остается актуальным и востребованным. Его универсальный дизайн хорошо сочетается в любом интерьере, будь то ресторан, или самая посещаемая комната всех времен и народов - кухня. Не декорированный фарфор позволяет ресторанам и кафе нанести на изделия свой собственный логотип, тем самым значительно повысить респектабельность заведения.

А какая хозяйка не стремится создать на своей кухне атмосферу уютного ресторанчика! В этом смысле, компактные формы (максимальный диаметр столовой тарелки - 230 мм) коллекции "Нежность" идеально подходят для небольших столиков и прекрасно сочетаются при сервировке с цветными изделиями и стеклом.

Как видно, новые коллекции ТМ "Коралл" отвечают всем требованиям современного потребителя - при оптимальном соотношении цены и качества, изделия имеют оригинальный дизайн, подарочную упаковку и возможность индивидуальной комплектации столовых гарнитуров. И это еще не все. Для оптовых покупателей разработана гибкая система скидок, ассортиментные отгрузки всей номенклатуры продукции, организована доставка товара "до дверей магазина", предусмотрена замена боя и брака.

**Есть вопросы?**

**Обращайтесь к профессионалам!**

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

Классический белый фарфор "Нежность" придаст изысканность семейному ужину в ресторане и дома



Коллекция "Вьюнок" - красота и роскошь королевского фарфора



Коллекция "Желтый ситец" - "живые" орнаменты в вашем доме





# ЛАМИРА: три ярких направления

## Чем вызвано внимание журнала к компании "Ламира"?

Нас привлекают компании, где можно наблюдать постоянное обновление ассортимента с учетом последних модных тенденций в мире, оценить разнообразные товарные линейки и пообщаться с опытными специалистами. Так что наша заинтересованность вполне объяснима. В "Ламире" мы имеем возможность наблюдать подлинное отражение рыночных изменений и покупательских предпочтений.

Текущая рыночная ситуация вынуждает постоянно находить новые возможности для того, чтобы предлагаемый товар действительно пришелся по вкусу покупателю. Клиенты "Ламиры" могут удовлетворить свои потребности по многим направлениям: и в подарочном ассортименте, и в товарах для дома, и в товарах для оформления жилья и офиса.

Сегодня мы предлагаем вашему вниманию изделия трех динамично развивающихся товарных направлений компании "Ламира".

## Металлическая посуда KUNZHEL

В 2005 году у "Ламиры" появился новый бренд металлической посуды - KUNZHEL. Каждый год, начиная с момента его появления, можно было отметить серьезное увеличение товарных позиций этой марки. Сегодня ассортиментный ряд от KUNZHEL представлен эмалированной посудой, посудой из нержавеющей стали, а также посудой с антипригарным покрытием.

Кастрюли, чайники, жаровни, множество столовых приборов и кухонных принадлежностей, термосы, хлебницы, кофемолки, мельницы для специй, френч-пресса - все это хорошего качества и в широком ассортименте.



Вся посуда рассчитана на различные сегменты покупателей, поэтому уровень цен не оставит покупателей равнодушными.

## Люстры и светильники от Glass LSP

Одним из партнеров "Ламиры" является компания Glass LSP. Это единственный производитель хрустальных светильников в Словакии. С его именем связаны тысячи историй, сопро-



Эмалированная посуда привлекает своей экологической чистотой и подходит для каждой кухни. Если говорить о технических характеристиках эмалированной посуды KUNZHEL, то они следующие:

- толщина металлического основания (основа для нанесения эмали) - 1 мм;
- двухслойное эмалированное покрытие (1-й слой - черная эмаль, 2-й слой - светлая: бежевая или белая);
- слой декора (наносится на 2-й слой эмали);
- керамические ручки (не плавятся и не нагреваются).



вождающих изящество традиционных европейских вечеров, когда в доме зажигался свет и все собирались у семейного очага. Стиль, который мы сегодня называем ретро не исчерпывает модельного ряда люстр и светильников Glass LSP. "Ламира" предлагает разнообразные современные тенденции, воплощенные в хрустале. Стоит только включить светильник, и комната наполнится волшебным светом. В преддверии осеннего сезона, когда сумерки наполнены тихим шелестом листьев, хочется пожелать всем покупателям уютной домашней обстановки в любимом интерьере с отблеском летнего солнца, сохраненным в волшебном богемском хрустале.

### Новогодние украшения

Опытные операторы рынка знают, насколько важно подготовиться заранее к сезонному товару! Уже сегодня стоит подумать о новогодних празднествах и рождественских каникулах!

Всех нас ожидает веселье возле наряженной елки, подарки от Деда Мороза, смех, шутки, гадания и загадывание желаний! Как же обойтись без традиционных украшений в это время?!

Компания "Ламира" предлагает эксклюзивные коллекции зимних украшений, которые будут прекрасным дополнением к домашнему интерье-

ру. Среди них: "Снежная рапсодия", "Чарующая симфония", "Ностальжи", "Бабушкин сундучок", "Калейдоскоп", "Магия цвета", "Изумрудная сказка" и др. Кроме того, обновлена классическая серия, уже давно пользующаяся устойчивым спросом.

Елочные украшения, предметы для оформления интерьера и стола, декоративные свечи и подсвечники, праздничная упаковка, всевозможные сувениры, и это не все! Здесь сможет удовлетворить свои потребности даже самый взыскательный покупатель. Главное - успеть выбрать понравившиеся игрушки или сувениры, чтобы они появились в праздничных интерьерах до наступления 2008 года!

Для ознакомления с продукцией марки "Ламира" вы можете посетить выставочный зал, посмотреть каталоги, зайти на сайт компании и при желании получить исчерпывающие консультации у профессиональных менеджеров.

**Компания "Ламира"**  
**123007, Москва,**  
**Ул. 5-я Магистральная, 15**  
**Тел.: (495) 940-19-26,**  
**940-21-26, 940-27-75,**  
**941-41-61, 941-26-17**  
**[www.lamira.ru](http://www.lamira.ru)**



## НАСЛЕДИЕ

Наборы для роскошного чаепития  
от компании «Импакт»

Богатая сервировка стола является важной частью традиционного русского чаепития. Потому и была создана по-настоящему богатая коллекция чайных чашек «Наследие».

В коллекцию «Наследие», вошли фарфоровые чашки наиболее интересных форм на ножке, с традиционными ручными декорациями, которые особенно ценятся российскими покупателями. Чашки из коллекции «Наследие» щедро украшены золотом, перламутром и кобальтом.

Коллекция «Наследие» включает изделия, произведенные на различных чешских заводах: Форма: Menuet. Производитель: Porselan Plus, завод Klasterec – THUN.

Форма: Sonata. Производитель: Мануфактура Leander.

Форма: Marie Tereza. Производитель: Завод Eriag.

Главное, что объединяет наборы коллекции «Наследие» - это общий стиль, имя этому стилю - «Роскошь». Любой набор из этой серии может стать отличным подарком.

Для наборов «Наследие», дизайн-студия «Импакт» разработала специальную подарочную упаковку «под малахит».

Идея и разработка коллекции «Наследие» принадлежит компании «Импакт».

В оформлении использован фрагмент картины Е.М. Кустодиева «Купчиха за чаем»



## Душевные наборы

От компании «Импакт»

«Виноград», «Земляника», «Сирень», «Гуси», «Ландыши» - эти приятные для души декорации стали украшением, весьма полезных в хозяйстве наборов.

Наборы включают фарфор (Чехия) и текстильные изделия (Россия).

Покупателям предлагается пять вариантов комплектов:

- 1) кружка + полотенце;
- 2) прямоугольное жаропрочное блюдо 20,7 см + рукавица;
- 3) круглое жаропрочное блюдо 21 см + рукавица;
- 4) круглая жаропрочная форма с ушками 12 см + рукавица;
- 5) чайник 0,5 л + колпак-грелка на чайник.

Получились недорогие и очень симпатичные комплекты.

Идея и разработка коллекции «Душевные наборы» принадлежит компании «Импакт».



В оформлении использован фрагмент картины К.П. Брюллова «Итальянский полдень»



# "Топ Стиль Групп" для профессионалов

*Все мы отлично знаем, что посуда сегмента HoReCa должна отвечать особо высоким требованиям. Известные зарубежные марки премиум класса предлагают линейки профессиональной посуды, которые отличаются не только превосходным качеством, но и - что не менее важно - великолепным дизайном. Так как ни для кого не секрет, что по-настоящему стильные вещи не кричат о себе и не навязывают свое общество. Вместо этого они задают высокий тон любому собранию и предлагают окружающим их людям просто им соответствовать.*

Отличительной чертой компании "Топ Стиль" является умение предложить на рынок как раз те серии профессиональной посуды, которые отличаются подлинным благородством и аристократичностью. Компания работает на рынке HoReCa с 2001 года и представляет продукцию от ведущих производителей России, Великобритании, Италии, Греции, Польши, Гонконга и Китая.

Для отелей, ресторанов, кафе и столовых предлагается широкий ассортимент профессиональной посуды из костяного и упрочненного фарфора, столовые приборы и аксессуары, предметы сервировки стола, ресторанный текстиль, униформа. И все это многообразие продукции - от всемирно известных брендов: **Royal Doulton, Alchemy Churchill, Ionia, Sambonet, Beltrami, WNK, Topchoice, HaiGeLei, La Cafetiere.**

## **Royal Doulton (Англия)**

Royal Doulton - один из лидеров в производстве профессиональной посуды класса люкс. Эта элитная посуда, которая используется в лучших гостиницах, ресторанах, на авиалиниях по всему миру, изготовлена из белоснежного костяного фарфора, необыкновенно прозрачного и очень прочного. Мода на костяной фарфор сохраняется в Европе уже несколько веков, и неспадаящий интерес к посуде Royal Doulton свидетельствует об этом. Потому

что Royal Doulton - это стильный дизайн, высочайшее качество и разнообразие ассортимента, устойчивость к интенсивному использованию, красота форм и декоров.

## **Alchemy Churchill (Англия)**

Фарфор Alchemy - это результат совместной работы специалистов компании Churchill и лучших шеф-поваров Европы. Широкий ассортиментный ряд коллекции включает традиционные предметы и многофункциональные позиции. Все это для того, чтобы вы могли свободно воплощать в жизнь разнообразные сервировочные идеи. Посуда выдерживает большие нагрузки и устойчива к перепадам температуры. Все изделия имеют полностью глазированное основание и отвечают функции stackable для экономии места хранения. Кроме классического белого исполнения производитель успешно экспериментирует в следующих декорах: Jardin (рельефный декор), Batik (лепестки вишневого цвета), Essence (декор песочного цвета), Mono, Platinum, Gold (черный, платиновый и золотой кант по краям предметов).

## **Ionia (Греция)**

Компания IONIA Porcelain производит профессиональную посуду высокого качества, пригодную к интенсивному ежедневному использованию. Все серии отвечают современным стандартам и имеют широкую линейку форм от классики до современных решений. Лучшие рестораны и отели, а также круизные компании Европы предпочитают фарфор этой марки. Высокотехнологические процессы изготовления и обработки фарфора позволяют IONIA предоставлять своим потребителям 5-летнюю гарантию на сколы края. Особое внимание уделяется кофейной тематике: все чашки прекрасно сохраняют тепло, имеют толстые стенки. В каждой серии - два варианта чашек (stackable и классической формы) объемом от

60-100 мл (для эспрессо) до 220-280 мл (для капучино), ряд серий включает в себя также кружки для латте и горячего шоколада (300-400 мл). На заводе возможно подглазурное нанесение логотипа заказчика и создание индивидуального декора.

## **HaiGeLei (Китай)**

Костяной ресторанный фарфор от компании HaiGeLei (HGL) - приятное сочетание демократичных цен и большого разнообразия предметов: посуда для европейской и восточной кухни, а также большой выбор блюд для сервировки. Несмотря на внешнюю хрупкость и изящность, костяной фарфор HaiGeLei пригоден для мытья в посудомоечной машине и использования в микроволновой печи. Широкая линейка и многообразие форм и декоров, а также возможность нанесения на заводе логотипа заказчика сделают костяной фарфор HaiGeLei естественным в заведении с любым интерьером.

## **TopChoice (Гонконг)**

Корпорация TopChoice - крупнейший производитель профессиональной посуды из костяного и упрочненного фарфора в Гонконге и Китае. Фирма выпускает более 400 различных форм посуды для отелей, ресторанов и авиалиний. Первокласное сырье и современные технологии позволяют компании добиваться прочности и стойкости глазури, а также предлагать конкурентоспособные цены. Посуда выдерживает тепловые нагрузки, в







три-четыре раза большие, чем обычный фарфор, и имеет особенности в форме и обработке краев. Она легко противостоит скалыванию, пригодна к использованию в посудомоечной машине, микроволновой печи и духовке. Фирма TopChoice занимает большую долю рынка, экспортируя свою продукцию более чем в 45 стран мира.

### Sambonet, Paderno, Beltrami (Италия)

Итальянская корпорация Sambonet - крупнейший в Европе производитель столовых приборов и предметов сервировки из стали 18/10 и мельхиора. Это компания с двухсотлетними традициями и отличной репутацией. И в наше время дизайнеры компании продолжают традиции основателя фирмы итальянского дворянина Джузеппе Самбонета, создавая коллекции столовых приборов и сервировки как в классическом стиле, так и в стиле hi-tech для заведений высокого уровня. В 1997 году предприятие Sambonet стало частью Paderno Group - всемирно известного производителя кухонной утвари и кондитерских принадлежностей. На фабрике Beltrami, созданной в 1965 году Mario, Francesco и Cinzia Beltrami, производятся столовое и постельное белье, а также махровые изделия: полотенца, коврики для ванных комнат, банные халаты и тапочки различных расцветок, плотности и размеров. Разнообразие текстур, форм и расцветок предлагаемой продукции способно подчеркнуть неповторимость стиля заведения. Высококачественные материалы, технические инновации и внимание к дизайну, позволяют продукции корпорации оставаться неотъемлемой составляющей самых известных отелей и ресторанов.

### WNK (Китай)

Это один из наиболее известных в Китае производителей столовых приборов из стали 18/10. Многообразие форм разрешает подобрать приборы, сочетающиеся с любой посудой, интерьером и уровнем заведения. Все серии WNK включают в себя набор наименований, необходимых для полной сервировки (до 38 предметов). Приборы изготовлены из нержавеющей стали толщиной от 2,5 мм (серии Apollo, Simplicity, Delta, Universal, Caf) до 4 мм (серии Atlas, Tulip). Компания производит также профессиональные ножи для поваров, коллекция которых включает в себя полный ассортимент наименований: от обвалочных до поварских ножей всех необходимых размеров. Использование последних технологических разработок, высококачественное сырье (японская и финская сталь) и прекрасный дизайн отличают изделия WNK.

Среди постоянных партнеров "Топ Стиль Групп" в России и странах СНГ много известных гостиниц и ресторанов, правительственных учреждений и крупных корпораций, среди которых: Государственная Дума РФ, ОАО "Газпром", резиденция Патриарха всея Руси, администрация президента Республики Беларусь, гостиницы "Националь", "Славянская-Рэдисон", "Алроса", "Югорск", отель "Виноградово", отельная сеть Holiday Inn, компания "Монтана Кофе", рестораны "Пекинская Утка", "Су-Мо", "Танго Амфитеатр", "Красноярск" и многие другие.





# МЕЛАМИНОВОЕ "ЧУДО" рейд по московским рынкам

## НЕПРИДУМАННЫЕ ДИАЛОГИ\*

Ирина Петровна (пенсионерка)

- Скажите, вы пользуетесь меламиновой посудой?

- А что это такое, как она выглядит?

- Это легкая пластиковая сервировочная посуда, по внешнему виду очень похожая на фарфоровую. Правда, к сожалению, вредна для здоровья.

- Не знаю, может быть, у меня есть такая...

Светлана Казакевич (молодая мама):

- Вы будете покупать своему малышу посуду из меламина?

- Не знаю, для нас еда - это целое событие, сынишка плохо кушает, и если ему понравится красивая тарелочка, то, ради того, чтобы он ел... на что только не пойдешь

- Но ведь посуда из этого материала канцерогенна...

- Не думаю, что если из нее несколько раз поесть, то заболеешь. Зато она не бьется и дешево стоит.

\* Наши собеседницы не захотели предстать перед фотокамерами и попросили изменить имена и фамилии, все остальное - чистая правда!

К сожалению такие ответы не редкость, скорее, даже обычное явление. Многие люди не отдают себе отчет в том, что употреблять пищу из посуды которая, выделяет формальдегид (и другие ядовитые для человека вещества) опасно. Канцерогены постепенно накапливаются в организме, а потом могут стать причиной тяжелых и, возможно, смертельных заболеваний.

Именно такой безграмотностью и пользуются недобросовестные продавцы (часто покупатели не знают, что продажа меламиновой посуды запрещена на территории России, равно как и в других странах). Наши рынки пестрят тарелочками веселеньких расцветочек из тонкостенного белого пластика. Берем такую тарелочку (блюдечко, салатницу, селедочницу и пр.), переворачиваем и читаем: Melamin, made in China. Или не China... Или вообще ничего не написано. Но и так понятно, из чего сделано. И словно так и надо, будто раскрашенная в русском стиле дешевая тарелка не несет в себе невидимой опасности. Хотя все представители посудного бизнеса прекрасно знают, что это такое? Или не знают?! Может, не согласны? Может, пользуются меламиновой посудой у себя



Витрина в «Копейке» с набором Nesquik, в котором обнаружена меламиновая тарелка



дома, кормят из нее своих детей? Может, все публикации о вреде меламина - обыкновенная клевета, так сказать "дэза", вызванная конкурентной борьбой?

Где искать правды? Откровенно говоря, точно ответить на этот вопрос журналисты не могут. Но им под силу задать такой вопрос со страниц журнала нашим читателям. Мы действительно хотим разобраться в этой ситуации. А пока мы предлагаем свой независимый репортаж, как начало нашего расследования.

## Итак...

**Вторая неделя августа. 2007 год. Утро.**

**Рынок недалеко от станции метро "Багратионовская"**

Подходим к лавочке, где все продают по бросовым ценам. На одном из лоточков всевозможная меламиновая посуда. Действительно, выглядит очень привлекательно: с ярким рисунком, легкая, беленькая... А главное, цена - всего 10 рублей за любую штуку: будь то тарелка для первого, второго, салата или блюдец... Да за такие деньги можно себе целый сервиз сделать!...

Спрашиваем: «**Эта посуда пищевая?**». Отвечают: «**Конечно!**».

- **Можно сфотографировать?**

После некоторой заминки (точнее после покупки одной тарелки), разрешают сделать несколько кадров... Идем дальше.

**Тот же день. Обеденное время.**

**Рынок недалеко от станции метро "Авиамоторная".**

Здесь ситуация повторяется. Те же тарелки лежат на лотке. Над лавочкой надпись: "Хозтовары". Посуду из меламина продают как пищевую.

- **Скажите, а эта посуда не вредная, из нее можно есть?**

- **Да, естественно. Только не лейте кипяток, она тогда быстрее портиться.**



Тарелка из меламина, купленная на московском рынке

- **А в микроволновку ее можно ставить?**
- **Не знаю.**
- **А вы сами когда-нибудь такой посудой пользовались?**
- **Да. Особенно она удобна на пикнике.**

По сути, мы и здесь сталкиваемся все с той же безграмотностью. В то время как в развитых странах внимательно следят за проникновением на рынок такой посуды и тут же пресекают любые попытки ее продать, у нас на это никто не обращает внимания. Китай и Турция имеют право свободно производить такую продукцию, но продавать на своей территории ее им категорически запрещается. Но что за беда Китаю и Турции, если есть прекрасная возможность окучить рынок "немытой России"?

Но это лишь грустные слова, а факты продолжают "радовать".

**Вечер того же дня.  
Магазин "Копейка"**

Кто не бывал в этом магазине? Так вот и мы входим, чтобы купить по бутылочке йогурта после трудового дня. И вдруг видим на полке любимую всеми детьми упаковку Nesquik, да еще большую! Ой, да тут целых две вместе! А это что? В нагрузку к такому изобилию и тарелка в придачу! Но, боже!!! Из чего она? На этикетке черным по белому русским языком написано: "Меламин". Вот это да! "Nesquik" - питательный и замечательный, друг всех детей и героев мультфильмов, суперзвезда телерекламы предлагает нам откусать из меламиновой тарелки!? По нашему мнению, это уже слишком. Вы так не думаете?

**Давайте обсудим это на страницах следующего номера. Присылайте свои мнения, комментарии, нам будет приятно познакомиться с вами, наши дорогие читатели.**

**Материал подготовила  
Юлия Борисова**



Вот так выглядит прилавок с меламиновой посудой на рынке



Продавец считает, что посуда из меламина пригодна для пищевых целей. Цена любого предмета (тарелка, миска, блюдо, фруктовница) - 10 рублей



Какой только посуды не увидишь на рынке



Группа компаний "АПЭК"



Отвечают  
Илья Алещев и Павел Евсеев,  
юрист-консульты Правовой  
группы "АПЭК"

# Правовая защита бизнеса

**- Организация использует автомобиль для перевозки своих работников (число мест - 14). Нужно ли получать лицензию, проводить медицинский осмотр водителя и проверку технического состояния автомобиля перед началом его эксплуатации?**

В соответствии с п. 62 ст. 17 ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности" и п. 1 Постановления Правительства РФ от 30 октября 2006 г. № 637 лицензированию подлежит деятельность по перевозке пассажиров автомобильным транспортом, оборудованным для перевозки более 8 человек, за исключением случая, если указанная деятельность осуществляется для обеспечения собственных нужд юридического лица или индивидуального предпринимателя.

В силу п. 1 ст. 20 ФЗ "О безопасности дорожного движения" организации, эксплуатирующие автотранспортные средства, обязаны "организовывать и проводить с привлечением работников органов здравоохранения предрейсовые медицинские осмотры водителей", а также "обеспечивать соответствие технического состояния транспортных средств требованиям безопасности дорожного движения и не допускать транспортные средства к эксплуатации при наличии у них неисправностей, угрожающих безопасности дорожного движения".

За неисполнение обязанности по проведению предрейсовых медицинских осмотров водителей в ст. 12.32 КоАП РФ установлена ответственность в виде штрафа в размере от 500 до 1 тыс. руб., а обязанности по недопущению к эксплуатации транспортных средств, имеющих соответствующие неисправности, в ст. 12.31 КоАП РФ установлена ответственность в виде штрафа в размере от 500 до 1 тыс. руб.

**- Сотрудница была принята на работу в порядке перевода из другой организации, а вскоре после этого ушла в отпуск по беременности и родам. Как определить размер среднедневного заработка данной сотрудницы для расчета пособий?**

Порядок исчисления средней заработной платы установлен Постановлением Правительства РФ от

11 апреля 2003 г. № 213, в п. 9 которого установлено, что в случаях, когда один или несколько месяцев расчетного периода отработаны не полностью, средний дневной заработок исчисляется путем деления суммы фактически начисленной заработной платы за расчетный период на сумму, состоящую из среднемесячного числа календарных дней (29,6), умноженного на количество полностью отработанных месяцев, и количества календарных дней в не полностью отработанных месяцах.

В разъяснение порядка применения этих норм в Письме Минтруда РФ от 24 декабря 2003 г. № 5 указано, что в случае, если работник в последние 12 календарных месяцев работал у нескольких работодателей, при определении трех месяцев фактической работы учитывается также период его работы у предыдущего работодателя (работодателей) в соответствии с записями в трудовой книжке или на основании копий трудовых договоров.

Кроме того, в п. 4 Письма ФСС РФ от 25 февраля 2004 г. № 02-18/07-1202 указано, что период работы у предыдущего работодателя (работодателей) учитывается "в соответствии с записями в трудовой книжке или на основании трудовых договоров. При этом никаких справок с предыдущих мест работы не предоставляется".

**- Организация арендует офисные и складские помещения, в которых расположено электрооборудование. Арендодатель требует от Арендатора назначить лицо, ответственное за электрохозяйство. Правомерны ли данные требования?**

Обязанность руководителя Потребителя-организации назначить "ответственного за электрохозяйство организации и его заместителя из числа руководителей и специалистов Потребителя" установлена в п. 1.2.3 "Правил технической эксплуатации электроустановок потребителей" (утв. Приказом Минэнерго РФ от 13 января 2003 г. № 6, далее - Правила)

В то же время из данного правила установлен ряд исключений. Во-первых, в п. 1.1.2 Правил указано, что они "распространяются на организации ... владельцев электроустановок напряжением выше 1000 В".



Во-вторых, в силу п. 1.2.4 Правил у Потребителей, не занимающихся производственной деятельностью, электрохозяйство которых включает в себя только вводное (вводно-распределительное) устройство, осветительные установки, переносное электрооборудование номинальным напряжением не выше 380 В, руководитель Потребителя ответственность за безопасную эксплуатацию электроустановок может возложить на себя по письменному согласованию с местным органом госэнергонадзора. Определение круга организаций, не занимающихся производственной деятельностью, дано в Письме Минэнерго РФ от 24 февраля 2004 г. № 32-01-05.

В-третьих, абз. 3 п. 1.2.3 Правил предусматривает, что "у Потребителей, установленная мощность электроустановок которых не превышает 10 кВА, работник, замещающий ответственного за электрохозяйство, может не назначаться".

Неисполнение этой обязанности может повлечь применение к Арендатору административной ответственности, установленной ст. 9.11 КоАП РФ в виде штрафа на должностных лиц в размере от 1 тыс. руб. до 2 тыс. руб.; на юридических лиц - от 10 тыс. руб. до 20 тыс. руб. или административное приостановление деятельности юридического лица на срок до девяноста суток.

**- Организация арендует складские и офисные помещения, причем в договоре аренды к обязанностям арендодателя отнесен "вывоз твердых бытовых отходов и мусора". Существует ли у арендатора обязанность уплачивать экологические платежи?**

В соответствии с п. 1 ст. 16 ФЗ "Об охране окружающей среды" негативное воздействие на окружающую среду является платным. При этом в силу п. 2 ст. 16 данного Закона к видам негативного воздействия на окружающую среду относится в том числе и "размещение отходов производства и потребления". Равным образом в ст. 23 Федерального закона от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ "Об отходах производства и потребления" установлено, что "плата за размещение отходов взимается с индивидуальных предпринимателей и юридических лиц в соответствии с законодательством РФ".

Определение понятия "отходы", данное в ст. 1 ФЗ "Об отходах..", сформулировано весьма широко - "остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), утратившие свои потребительские свойства".

При этом на лица, осуществляющие деятельность по "эксплуатации предприятий, зданий, строений, сооружений и иных объектов, связанной с обращением с отходами", возлагается обязанность разрабатывать проекты нормативов образования отходов и лимитов на размещение отходов (ст. 11 ФЗ "Об отходах.."), после чего такие лимиты утве-

рждаются органами Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору (далее - Ростехнадзор).

Порядок определения платы за отдельные виды вредного воздействия на окружающую природную среду, включая размещение отходов, утвержден Постановлением Правительства РФ от 28 августа 1992 г. № 632 и предусматривает две составляющие такой платы - за размещение отходов в пределах установленных лимитов и с превышением таких лимитов.

Таким образом, на организацию, арендующую помещения и осуществляющую деятельность по их эксплуатации, законодательством возложена обязанность разрабатывать лимиты на размещение отходов, утверждать их в органах Ростехнадзора и уплачивать плату за негативное воздействие на окружающую среду.

**- Правда ли, что Письмо Минфина от 7 марта 2007 разрешает проводить зачет без встречной уплаты НДС "живыми деньгами"?**

В соответствии с абз. 2 п. 4 ст. 168 НК РФ сумма налога, предъявляемая налогоплательщиком покупателю товаров (работ, услуг), имущественных прав, уплачивается налогоплательщику на основании платежного поручения на перечисление денежных средств при осуществлении зачетов взаимных требований. Порядок применения указанных положений НК РФ разъяснен письмом Минфина РФ от 23 марта 2007 г. № 07-05-06/75.

Письмо Минфина РФ от 7 марта 2007 г. № 03-07-15/31 посвящено определению порядка применения права на вычет входящего НДС по сделкам, расчеты по которым производились собственным имуществом покупателя, и не затрагивает вопросов о порядке уплаты НДС при взаимозачетах.

Кроме того, сообщаем, что и в Письме ФНС РФ от 7 марта 2007 г. № 03-07-15/31 подчеркивается необходимость уплаты сумм НДС поставщику на основе платежного поручения на перечисление денежных средств при расчете за приобретенные товары собственным имуществом (абз. 6 письма).

Попутно сообщаем, что предусматриваемая действующим законодательством возможность в ряде случаев не перечислять покупателем сумму НДС продавцу отдельным платежным поручением при возврате товара, на что указывает, например, Письмо Минфина от 27 апреля 2007 г. № 03-07-11/128, относится к возврату товара, качество которого не соответствует условиям договора. Освобождение от перечисления сумм НДС продавцу в этом случае обусловлено отсутствием в рассматриваемой ситуации объекта обложения НДС.

**Павел Евсеев,  
юриисконсульт,  
Правовая Группа "АПЭК"**



## Редакция:

**Главный редактор:**

Татьяна Ковшова

**Выпускающий редактор:**

Алексей Трембицкий

**Копирайтер**

Наталья Дрошнева

**Работа с сайтом:**

Евгения Максимова

Андрей Макаров

**Отдел рекламы:**

Елена Меджитова -

руководитель отдела

Татьяна Абрамкина -

ведущий PR-менеджер

Наталья Соленкова

PR-менеджер

**Подписка:**

Рита Гардиева

**Корректор:**

Татьяна Беляева

**Корреспонденты:**

Наталья Дрошнева

Евгения Сулицкая

Евгения Максимова

Татьяна Комарда

Наталья Журавлева

Наталья Кузнецова

Полина Григорьева

Александра Гуркова

Юлия Борисова

**Дизайн и верстка**

Алексей Барсуков

**Фото**

Алексей Усачев

## ПОДПИСКА 2007-2008

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

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

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

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

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

Для жителей дальнего зарубежья стоимость подписки одного номера 15 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.:

**8 (495) 786-20-91,****8 (499) 317-93-54,****8 (495) 780-24-53**

**Телефоны:**  
8 (495) 786-20-91, 8 (499) 317-93-54,  
8 (495) 780-24-53

E-mail: reklama@posuda.info, pochta@posuda.info  
www.posuda.info

Тираж 10 000 экз.

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-21693 от 22 августа 2005 года.

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

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

## Заявка на подписку журнала "Посуда"

Наименование организации \_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_ КПП \_\_\_\_\_

Адрес доставки журнала: \_\_\_\_\_

Индекс

Обл./Край \_\_\_\_\_

Город \_\_\_\_\_

Улица \_\_\_\_\_

Корпус \_\_\_\_\_

ФИО получателя \_\_\_\_\_

Тел. \_\_\_\_\_ факс \_\_\_\_\_

Количество экземпляров \_\_\_\_\_ перечень номеров \_\_\_\_\_

Способ получения счета:  Факс  E-mail

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

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. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. При перепечатке материалов и их использовании в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, ссылка на журнал "ПОСУДА" обязательна.

# PRIMUS

## EXHIBITIONS GROUP

**КРУПНЕЙШАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА  
ПОСУДЫ, ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА И ПОДАРКОВ  
В УКРАИНЕ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ!**

**17 - 20 октября 2007**

Международный Выставочный Центр  
Украина, Киев

PRIMUS: AMBIENTE UKRAINE



### **ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА**

IX Международная специализированная выставка посуды,  
товаров хозяйственно-бытового назначения,  
подарков и сувениров

Специализированные экспозиции:

**Амбиенте: Посуда**  
**Амбиенте: Хозяйственные товары**  
**Амбиенте: Сувениры и подарки**

Спонсоры



LEIFHEIT



VILAND

tesco.ua

VERZER

Тел.: (044) 537 6999; Факс: (044) 537 6996

E-mail: [info@theprimus.com](mailto:info@theprimus.com)

[www.theprimus.com](http://www.theprimus.com)

# СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

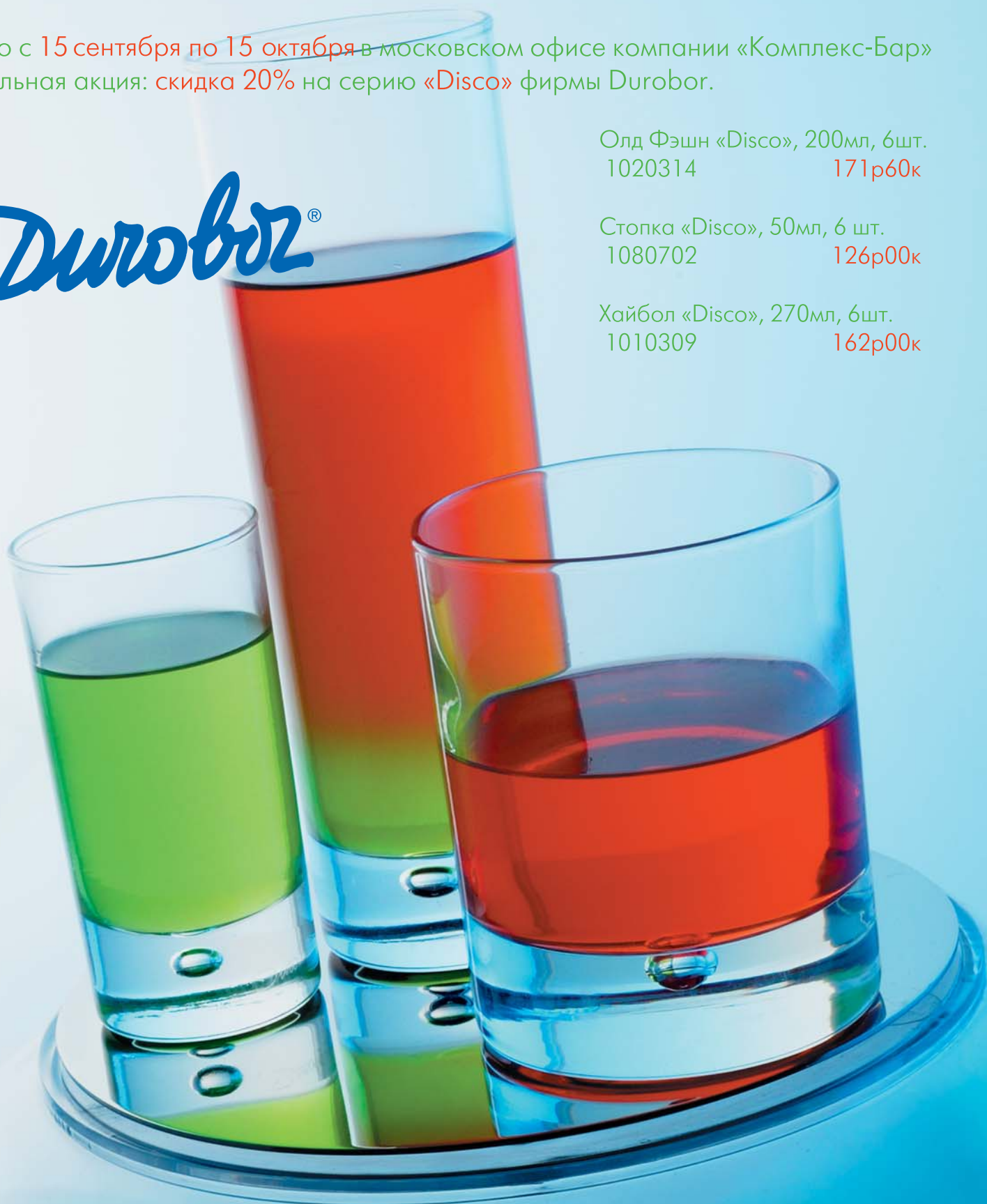
Только с 15 сентября по 15 октября в московском офисе компании «Комплекс-Бар» уникальная акция: скидка 20% на серию «Disco» фирмы Durobor.

**Durobor®**

Олд Фэшн «Disco», 200мл, 6шт.  
1020314 171р60к

Стопка «Disco», 50мл, 6 шт.  
1080702 126р00к

Хайбол «Disco», 270мл, 6шт.  
1010309 162р00к



129085, Москва, ул. Годовикова 9, стр.31,этаж4  
тел./факс: (495) 411-90-60  
эл. почта: sale@complexbar.ru

Комплексное оснащение баров, ресторанов и кафе, посудой, столовыми приборами, предметами сервировки стола, барным и кухонным инвентарем и другими аксессуарами.

**Бесплатная доставка любого количества товара по Москве до аэропортов и вокзалов.**

\*другие скидки на данный товар не действительны  
\*\*по правам рекламы