

ЖУРНАЛ



ИНФО

2008/4

# ПОСУДА

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

## УКРАИНА

### УМНЫЕ НОВИНКИ

В погоне за комфортом

ПРОГРАММА ДЕЛОВЫХ  
МЕРОПРИЯТИЙ  
ВЫСТАВКИ  
HOUSEHOLD EXPO

Рынок фарфора -  
предпочтения Европы  
и России

### ПРАВИЛА БИЗНЕСА

Трудности сетевых торговых  
предприятий

### ТОНКОСТИ МАРКЕТИНГА

Несколько слов о брендинге

### БИЗНЕС И ПРАВО

Таможня дает добро



**ТЕПЕРЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ ВАШИХ ЛЮБИМЫХ СЕРИЙ**



**ПРОИЗВОДИТСЯ В РОССИИ**





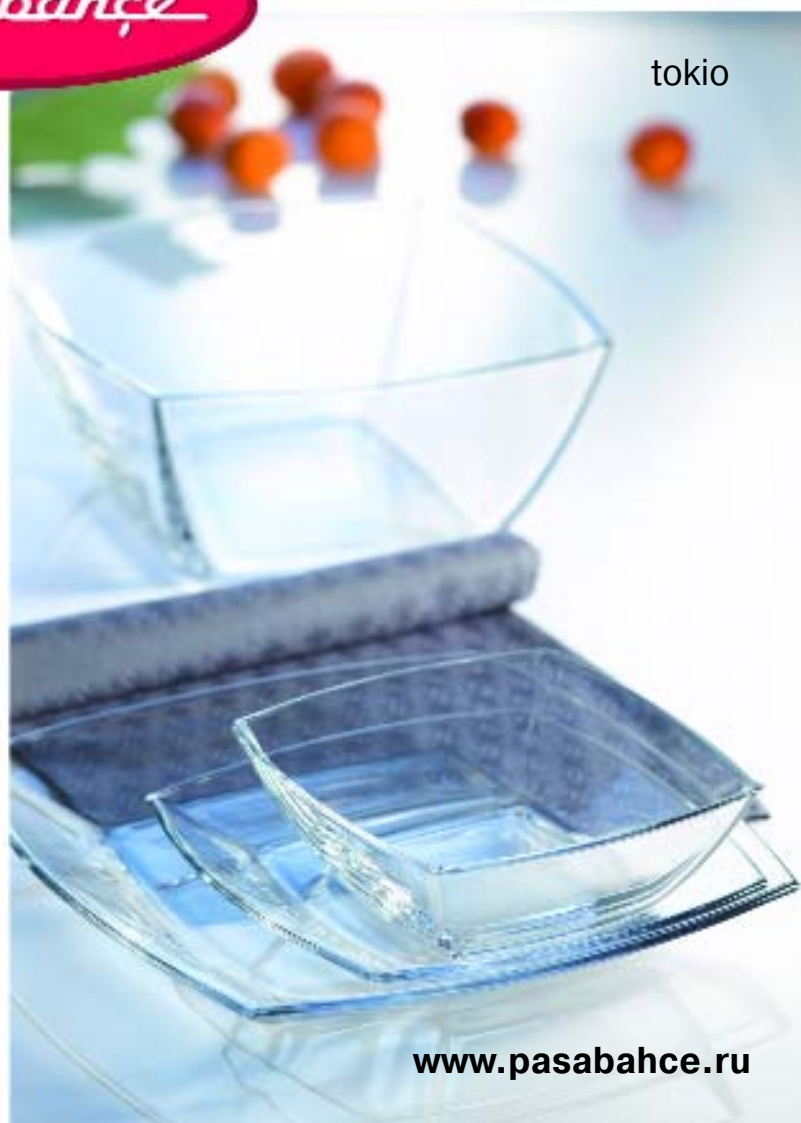
imperial plus



cesni



casablanca



tokio



Мы варим  
стекло  
более  
сотни лет!

Делая мир  
красивее,  
мы рады  
работать  
для Вас!

[www.neman.by](http://www.neman.by)  
+ 375 1561 62 518





## Российская Федерация

### Москва

ООО "ДЕОДУЦЕ",  
ул. Электродная, 2,  
тел.: +7 495 517-50-07,  
916 616-33-22

ООО "Всё для  
ресторана",  
ул. Орджоникидзе, 11,  
тел. +7 495 105-75-07

### Гусь-Хрустальный

ИП Мусатов Д.А.,  
тел.: +7 49241 2-83-  
61, 2-16-72

ИП Семёнов А.Б.,  
ул. М.-Апостола, 19-73,  
тел. +7 49241 3-00-45  
ООО "Алмаз",  
ул. Суловская, 4,  
тел.: +7 49241 2-22-50,  
3-55-84

### Нижний Новгород

ООО "ВолгоОптСнаб",  
тел. +375 29 622-95-88  
ИП Мамедов М.Р.,  
ул. Безрукова, 1,  
тел. +7 8312 79-07-93

### Санкт-Петербург

ЗАО "Стройремонт",  
ул. Садовая, 51, пом. 5,  
тел. +7 812 591-75-00  
ООО "Фирма "Марита",  
ул. Челиева, 11,  
тел. +7 812 331-17-24

### Калининград

ООО "Варио",  
ул. Эпроновская, 29/20,  
тел. +7 401 265-69-62

### Челябинск

ИП Миронов В.М.,  
ул. Калининградская,  
24а-88,  
тел. +7 3512 62-13-33

### Екатеринбург

ООО ПТФ "Базис",  
ул. Луначарского, 194-214,  
тел. +7 343 264-66-71

### Ростов-на-Дону

ИП Ефремов П.А.,  
ул. 1-й Конной Армии, 1а,  
тел. +7 863 252-08-55

### Ессентуки

ИП Третьяков С.А.,  
ул. Мельничная, 10,  
тел. +7 928 903-81-04

### Ижевск

ИП Шишкина З.Г.,  
ул. Сивкова, 109,  
тел. +7 3412 52-70-44

### Хабаровск

ИП Коржов В.А.,  
ул. Ангарская, 7/27,  
тел. +7 421 254-31-41

### Петрозаводск

ООО "Фирма "ФАРФО",  
ул. Корабелов, 24-3,  
тел. +7 814 256-99-53

### Северодвинск

ИП Привалов К.В.,  
ул. Первомайская, 41-25,  
тел. +7 818 424-37-53

### Сыктывкар

ИП Маркова Л.И.,  
ул. Сорвачева, 8,  
тел. +7 821 231-16-22

### Якутск

ИП Местникова Е.А.,  
ул. Автодорожная, 38/36,  
тел. +7 4112 72-57-44

### Комсомольск-на-Амуре

ООО "Плутон",  
пр-кт Ленина, 39,  
тел. +7 4217 52-79-69

### Владивосток

ООО "Роллер",  
ул. Котельникова, 4,  
тел. +7 4232 20-77-97

### Уфа

ИП Шелковская Л.Н.,  
ул. Бессонова, 33-13,  
тел. +7 3472 92-16-15

### Воткинск

ИП Михайлова М.Л.,  
ул. Мира, 21-22,  
тел. +7 34145 5-99-02

### Тольятти

ИП Довгун Т.А.,  
ш. Автозаводское, 43-113,  
тел. +7 8482 22-54-67

### Красноярск

ООО "Советский - 1",  
ул. Тельмана, 29,  
тел. +7 3912 24-32-05

### Пермь

ИП Мартынов А.Г.,  
ш. Космонавтов, 205а-40,  
тел. +7 3422 25-95-95  
ПБОЮЛ Подвальная О.М.,  
ул. Трамвайная, 14, склад 8,  
тел. +7 3422 22-89-40

### Омск

ИП Иванец Н.П.,  
ул. Средняя, 5-190,  
тел. +7 3812 22-22-46

### Томск

ЗАО "Союз Т",  
пр-кт Мира, 46,  
тел. +7 3822 76-60-19

### Новосибирск

ООО "Пять с плюсом",  
ул. Высоцкого, 5-117,  
тел. +7 383 223-23-14

### Тюмень

ИП Большакова О.В.,  
ул. 30 лет Победы, 113а,  
корп. 2,  
тел. +7 3452 33-67-38

### Ангарск

ИП Семёнова О.Н.,  
58/4-7,  
тел. +7 3951 58-40-73

### Улан-Удэ

ИП Тверко И.Ф.,  
ул. Шумянского, 29,  
тел. +7 3012 42-10-56

 **IMPACT**<sup>®</sup>

***Всегда новые коллекции***



*Plata*

*Современный романтизм*

Эксклюзивно продается только в компании  
"Импакт Богемиа Трейдинг"  
[www.impact.ru](http://www.impact.ru) e-mail: [info@impact.ru](mailto:info@impact.ru) тел: (495) 744-00-50



---

 **IMPACT**®

***Всегда новые коллекции***



Эксклюзивно продается только в компании  
"Импакт Богемия Трейдинг"  
[www.impact.ru](http://www.impact.ru) e-mail: [info@impact.ru](mailto:info@impact.ru) тел: (495) 744-00-50

---

SWISS  MADE

bamix®



## СМЕШАЙ СВОИ ЖЕЛАНИЯ

Более 50 лет в 15 миллионах домов  
в 25 странах мира работают блендеры bamix®

**ТЕПЕРЬ И В РОССИИ**

Набор насадок SliceSy® превращает  
блендер bamix® в мини-комбайн



**bamix®** of Switzerland

Эксклюзивный дистрибьютор в России и Белоруссии

«Алекс трейд» +7 495 755 99 13

[www.swiss-shop.ru](http://www.swiss-shop.ru)

Продукция bamix® представлена в магазинах:

Москва: ТД «Алекс-плюс», «Белован.ру», «М. Видео», Media Markt, «Мир», «Технопарк», «Техносила»; Долгопрудный: Центр кулинарного мастерства «Эксклюзив»; Зеленоград: ТД «Элефант»; Владивосток: «В – Лазер», «Спектр телевизии»; Екатеринбург: «Кардигал»; Махачкала: «ТЦ Электрон»; Мурманск: «Эксперт»; Надым: «Экология дома»; Нижний Новгород: «Мир посуды», «Острые ощущения»; Обнинск: «Калиней»; Оренбург: «Белован техника»; Пенза: «Магазин №1»; Пермская область, Барзаскино: «Атлант-сервис-Эфа»; Тосно: «Милый дом»; Уфа: «Телю – Эксперт»; Хабаровск: «Народная компания»





# Швейцарское качество для гурманов

## Преимущества посуды Swiss Diamond® с алмазным покрытием:

- Уникальное покрытие из нанокompозита, содержащее кристаллы настоящих алмазов
- Идеальное и мгновенное распределение тепла за счет свойств алмазов
- Сверхвысокая сопротивляемость к механическому повреждению
- Идеально ровное основание для применения на плитах любого типа
- Возможность использования посуды в духовке при температуре до 260 °С
- Легкая чистка, возможность мытья в посудомоечной машине
- Толстое дно (6 мм), не подверженное деформации
- Новая линейка для индукционных плит



**Swiss Diamond®**

ПОСУДА С АЛМАЗНЫМ АНТИПРИГАРНЫМ ПОКРЫТИЕМ



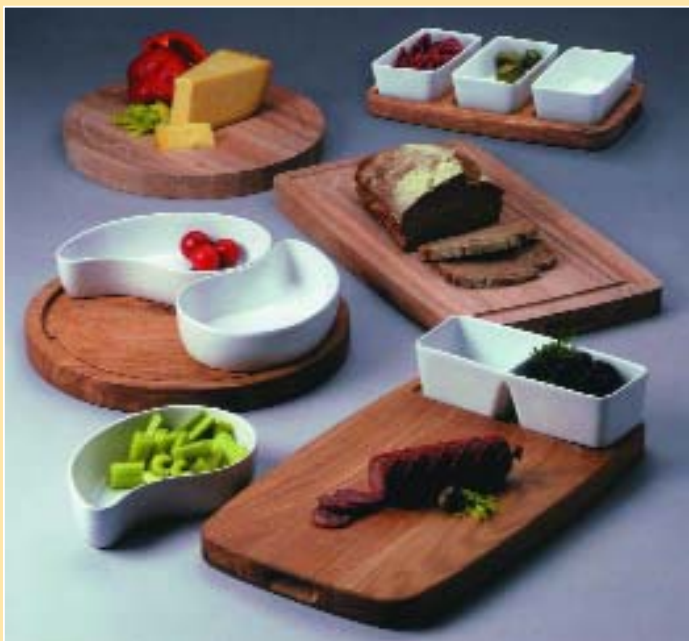
## ПОСУДА С АЛМАЗНЫМ ПОКРЫТИЕМ

Посуда Swiss Diamond® представлена в магазинах:

**Москва:** «Алиса паруса», «Бахтеле», «Высокая.ру», ТЦ «Кротовский», Media Markt, «Миллион мелочей», «Масмарт», «Технопарк», «Техносила», «Три Кита»;  
**Долгопрудный:** Центр кулинарного мастерства «Эксклюзив»; **Зеленоград:** ТД «Элефант»; **Владивосток:** «Каприз», «Спектр техники»; **Воронеж:**  
«Альбинос»; **Екатеринбург:** «Кадильки»; **Иркутск:** ТД «Карс»; **Кореновск:** «Бел Кубани»; **Мурманск:** «Эксперт»; **Надым:** «Экология дома»; **Нальчик:** «Мир  
Посуды»; **Нижний Новгород:** «Моя посуда», «Острые ощущения»; **Новороссийск:** Салоны посуды «Кедр», «Бегемот»; **Новосибирск:** «Чудо-дом»; **Омск:** ТЦ  
«Омский» – «Мажардом», «Радиус»; **Пенза:** «Магалин №1»; **Пермская область, Березники:** «Атлант-сервис-Эфа»; **Петропавловск-Камчатский:** «Мега»;  
**Самара:** «Тоталь Шоп»; **Сочи:** «Хозлюшка»; **Таганрог:** «Siemens»; **Тверь:** «Голубой экран», «Милый дом»; **Тюмень:** «Посудный бум»; **Ярославль:** «Керамика»



# ПОСУДА



www.posuda.info

**НОВОСТИ** 16

**УКРАИНА** 29

Новости  
Сумской фарфоровый  
завод - это фарфор,  
который поет 34

**СТИЛЬНЫЕ  
ШТУЧКИ** 36

**УМНЫЕ НОВИНКИ**  
В погоне за комфортом 42

**ВЫСТАВКИ** 46

**ПРОГРАММА  
ДЕЛОВЫХ  
МЕРОПРИЯТИЙ  
ВЫСТАВКИ  
HOUSEHOLD EXPO** 48

В статьях "Стекло и металл - перспективный дуэт" и "Острый момент" использованы фото- и информационные материалы, предоставленные ИА "DEBUST-БЮРО".

Автором материалов является ИА "DEBUST-БЮРО". При перепечатке материалов и использовании их в любой форме, в том числе и электронных СМИ, ссылка на ИА "DEBUST-БЮРО" обязательна.



Информационное агентство  
"DEBUST-БЮРО"  
ООО "ДИБАСТ ГРУП"  
Россия, 107076, Москва,  
Колодезный пер., 2-1-3.  
Тел. +7(495) 755-49-06  
Факс +7(495) 748-12-29  
E-mail: kalig@rambler.ru







*Вы можете пригласить  
к себе друзей ровно столько раз,  
сколько нажатий выдерживает  
кофейник Bodum.  
Один миллион.*

**bodum®**

**сближает**

**Москва**

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

**Санкт-Петербург**

Ул. Белы Куна, 32, т./ф.: +7 (812) 334-9634, E-mail: [opt@domos.ru](mailto:opt@domos.ru)

**В2В и HoReCa**

Ул. Белы Куна, 32, т./ф.: +7 (812) 334-9634, E-mail: [horoca@domos.ru](mailto:horoca@domos.ru)

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

В интернет-списке: 1. Кофейник Chambord. 2. Сахарница и сливочник Columbia. 3. Чашки кофейные с логотипом HoReCa. 4. Кружки HoReCa. 5. Вазы чашки Bello. 6. Термо бокалы для напитков Manhattan.



## Журнал "Посуда" Вы можете получить в следующих компаниях:

### "Комплекс Бар"

Москва, ул. Годовикова, 9, стр. 31,  
тел. +7 (495) 980-68-72

### "Импакт"

Москва, ул. Тацкая, 4,  
тел. +7 (495) 744-00-50

### "Милый Дом"

МО, Ленинский р-н, бизнес-центр  
"РУМЯНЦЕВО", стр. 1, 7-й подъезд,  
2-й этаж, павильон №30-33Б,  
тел. +7 (495) 510-68-35

### "Ронекс"

Москва, Рязанский пр-кт, 8а,  
тел. +7 (495) 231-45-88

### "Пилот МС"

Москва, ул. Балтийская, 10, кор. 2,  
тел. +7 (495) 231-18-42

### "Спецторг"

МО, пос. Вешки, 24а,  
тел. +7 (495) 742-73-33 (многоканальный)

### ГК "ИИС-Посуда"

МО, Подольск - 2, пос. Ерино, 10,  
тел./факс: +7 (495) 984-64-29  
(многоканальный),  
+7 (495) 363-34-18  
(магазинный отдел)

### "Алекс Трейд"

Москва, Огородный пр-д, 20,  
тел. +7 (495) 755-99-13 (доб.102)

## ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В УКРАИНЕ

### "Парус Экспо Медиа"

Украина, 03035, Киев,  
ул. Урицкого, 45, офис 413,  
тел.: +38 (044) 246-09-52/53/55/56

Оптовая выставка 50

"Быт-Комфорт-Экспо"

Чикаго - источник вдохновения для  
ритейлеров 52

**КОЛЛЕКЦИИ** 56

## ВОПРОСЫ РЫНКА

Современный русский фарфор 60

Рынок фарфора - предпочтения 62

Европы и России

## ФАРФОР

EPIAG - Porcelan CZ - сила изящества  
в стиле Гете 65

## ПРАВИЛА БИЗНЕСА

Трудности сетевых торговых  
предприятий 66

## ТОНКОСТИ МАРКЕТИНГА

Несколько слов о брендинге 68

## СТЕКЛО

Стекло и металл- перспективный дуэт 72

RCR KRISTALLERIA ITALIANA -  
живой хрусталь 76

"СВЕ" - мастерство,  
превосходящее время 80

## ПОСУДА КЛАССА ЛЮКС

Высокие технологии 82  
профессиональной посуды!  
Тайны версальского двора

**ПРОИЗВОДИТЕЛИ** 83

Лысьвенская посуда на пороге  
юбилея 86





АМЕТ - тепло уральских рук

89

**ДИСТРИБУТОРЫ**

Arti M. Новое и лучшее день за днем

90

Символ Нового, 2009 года от лучших художников мира

92

Шведский концепт большой кухни

94

ROSENBERG - лучшее в доме

96

**ОСОБЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

Острый момент

98

**БИЗНЕС И ПРАВО**

Таможня дает добро

102

**ФАСТФУД**

Поесть и выкинуть - или...

106

**АНТИПРИГАРНАЯ ПОСУДА**

TM RAPILLA - непригораемое качество

109

Редакция предлагает Вашему вниманию новый журнал  
по хозяйственной группе

**«ХозТоргЪ»**

Пилотный номер журнала выходит в сентябре 2008 года.  
Приглашаем профессионалов рынка к сотрудничеству.

✂ 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)

**Редакция:****Главный редактор:** Татьяна Ковшова**Выпускающий редактор:**

Алексей Третицкий

**Копирайтер:** Наталья Дрошнева**Работа с сайтом:** Евгения Максимова,

Андрей Макаров

**Отдел рекламы:**

Елена Меджитова -

руководитель PR-направления

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**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.

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

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

Стоимость одного номера - 160 руб. для подписчиков РФ.

Для жителей дальнего зарубежья стоимость подписки одного номера 450 руб.

(Оплата производится в рублях. Доставка наложенным платежом). Юридическим лицам, оформившим подписку, в обязательном порядке высылаются отчетные документы.

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

8 (495) 786-20-91

8 (499) 317-93-54

8 (495) 780-24-53

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 в электронных СМИ, ссылка на журнал "ПОСУДА" обязательна.



# BEKKER®

Тел: +7(495)980-53-03/05/37

E-mail: mail@bekker.ru

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

---

Новая линия посуды PREMIUM из фарфора

---

Посуда **BEKKER®**  
создана дарить  
радость!



БК-7022



Тел: +7(495)980-53-03/05/37

E-mail: mail@bekker.ru

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

# BEKKER®

Новая линия посуды  
**PREMIUM** из  
фарфора



**BK-7021**



**BK-7026**

**BK-7018**

Посуда **BEKKER®** создана дарить радость!



**Japanica -**

**утонченность японского  
стиля**

Британская фабрика **Steelite**, которая славится производством профессионального фарфора, представила новинку - серию для японской кухни Japanica. Это совершенно новая и уникальная серия, разработанная и запущенная в производство фабрикой с начала 2008 года. Серия выполнена с черным и белым декорами, что создает визуальный контраст.

Декор напоминает ветку сакуры, которая в Японии является символом изобилия и богатства.

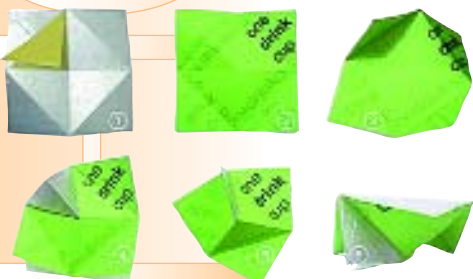
Japanica включает в себя прямоугольные и квадратные тарелки, тарелки Float, тарелки для подачи холодных и горячих блюд различных размеров, а также чашки.

По материалам сайта [www.ina-int.ru](http://www.ina-int.ru)



### Одноразовый стаканчик в стиле оригами

Дизайнер **Mikhail Stawsky** предлагает свой вариант одноразового стаканчика. Посудинку можно носить с собой, она не займет много места в вашей сумочке и даже в кармане. Но прежде чем утолить жажду, стаканчик придется сложить... из специальной бумаги-"полуфабриката", не пропускающей воду.



## У ДОЛГОЖИТЕЛЯ DOMINO ПОЯВИЛСЯ МЛАДШИЙ БРАТ - DRIP



Коллекция **DRIP** была запущена в производство компанией **Arc International** в 2007 году и с тех пор стала одной из любимых не только у европейских, но и у российских покупателей.

По мнению представителей марки **Luminarc**, новая линейка сможет стать удачным продолжением знаменитой питьевой серии **DOMINO**, выпущенной еще в 80-х годах прошлого века и на протяжении уже 20 лет не исчезающей из списка мировых посудных бестселлеров.



### ФОРМЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПИРОЖНЫХ ОТ MARTELLATO

Итальянская компания **Martellato**, специализирующаяся на оборудовании, инструментари и аксессуарах для кондитерского производства, представляет новинку - систему для создания пирожных. Набор состоит из формы, резака для бисквита по форме основания пирожного, выдавливателя и дополнительной ленты, частично выполняющей функцию упаковки для пирожного.

Система позволяет создавать пирожные оригинальной формы с аккуратными ровными краями, а главное - серьезно ускорить этот процесс, автоматизировав его.

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





# DRIP RED & BLACK

Luminarc 





## Фишки для посетителей ресторана

В токийском суши-баре **Ushio** посетители могут сделать заказ необычным способом - при помощи фишек. На прилавке лежит стопка фишек, на каждой из которых написано название соответствующего блюда и его цена. Гостям остается лишь выбрать желаемое и подать повару тарелку с нужными фишками. Все надписи дублированы на английском языке, что позволяет туристам не только попробовать национальную кухню, но и запомнить оригинальное название блюда на японском языке.

По материалам сайта [www.vkusov.net](http://www.vkusov.net)

## Пикник от Radius

Немецкая торговая марка **Radius** представила новый вид маленького очага для пикников на свежем воздухе **Fireplate**. Fireplate снабжен грилем - решетчатой "тарелочкой" из нержавеющей стали, что позволяет готовить мясо на огне точно так же, как и при помощи любого другого камина или просто костра. В нем сочетается и романтика, и практичность, а также добавлен оригинальный дизайн и удобство.

По материалам сайта [www.obstanovka.com](http://www.obstanovka.com)



## Профессиональный фарфор Royal Porcelain

**Maxadura** - новейшая разработка **Royal Porcelain** в мире фарфоровой посуды. Посуда этой марки характеризуется максимальной прочностью, отличается идеально ровной глазурью и теплым, сливочным цветом.

Высокие профессиональные качества **Maxadura** достигаются за счет добавления в фарфоровую массу глинозема. Независимые тесты показали, что новинка **Royal Porcelain** по прочности и долговечности превосходит большинство представленных в настоящее время на рынке марок профессионального фарфора.

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



## ЧТОБЫ ГОТОВИТЬ БЫЛО ВЕСЕЛО

**Monella** (по-итальянски "шалунья") - так называется коллекция цветных сковородок из алюминия с антипригарным покрытием итальянского производителя **Accademia Mugnano**. Цветная формочка из силикона в форме мишки, паровоза и звезды



(красного, желтого, зеленого или синего цветов) поможет вам приготовить в такой сковородке "веселую яичницу".

Яичница, омлет или оладьи будут не только вкусными в вашем исполнении, но еще и веселыми!



## СОВРЕМЕННОЕ ЧАЕПИТИЕ

Новый "архитектурный" дизайн заварочного чайника предложил американский разработчик **Joey Roth**. Чайник **Sorapot** выполнен из нержавеющей стали и боросиликатного стекла (Pyrex). По замыслу автора концептуальный дизайн чайника выражает новый современный ритуал чаепития.

Официальный сайт дизайнера: [www.joeyroth.com](http://www.joeyroth.com)



## КОМПАКТНО И КОМФОРТНО



Американская компания **Chef'n**, основанная в 1982 году Дэвидом Холкомбом, успешно разрабатывает различные новинки в области кухонной утвари. Коллекция под названием **Collapsible Cups** - новинка в ассортименте Chef'n. Производители полагают, что их сжимающиеся чашки и кастрюльки незаменимы в тесных помещениях, где на счету каждый миллиметр. Яркие пластиковые сосуды находят место друг в друге, помогая хозяйкам экономить кухонное пространство.

По материалам сайта [www.obstanovka.com](http://www.obstanovka.com)

## НЕПРОСТОЙ ГЛИНЯНЫЙ ГОРШОЧЕК



**Nold** - глиняный горшочек для каши, заслуживший премию **Red Dot** в 2007 году. Группа дизайнеров **Margriet Foolen** разработала печной горшочек для приготовления каш без масла (сливочного или растительного) и без воды.

Гончары придумали сосуд из четырех частей: тарелки, миски и защищающих от воды двух силиконовых колец. Все это складывается в единую конструкцию, рассчитанную на одну порцию. Горшок перед приготовлением ставится на

10 минут в воду. Вода впитывается в глину для того, чтобы создать определенную среду для готовки содержимого. Благодаря такой технологии овощи, мясо или рыба сохраняют все полезные свойства даже в сваренном виде.

По материалам сайта [www.obstanovka.com](http://www.obstanovka.com)





## ПАШАБАХЧЕ ЗАВОЕВЫВАЕТ РЫНОК



Компания "Пашабахче" рада сообщить своим покупателям о том, что теперь на российском заводе компании будет производиться в 2 раза больше продукции.

Открыта вторая очередь производства в Нижегородской области. Теперь всеми любимые кувшины **Kosem, Sylvana, Dance**, бокалы **Imperial Plus** и **Enoteca**, салатники **Chef** и **Tokio**, стаканы **Casablanca** и **Aquatic**, а также множество других популярных серий будут производиться в России.

Увеличено производство бестселлеров **Bistro, Sylvana, Tango, Pub**. Теперь наша продукция станет еще доступнее.

## ПРИЯТНО ПЛЮС ПОЛЕЗНО

В Лос-Анджелесе открыли ресторан для любителей компьютерных игр. Его отличие от других ресторанов в том, что все посетители имеют возможность обедать в одиночестве, но при этом не отвлекаться от любимого занятия. Заказ блюд в ресторане **uWink** осуществляется с помощью Интернета. На сенсорном экране посетители могут выбрать любое блюдо, на доставку которого уйдет всего несколько минут. Такой интересный способ пообедать придумал Нолан Бушнелл, основатель компании **Atari**. В ресторан **uWink** посетители будут приходить не только за вкусной едой, но и за развлечениями.



По материалам сайта [www.vkusov.net](http://www.vkusov.net)

## КАСТРЮЛИ ОТ PUJADAS ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

Испанский производитель Pujadas представляет кастрюли для профессиональной кухни. При производстве посуды используется нержавеющая сталь 18/10. Дно типа "сэндвич" обеспечивает оптимальное распространение тепла. Ручки кастрюль не нагреваются и выдерживают серьезные нагрузки - это обеспечивает безопасность при использовании посуды. Кастрюля Pujadas имеет неполированную внешнюю поверхность, легко чистящуюся и наиболее устойчивую к механическим повреждениям, что очень важно при интенсивной эксплуатации на профессиональной кухне.



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

## Непальский колорит

Оригинальные изделия из керамики, выполненные при участии профессиональных художников, представила компания "СНТИ". В ассортименте - чашка для молока объемом 300 мл, чашка с блюдцем, сахарница, блюдо диаметром 27 см, пепельница и десертная тарелка. Ручная роспись продукции выдержана в стиле "Непал".



## Новая линейка кухонных весов CALVE

Сложные рецепты пугают не только новичков, но и опытных кулинаров. Но об этих страхах можно забыть, если пользоваться кухонными весами. Умный прибор взвесит все и в граммах, и в унциях.

Не стоит думать, что кухонными весами пользуются только неопытные кулинары. Скорее наоборот, этот прибор нужен тем хозяйкам, которые часто готовят сложные блюда. Весы помогут соблюсти точность рецептуры, особенно если дело касается выпечки, соусов или национальных блюд.

Эти кухонные весы серебристого цвета традиционно сочетают удобство эксплуатации и совершенную технологию измерения. В чаше вы можете взвешивать все, что вам понадобится, весом до 5 кг. Точность измерения в 1 г гарантируется. Теперь готовить станет гораздо приятнее и проще, все пропорции будут соблюдены, а ваши блюда всегда будут традиционно вкусными!



## Высокие показатели "Коралла"

Два новых магазина розничной сети "Коралл" открыли свои двери для покупателей Курска и Старого Оскола. Теперь сеть насчитывает более 30 магазинов на территории Российской Федерации. Численность населения городов, где работают магазины подарков "Коралл", достигла 6 700 тыс. чел., что составляет 34% от населения Центрального федерального округа без Москвы и Московской области.



## Вечная классика

Сеть салонов "Аура Богемии" представляет эксклюзивный сервис "Розе". Тонкий благородный узор подойдет как для спокойного семейного ужина, так и для праздничного застолья. Безусловно, приятным моментом для обладателей этой коллекции станет возможность использования посуды в микроволновых печах и посудомоечных машинах.

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

## ФУРНИТУРА, КОТОРУЮ МЫ ЛЮБИМ!



В течение 16 лет, с 1992 года, ООО "Алгеал" специализируется на изготовлении пластмассовой фурнитуры для посуды. Изделия делают посуду удобной в эксплуатации и являются завершающим штрихом в ее дизайне.

Фурнитура изготавливается методом литья под давлением. Производственные мощности позволяют выпускать широкий ассортимент в значительных объемах (до 2 миллионов единиц в месяц). Собственное инстру-

ментальное хозяйство, укомплектованное оборудованием, обеспечивает предприятие технологической оснасткой. Современная конструкторско-технологическая база, оснащенная системами автоматического проектирования, позволяет наглядно увидеть будущие изделия в 3D-формате, добиться высоких технических и дизайнерских характеристик. Благодаря этому становится возможным изготовление фурнитуры с фирменными логотипами заказчика и другой визуальной информацией, а также удовлетворение потребностей заказчика в плане изготовления индивидуальной конструкции фурнитуры в кратчайшие сроки (не более 3 месяцев).

Производственная база и офис ООО "Алгеал" располагается на восточном побережье Крыма - в Керчи, городе, являющемся важным транспортным узлом, промышленным и курортным центром. Поэтому, находясь в партнерских отношениях с "Алгеалом" и приезжая сюда в командировки, можно не только решать деловые задачи, но и приятно провести время.

Гостеприимство Крымского берега делает сотрудничество с партнерами еще более приятным и плодотворным!

ООО "АЛГЕАЛ"

98307, Украина, АР Крым, г. Керчь, ул. Ватутина, 1а

Тел./факс +38 (06561) 6-43-15, тел.: 6-43-14, 6-43-17

E-mail: [algeal@mail.ru](mailto:algeal@mail.ru)

## СТЕКЛО ГОЛЛАНДСКИХ МАСТЕРОВ

Компания "Импакт Богемия Трейдинг" представляет на российском рынке одного из ведущих производителей стекла - голландскую фирму **Royal Leerdam**.

Royal Leerdam использует уникальные технологии для производства стекла и постоянно создает новые продукты, чтобы выполнять все пожелания своих клиентов. Продукция компании делится на три сектора использования: **HoReCa, Retail, BtoB**.

Royal Leerdam доказала, что производить товар, который отвечает требованиям Международной организации по стандартизации, возможно и по очень привлекательной цене. Вся продукция фабрики полностью удовлетворяет строгим экологическим требованиям Голландии.

Значение упаковки как средства повышения объема продаж возросло в последнее время, и компания Royal Leerdam постоянно работает над новыми вариантами упаковок.

Вся продукция под маркой Royal Leerdam привлекает внимание клиентов не только высочайшим качеством стекла, но и оригинальной яркой упаковкой.

Теперь вы можете купить продукцию Royal Leerdam и в России. Эксклюзивно продукция представлена в компании

"Импакт Богемия Трейдинг". Тел. (495) 744-00-50, [www.impact.ru](http://www.impact.ru)





MEGA SHOW PART I/HONG KONG  
20-23 OCTOBER 2008  
HALL: 3 BOOTH: B1 & B3

Monna®  
G L A S S

AMBIENTE/FRANKFURT  
13-17 FEBRUARY 2009  
HALL: 9.3 C14





## Ресторанный рынок России продолжает расти

По оценкам маркетингового агентства **Step by Step**, российский ресторанный рынок растет быстрыми темпами. Ежегодный рост московского ресторанный рынок составляет 20-25%, петербургского - около 20%. Темпы развития региональных рынков несколько ниже. Все больше заведений открывается на фуд-кортах торговых центров в спальных районах городов. Для открытия заведения на фуд-корте торгового центра необходимо около 50 кв. м площади. Одиночные заведения обычно занимают около 150-300 кв. м. Одним из факторов, сдерживающих развитие рынка, является дефицит помещений с приемлемой арендной ставкой. Более 30% клиентов ресторанов моложе 20 лет, 60% - моложе 40 лет.

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

## Деревянные тарелки для дачников

Компания "Гала-Центр" представила новинки посуды из дерева. Обработанное специальным образом дерево обладает легкостью, влагоустойчивостью, прочностью и подходит для использования в микроволновой печи. При производстве этой посуды волокна дерева пропитываются абсолютно безопасными смолами. Это позволяет хранить и наливать в посуду жидкие и горячие продукты. Такая посуда отлично впишется в любой дачный интерьер, придаст неповторимый деревенский и в то же время современно-практичный колорит кухне и послужит оригинальным подарком.

## Торговля в России

XI ежегодный саммит "Торговля в России" пройдет 7 октября в Москве. Саммит "Торговля в России" - это уникальное место встречи ритейлеров, инвесторов, девелоперов и консультантов. В этом году программа саммита построена на самых актуальных вопросах, касающихся консолидации в розничной торговле и инструментов капитализации компаний, и будет наполнена еще большими возможностями для неформального общения.

Цель саммита - осветить возможности развития рынка розничной торговли в России, представить российский рынок как наиболее привлекательный объект для инвестиций, показать перспективы отечественного ритейла.

Организатор саммита - Национальная торговая ассоциация - крупнейшее объединение ведущих российских ритейлеров.

Подробности на сайте проекта [www.retail-russia.com](http://www.retail-russia.com)

## В Екатеринбурге развивается кейтеринговое направление

В Екатеринбурге разрастается сеть кейтеринговых компаний. Одним из первых на этом рынке обосновалось ООО "Ресторационный выездной сервис". Позднее к нему присоединились "Астория", кейтеринг "Кольцово", комбинат питания "Аленушка", ресторан выездного обслуживания "Шоколадница" и агентство кейтеринга "Обедовъ". По мнению специалистов, кейтеринговая ниша в Екатеринбурге освоена не полностью, в настоящее время почти нет фирм, которые могли бы удовлетворить "аппетиты" крупных предприятий.

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

## КУХОННЫЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ОТ ZYLISS



Компания "Домострой" представляет в России лидера мирового рынка кухонных аксессуаров - швейцарскую торговую марку Zyliss, основанную в 1951 году Карлом Зайссетом из города Лисс. Первыми изделиями Zyliss были пресс для чеснока и пресс для фруктов, которые завоевали широкую популярность у потребителей еще в середине 60-х годов.



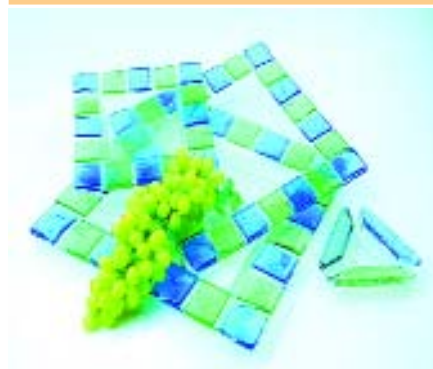
Zyliss - позволительная роскошь для тех, кто ценит эмоциональную составляющую приготовления блюд. Сегодня первоклассные кухонные приспособления этой торговой марки хорошо известны в Европе, Азии и Америке. С 2003 года выдающийся дизайн изделий Zyliss три года подряд удостоивался престижной премии Red Dot.

Компания "Домострой"

Тел.: (495) 225-25-96, (812) 334-96-34

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

## ПОСУДА ДЛЯ ИМПРОВИЗАЦИЙ И ЭКСПЕРИМЕНТОВ



Группа компаний "Pe100" ("Союзгазрокомплект") представляет линию посуды из цветного стекла **FAIRWAY**. Ее отличают выразительные формы и яркие цвета. Все изделия выполнены из стекла эксклюзивного дизайна с эффектом "ледяной поверхности". Линия посуды из цветного стекла FAIRWAY состоит из круглых тарелок, блюд овальной и прямоугольной форм, квадратных блюд с каймой и фуршетных горок. Она может использоваться как сервировочная посуда, а также в качестве подстановочных элементов и элементов декора.

Кроме привлекательного внешнего вида, посуда из цветного стекла FAIRWAY отличается высокими показателями прочности. Выполненная из стекла по схеме, аналогичной используемой в автомобильной промышленности, она устойчива к сколам и повреждениям и подходит для интенсивного использования.

## НОВИНКИ ОТ LERMONY



Компания "Интерхозторг" представила новую коллекцию чайных наборов из керамики торговой марки Lermoney. Изделия выполнены в стиле традиционных, исконно русских росписей: хохлома, борок, гжель, городец.

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

## В ПОИСКАХ ГАРМОНИИ



Как удалось узнать из российского информационного источника, дизайнер **M. Alajmo**, создавая свой фарфор, воплотил в нем идею поиска гармонии между формой и содержанием. Его коллекция отличается своими необычными, гладкими и плавными формами. Края посуды выполнены из матового фарфора, а его внутренняя часть гладко отполирована. Благодаря этому контрасту посуда данной серии является прекрасной "сценой" для блюд высокой кухни. Интересно, насколько популярным окажется этот набор среди российских покупателей?

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





# CALVE®

Premium Quality

## Посуда и аксессуары

В наше время кухонная посуда уже перестала быть просто предметом необходимости. Современные хозяйки выбирают ее долго и трепетно, стараясь, чтобы она была функциональной и удобной, красивой и легко моющейся. Каждый набор является предметом гордости ее владелицы. Поэтому в нашем ассортименте представлено более 700 позиций в 19 товарных группах: наборы посуды, кастрюли, сотейники и пароварки, сковороды и жаровни, столовые приборы, кухонные наборы, наборы для чая и кофе, чайники, термосы и фляги, терки, весы, пищевые контейнеры, наборы ножей, разделочные доски, аксессуары, формы для выпечки, наборы для барбекю, наборы керамической посуды, кружки и стаканы, пластиковая посуда. Ассортимент наших товаров постоянно пополняется и способен удовлетворить даже самый изысканный вкус.

Используя уникальные современные технологии, мы создали для вас посуду, которая сделает вашу жизнь чуточку лучше, посуду, которая заботится о вашем здоровье и долголетию, посуду, с которой любая трапеза становится церемонией, пропитанной не только физиологическим, но и эстетическим смыслом. Вся металлическая посуда CALVE изготовлена из высококачественной нержавеющей стали, что позволяет ей быть экологически чистой и сохранять отличный внешний вид после многолетнего использования. Все кастрюли и сотейники изготовлены с применением технологии двойного и тройного капсулирования дна. Это делает возможным эффективное использование кухонной посуды CALVE на всех видах бытовых и профессиональных плит: газовых, электрических, керамических и др.

Наша компания располагает широкой региональной сетью, благодаря которой осуществляются оптовые поставки наших изделий на территорию Российской Федерации.

В настоящее время мы активно расширяем географию сбыта своей продукции. Мы рады сотрудничеству и интеграции с оптовыми организациями. Нашим партнерам мы предоставляем информационную, организационную поддержку, а также гибкую систему скидок. Индивидуальный подход к каждому клиенту и возможность обсудить персональные условия закупки кухонной посуды оптом это то, что обеспечивает нам наши конкурентные преимущества наряду с оптимальным соотношением цены и качества наших товаров, оперативностью исполнения заказов, широким ассортиментом товаров в наличии, уважительным и внимательным отношением к каждому клиенту.

[WWW.CALVE-RU.COM](http://WWW.CALVE-RU.COM)





## Рынок мебели для HoReCa

На сегодняшний день на рынке мебели для сектора HoReCa наблюдается постепенный стабильный рост. Этому способствует развитие масштабного строительства в крупных городах России (бизнес-центры, торговые комплексы, где предусмотрено наличие ресторана, кафе, фуд-корта), строительство в сфере гостиничного комплекса.

Российский рынок, по данным компании BtoB Research, оценивается как достаточно перспективный. В настоящее время наблюдается интенсивный рост производства, особенно в регионах (более 30%). В частности, возросло производство мягкой мебели, что способствует росту в сегменте мебели для гостиниц.

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

## Крышки Samwear

Крышки из практически неразрушимого поликарбоната выглядят словно сделанные из прозрачного хрустального стекла. Современные хромированные ручки легко закрепляются, что позволяет использовать крышку сразу после ее извлечения из упаковочной коробки. Привлекательные крышки способствуют сохранению свежести выпечки, пирожных и различных тортов. Боковые или торцевые отверстия упрощают доступ к продукции при обслуживании или самообслуживании.

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



## Принц Октября

Для российского рынка HoReCa компания **Д"Октябрьский завод фарфоровых изделий"** представляет новую линию ресторанной посуды **"Принц"**. Посуда изготовлена из качественного сырья на европейском оборудовании, соответствует всем требованиям ресторанов и отличается высоким уровнем качества. Для более долговечного использования посуды ее стенки сделаны достаточно толстыми, что придает "Принцу" солидность и изысканность. Высокая степень белизны этой посуды позволяет сочетать ее с любым дизайном интерьера.

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

## Красноярский "Экспресс"

Красноярский ресторатор **Владимир Владимиров** (владелец ресторанов "ГадаловЪ", кафе "Султан-Сулейман", "Микс Патио", "Калинка-Малинка") планирует открыть в правобережной части города мелкооптовый супермаркет или **склад-магазин "Экспресс"** общей площадью 2 тыс. кв. м. В магазине будет представлено ресторанное оборудование - от посуды до мебели. Концепция предусматривает открытый доступ оптовых клиентов к товарам и профессиональные консультации менеджеров.

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

## "НЕМАН" ПРЕДСТАВЛЯЕТ...



Издавна славится стеклозавод "Неман" своими стеклоизделиями ручной работы. Выпускаемый широкий ассортимент изделий из хрустала, цветного и бесцветного стекла позволяет покупателю любого возраста, социального положения и уровня доходов найти изделие для себя, своих друзей и близких. Высокое качество, доступные цены, подарочная упаковка – все это дает возможность отдать предпочтение продукции "Немана".

Сохраняя вековые традиции стеклодувов уникального города Мастеров, завод ведет большую работу по модернизации и техническому обновлению производства, направленную на повышение конкурентоспособности продукции, которую знают и любят во всем мире. В текущем году на ОАО Стеклозавод "Неман" введена в эксплуатацию механизированная линия, которая позволит производить выдувные и прессованные изделия механизированным способом (от стаканов высотой 25 см до сорокасантиметровых ваз и подсвечников различной конфигурации).

Новое производство дополнит ассортимент выпускаемых изделий современной, качественной и недорогой продукцией, которая будет востребована на рынках Белоруссии, России и других стран.

Новое производство дополнит ассортимент выпускаемых изделий современной, качественной и недорогой продукцией, которая будет востребована на рынках Белоруссии, России и других стран.

## ХЭНД-МЕЙД МАРКЕТ ИЗ ПЕРВЫХ РУК



В виртуальном магазине типа хэнд-мейд с восклицательным названием **E-au!** можно найти и мебель, и предметы интерьера, и различную посуду ручного производства. В основном это декоратив-

ные бутылки из стекла и керамики, расписные и обтянутые мягкой кожей, а также графины, тарелки и подставки. В каталоге можно найти вещи из разных городов России - от Москвы до Находки. И в этом смысле E-au! - национальный проект дизайнеров и авторских предметов.

По материалам сайта [www.obstanovka.com](http://www.obstanovka.com)



## ХРУСТАЛЬНОЕ СТЕКЛО SPIEGELAU



Фирма **"ПИК"** представляет рестораторам бренд, являющийся образцом высшего качества и профессионализма в производстве коллекций для подачи вина и других напитков. Секрет качества SPIEGELAU заключен в материале, из которого изготовлена посуда. Он получил название "хрустальное стекло" или "бесвинцовый хрусталь" за особый состав, содержащий минимальное количество оксидов свинца - всего 5 процентов против 24 в традиционном хрустале. Благодаря этому посуда получается легкой и прочной.

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





## GARDNER CAKE - ЕЩЕ ОДИН ШАГ К ВКУСНОЙ И ЗДОРОВОЙ ПИЩЕ!

Фабрика "Мануфактуры Гарднеръ" ("Фарфор Вербилко") представляет вашему вниманию абсолютную новинку - линейку посуды для запекания Gardner Cake. Она отличается уникальными техническими характеристиками и стильным внешним видом, благодаря которому хозяйки могут и запекать, и подавать еду в одной и той же посуде, экономя свое время и силы. Посуду Gardner Cake можно без опаски ставить в духовую и микроволновую печь, посудомоечную машину, морозильную камеру.

Ученые доказали, что при запекании в духовке или микроволновой печи еда готовится в собственном соку и сохраняет намного больше полезных свойств в отличие от процесса жаренья или варки. В блюдах значительно снижается уровень холестерина за счет минимального использования жиров. Пища легче усваивается организмом и становится намного полезнее. Вы заметите, насколько улучшатся вкусовые качества продуктов, приготовленных в фарфоровой посуде Gardner Cake.



## Steelay - это качество и надежность!

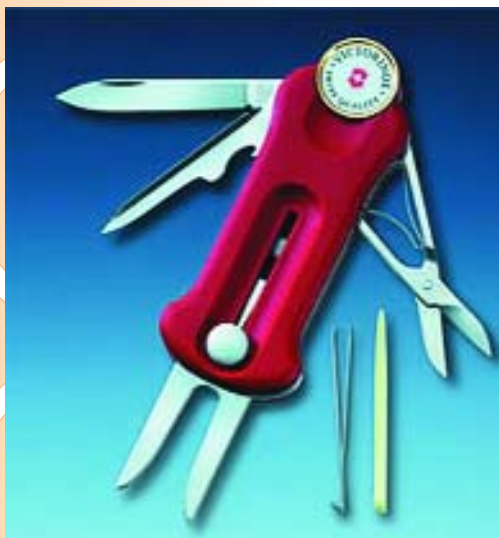


Адрес: г. Москва, Ярославское шоссе, 3/3. Тел.: 8 (916) 827-31-57, 8 (901) 511-19-75

## Складной нож для любителей гольфа

Компания "Бюрократ" представляет на российском рынке необычный нож **Victorinox Golf Tool**, предназначенный для гольфа. Несмотря на карманные размеры (длина 8,4 см), этот нож обладает большим числом функций. В нем представлен ремонтный инструмент, маркер для мяча, разрыхлитель для подставки под шарик, инструмент для чистки клюшки, открывалка для бутылок и многое другое. Victorinox предлагает нож в четырех цветовых вариантах: красный, черный, полупрозрачный красный и полупрозрачный синий.

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



## Williams & Oliver - посудная лавка

Williams & Oliver - волшебная лавка с посудой и чудо-предметами вот уже более 6 месяцев радует своих покупателей. В магазине домашней утвари, который находится в ТЦ "Времена года", что на Кутузовском проспекте, 48 (Москва), всегда можно выбрать множество заманчивых приспособлений, призванных радовать хозяек в ежедневной "готовке-уборке". Здесь представлено множество оригинальных предметов кухонной утвари, среди них формочки для жарки яиц, способные сделать даже из одного яйца стильное блюдо, ершик для чистки коктейльных трубочек, а также большой выбор профессиональных инструментов для барменов и поваров.

По материалам сайта [www.obstanovka.com](http://www.obstanovka.com)



## НОВИНКИ ОТ КОМПАНИИ "РАДИУС"

Компания "Радиус" расширила ассортимент столовых приборов и представила продукцию известной торговой марки **Sant'Andrea** (США). Элегантные модели столовых приборов, разработанные итальянскими дизайнерами в традиционном европейском стиле, характеризуют Sant'Andrea как престижную торговую марку для ресторанов высокого уровня. В то же время дизайнерские изделия Sant'Andrea доступны по цене и для ресторанов средней ценовой категории. Все изделия высокого качества: толщина стали, полировка, скрытые пилочки у ножей - все отвечает международным стандартам профессиональных столовых приборов.



Также компания "Радиус" представила ряд новинок от ведущего итальянского производителя стекла ручной работы - компании **IVV**. Новейшие тенденции в ресторанном бизнесе - это всевозможное сочетание фарфора со стеклом, что придает особый шарм и роскошь сервировке стола. Стекло IVV отличается разнообразием цветов и форм: салатники и блюда в форме лепестков нежного зеленого цвета, лиловые бокалы и блюда, тарелки и стаканы в форме спирали небесно голубого и светло-сиреневого цвета.



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

## ЖАРОПРОЧНОЕ СТЕКЛО ОТ "РОЯЛТОН ГРУПП"



Российская оптовая компания "Роялтон групп" пополнила ассортимент товаров народного потребления посудой из жаропрочного стекла. Торговая марка **BERGNER** содержит в себе широкий ассортимент как отдельных кастрюль, форм для выпечки и сервировки, так и наборов для приготовления пищи различной комплектации. Благодаря изящно выполненным формам подставок для жаропрочной посуды блюдо будет великолепно выглядеть на столе.

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

## ДЕКОРАЦИЯ "РОЗОВЫЙ БУКЕТ"



Коллекция **Rose**, уже получившая признание потребителей благодаря своей необычной плавной и грациозной форме, в 2008 году пополнилась новой декорацией - "Розовый букет". Эту эксклюзивную декорацию разработали художники компании "Богемия-Люкс", представив ее в орнаменте нежно-розовых цветов. Серия Rose удачно впишется в интерьеры классического стиля.

По материалам сайта [www.bogemia-glass.ru](http://www.bogemia-glass.ru)







ROYALTON GROUP

BERGNER

## Идеальный выбор для Вашей кухни!

Посуда из нержавеющей стали • Кастрюли • Сковороды  
Сковородки • Пароварки • Казаны • Посуда из литого алюминия  
Столовые наборы • Наборы ножей



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

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

# ideal opportunities for your all ideals



product overview

- glasswares
- kitchenwares
- cookwares
- tablewares
- giftwares
- porcelain
- electrical & electronic households
- ceramic
- plastic
- home textile
- decorative furnitures
- lighting

HOUSEWARES AND GIFTWARES industries are meeting at istanbul tuyap fair and congress center for ideal home fair in spring, 2009.

by **ZüchEx**

## IDEAL HOME

*homestyle & housewares*

21-24 March **2009**  
tuyap fair center, istanbul

organized by  
**Life** LIFE FUARCILIK LTD.

Tel : +90 212 292 60 31 www.idealhomefair.com  
Fax : +90 212 292 34 20 info@idealhomefair.com

**IMMIE** **ZÜC**der **KOSGEB** **TM**

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





## КОЛЛЕКЦИЯ "ОСЕНЬ-ЗИМА 2008-2009"

Фирма ЧП "Немецкий Дом", официальный представитель немецких фирм LEONARDO и ASA рада сообщить об обновлении ассортимента коллекциями "Осень-зима 2008-2009". С помощью этих потрясающих коллекций можно создать атмосферу необычайного уюта и тепла в доме, несмотря на холода и дожди за окном.

Компания также предлагает осеннюю акцию по коллекции CORNER фирмы LEONARDO. Теперь есть прекрасная возможность приобрести одну из самых популярных коллекций фирмы LEONARDO и получить приятный подарок.



## СЕТЬ ОБИ ВЫХОДИТ В УКРАИНУ

Германская розничная сеть супермаркетов OBI по продаже товаров для дома и строительства в формате DIY (do it yourself), партнером по развитию которой в Украине выступает один из главных акционеров **ЗАО "ПриватБанк"** (Днепропетровск) Геннадий Боголюбов, планирует инвестировать 20 млн. евро в открытие гипермаркетов в Украине.

В начале 2008 года сеть супермаркетов OBI заявила о планах выхода в 2008 году на три новых рынка: Украины, Румынии и Словакии. В краткосрочной перспективе компания намерена открыть 10-15 магазинов в Словакии, в среднесрочной - до 20 магазинов в Украине и Румынии, при этом первые магазины OBI в этих странах откроются в уже в 2008 году.

Компания OBI основана в 1970 году в Германии и занимает четвертую позицию среди крупнейших мировых операторов формата DIY. На сегодняшний день в 11 странах работают 515 магазинов сети. В 2006-2007 финансовом году объем ее продаж составил 5,8 млрд. евро. К 2010 году группа планирует достигнуть совокупного оборота в 10 млрд. евро.

Ранее генеральный директор компании OBI в Украине Кейт Смит сообщал о планах OBI открыть торговые точки в городах-миллионниках: в Киеве, Харькове, Днепропетровске, Донецке и Одессе.

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

## В ПРОДАЖЕ ПОЯВИЛАСЬ ПОСУДА TM ROSLE



Летом в интернет-магазине посуды **INOX** появилась наплитная посуда и разнообразные кухонные аксессуары торговой марки **HYPERLINK**.

Для многих европейцев эта торговая марка является синонимом таких качеств посуды, как блестящие инженерные решения, надежность, удобство, качество. И далеко не каждому она по карману! Такую посуду могут себе позволить только истинные гурманы и ценители посуды. Но кто хотя бы раз приобрел себе посуду **HYPERLINK**, тот уже никогда ей не изменяет!

В своей работе эта компания с более чем вековыми традициями расставила приоритеты по трем направлениям: современные инженерные технологии при проектировании, качественные экологичные материалы, используемые в производстве посуды, и классический дизайн.

Над каждым изделием при его разработке трудится целый штат инженеров, делающий это изделие практичным, очень удобным и надежным в эксплуатации. Каждое изделие, прежде чем будет запущено в серию, тщательно тестируется, проверяется по целому ряду показателей. В результате получаются просто идеальные по своей функциональности вещи, настоящие шедевры инженерного искусства.

## Керамика для смешивания

Недавно на дизайнерской выставке в Лондоне двое французских умельцев продемонстрировали чудо-новинку чашку, которая размешивает сахар без помощи ложки. Секрет изобретения кроется в керамическом шарике на дне: для того чтобы сахар растворился, чашку необходимо слегка покрутить. Сам шарик из керамики удерживается силой тяжести. По словам одного из изобретателей, 23-летнего Флориана Дюссо, их целью было предложить вид альтернативного чаепития. Дюссо рассчитывает, что чашка, названная "Керамика для смешивания", уже сегодня будет востребована в барах и ресторанах.

По материалам журнала "Эксперт вкуса"

## Новые ножи "Ле Маж"

Компания "Ле Маж" представила вниманию украинского потребителя новые ножи коллекции 2008 года от всемирно известного производителя кухонных принадлежностей **TRAMONTINA**, среди которых серии Apollo, Cronos и Onix.

Серии Apollo и Cronos имеют лезвия из нержавеющей стали AISI 420 твердостью 52-58 HRS, матовую полировку, деревянную рукоятку, обработанную особым составом, обеспечивающим твердость и стойкость к воде. Серия Onix имеет лезвие из нержавеющей стали DIN 1,4110 толщиной 2 мм, 4 слоя антипригарного покрытия Starflon High Performance, противоскользящую рукоятку с защитным противомикробным слоем с товарным знаком TRAMONTINA.

## Начало поставок "Эвис"

Компания **Comforta™** объявила о начале поставок широкого ассортимента продукции Российского объединения стекольных заводов "Эвис" - коллекций ваз и декоративных блюд ручной росписи, декорированных и недекорированных ваз для флористических и дизайнерских композиций, стеклянной посуды, гелевых свечей, подсвечников, настольных светильников.

Компания **Comforta™** является официальным дилером ОАО "Эвис" на территории Украины и осуществляет поставки продукции на эксклюзивных правах.

Ознакомиться с продукцией и оценить ее достоинства можно, посетив стенд компании **Comforta™** на Международной выставке декора и предметов интерьера, которая состоится с 28 по 30 августа 2008 года в Международном выставочном центре (Киев, Броварской пр-кт, 15).





## "Амстор" выставили на торги

Уже в сентябре компания **Midland Resources Holding Ltd.** которая входит в сферу влияния крупнейшего владельца "Запорожстали" **Эдуарда Шифрина** и **Алекса Шнайдера**, начнет активно искать покупателя для своей розничной сети "Амстор". За свой розничный бизнес предприниматели могут выручить как минимум \$300 млн.

Сеть супермаркетов "Амстор" развивается с 2003 года. В ее составе 22 гипермаркета в 11 городах Украины. Ритейлер, имеющий сильные позиции на востоке страны, входит в десятку крупнейших украинских сетей и, к примеру, в Донецкой и Запорожской области является лидером локальных рынков.

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

## Своя философия приготовления пищи

Компания **Binatone** выпустила новую серию техники для отдыха и кулинарных экспериментов **FunCooking**. Она представлена пятью приборами: фондю, тремя моделями ракетт-грилей и неэлектрическим грилем для отдыха на природе. Среди перечисленных предметов есть как совсем простые, подходящие каждому, так и более сложные, предназначенные для любителей кулинарных изысков.

В своих приборах Binatone сочетает новейшие технологии, современный стиль и кулинарные традиции. Фондю и грили из линейки FunCooking привнесут в приготовление пищи новую философию. Приборы помогут как приготовить аппетитные блюда по классическим швейцарским рецептам, так и экспериментировать самостоятельно, создавая кулинарные шедевры из самых обычных продуктов.

По материалам сайта [www.novee.net](http://www.novee.net)



## В УКРАИНЕ ПОЯВИЛАСЬ АЛЮМИНИЕВАЯ ПОСУДА BALLARINI



Компания **"Терра-М"**, специализирующаяся на продаже кухонной посуды и столовых принадлежностей, представила очередную новинку - серию посуды ТМ Ballarini из экологически чистого пищевого алюминия. Сковороды, кастрюли, ковши, соейники, противни, воки, формы для выпечки отличаются высокой надежностью и эксклюзивным дизайном. Кроме того, они очень легкие и очень быстро нагреваются. Производит новинки один из самых известных в мире заводов на севере Италии, еще с 1889 года выпускающий посуду с антипригарным покрытием. Вся его продукция проходит сертификацию по международному стандарту ISO 9002, что гарантирует отсутствие производственных дефектов.

## ПРИШЕЛ HOTTER И ВСЕ СДЕЛАЛ

На украинском рынке бытовой техники появилась новинка. Это multifunctional бытовой прибор нового поколения - аэрогриль HOTTER.

Компактный и удобный в обращении аэрогриль HOTTER один заменяет собой десять тепловых приборов: плиту, духовку, СВЧ-печь, гриль, пароварку, тостер, ростер, коптильню, шашлычницу, йогуртницу. Готовит в автоматическом режиме. Умеет практически все: делает курицу-гриль с хрустящей корочкой, томит супы и каши, жарит котлеты и бифштексы, тушит овощи. А еще печет пироги, жарит шашлык, стерилизует заготовки, сушит зелень, готовит йогурт, делает домашнюю ветчину и даже коптит рыбу.

**HOTTER®**



## НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ПОСУДЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ



В ближайшее время ассортимент Торгового дома **"Мир посуды"** пополнится новой подарочной коллекцией фарфоровой посуды для детей. Большие красочные изображения героев мультфильмов на тарелках и чашках обязательно привлекут внимание ребенка. Всего коллекция насчитывает семь дизайнов по мотивам известных мультфильмов. При разработке дизайнов учтены рекомендации детских психологов и тифлопедагогов. Вся посуда сертифицирована и производится согласно требованиям государственных стандартов. Наборы включают три предмета: чашку, обеденную и суповую тарелки. Все предметы набора поставляются в яркой подарочной упаковке.

## НОВИНКА ОТ ТМ "БИОЛ"



Компания **"БИОЛ"** продолжает расширять свой ассортимент, и осенью 2008 года в продажу поступит новая линия литых кастрюль с антипригарным покрытием. Теперь покупатели имеют прекрасную возможность, покупая кастрюлю, использовать ее крышку как сковороду. Кроме всего прочего, кастрюли обладают замечательными потребительскими свойствами, толщина их дна - 7 мм, а толщина стенок - 4 мм. Это говорит о том, что кастрюльки быстро и равномерно прогреваются и при этом долго удерживают тепло. Но это еще не все. Пища при приготовлении в такой кастрюле не пересушивается и остается сочной и вкусной!





**TableWare**  
trade show

IV Международная  
выставка посуды



**3-6 февраля 2009 года**  
Международный выставочный центр  
Украина, Киев

Организатор:

**PARUS** ExpoMedia

ООО «Парус Экспо Медиа»  
Ул. Урицкого 45, г.Киев, 03035, Украина  
Тел/факс: +38(044)246-09-52/56  
E-mail: op@pem.com.ua www.pem.com.ua



## 110 магазинов "МД Ритейл"

Компания "МД Ритейл", принадлежащая **Midland Group**, крупному оператору международного рынка металлов, планирует открыть до конца года 110 "магазинов у дома" (MD Stores), расширив сеть до 147 магазинов.

Одна из самых динамичных украинских сетей планирует рост количества торговых точек на уровне 140% в 2008 году, что является рекордом по темпам роста числа торговых объектов среди розничных сетей Украины. Запланировано к открытию 110 новых магазинов сети в восточном и центральном регионах Украины до конца текущего года. К 2012 году компания планирует открыть 1 500 магазинов по всей стране.

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

## Чайник и эспрессо-кофеварка Arondo

Компания **Melitta** разработала чайник и кофеварку рожкового типа линии Arondo. Новый чайник Arondo отличает стильный дизайн. Его корпус выполнен из черного глянцевого пластика и хорошо впишется в интерьер любой современной кухни. Вместительный резервуар для воды (1,5 л) позволит приготовить напитки на всю семью. Специальный индикатор уровня воды в резервуаре всегда поможет определить достаточное количество для заваривания даже одной чашки чая. Также чайник снабжен съемным фильтром для очистки питьевой воды.

По материалам сайта [www.novee.net](http://www.novee.net)



В журнале №3/2008г. в разделе УКРАИНА была допущена ошибка: серия Luminarc ZING относится к коллекции не 2008, а 2007 года, и именно она в текущем году вошла в ассортимент компании LE MAGE.

## ЭЛЕГАНТНОСТЬ И СОВЕРШЕНСТВО СТИЛЯ



Элегантность, совершенство стиля, безупречность в деталях - главные характеристики коллекций посуды компании **Royal Family**. В изготовлении сервизов используются древнейшие техники обработки металла и декорирования фарфора. Одной из главных изюминок продукции компании являются предметы **Sheffield**,

история изготовления которых уходит корнями в XVIII столетие.

Для истинных ценителей классики киевский салон Villa Grazia впервые в Украине представил неповторимую и по-настоящему изысканную коллекцию посуды и аксессуаров в английском стиле от компании Royal Family.

## ОСОБЫЙ ВКУС С НОВОЙ ПОСУДОЙ EXCELLENCE, PERFORMANCE, ELEGANCE И EVIDENCE ОТ TEFAL

**Tefal**  
C'est mieux, c'est plus, c'est différent.



Компания **Tefal** представляет новые серии посуды Excellence, Performance, Elegance и Evidence. Все сковороды, сотейники и кастрюли имеют антрипригарное покрытие нового поколения - Expert Pro. Покрытие состоит из пяти слоев и уникальной керамической основы, поэтому вы можете пользоваться металлическими аксессуарами для перемешивания еды,

не опасаясь повредить поверхность посуды. Каждый слой выполняет особую функцию. Например, верхний слой отвечает за антипригарные свойства и устойчивость покрытия к царапинам. А твердая керамическая основа, расположенная по всей рабочей поверхности посуды, обеспечивает надежную защиту алюминия от повреждений, которые возможны в процессе приготовления пищи.

Для удобства в каждой сковороде или кастрюле имеется встроенный индикатор нагрева Thermospot. Уникальный яркий рисунок Tefal на индикаторе становится невидимым, когда посуда нагревается до необходимой температуры. Теперь блюда не будут подвергаться тепловой обработке больше времени, чем следует. Все серии посуды представлены в модных цветах, таких как шоколадный, черный, синий и "шампань". Каждый оттенок переливается на свету. Выполненная в элегантном дизайне, посуда подойдет к интерьеру любой современной кухни.

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







## БРЕНД SRIBNA POLYANA



Ведущий производитель посеребренных столовых приборов ООО "Вольнянский машиностроительный завод" ведет активную работу по расширению ассортимента групп собственного бренда торговой марки Sribna polyana. Уже в сентябре 2008 года в продаже появится десертная группа из серии Royal с королевским узором, а также чайные и кофейные ложки новой серии "Премьера" из нержавеющей стали 18/10, изготовленные с использованием новых технологий посеребрения.

Появились в продаже подарочные столовые и десертные наборы на 6 персон в новой элегантной упаковке, что позволило привлечь новых клиентов, специализирующихся на продажах не только посуды, но и подарков.

Заключены договора на эксклюзивную поставку новых подстаканников для "Укрзалізниця" с использованием украинских национальных орнаментов, дизайн которых был разработан специалистами завода.

## ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ CRISTALTERM И MOISTURE SYSTEM



Продукция известной итальянской компании **GIARETTI** ("Джиаретти") с каждым годом завоевывает все большую симпатию потребителей в Украине. Широкий ассортимент изделий для приготовления пищи с антипригарным покрытием **Dicotech** обеспечивает удобство и гигиену в творческом процессе приготовления разнообразных блюд. Сочетание эргономичности, утилитарности и последних модных тенденций в посуде делают эту продукцию популярной среди разных категорий покупателей.

Осенью этого года компания презентует в Украине линию посуды из боросиликатного стекла.

Ассортимент изделий производится на основе инновационных технологий **Cristalterm** и **Moisture System**. При изготовлении чайников, кастрюль, чайных и кофейных чашек удачно сочетаются высокое мастерство, качество производства и уникальный итальянский дизайн.

Новинки "Джиаретти" будут представлены в рамках четырех серий: кастрюли и формы - **Modigliani** и **Botticelli**, чайники и чашки - **Raffaello** и **Tiziano**. Разнообразие форм и цветов в оформлении изделий, а также отличный дизайн упаковки и демократичная цена позволят существенно расширить предложение посуды из жаропрочного стекла для покупателей в Украине.



## ARTZEPT 2008 от "Центер Интернациональ"



Центер Интернациональ проводит Пятый международный конкурс дизайна ARTZEPT 2008 в поиске молодых талантов по всему миру. Участники должны предоставить к 25 октября 2008 года свои работы на тему "Банка для печенья". Рассматриваться будут все работы из керамики, стекла, металла, пластмассы, дерева, а также сложных материалов. Оценивать работы будет жюри Artzept, состоящее из светил в области искусства, проектирования, промышленного дизайна и архитектуры, которые успешно сотрудничают с ведущими мировыми компаниями. Художественный руководитель конкурса Artzept - искусствовед **Гордана Биба Маркович**, президент жюри - архитектор и проектировщик **Борек Сипек**.

Приз за первое место - 10 тыс. евро. Церемония награждения состоится в Париже в декабре 2008 года. Лучшие работы будут представлены на выставке, организованной "Центер Интернациональ", которая пройдет в самых больших городах мира.

**Справка:** Конкурс Artzept был основан в 2004 году при поддержке мецената Мадлены Цептер с целью поддержания молодых талантливых дизайнеров и художников.

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

## Новый взгляд на декорированные вазы

Компания "Арт-фея", появившаяся в конце 2007 года на рынке Украины презентовала новый взгляд на декорированные вазы в интерьере. Официальный поставщик продукции компании "Транспорт" (Беларусь). Вазы, поставляемые ООО "Арт-фея", отличаются своим собственным стилем, актуальным дизайном и способностью создавать настроение! Удивительные задумки дизайнеров, воплощенные умелыми руками художников, порадуют вас прекрасными коллекциями изысканного декора.

Теперь ООО "Арт-фея" представляет также недекорированные вазы стеклозавода "Неман" (Беларусь).





# Сумской фарфоровый завод - это фарфор, который поет

Прекрасное, словно золотая россыпь ярких солнечных лучей и нежная палитра весенней радуги, всегда окружает нас. Надо только уметь видеть и распознавать его не только в знаменитой симфонии Бетховена и загадочной улыбке Сикстинской Мадонны, но и в трели соловья и ударе кузнечного молота, в нашем повседневном труде.

Именно со словом "прекрасный" ассоциируются у покупателей изделия Сумского фарфорового завода.

Фарфор в течении многих столетий служит символом роскоши, достатка владельца. Он, как и дорогие ювелирные украшения, всегда в моде - радует и восхищает. Меняется мода, стиль, но фарфор, как и бриллианты, это навсегда.

Сумской фарфоровый завод был построен в 1964 году, а в мае 1965 года вышла первая партия продукции. Долгое время Украина славилась разнообразием фарфоровых изделий. В стране насчитывалось около 15 заводов, специализирующихся на выпуске данной продукции. На сегодня Сумской фарфоровый завод остался практически единственным производителем фарфора в Украине. Он не только не

сократил объемы выпускаемой продукции, но и, несмотря на довольно жесткую конкуренцию со стороны зарубежных компаний, сумел выстоять в этой борьбе и занял достойное место на рынке фарфоровой продукции. Это подтверждается ростом объемов производства, улучшением качества и расширением ассортимента продукции. Так, объемы реализации продукции с начала года выросли по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 25,5%, в том числе экспорт вырос на 20,6%.

На сегодня Сумской фарфоровый завод является брендом отечественной фарфоровой промышленности. Оригинальный дизайн, качество, белизна отличают продукцию предприятия от аналогичной продукции других производителей.

Предприятие специализируется в основном на производстве столовой посуды. Тарелки, чашки, блюда, салатники, а также удивительно привлекательные столовые наборы, чайные и кофейные сервизы позволяют с гордостью говорить, что Сумской фарфоровый завод действительно лидер отечественной фарфоровой промышленности. Сервировка праздничного или повседневного стола посудой данного предприятия - прекрасная возможность продемонстрировать свое гостеприимство и хороший вкус. Кружева цветов или, наоборот, красота сдержанных линий, безусловно, создадут необходимое настроение для дружеской беседы.

Важным аспектом деятельности Сумского фарфорового завода является обеспечение экологической чистоты





ты всей продукции предприятия, что подтверждается сертификатом соответствия, гигиеническим и радиационным сертификатами безопасности. Таким образом, используя данную продукцию в обиходе, можно быть полностью уверенным в ее качестве и безопасности. Разумеется, это приходится по душе людям, заботящимся о своем здоровье, и тем более родителям маленьких детей, для которых данный фактор является основополагающим.

Номенклатура Сумского фарфорового завода включает около 1 000 наименований, однако работники предприятия не останавливаются на достигнутом и каждый год выпускают 10-12 новых изделий. Обновление ассортимента позволяет идти в ногу со временем. Новинки вызывают живой интерес у покупателей. Учитывая новые тенденции в моде, были внедрены в производство тарелки квадратной формы, постоянно обновляется дизайн расцветок изделий. Все делается для того, чтобы привлечь современного потребителя, чьи заказы, без сомнения, будут исполнены

данным предприятием.

Будоражат воображение, радуют глаз отобразенные в малой структурной форме мотивы киевской старины, цветная гамма крыла удивительной бабочки на предмете чайного сервиза. Живописные, ни с чем не сравнимые красота Михайловской целины, цветение редких многолетних трав, лепестки первоцвета, мерцающие серебряные пасма ковыля... И вот тихим и нежным Малиновым звоном ожили они, засияли на посуде Сумского фарфорового завода. Посуда данного предприятия поражает самобытностью, формами, росписью. Ею восхищаются в Киеве и Москве, во Львове и Баку...

О фарфор! Только руки творца знают, сколько вложено в новое творение! Богатое воображение и умелые руки художников позволяют плодотворно работать и создавать новые формы, новый декор, идти в ногу со временем и даже опережать конкурентов. Именно мастерство художников позволяет разрабатывать огромный ассортимент сувенирно-подарочной продукции, создавать

уникальные формы сервизов, настольных и напольных ваз, различных сувениров, которыми так восхищаются не только жители Украины, но и гости страны. Сегодня спрос на сувенирно-подарочную посуду превышает предложение. И опытные художники делают все возможное для удовлетворения запросов как можно большего количества покупателей. Коллектив художественной лаборатории, учитывая все пожелания потребителей, выполняет индивидуальные заказы, делает эксклюзивные росписи изделий. Мастера вносят свое художественное видение фарфора, его форм и декора, усложняя, дополняя, варьируя их. Так родился сумской фарфор, в котором легко узнается и стиль завода, и индивидуальный почерк художника. А посуда столовая, чайная, кофейная, сувенирные изделия еще долго хранят тепло умелых рук мастера.

Кроме наличия сертификатов качества и выбора продукции непосредственно потребителями, большое значение для предприятия имеет подтверждение его

признания на различных выставках. Так, только в этом году Сумской фарфоровый завод получил диплом одной из самых престижных международных ярмарок, "Хозтовары и мебель 2008", которая проходила в Москве. Участие в ней подтвердило ведущую роль предприятия на российском рынке бытового фарфора. Кроме этого, важным достижением Сумского фарфорового завода стала победа в 2007 году на всеукраинском конкурсе-выставке "Лучший отечественный товар 2007 года", а в 2008 году, по итогам регионального этапа этого же конкурса предприятие снова стало победителем.

Заводы, как и люди, имеют свою биографию. И сейчас Сумской фарфоровый завод вышел на качественно новый этап развития: обновляется ассортимент, внедряются новые технологии, расширяются рынки сбыта... Все это способствует укреплению позиций продукции Сумского фарфорового завода под брендом "Сумской фарфоровый двор" на рынке посуды.



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## Новинка второго семестра 2008 года от марки Luminares MIDNIGHT ("Полночь")

На создание коллекции обеденной посуды из стекла и фарфора дизайнеров вдохновили русская гжель и голландская национальная керамика, весьма модные в европейском сезоне 2008 года.

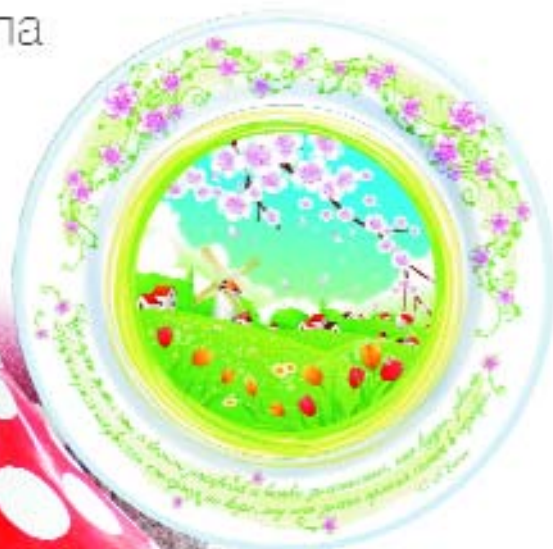
В России эта линейка появится в продаже с сентября 2008 года.



ОБУЧАЮЩАЯ И РАЗВИВАЮЩАЯ ПОСУДА ДЛЯ ДЕТЕЙ

ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ СЕРВИРОВКИ СТОЛА

- при оснащении семейных кафе
- детских ресторатов
- столовых общественного питания в детских государственных учреждениях



Компания ЮТ-ТРЕЙД  
 Контактный телефон: 748-01-29

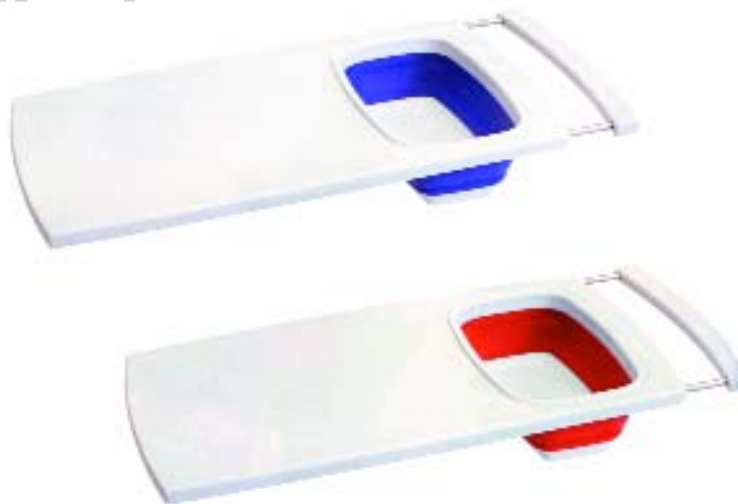
[www.uttrade.ru](http://www.uttrade.ru)  
[otdelpro@uttrade.ru](mailto:otdelpro@uttrade.ru)

МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ВАС!

# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

## Доска для резки

Удобная в хозяйстве доска из нержавеющей стали экономит место в шкафу, а использовать ее - одно удовольствие. Стоит только выдвинуть решетку и закрепить доску на раковине - и можно резать овощи и фрукты сразу после того, как вы их помыли. Доска модифицируется и подходит практически для любой раковины!



## Кусочки лука без слез!

Устройство для шинкования лука из полипропилена и нержавеющей стали разрезает в два счета даже самые большие луковицы на маленькие квадратные кусочки. Комплект включает в себя очищающий аппарат. Положите руки на крышку и быстро нажмите на нее - лук для салата или мяса порезан без слез.

## Листья салата не темнеют

Современные разработки позволяют не только аккуратно и быстро резать тонкие салатные листья, но и защитить пальцы от порезов. Нож можно использовать и на антипригарной поверхности.





**Посуда для кухни  
и сервировки,  
светильники,  
подарки,  
предметы  
интерьера,  
искусственные  
цветы.**



**Приглашаем посетить наши стенды на выставках:**

- 1. Выставка "ЦВЕТЫ" на ВДНХ 4-5 сентября, стенд М324.**
- 2. Выставка HouseHold, Крокус-сити, 17-19 сентября, стенд Н301.**
- 3. Выставка "ПОДАРКИ", Гостиный двор, 23-26 сентября, стенд Е25.**

**[www.lamira.ru](http://www.lamira.ru)**

**Тел./факс 940-19-26**

**Тел./факс 940-27-75**

**Тел./факс 940-21-26**





# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

## Терка для цитрусов

Многофункциональная терка из стали для цитрусовых плодов доступна теперь в двух вариантах. Вы можете приобрести набор из четырех приборов разных цветов, а если терок требуется больше, то правильным выбором станет комплект из 12 терок одного цвета. Терки можно мыть в посудомоечной машине.



## Microplane для морской соли

Зпатентованные терки Microplane предназначены для самых твердых материалов. Морская соль превратится с помощью такой терки в порошок. Набор включает в себя натуральную гималайскую морскую соль.



## Чтобы не подгорело

Приборы для переворачивания еды на плите удобны в применении благодаря деревянной ручке. Сами ложки сделаны из силикона, который позволяет использовать их при температуре до 500°C.







**Приглашаем Вас посетить наши стенды:  
Выставка Household стенд G302 | Выставка "Хозмебельторг", стенд 254**

**Представительства:**

**Россия**

ООО "ИнтерЕрос-Дон",  
ул. Орская, 31в,  
344065, г. Ростов-на-Дону,  
Россия.  
Тел: +7 (863) 332-26-49  
+7 (863) 332-27-53  
office@interos-don.ru

**Украина**

ООО ТД "Интер-Трейд"  
ул. Советская, 255,  
г. Новомосковск,  
51200, Украина.  
Тел: +380 (5693) 7-14-42,  
+380 (5693) 7-91-71  
www.intertrade.dp.ua

**Казахстан**

ТОО "ЮТС-Казахстан"  
ул. Панфилова, 20, офис 9,  
050016, г. Алматы,  
Республика Казахстан.  
Тел.: +7 (3272) 79-04-62  
utc-toro@nursat.kz

**ООО "ИнтерЕрос"**

Тел. +7 (4822) 39-90-11  
Факс +7 (4822) 44-34-10  
[www.interos-posuda.ru](http://www.interos-posuda.ru)  
E-mail:  
[office@interos-posuda.ru](mailto:office@interos-posuda.ru)





# В ПОГОНЕ ЗА КОМФОРТОМ

Казалось бы, людей, живущих в 3-м тысячелетии, в век технического прогресса и инноваций, сложно чем-либо удивить. Каждый день в мире рождается новое изобретение. То, о чем даже не мечталось еще 10 лет назад, стало реальностью. Я задалась вопросом: почему человек так стремится создать что-то новое? Желание выразить себя, прославиться? Возможно. Но это желание лишь единиц - создателей новшеств. Основная же масса людей стремится к комфорту. А составляющими комфорта являются, на мой взгляд, практичность, красота, уют и стиль. Мы носим одежду, в которой удобно. Вспомните историю и невероятные костюмы предыдущих столетий. Красивые, но чересчур массивные и неудобные. Мы стремимся передвигаться на практичных и при этом красивых машинах, создавать уют в своих домах. И вот как раз здесь важную роль играет посуда. Умная посуда.

Это изделия, которые помогают нам дольше сохранять продукты свежими, быстро, легко, вкусно готовить и, что немаловажно, экономить наше драгоценное время.

Кроме того, умная посуда обладает инновационным и эксклюзивным дизайном, идет в ногу с модой и стилем (об этом свидетельствует один из крупнейших международных конкурсов в области дизайна - Red Hot Design Award). И как следствие, экземпляры такой посуды появляются в музеях дизайна разных стран.

Создатели умной посуды не перестают нас, таких избалованных новинками, удивлять своими изобретениями. Я представляю лишь несколько изделий, которые, возможно, помогут вам сделать свою жизнь комфортнее.

## Сырница-умница

Первое изобретение, которое поможет вам на кухне, - это сырница. Ее назвали умной сырницей не случайно. Всем известно, что сыр является живым продуктом и требует определенных тонкос-

тей при хранении. Он должен иметь возможность "дышать", поэтому его никогда



не следует подвергать вакуумной упаковке. У сыра есть два главных врага: большое количество влаги и высыхание. Именно этим двум недругам обязана своим появлением сырница с системой контроля конденсата. Благодаря инновационной решетке воздух постоянно циркулирует внутри емкости, предотвращая возникновение конденсата и обеспечивая тем самым оптимальные условия для хранения сыра. Когда в этой сырнице образуется влага, мембрана, покрывающая решетку, поглощает влагу и выводит ее наружу. При этом можно не бояться образования посто-



ронних запахов как в самой сырнице, так и в холодильнике. Мембрана надежно блокирует проникновение любых микрочастиц запаха в холодильник, препятствуя появлению запаха сыра в холодильнике и, наоборот, посторонних запахов из холодильника в контейнере. При разработке сырницы-умницы особое внимание было уделено деталям - практически прозрачная крышка, сквозь которую легко просматривается содержимое емкости, геометричность формы и съемная решетка. Все это в полной мере отражает динамику XXI века.

## Кружка с мини-водоворотом

Наверное, каждый из нас хоть раз сталкивался с проблемой отсутствия ложки под рукой, чтобы размешать кофе или чай. Как вы выходили из такой ситуации? Скорее всего, размешивали содержимое чашки соломинкой от газировки, карандашом или пишущей ручкой. На работе для этой цели некоторые особо изобретательные еще



используют туго свернутые странички от блокнота или пакетики, в которых находился растворимый напиток. Но тут на помощь приходит кружка, которая сама размешивает содержимое. Такой вещицей можно удивить и привлечь к себе внимание в офисе. Только представьте: ваш коллега мучается в поисках затерявшейся ложки, а вы просто нажимаете на кнопку, расположенную на кружке, и внутри емкости образуется маленький водоворот, растворяющий сахар, частички гранулированного напитка, в общем, все, что должно раствориться в жидкости. Что и говорить, техника на грани фантастики.

## Сахарница-дозатор

Заказывая себе кофе или чай в кафе, я часто сетовала на то, что не знаю, сколько сахара мне нужно насыпать из сахарницы-дозатора, чтобы вкус напитка был таким, каким мне он нравится. Позже я решила для себя эту проблему. Сначала насыпала необходимое количество сахара в ложку, а уж потом из этой ложки в чашку. Если честно, не очень удобно, потому что велика вероятность просыпания сахарного песка. Уж лучше по старинке пользоваться привычной фарфоровой или стеклянной сахарницей. Думаю, многих посещала эта мысль. И вот нас услышали!

Недавно появилась новая сахарница-дозатор, благодаря которой можно насы-





*Vabene*  
Vabene®  
Vabene®

*Vabene*  
*Exclusive Collection*







пать в чай или кофе строго определенную порцию сахара, равную одной чайной ложке. Такая сахарница совершенно необходима тем, кто заботится о своем здоровье и не хочет потреблять слишком много сладкого. Примерно 1/3 контейнера имеет гранулированную поверхность, остальная часть - прозрачная. Разделяющая эти части полоска служит своего рода шкалой, так как сахар рекомендуется насыпать только до этой маркировочной линии. Насыпав сахар, нужно вставить в контейнер вставку-дозатор и закрыть его крышкой-рассеивателем. Если необходимо положить в напиток строго определенную порцию сахара, нужно надавить на крышку-рассеиватель, чтобы она прогнулась внутрь контейнера. Затем перевернуть сахарницу вверх дном - при этом заполнится только вставка-дозатор. Далее вновь перевернуть сахарницу, и теперь она готова к использованию: каждый раз, когда вы будете переворачивать ее вверх дном, из нее будет высыпаться чайная ложка сахара. Кроме сахара, сюда можно помещать другие сыпучие продукты, например: шоколадную стружку, сухое молоко, какао, сухое детское питание. Удобно, не правда ли?

### Эргономичная соковыжималка

В последнее время все больше людей стало уделять внимание своему здоровью, а следовательно, и правильно сбалансированному питанию. В этом немаловажную

роль играют соки. Поэтому соковыжималка прочно заняла свое место в доме. Ведь помимо того, что свежеприготовленные соки полезны, они еще и вкусны.

На рынке появилась новая соковыжималка EXSQUEEZit. Напоминающая модель летающей тарелки, она работает весьма просто. Нужно лишь опустить ее в стакан или кувшин, взять в руку апельсин или любой другой фрукт и выжать сок. Беспокоиться о том, что соковыжималка будет скользить, не стоит. Сделана она не только из пластмассы, но и резины, которая препятствует скольжению. Простенькая, но удобная утварь, занимающая минимум места на столе или в буфете.



### Холодильник в яйце

Кондиционер - отличная вещь, которая дарит нам прохладу, столь необходимую в жаркий и душный день, особенно в офисе. Но обычно в одном кабинете работает несколько человек, и часто кому-то одному бывает холодно, а кому-то, наоборот, жарко. Потому между коллегами возникает борьба за владение пультом от кондиционера. А вот обладателю яйца-холодильника можно безраздельно владеть беспроводным морозом. Холодная минералка в любое время, охлажденные фрукты, мороженое, которое будет замороженным, а не растаявшим месивом. Ну и,



конечно, молочные продукты, которые не испортятся в такую жару и всегда будут под рукой. Компактное яйцо-холодильник - дело рук китайских производителей. Стоит отметить, что китайцы всегда были предприимчивыми людьми, однако карманный рефрижератор стал настоящим спасением для измученных жарой офисных работников.

### Ложка-карандаш

Скажите, вы сталкивались на кухне с проблемой, когда вам нужно срочно что-то записать, а под рукой нет либо карандаша, либо блокнота, либо того и другого? Дизайнеры решают все наши бытовые проблемы весьма оригинальными способами. Первый раз дизайнер Sebastian Bergne задумался над этой проблемой в 2007 году и пришел к выводу, что лучшим выходом будет совмещение ложки и карандаша. Сначала он создал 15 экспериментальных "кухонных карандашей" и представил их на выставке в том же 2007 году. Все они были пронумерованы и подписаны как самые первые экземпляры.

А уже в 2008 году началось массовое производство таких предметов. На самом деле идея проста до невозможности, но в этом и заключается ее гениальность. Единственным недостатком является то, что, стачивая карандаш, мы будем стачивать и ложку. Поэтому лучше иметь у себя на кухне целый набор таких ложечек-карандашей. Что же касается вечно пропадающего блокнота, пока порадовать вас нечем. Так что остается по-прежнему делать быстрые заметки на салфетках. Только уже не простым карандашом, а ложкой-карандашом.

Вот лишь несколько новых изобретений, которые, возможно, войдут к вам в дом или офис. И будьте уверены, что каждый день в мире появляется что-то новое, способное сделать вашу жизнь еще более комфортной, яркой и красивой.

**Материал подготовила  
Наталья Журавлева**

В статье использованы материалы из источников:  
[www.innovate.ru](http://www.innovate.ru)  
[www.vashi-podarki.ru](http://www.vashi-podarki.ru)







DESIGN  
DESIGN

INNOVATION  
INNOVATION



QUALITY  
QUALITY

Solmazer Kitchenware Industries Ltd.  
Istoc 7.Ada, No:18 - 24 Bağcılar 34306 İstanbul-TURKEY  
T: +90 212 659 00 19 Pbx • F: +90 212 659 40 46  
export@solmazer.com • www.solmazer.com

herevin

solmazer

Название выставки / экспоненты		Время и место проведения
<b>СЕНТЯБРЬ</b>	<b>Международная специализированная выставка HouseHold Expo - 2008</b>	<b>17.09.08-19.09.08</b>
	Хозтовары. Посуда. Интерьер	Москва ООО "МОККА Экспо Групп"
	<b>6-я Специализированная выставка "Быт-Комфорт-Экспо - 2008"</b>	<b>18.09.08-21.09.08</b>
	Товары домашнего обихода	Санкт-Петербург FarExpo
	<b>Специализированная выставка "Индустрия гостеприимства - 2008"</b>	<b>18.09.08-19.09.08</b>
	Товары народного потребления	Ярославль МУП "Старый город"
	<b>Международный специализированный салон "Посуда и декор стола. Осень - 2008"</b>	<b>23.09.08-26.09.08</b>
	Все для сервировки стола	Москва ООО "Подарки Экспо"
	<b>9-я Специализированная выставка "Гостинично-ресторанный Олимп - 2008"</b>	<b>25.09.08-27.09.08</b>
	Все для ресторана	Сочи "Сочи-Экспо"
<b>ОКТАБРЬ</b>	<b>"МЭДВИН: Сервировка стола и посуда - 2008"</b>	<b>02.10.08-04.10.08</b>
	Посуда	Киев МЭДВИН
	<b>"Сибдом: Посудная лавка Сибири"</b>	<b>07.10.08-10.10.08</b>
	Посуда и бытовая техника	Новосибирск "Сибирская Ярмарка"
	<b>Межрегиональная выставка-ярмарка "Дом. Быт. Уют - 2008"</b>	<b>08.10.08-11.10.08</b>
	Хозтовары, посуда; домашний текстиль	Белгород Белэкспоцентр
	<b>5-й Профессиональный форум "Мой Ресторан"</b>	<b>08.10.08-10.10.08</b>
	Профессиональный инвентарь, посуда, предметы сервировки, уборочные материалы и др.	Одесса "Экспо-Юг-Сервис"
	<b>10-я Международная специализированная выставка-форум "Примус: Амбиенте - 2008"</b>	<b>15.10.08-18.10.08</b>
	Посуда, товары хозяйственно-бытового назначения, подарки и сувениры	Киев, Украина "Примус"
	<b>11-я Универсальная выставка-ярмарка "Сделано в России - 2008"</b>	<b>23.10.08-25.10.08</b>
	Товары для дома, отдыха, спорта и туризма, бытовые электроприборы, посуда, ювелирные изделия и т.д.	Тверь ООО "Экспо-Тверь"
	<b>5-я Специализированная выставка "Индустрия гостеприимства. Все для кухни, магазина, ресторана - 2008"</b>	<b>28.10.08-30.10.08</b>
	Товары народного потребления, специализированное оборудование	Уфа Башкирская выставочная компания
<b>НОЯБРЬ</b>	<b>"Прибыльное гостеприимство - 2008"</b>	<b>06.11.08-08.11.08</b>
	Оборудование и технологии для ресторанного, гостиничного, торгового бизнеса и индустрии развлечений	Краснодар КраснодарЭКСПО
	<b>13-я Универсальная оптово-розничная торгово-промышленная выставка-ярмарка "Интерторг - 2008"</b>	<b>18.11.08-21.11.08</b>
	Раздел "Уютный дом" - посуда, хрусталь, фарфор; ковры, шторы и др.	Омск Омск-Экспо
<b>ХОЗТОВАРЫ</b>	<b>4-я Межрегиональная выставка "Магазин. Склад. Логистика. Индустрия чистоты - 2008"</b>	<b>16.09.08-18.09.08</b>
	Оборудование и технологии для профессиональной уборки офиса, дома, торговых и общественных учреждений	Челябинск ВЦ "Восточные Ворота"
	<b>6-я Универсальная выставка-ярмарка "Воронежская усадьба. Дача. Сад. Огород - 2008"</b>	<b>17.09.08-19.09.08</b>
	Садово-огородный инструмент, инвентарь, посуда, хозяйственные принадлежности	Воронеж Экспоцентр "Агробизнес Черноземья"
	<b>Выставка товаров для дома и сада Hem &amp; Villa - 2008</b>	<b>09.10.08-12.10.08</b>
	Товары для дома и сада	Стокгольм Stockholmsmassan AB
	<b>"ЮгХозБыт - 2008"</b>	<b>23.10.08-25.10.08</b>
	Специализированная выставка-ярмарка товаров и оборудования хозяйственно-бытового назначения	Пятигорск АРТЭКС







# HOUSEHOLD EXPO

ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

17-19 сентября 2008, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

**ВСЁ,  
ЧТО ДОМА  
ПРИГОДИТСЯ**



Организатор выставки  
«МОККА Экспо Групп»

При содействии  
ГК «Майер Джей Групп»

Под патронатом  
Торгово-промышленная  
палата РФ

Генеральный информационный партнер: Журнал «Посуда»

Тел./факс: +7 (495) 363 50 32/33, 787 29 08/09. [www.hhexpo.ru](http://www.hhexpo.ru)





# HOUSEHOLD EXPO

ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

**Международная специализированная выставка  
17-19 сентября 2008, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»**

## ПРОГРАММА ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ВЫСТАВКИ

**17 сентября**

Время	Название мероприятия	Место проведения	Организатор
11:00 – 15:00	Всероссийский Торговый Форум «Российский рынок товаров для дома XXI века. Новые возможности»	Форум Hall	Майер Джей Групп, Оператор: VzVMDIA
15:00 – 18:00	Центр закупок сетей	Конгресс Hall	Департамент потребительского рынка и услуг г. Москвы, Майер Джей Групп
12:00 – 13:45	Круглый стол «Перспективы и тенденции развития розничной торговли»		
13:45 – 14:15	Презентация новинок коллекции CNS Group		
15:00 – 17:00	Круглый стол «Оптовые и розничные сети в современном информационном пространстве»	Конгресс Hall	ИД «Гребенникова», ИД «Молла», Журнал «Точка продаж. DIY», Майер Джей Групп

**18 сентября**

11:00 – 14:00	Семинар-презентация компании Спецторг	Форум Hall	Компания Спецторг
14:00 – 17:00	Семинар-презентация компании Импак Богемия Трейдинг	Форум Hall	Компания Импак Богемия Трейдинг
12:00 – 14:00	Презентация ТМ «TONTARELLI» (товары из пластика.Италия)	Стенд компании АСИ-Рейтинг	Компания АСБ Рейтинг
11:00 – 18:00	Семинар «Управление розничными сетями»	Конгресс Hall	НОВ «Московская Бизнес Школа», Майер Джей Групп

**19 сентября**

11:00 – 17:00	Семинар «Управление розничными сетями»	Конгресс Hall	НОВ «Московская Бизнес Школа», Майер Джей Групп
11:00 – 14:00	Конференция «Продвижение новинок на потребительском рынке товаров для дома»	Форум Hall	Журнал «Маркетинг Менеджмент», Майер Джей Групп
14:00 – 17:00	Презентация новинок, награждение участников программы «Новинка»	Форум Hall	Майер Джей Групп

## ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ПРОДВИЖЕНИЕ НОВИНОК НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА»

10:15 – 11:00	РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ ПРОСМОТР КИНОФИЛЬМА	13:00 – 13:30	УПАКОВКА Последний рубеж в борьбе за покупателя. Почему из двух одинаковых товаров один продается в два раза лучше, чем другой, и что сделать, чтобы победителем был именно ваш товар.
11:00 – 11:30	MARKETING MIX Инструменты продвижения на потребительском рынке. Практический опыт: что работает, а что нет. Какие инструменты являются самыми эффективными.	13:30 – 14:00	ПРОДВИЖЕНИЕ В ТОЧКЕ ПРОДАЖ Мерчандайзинг – как выкладка влияет на продажи. Сити-лины – когда и для чего развешивать толар бесплатно. Промоуши и Стимулирование сбыта.
11:30 – 12:00	ИССЛЕДОВАНИЯ И РЕКЛАМА Как провести фокус-группы и опросы, чтобы получить эффективный результат. Как тестировать и прогнозировать эффективность рекламы до того, как деньги уже потрачены. Реклама в медиа и на местах продаж.	14:00 – 17:00	ПРЕЗЕНТАЦИИ И КОНКУРС НОВИНОК Правила проведения презентаций и конкурса и советы по созданию публичем Реclamation.
12:00 – 12:30	ВОЗМОЖНОСТИ В ИНТЕРЬЕРЕ Как при минимальном бюджете привлечь аудиторию к новым товарам. Как использовать готовые сообщества и социальные сети. Может ли товар для дома стать объектом вирусной рекламы.	<b>В качестве спикеров конференции приглашены:</b> <b>Василий Богданов</b> главный редактор, журнал «Маркетинг Менеджмент» <b>Владимир Изгаршев</b> генеральный директор, агентство «Аир» <b>Виктор Гичун</b> генеральный директор, «Атласко» <b>Жанна Зозуль</b> руководитель проекта, ИТМ <b>Роман Мандрик</b> генеральный директор, Интернет-лаборатория КСАН <b>Алексей Андреев</b> президент, Depot WPK	
12:30 – 13:00	Кoffee-брейк		





# HOUSEHOLD EXPO

ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

## ВСЕРОССИЙСКИЙ ТОРГОВЫЙ ФОРУМ «РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА XXI ВЕКА»

10:30 – 11:00	Регистрация участников
11:00 – 12:30	Конференция: «Стратегии развития компаний на рынке товаров для дома: консолидация рынка и активный рост в регионах» Ключевые темы: - Обзор региональных рынков товаров для дома: перспективы развития, точки роста - С какими розничными компаниями придется работать поставщикам товаров для дома в ближайшие годы - Эффективные стратегии развития компаний на рынке товаров для дома - Построение эффективной структуры управления компанией - Управление рисками на рынке товаров для дома На заседании выступают представители компаний Gfk, ACNielsen, КПМГ, ГК «Виктория», РвС
12:30 – 13:00	Кофе-брейк, знакомство с экспозицией специализированной выставки Household Expo
13:00 – 14:15	Специальная сессия: «Взаимодействие розничных компаний и поставщиков на рынке товаров для дома» Ключевые темы: - бесперебойные поставки и организация эффективной логистики - Взаимодействие розничных компаний и поставщиков по продвижению товаров конечным потребителям - Фрагментация как эффективный инструмент расширения сбыта на рынке товаров для дома - Построение эффективной структуры управления компанией - Управление рисками на рынке товаров для дома На заседании выступают представители компаний X5 Retail Group, «Национальной Логистической Компании», Srag, «Красный Куб»
14:15 – 15:00	Обед, знакомство с экспозицией специализированной выставки Household Expo

### На форуме выступят:

Сергей Яшко, заместитель генерального директора ГК «Русь»  
Владислав Егоров, председатель совета директоров «АБК»

Денис Шириков, руководитель по работе с розничными сетями ACNielsen  
Кирилл Власов, президент компании «РЛС»

**с 15:00 до 18:00 НА ФОРУМЕ РАБОТАЕТ  
ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ**

### Встреча без посредников с представителями розничных сетевых компаний:

«Магнит», «Лента», Metro, OBI, Leroy Merlin, «Ашан», X5 Retail Group, IKEA, «Красный куб», «Мульти», «Седьмой континент», «Петергоф»

## СЕМИНАР «УПРАВЛЕНИЕ РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ»

	18 сентября	19 сентября
11:00 – 12:30	<ul style="list-style-type: none"> <li>Розничные сети и поставщики</li> <li>Основные розничные сети в России</li> <li>Цели и философия розничных сетей</li> <li>Основные сценарии развития розничных сетей</li> <li>Сравнительный анализ основных ценовых и ассиметричных стратегий розничных сетей</li> <li>SW-SW анализа компании поставщика и ее розничных клиентов, на выявление ключевых партнеров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оптимизация цепи поставок в соответствии со стандартами ECR</li> <li>Что такое Эффективный Отклик на Потребителя?</li> <li>Концепция ECR и ее практическое применение (EDI, SSCQ, CPFR)</li> <li>Сокращение затрат и увеличение эффекта через оптимизацию цепи поставок</li> </ul>
13:00 – 14:30	<ul style="list-style-type: none"> <li>Знакомство с выставочной экспозицией HouseholdExpo 2008</li> <li>Круглый стол по вопросам взаимодействия розничных сетей с поставщиками</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Частные торговые марки (Private Labels)</li> <li>Рынок private labels.</li> <li>Тенденции развития</li> </ul>
15:00 – 16:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вопросы позиционирования и ценообразования</li> <li>От сегментации конечных потребителей до сквозного позиционирования в канале сбыта (проходитель – дистрибутор – розничная сеть – потребитель)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Противоречие бренд – private labels, что важнее для поставщика.</li> <li>Плюсы и минусы работы с сетями по частным торговым маркам, как не проиграть в результате.</li> </ul>
16:30 – 17:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Примеры ошибок в ценообразовании, их последствия, и как избежать их на практике.</li> <li>Цены для сетей и цены для покупателей, как управлять ими эффективно.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Выступление практиков</li> </ul>

Семинар ведет Недакин Максим

После окончания курса выдается сертификат.

Организатор выставки  
«МОККА Экспо Групп»

При содействии  
ГК «Майер Джей Групп»



Под патронатом  
Торгово-промышленной палаты РФ

Генеральный информационный партнер: Журнал «Полудан». Стратегический информационный партнер: «Точка продаж. DIY». Отраслевой медиа-партнер: ИД ВГТАИ ГВ. Официальный информационный партнер в Украине: розничный интернет-портал tebaybay.com.ua. При поддержке: ГАИМ (Государственный Институт Международной Апп (Ассоциация Розничных потребителей России) потребительского рынка и сферы услуг).

Тел./факс: +7 (495) 363 50 32/33, 787 79 08/09. www.hhexpo.ru



# ОПТОВАЯ ВЫСТАВКА "Быт-Комфорт-Экспо"

Пресс-релиз выставки

Российский рынок товаров домашнего обихода за последние годы претерпел значительные изменения. Усложнился путь товара от производителя до конечного потребителя: теперь он существенно зависит от ценовой категории товара и формата торговой организации. В этих условиях отечественные производители, представители оптовых и торговых-закупочных компаний сталкиваются со значительными трудностями на пути продвижения своей продукции, ищут новые каналы сбыта. Одним из самых перспективных считается Северо-Западный регион России, население которого превышает 15 миллионов человек.

Оптовая выставка предметов домашнего обихода

"Быт-Комфорт-Экспо", проходящая в Санкт-Петербурге с 18 по 21 сентября, - единственная тематическая выставка региона.

Как площадка для демонстрации и продвижения товаров домашнего обихода выставка призвана выступить реальным элементом товаропроводящей сети. Участники выставки, производители и оптовые компании, ставят целью расширение географии поставок в Северо-Западном регионе. Для них выставка - это уникальная возможность в начале нового сезона встретиться с широкой аудиторией профессиональных покупателей и найти новых партнеров.

Для удобства работы экспонентов и целевой аудитории посетителей выста-

вочное пространство разделено на тематические разделы, или так называемые салоны: "Посуда", "Домашний текстиль", "Техника для дома", "Чистый дом", "Светлый дом", "Украшения для дома".

Главная задача организаторов выставки - привлечение целевой аудитории посетителей из всех регионов России, Украины, Белоруссии, Казахстана, Узбекистана, дальнего зарубежья. Для работы с посетителями выставки используются как прямые контакты, так и рекламная кампания, ориентированная на представителей оптовых и торговых организаций, работающих в сфере товаров для дома, ресторанного бизнеса, гостиниц.

В рамках выставки пройдет практическая конфе-

ренция "Бизнес и государство. Эффективное взаимодействие", соорганизаторами которой выступают Санкт-Петербургская ТПП, Совет по малому предпринимательству при главе администрации Московского района Санкт-Петербурга. Для участия в конференции приглашаются представители оптовой и розничной торговли направления нон-фуд. Основные вопросы конференции - взаимодействие с органами госконтроля, законы о защите прав потребителей и малом предпринимательстве в контексте правовой помощи торговым компаниям. Формат конференции предполагает активный диалог участников с представителями государственной власти и экспертами.





## ВЫСТАВКИ

Кроме того, каждый участник выставки сможет представить новинки и лучшие образцы своей продукции непосредственно потенциальным партнерам на шоу-руме "Салон премьер".

Миссия оптовой выставки "Быт-Комфорт-Экспо" - оказывать всестороннюю помощь в развитии бизнеса путем создания уникального выставочного пространства для участников рынка предметов домашнего обихода, используя инновационные выставочные технологии.

Организаторы уверены, что участники выставки "Быт-Комфорт-Экспо" установят максимальное количество деловых контактов в дни работы выставки, а посетители найдут надежных и выгодных поставщиков.

### История выставки

Выставочное объединение FAREXPO, лидер выставочного рынка Северо-Запада России, с 2001 года проводит в Санкт-Петербурге специализированные выставки хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома. В 2007 году в объединенном выставочном проекте "Стекло, керамика, фарфор", "Бытовая техника" и "Текстиль для дома" участвовали более 90 компаний. Выставку посетили более 3 тыс. специалистов отрасли. Начиная с 2008 года выставка проходит в новом формате и носит название "Оптовая выставка предметов домашнего обихода "Быт-Комфорт-Экспо".



Контакты: 196105, Санкт-Петербург, пр-кт Гагарина, 8.  
Тел./факс: (812) 777-04-07, 777-04-04 | E-mail: nb@orticon.com  
119870, Москва, ул. Профсоюзная, 3, офис 706.  
Тел./факс: (495) 781-34-28, 124-85-56 | E-mail: 1248556@mail.ru

18-21  
сентября 2008  
Санкт-Петербург



ОПТОВАЯ ВЫСТАВКА ПРЕДМЕТОВ ДОМАШНЕГО ОБИХОДА





# Чикаго - источник вдохновения для ритейлеров!



Тысячи ритейлеров со всего мира на собственном опыте убедились, что посещение международной выставки International Home + Housewares Show в Чикаго - это источник вдохновения, возможность обмена бесценным практическим опытом ведения бизнеса и идеями для совершенствования собственных магазинов.

Компания Crate & Barrel считается основоположником в развитии мерчандайзинга для магазинов. Опыт этой компании, являющейся победителем международного конкурса gia и обладателем всемирной премии, является практическим примером успешного и креативного оформления торговых площадей.

Оформленные Crate & Barrel витрины в крупном торговом центре, расположенном в центре Чикаго, в районе "Магнифисент Майл" (Magnificent Mile), а также удобная навигация по этажам, ежедневно привлекают в центр тысячи покупателей.

Победитель конкурса gia 2004 года в номинации "Организация лучшей концепции для дома" - компания The Container Store завоевала репутацию лучшего ритейлера в категории товаров для дома и идеи создания фешенебельного и одновременно с этим веселого дома. В основе концепции компании The Container Store лежит принцип четкого формирования групп товаров для комнат и дома (более 10 тыс. наименований) и принцип соответствия определенному дизайну продукции.

Расположенный по соседству с Crate & Barrel магазин, принадлежащий победителю 2001 года, компании Sur la Table, завоевал всемирное признание благодаря уникальности предлагаемого ассортимента. Здесь можно найти практически все - от марокканских чайных наборов до итальянских кирпичей.

Вы сможете увидеть самых выдающихся ритейлеров 2009 года, посетив международную выставку International Home + Housewares Show (22-24 марта 2009 года) в Чикаго.

**Для бесплатной регистрации и досрочного получения бейджа заполните форму на официальном сайте организации [www.housewares.org/attend](http://www.housewares.org/attend) или свяжитесь с нами по электронному адресу:**

**international2008@housewares.org  
или inreklama@posuda.info**





# LUXION IS BORN!

SPARKLING, TRANSPARENT AND VERSATILE BY NATURE.



Launched



Turn on a new light. It's Luxion, a brilliant and resistant new material created by RCR Cristalleria Italiana. Beautiful articles for your table and for your home designed to dazzle you and your guests. Luxion. Enjoy the experience!



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



*Украшает изделия из фарфора, керамики,  
эмали, фаянса и витропашно*

**GULISTAN DEKAL - ПЕРВЫЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ДЕКОЛЯ В ТУРЦИИ, ПОЛУЧИВШИЙ**



**Gülistan**  
**ÇIKARTMA**



Турецкая компания Гюлистан Декаль (GULISTAN DEKAL A.S)  
была создана в 1980 году.

Сегодня это один из ведущих производителей деколей.  
Компания специализируется на изготовлении и нанесении деколей для  
фарфоровых, стеклянных, керамических, фаянсовых, изделий,  
столовых приборов, эмалированной посуды.

В ассортименте GULISTAN DEKAL A.S широкий спектр рисунков  
от классических до ультрасовременных дизайнов, разработанных  
художниками предприятия по последнему слову моды и с применением  
инновационных технологических решений.

В начале 2006 года завершила процесс по установке системы  
качества ISO 9001-2000 и получила от контролирующей компании  
SGS сертификат международного стандарта качества ISO 9001:2000.

Приглашаем к сотрудничеству производителей посуды из России,  
Украины и стран СНГ!



**AKPINAR MH. HASAN BASRI CD. NO:7 34889 TEL.: 0216. 311 46 36 pbx FAX: 0216. 311 36 50**

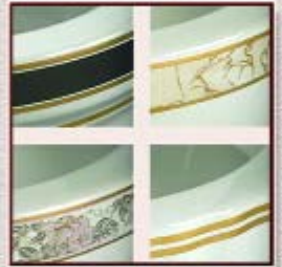


*Gulistan Dekalas - uzimobnenue u  
neramь gekoneй!*

СЕРТИФИКАТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ - ISO 9001:2000



**an Dekal**  
**ve BASKI SAN. A.Ş.**



SAMANDIRA - KARTAL / İSTANBUL

[www.gulistandekal.com.tr](http://www.gulistandekal.com.tr)

e-mail: [gd@gulistandekal.com.tr](mailto:gd@gulistandekal.com.tr)



# КОЛЛЕКЦИИ

## МЕТАЛЛ



### Кастрюли с фарфоровой эмалью

Итальянская кастрюля с оригинальной крышкой не требует дополнительного жира при приготовлении пищи, а гладкая эмаль на внутренних и внешних стенках легко моется. Кастрюлю можно ставить в духовку и на самый жаркий огонь.

**Компания Mario Batali (Италия)**

### Удобство, качество, стиль!

Чугунная сковорода Deep Skillet с высокими стенками оснащена удобной съемной ручкой и доступна в двух размерах - диаметр 25 или 30 сантиметров. Надежная эмаль на внешней и внутренней стороне стенок позволяет легко мыть сковороду.

**Компания Mario Batali (Италия)**



### Четыре в одном

Кастрюля, соковыжималка, дуршлаг и пароварка - все эти функции имеет это изобретение. Диаметр емкости 24 см, а высота 29. Прибор не займет много места на вашей кухне, но будет служить вам верой и правдой при приготовлении полезных блюд с высоким содержанием витаминов.

**Компания Ejo (Германия)**



ОБУЧАЮЩАЯ И РАЗВИВАЮЩАЯ ПОСУДА ДЛЯ ДЕТЕЙ



серия «ВИТАМИНЫ»

МОЖНО ПОСТАВИТЬСЯ  
в индивидуальной упаковке

серия «ГЕОГРАФИЯ»

Компания ЮТ ТРЕЙД  
Контактный телефон: 748-01-29

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

МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ВАС!



# КОЛЛЕКЦИИ

## ФАРФОР



### Посуда для любого случая

Продукция Plato Platinum открывает новый спектр столовой посуды для всех типов пищи. На любой, даже самой творческой кухне разнообразные товары Plato Platinum цилиндрической или квадратной формы можно скомбинировать в соответствии со вкусом владельца и использовать для приготовления ресторанных блюд в домашних условиях.



### Лидер рынка посуды в Дании

Датская компания Aida была основана в 1953 году. Сегодня Aida производит стекло, столовые приборы, кухонные принадлежности, а также различные подарки высокого качества из керамики и фарфора. В своем сегменте Aida является лидером среди поставщиков в Дании, продукция компании продается более чем в 50 странах.



### Аксессуары для кухни

Уже известные аксессуары для кухни от производителя Waechtersbach теперь можно использовать в комбинации с новой продукцией. Масленки, тарелки для пасты или пиццы, молочники и различные блюда размером до 35 сантиметров в диаметре выполнены по традиционным технологиям, но с новым, современным дизайном.



Крупнейшая в Восточной Европе  
Международная Специализированная Выставка

# ПОДАРКИ

САЛОН

## ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА



### ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2008 23 – 26 сентября 2008

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



### ПОДАРКИ. ВЕСНА 2009 23 – 26 марта 2009

Центральный Выставочный Зал «МАНЕЖ»,  
Манежная площадь, 1

**ООО «Подарки Экспо»**

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

Тел.: (495) 775-25-32, (499) 126-68-14. Факс: (499) 126-01-60

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





# СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ФАРФОР

Одной из основных проблем российских производителей фарфоровой и фаянсовой посуды остается проблема сбыта. Эксперты говорят о снижении спроса на отечественную фарфоровую продукцию. Дистрибуторы предпочитают работать с иностранными поставщиками преимущественно из Азии, ссылаясь на более привлекательное соотношение цены и сносного качества предлагаемой продукции. Не проигрывает ли в этой большой игре "в посуду" конечный потребитель?

По большому счету массовому потребителю пока еще все равно, что стоит на его столе: фарфор или фаянс. Не многие отличают одно от другого. Покупая дорогой фарфор, они порой не догадываются, что в его цену включена не только себестоимость самого изделия, но и труд известных дизайнеров, затраты на рекламу и позиционирование бренда, что фактически не повышает качество изделия. Те, кто покупают дешевую продукцию, лишь со временем понимают, что в итоге тратят на ее замену еще большие деньги. Таким образом, покупатель делает свой выбор, в первую очередь исходя из того, какую сумму он готов потратить на приобретение посуды. Но его выбор всегда ограничен тем ассортиментом, который предлагают продавцы.

*Россия экспортирует фарфоровую посуду собственного производства в 20 стран мира, преимущественно в Европу и Америку. Ее охотно покупают такие страны, как Финляндия, Германия, Украина, Швейцария и Польша. По оценкам экспертов, стоимость экспорта российской посуды составляет существенную часть от стоимости посуды, импортируемой в нашу страну.*



Так можно ли говорить о снижении спроса на продукцию отечественных фарфоровых заводов, если новая культура потребления в новых экономических условиях еще не достаточно сформирована, а для продавцов задачи по формированию этой культуры, к сожалению, не являются приоритетными (если такие задачи вообще имеют место быть)?

Решать эти задачи предстоит самим производителям. У российских фарфоровых фабрик богатая история. Подтверждение тому - цены на музейные коллекции, которые сегодня определяются на крупнейших мировых аукционах. Коллекционный фарфор всегда отличался отменным качеством и художественной ценностью. При изготовлении элитного фарфора не требуется современного технологического оборудования, он делается практически вручную. И сегодня российские производители сохраняют хорошую репутацию в премиальном сегменте. Так, продукция с маркой "ИФЗ" экспортируется в США, Германию, Францию, Великобританию, Канаду, Швецию, Норвегию, Японию и другие страны. За последние годы основным направлением экспортных продаж был и остается рынок США, вторым и третьим по значимости являются рынки Германии и Великобритании.

Но сегодня и ИФЗ, и другие фарфоровые заводы России видят своей целью удовлетворение потребностей покупателей среднего ценового сегмента.

*Объемы импорта фарфоровой и фаянсовой посуды в Россию растут, но темпы роста по итогам 1 полугодия 2008 года несколько уменьшились по сравнению с 2007 годом (возможно, за счет некоторого подъема отечественного производства фарфора и фаянса или по причине изменения общего экономического состояния в России и мире). Если в 2006 году было поставлено (по данным ФТС России) продукции на сумму \$54395 тыс. долл., в 2007 году \$65795 тыс. долл., что почти на 21% больше поставок 2006 года, то предварительные итоги первого полугодия 2008 года \$35187 тыс. долл., увеличение меньше 10%, что свидетельствует о замедлении темпов роста импортных поставок, при условии, что темпы роста рынка в целом сохраняются.*

*(По данным ФТС России)*

## Золотая середина

Прогнозы относительно конкурентоспособности наших фабрик в этом сегменте продолжают быть неутешительными на протяжении последних лет. Однако почти ни одно фарфоровое производство за эти годы не прекратило свою деятельность.

По объемам выпущенной продукции по-прежнему сохраняют свои устойчи-



вые позиции такие российские фарфоровые заводы, как "Кубаньфарфор" (г. Краснодар), хотя уровень производства завода значительно снижен, "Дулевский фарфор" (Московская обл.), "Богдановичский фарфоровый завод" (Свердловская обл.), "Фарфор Вербилоч" (Московская обл.), ООО "Пролетарский фарфор" (Новгородская обл.), ОАО "ИФЗ" (Санкт-Петербург) и др.

Это свидетельствует о том, что российские покупатели доверяют продукции наших фарфоровых заводов. Позиционирование их посуды происходит "по умолчанию" как недорогой и экологически безопасной.

Российский фарфор пользуется спросом у отечественных кафе и столовых, во-первых, потому, что не очень дорог, а во-вторых, потому, что всегда есть возможность быстро сделать необходимые дозакупки.

Однако сегодняшние потребности рядового покупателя балансируют между желанием оставить что-то хорошее из прошлого и вместе с тем попробовать то новое, что предлагает соблазнительная Европа, и чтоб за уме-

ренную цену! И если наше хорошее прошлое - это императорский фарфор и сложный художественный рисунок, то современные европейские новинки меняют свой цвет и форму с завидной частотой. Создать концепцию "золотой середины" на основе этих трендов крайне сложно без привлечения опытных креаторов и дизайнеров. К тому же оригинальный дизайн предполагает и новые формы, которые невозможно произвести без высокотехнологичного оборудования.

Стоит заметить, что сложности другого рода сегодня испытывают европейские фабрики. Так, например, в немецкой фарфоровой промышленности за последние 10 лет резко сократилось число рабочих мест. Основная причина - заводы не могут платить своим рабочим высокую заработную плату, поэтому многие компании выносят свои производства в страны третьего мира. Меняется и культура потребления - если 10-15 лет назад здесь были востребованы сервизы на 6, 12 или 18 персон, то теперь продаются сервизы на двоих, четверых или шестерых.

Возможно, что сейчас для российских фарфоровых заводов наступит удачный момент, чтобы купить хорошее оборудование и начать сотрудничество с европейцами или с соотечественниками, готовыми предложить новые идеи. Но для этого нужно привлечь приличный капитал. Так, для перехода на технологию изостатического прессования, по которой сегодня работает Европа, для одного предприятия потребуется порядка \$20 млн. Ни много ни мало. К тому же не может не радовать одно благоприятное обстоятельство - таможенная политика, проводимая Россией в отношении экспортных товаров, всячески способствует выходу российских товаропроизводителей на мировой рынок. Вывоз фарфоровых изделий не ограничен лицензированием и квотированием - экспортные таможенные пошлины полностью отменены.

Значит, есть надежда, что о современном русском фарфоре еще заговорят в Европе.

*Материал подготовила  
Евгения Максимова*

# ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОСУДЫ И ИНВЕНТАРЯ

**Приглашаем на выставку "ПИР - 2008"**

Наш стенд расположен в павильоне №3, зал 13, стенд №2 С 13

- Фарфор
- Стекло
- Столовые приборы
- Наборы для специй
- Инвентарь для поваров и многое другое!

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



Москва: 8 (495) 925-00-87, 8-800-200-00-87 (бесплатный)  
Представительство в Санкт-Петербурге: 8 (812) 441-34-04; 8 (921) 747-43-25  
(для дилеров Северо-Западного региона)



# РЫНОК ФАРФОРА

## предпочтения Европы и России

В том, что фарфоровая посуда никогда не выйдет из моды, сомневаться не приходится. Фарфор вносит в дом атмосферу семейных традиций и уюта, дух благополучия и старины. Фарфоровые изделия всегда и везде найдут своего покупателя. Что же ждут от производителей фарфора потенциальные потребители в России и за рубежом? Могут ли российские компании удовлетворить требованиям все возрастающего спроса на самый аристократичный и благородный вид посуды - фарфор?

По оценкам экспертов, российский рынок фарфоровой посуды характеризуется ежегодным незначительным снижением объемов производства, сопровождающимся повышением цен на единицу продукции. Как и ранее, основной тенденцией на российском рынке фарфоровой посуды в прошлом году стало постепенное сокращение отечественного производства и все большее замещение ее импортной продукцией. Согласно статистике доля отечественной продукции по отношению к импортной составила, например, в 2005 году 54,5 и 45,5% соответственно.

Ведущие российские производители фарфора ОАО "Ломоносовский фарфоровый завод" (г. Санкт-Петербург), ЗАО ПКФ "Кубаньфарфор" (г. Краснодар), ПК "Дулевский фар-

фор" (Московская обл.), ЗАО "Фарфор Вербилоч" (Московская обл.) пока не в состоянии конкурировать с иностранными фабриками на европейском рынке и в России. И дело не только в соотношении "цена-качество", но и в современных тенденциях развития дизайна и новых технологий. Европейский и российский покупатели ста-

новятся все более требовательными.

### Желания европейского покупателя

Европейский рынок фарфора динамичен. В последние несколько лет предпочтение отдавалось белой посуде - от костяного фарфора

до керамики. Некоторые производители проводили опыты с рельефом или текстурой, но большинство придерживалось мнения, что в моде простота и белизна. Таким образом, белый цвет долгое время оставался самым популярным. Однако в последнее время стали все чаще появляться предметы с акцентами в цвете и форме. Для тех, кто





привык быть на пике моды, предлагаются яркие абстрактные цветочные принты, треугольные, волнистые, вытянутые формы и светло-вишневый, бирюзовый и черный цвета.

На европейском рынке фарфоровой посуды происходит и другой значительный сдвиг в потребительских предпочтениях. Сегодня при совершении покупки фарфора потребитель все чаще придает значение качеству и тому, насколько приобретаемые предметы смогут подойти к более спокойному и приятному образу жизни. Граница между традиционной и современной посудой размывается, поскольку все более модными становятся декоры в стиле ретро, также наблюдается стремление создать более декоративную сервировку.

Все большее значение в жизни европейского потребителя имеет домашнее приготовление пищи и домашние вечеринки, и поэтому здесь все чаще покупают посуду в подарок. Большинство продавцов утверждает, что лучше всего продается фарфоровая посуда не в сервизах, а по отдельности. Один из современных подходов - продажа небольших фарфоровых сервизов на 2 или 4 персоны.

Потребители, покупающие более дорогую посуду, стремятся приобрести прежде всего качество, продукт или бренд с громким историческим именем.

### Предпочтения российского потребителя

Фарфоровая посуда испокон веков была признаком достатка и значимости в России. С тех пор мало что изменилось. Россия и поныне считается необъятным рынком для большинства международных производителей посуды и предметов сервировки: как для производителей эксклюзивной продукции, так и производителей, ориентированных на массового потребителя.

Сегодня российский рынок фарфоровой посуды может быть условно разделен на три основных ценовых сегмента: низкий - дешевая посуда (посуда из Азии и Украины), средний - посуда средней ценовой категории (посуда российского, чешского и китайского производства), высокий - элитная посуда из высокохудожественного фарфора преимущественно ручной работы (английская, немецкая и венгерская посуда).

На первом месте среди критериев, по которым российский потребитель выбирает фарфоровую посуду, стоят цена, ассортимент, качество и красота. В будущем, по прогнозам специалистов, наши соотечественники будут уделять еще большее внимание дизайну посуды и концепции продаж. Ориентируясь на западную моду, покупатель сегодня отдает предпочтение качественным сервизам классических форм, белому недекорированному фарфору или фарфору с золотой каймой, часто предпочитает костяной фарфор, хотя в большинстве случаев не имеет представления о его отличиях от твердого, настоящего фарфора. Как правило, российский потребитель покупает сразу целый сервиз - обеденный или чайно-столовый, не утруждая себя постепенной покупкой предметов сервиза. Москвичи склонны к покупке белой посуды, часто даже модных форм, в то время как потребители из регионов предпочитают традиционные декоры из цветов. В большинстве своем российские потребители не покупают посуду экстрамодных форм и декоров в лаконичном современном стиле, отдавая предпочтение классике.

Последние тенденции показывают, что покупатель, имеющий деньги, хочет видеть на столе что-то поистине элитное и эстетичное, и в этом случае нет ничего лучше, чем изысканный фарфор. Россияне начинают понимать, что настоящая красота, которая к тому же подкрепляется блестящим качеством, требует больших затрат.

## Бренды высокого ценового сегмента

Среди всемирно известных элитных брендов с вековыми традициями фарфоровой посуды как в России, так и в Европе наибольшей популярностью пользуются следующие компании-производители:

### ★ ЛФЗ (Ломоносовский фарфоровый завод)

ЛФЗ - старейший фарфоровый завод России. С 2005 года он ориентируется на выпуск высокохудожественных авторских произведений класса люкс под брендом "Императорский фарфор" ("ИФЗ"). ИФЗ - один из немногих в мире и единственный в России производитель фарфора на базе уникальных технологий ручного литья и филигранной ручной росписи.

Впервые в России на ИФЗ создали технологию и осуществили промышленный выпуск изделий из костяного тонкостенного фарфора повышенной белизны, тонкости и просвечиваемости. Фирменное изделие завода - посуда с рисунком "кобальтовая сетка".

### ★ Meissen

Немецкий городок Мейсен стал тем местом, где в 1709 году впервые начало производиться европейское "белое золото". Теперь самые известные музеи мира гордятся предметами из элитного мейсенского фарфора в своих коллекциях. Фирменный знак фарфора - скрещенные голубые рыцарские мечи. До сегодняшнего дня практически без изменений в технологии на знаменитой мануфактуре выполняются ручная отливка и ручная роспись.

### ★ Wedgwood

Британская корпорация Wedgwood, основанная в 1759 году, специализируется на изделиях из костяного фарфора и керамики. В списке покупателей фарфора Wedgwood значатся английская королева Шарлотта, президент США Теодор Рузвельт. В ассортименте компании присутствуют коллекции гладкого и рельефного фарфора, выполненные в классическом стиле, с декором и без. Фарфор Wedgwood отличается прочностью, сочетанием строгих классических традиций с самыми последними



тенденциями моды и не тускнеющим с годами внешним видом. Современные кремлевские приемы на высшем уровне не обходятся без сервиза от Wedgwood из 47 тыс. предметов. Компания выпускает и авангардную посуду. Последняя новинка - набор фарфоровой посуды, в который включена даже миска для кошки. Цена сервиза на 12 персон - до \$10 тыс.

**\* Herend**

С 1826 года в Венгрии производится фарфор ручной работы. В наши дни это крупнейшая фарфоровая мануфактура мира, использующая традиционные методы изготовления фарфора премиум-класса. Создание предметов и нанесение декора происходит только вручную. Среди клиентов Herend - королевская семья Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии, император Японии, несколько президентов США.

**\* Royal Copenhagen**

Royal Copenhagen - единственная королевская фабрика, сохранившаяся со времен абсолютной монархии. Именно этой марке принадлежит самый знаменитый сервиз в мире Flora Danica - подлинный керамический гербарий Дании из 2 600 предметов. Визитной карточкой фирмы являются рождественские тарелки, выпускаемые в ограниченном количестве, а также коллекционные фарфоровые скульптурки Royal Copenhagen.

**\* Spode**

Мануфактура Spode существует в Великобритании с середины XVIII века. Ее основатель, Джозайя Споуд, стал одним из первых поставщиков фарфора для английского королевского двора. С тех пор Spode является всемирно известной маркой, производящей обеденную посуду, столовые приборы и разнообразные подарки из керамики и фарфора. Отличительная особенность Spode - уникальные коллекции посуды, оформленные в классике жанра - бело-синих тонах. Созданные Споудом коллекции "Синяя итальянская", "Голубая башня" и "Ива" выпускаются и сегодня. Цена сервиза на 12 персон - до \$50 тыс. Высокая стоимость объясняется в том числе и тем, что декор наносится на посуду вручную особым способом, напоминающим гравюру.

**\* Rosenthal**

Немецкая компания Rosenthal выпускает посуду из фарфора в различных ценовых категориях. Так, профессиональная элитная посуда, выполненная из упрочненного фарфора, представлена в коллекциях Rosenthal Classic. В нее входят недекорированные изделия лаконичных и элегантных форм серии Rosenthal Studio Line, разработанной известными дизайнерами и художниками, в частности Сальвадором Дали, Марио Беллини и Thomas. С 1992 года компания сотрудничает с итальянским домом моды Версаче, дополняя коллекцию коллекции компании Rosenthal изделиями из фарфора и стекла с экстравагантными декорами и драгоценными аксессуарами, над разработкой которых трудятся звезды дизайна Rosenthal и Донателла Версаче. В 1998 году один из самых модных домов Европы Bvlgari также отдал Rosenthal права на изготовление коллекций life-style своей марки: высокохудожественные и модные изделия из фарфора и стекла, а также подарочные варианты в содружестве с ювелиром Bvlgari.

**\* Villeroy & Boch**

История эта началась в 1748 году. Именно тогда в лотарингской деревне Аудун-ле-Тиш Франсуа Бох, ранее занимавшийся добычей железа, вместе со своими тремя сыновьями организовал небольшую мастерскую по выпуску столовой керамической посуды. В 1812 году Пьер-Жозеф Бох вместе с другими керамистами основывает в Сепфонтене Гильдию гончаров, целью которой была поддержка рабочих. Через пять лет после основания гильдии ее членом становится Николас Виллеруа, бывший в то время одним из конкурентов Бохов. 1 января 1841 года члены двух семей - Виллеруа и Бох, породнившись, создали совместное товарищество, знакомое всему миру сейчас как компания Villeroy & Boch. В деятельности завода существует 2 основных направления - домашняя посуда и посуда для ресторанов и кафе. Почти любой клиент берет у нас что-то подходящее. Семья



найдет уникальные коллекции домашних принадлежностей. Для компаний продукция Villeroy & Boch - отличный вариант сервировки комнаты для переговоров, подарков для руководства и партнеров. Ресторанный бизнес уважает нашу продукцию как очень достойное дополнение к своему имиджу и практически любому интерьеру. Даже для малышей Villeroy & Boch предусмотрела оригинальную посуду.

**В последних коллекциях выделяются пять главных линий:**

1. Столовая посуда класса люкс, декорированная золотом и платиной, Charlestone, Azurea
  2. Посуда для загородного дома Country.
  3. Демократичные и яркие наборы Switch Bonjour для каждодневного использования.
  4. Урбанистические изделия - для жителя мегаполиса.
  5. Космические ансамбли New Wave с плавными изогнутыми формами, а также изделия из стекла и хрусталя.
- Дизайнеры компании Villeroy & Boch создают настоящие произведения искусства. Традиция изготавливать продукцию, достойную восхищения, бережно поддерживается и является частью философии компании.

Средняя цена на сервиз полной комплектации на 12 персон в долларах США		
	Бренд	Сервиз
1	Meissen	16 000
2	Herend	14 000
3	Spode	11 000
4	Wedgwood	8 000
5	Rosenthal	5 000





# EPIAG Lofida - Porcelan CZ - СИЛА ИЗЯЩЕСТВА В СТИЛЕ ГЕТЕ

Были времена, когда о фарфоре еще не знали... Но как только он появился, лучшие мастера стали выпускать фарфоровые изделия, известные всему миру. С тех пор чешский фарфор стал эталоном красоты и качества.

**Epiag** - имя, хорошо известное в мире фарфора с 1804 года, когда в Карловых Варах началось производство фарфоровых изделий.

На протяжении своей истории завод Epiag часто перестраивался и менял собственников, преодолевал финансовые трудности и возрождался вновь. При этом каждый новый владелец старался приумножить капитал и выйти на новую ступень развития предприятия.

Сегодня **Epiag Lofida - Porcelan CZ** выпускает де-

корированные и белые фарфоровые изделия, сохраняя старинные рецепты и используя последние научные достижения.

Значительная часть продукции выполняется вручную, что гарантирует высочайшее качество сервизов, известное еще со времен Гете. Кстати, сам великий создатель "Фауста" в свое время приобрел сервиз на 12 персон и остался при этом весьма доволен.

Нынешнее руководство фарфоровой фабрики Epiag Lofida - Porcelan CZ постоянно трудится над расширением торговых связей и организацией поставок своим клиентам. Исходя из последних рыночных тенденций, было разработано два направления деятельности: выпуск декоративного и белого фарфора. И те, и другие модели учитывают нынешние веяния моды и стиля, сохраняя при этом традиционный дух времени. В настоящее время на фабрике работает более 100 человек и она предлагает полный производственный ассортимент

эксклюзивного фарфора. Все изделия отвечают мировым санитарно-гигиеническим стандартам и требованиям. Серии "Лилии", "Мария Терезия", "Фредерика" стали своеобразными хитами, получив популярность в широких покупательских кругах.

## Формы сотрудничества

Для осуществления заказа чешская фабрика готова показать всю имеющуюся в наличии продукцию, а также обсудить работы, которые планируется выпускать в будущем.

На территории Карловых Вар в Даловицах покупатели могут познакомиться с полным спектром изделий и оценить производственный потенциал предприятия Epiag Lofida - Porcelan CZ, чтобы в дальнейшем пользоваться имеющимися каталогами и оформлять заказы посредством оперативной связи: по факсу или электронной почте. Осуществив 50%-ю предоплату, остав-

шую часть денежных средств покупатель перечисляет при получении товара. Профессиональные участники рынка имеют возможность заключить выгодные условия по поставкам в максимально сжатые сроки. Срок изготовления заказа обычно не превышает одного месяца.

Кроме того, оперативным средством связи между покупателем и фабрикой служит официальный сайт, где имеется возможность написать о своих пожеланиях или оформить коммерческое предложение,

[www.epiag.cz](http://www.epiag.cz)

Приезжайте в фирменный магазин завода, а также пишите! Для службы маркетинга Epiag Lofida - Porcelan CZ интересны все бизнес-предложения и пожелания.

**Тел. +420 (353) 85-18-18**  
**Моб. +420 (602) 57-88-74**  
**Факс +420 (353) 85-18-28**

**E-mail:**  
[marketing@epiag.cz](mailto:marketing@epiag.cz)



# Трудности сетевых торговых предприятий

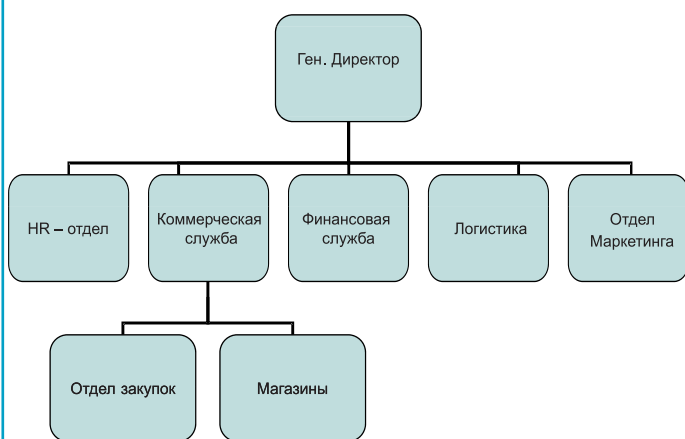
Суть проблем, возникающих при сотрудничестве между поставщиками (или дистрибуторами) и сетевыми магазинами, заключается в нестандартности данного вида сотрудничества и невозможности найти к нему универсальный подход. Такое сотрудничество требует гибкости.

Договоры сотрудничества между сетями и поставщиками значительно сложнее, чем те, что заключаются с небольшими магазинами. Здесь от поставщика требуется внимательность и умение продумывать свои действия на несколько шагов вперед, поскольку изменения условий взаимодействия при работе с сетевым клиентом бывают весьма болезненными. Неосведомленность поставщика об особенностях работы с клиентом и безответственное отношение к выполнению условий договора часто приводят к конфликтным ситуациям. Для того чтобы избежать их, прежде всего необходимо понимать политику сетевых супермаркетов и особенности их функционирования.

## Интересы сетевых супермаркетов

Основная цель любого сетевого супермаркета, будь то супермаркет эконом-класса или премиум-сегмента, заключается в том, чтобы обеспечить покупателей продукцией высокого качества по доступной цене, причем таким образом, чтобы качество было выше, а цены ниже, чем у конкурентов. Понятно, что жесткие условия естественного отбора в сфере

## Матрица принятия решения.

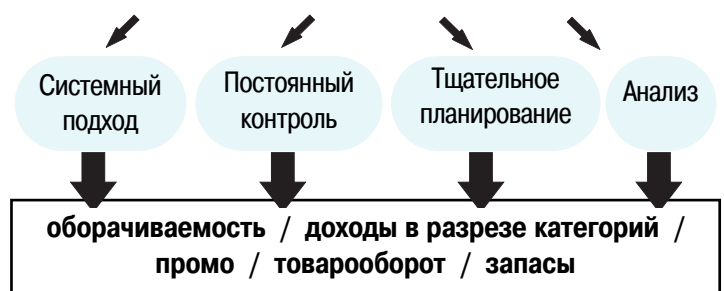


ритейла заставляют сетевые магазины следовать не менее жестким правилам выбора поставщиков и условиям сотрудничества с ними. Таким образом, интересы "сетевиков" и производителей действительно существенно различаются и, как следствие, возникновение противоречий и разногласий между ними вполне закономерно. Однако среди сетевых магазинов, вне всякого сомнения, немало таких, которые очень серьезно подходят к сотрудничеству с производителями и нацелены на взаимовыгодное сотрудничество. Подобные компании следуют западным стратегиям ведения бизнеса и зачастую нанимают персонал, ранее занятый в иностранных компаниях.

## Какие поставщики выгодны супермаркетам

Менеджеры по закупкам торговых сетей способны гибко менять условия соглашений в зависимости от того, с каким производителем они имеют дело. Например, размер "входной платы" не всегда бывает предельно высоким и может варьироваться и быть тем меньше, чем больше заинтересована сеть именно в данном товаре и чем меньше существует у этого товара конкурентоспособных аналогов. Итак, каждый потенциальный поставщик сетевого магазина проходит оценку на предмет его выгодности для сети. Выгодность поставщика рассчитывается следующим образом:

### Работа закупщика



выгодность поставщика = доходность поставщика + "стоимость входа" + внемаржевая прибыль.

Доходность поставщика определяется из расчета того, насколько прибыльным может быть ассортимент его продукции;

- насколько его продукция вписывается в собственную структуру продаж торговой компании;
- каков размер ретробонусов, которые поставщик готов предоставить клиенту;
- какова стоимость "отсрочки платежа" при текущей доходности и оборачиваемости ассортимента;
- насколько необходим и замещаем данный ассортимент товара в категории;
- какова стоимость аутостоков и сбоев в поставке.

Стоимость входа и внемаржевая прибыль определяются из расчета:

- стоимости входа в сеть по категориям и форматам магазинов;
- стоимости ввода ассортиментной линейки (бренда);
- стоимости полки по основным типам выкладки и доходности ассортимента;
- стоимости дополнительной точки продаж по зонам магазина и типу торгового оборудования;
- компенсации затрат по промо-акциям.

## Для чего нужны скидки и дополнительные платежи

В ответ на претензии производителей, жалующихся на невыгодные условия взаимодействия с сетевыми супермаркетами, представители крупных розничных сетей в один голос





утверждают, что системы скидок и дополнительных выплат являются необходимой мерой.

Действительно, для нормального функционирования торговой сети ей требуется не только четко разработанная и эффективная технология продаж, но также индивидуальная корректировка и адаптация данной схемы к тому или иному виду продукции. Требуется включить товар в свою логистическую цепочку, в систему учета и контроля над движением товара, зарезервировать складские помещения на централизованном складе и складе сетевого магазина, зарезервировать места продажи в торговом зале. Кроме того, сетевой магазин оказывает услуги по размещению товара поставщика на полках, по оформлению товара, осуществляет рекламную деятельность. В отличие от небольших розничных магазинов, где товар с момента подписания договора купли-продажи больше не является собственностью компании-производителя или дистрибутора, сетевые магазины следуют политике, согласно которой оплата издержек от работы с товаром осуществляется за счет поставщика товара. Причем необходимо отметить, что данная практика широко применяется и за рубежом, откуда ее, собственно, и заимствовали российские "сетевики". То же самое можно сказать и о системах штрафов, применяемых к поставщикам, которые не выполняют взятых на себя обязательств по срокам поставок, качеству продукции и т.д.

### Проблемы при сотрудничестве

Во избежание проблем в дальнейшем поставщикам стоит серьезно подходить к процессу переговоров с будущими клиентами, грамотно составлять договор сотрудничества и соблюдать условия этого договора. Представители торговых сетей утверждают, что далеко не всегда виновником финансовой неэффективности сотрудничества с сетевым магазином становится последний. Причиной, по которой производитель несет убытки, очень часто является то, что ком-

Требования сети

Знание продукта поставщиком



Комплексное решение  
"сеть-поставщик"

пания-производитель недостаточно взвешенно обдумывает необходимость данного сотрудничества и неадекватно оценивает перспективы продвижения своего продукта на рынок именно этим способом и именно через данную торговую сеть. Например, в случае, когда компания-производитель стремится к сотрудничеству с сетевым супермаркетом только потому, что считает данный вид сотрудничества престижным.

Многие сетевые супермаркеты стараются сделать политику сотрудничества с поставщиками более гибкой и дифференцированной, однако, по их словам, для достижения наилучшего результата необходима ответная гибкая и дифференцированная политика сотрудничества со стороны компаний-поставщиков. Текущая ситуация такова, что каждая сторона зачастую приходит на переговоры с уже готовым списком требований и позиций и ни одна не согласна на изменение условий, что, конечно же, не способствует началу конструктивного диалога и достижению компромисса.

Евгения Светлакова

# ТРУД ТОВАРА

Российский лидер в производстве изделий  
для индустрии гостеприимства



Серия "Сонет" -  
самая широкая линейка столовых  
приборов среднего ценового сегмента

С 1 августа по 31 декабря 2008г акция:  
нанесение логотипа бесплатно,  
партия от 240шт.

Приглашаем посетить наш стенд  
на выставке ПИР,  
которая пройдет 1-4 октября,  
в МВЦ Крокус -Экспо,  
г Москва, 66км МКАД, стенд No2B11, зал No13

www.trud.nnov.ru  
(83173) 6-11-58

# НЕСКОЛЬКО СЛОВ О БРЕНДИНГЕ

В настоящее время слово "бренд" с точки зрения выпускаемых на рынке посуды изделий ассоциируется у покупателей либо со старыми российскими, либо с европейскими торговыми марками. В связи со спадом промышленности в 90-х годах многие отечественные бренды ушли в историю. Но сейчас ряд компаний создают новые бренды или возрождают старые. Представляя читателям первый материал из цикла статей о брендинге, мы планируем в дальнейшем больше внимания уделять рассказу о возрождении торговых марок, случаях успешного ребрендинга, а также рождении новых брендов, приведших к экономическому росту компании.

**Brand** - слово, изначально связанное со скотоводством и имеющее в английском языке несколько значений: головешка, раскаленное железо, тавро, фабричная марка. И на русский язык точнее всего его можно перевести как "клеймо" или "товарный знак". Собственно, товарный знак - изобретение не нашего времени, еще в Древнем Египте ремесленники отмечали особым знаком обожженные ими кирпичи. Также торговые марки найдены на греческих и римских светильниках, китайском фарфоре. Уже в Средние века в Европе применение торговых знаков становится нормой. Бурное развитие ремесленных цехов привело к появлению на территории одного города многочисленных производителей одной группы товара, что не могло не повлечь за собой настоятельной необходимости отделить свою продукцию от продукции конкурентов. В это же время товарный знак приобретает еще одну функцию - контроля качества. В 1266 году английское законодательство требовало, чтобы булочники отмечали своим знаком каждую буханку хлеба. Таким образом государство следило за тем, соответствует ли вес хлеба заявленному.

Однако настоящий расцвет идеи брендинга пришелся на конец второй половины XX века. Это было связано с развитием международного разделения труда, повышением открытости экономик стран мира и началом формирования глобального мирового рынка товаров и услуг. Как следствие, появилось большое количество более или менее сходных по своим потребительским свойствам товаров, цены на которые тоже были практически одинаковыми. В таких условиях производители просто вынуждены были искать новые пути привлечения покупателей и формирования устойчивого спроса на свой товар. Та-

ким способом стал брендинг. Сегодня брендинг - это один из важнейших и эффективнейших инструментов продвижения продукции на рынок.

Американская ассоциация маркетинга (American Marketing Association - AMA) трактует бренд как "имя, термин, знак, символ или дизайн или комбинацию всего этого, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также для отличия товаров и услуг от товаров и услуг конкурентов".

Следует иметь в виду, что торговая марка, представленная чаще всего названием, графическим изображением и звуковыми символами компании или товара, еще не является брендом. Для того чтобы стать брендом, товарный знак должен приобрести известность на рынке и доверие у покупателей. Одними из основных характеристик бренда являются:

- *основное его содержание;*
- *функциональные и эмоциональные ассоциации, которые выражаются покупателем и потенциальными клиентами;*
- *словесная часть марки или словесный торговый знак;*
- *визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя;*
- *уровень известности марки у покупателя, сила бренда;*
- *обобщенная совокупность признаков бренда, которая ха-*

*актеризует его индивидуальность;*

- *стоимостные показатели;*
- *степень продвинутости бренда*
- *степень приверженности бренду целевой аудитории и ее отдельных сегментов.*

В современном маркетинге выделяются два типа, два разных подхода к брендингу - **западный и восточный**.

В этих двух типах различно все - взгляды на роль торговых марок, концепции, инструменты управления... Причем чаще всего мы даже не осознаем значения этих различий, поскольку для потребителя в большинстве случаев это значения не имеет. В этом кроется причина многих ошибок, связанных с брендингом. Западная концепция предполагает, что головная компания-производитель должна быть спрятана от конечных потребителей в основном из-за страха перед переносом негативного имиджа одной торговой марки на всю фирму и весь спектр товаров. Это концепция, ориентированная на товар, - у каждого продукта есть собственная торговая марка. Говоря о торговых марках, нужно иметь в виду те условия, которые способствовали возникновению западной философии брендинга: это прежде всего огромный внутренний рынок, который продолжает увеличиваться. При этом категории продуктов не имеют четких различий между собой, а потребитель не сформировал предпочтений к тем или иным товарам. Основа такой товарной концепции брендинга - дифференциация продукта, то есть придание ему отличительных особенностей с целью завоевания преимущества





**BRILIANT**  
GLASSWARE

# Изящество бриллианта на вашем столе



Серия Оливки  
PS-70



ГРУППА КОМПАНИЙ  
"ИИС-ПОСУДА"

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ**

Москва: +7 495 984-64-30  
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86  
Казань: +7 8432 78-73-49  
Краснодар: +7 8612 10-14-70  
Екатеринбург: +7 343 212-46-06

Нижний Новгород: +7 8312 20-56-85  
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: +7 342 220-19-37  
Новосибирск: +7 383 325-30-60  
Челябинск: +7 351 237-24-67  
Волгоград: +7 8442 41-76-81

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

перед конкурентами.

Отличительные особенности продукта могут быть **ощущаемыми, неоощуаемыми и воображаемыми.**

**Ощущаемые** различия определить наиболее просто, так как они визуально очевидны до покупки - это может быть цвет, яркость, вес, запах, размер и т.п. Потребитель сам в состоянии определить разницу между двумя продуктами, и посторонняя помощь ему при этом не нужна. Если товар обладает ощутимыми различиями, то брендинг не имеет решающего значения в его судьбе на рынке. Если эти различия в пользу продаваемого товара, то все, что необходимо сделать специалисту по брендингу, - это обратить на них внимание потребителя.

Гораздо сложнее положение, когда конкурентные товары обладают более привлекательными ощущаемыми характеристиками. В этом случае задача сводится к тому, чтобы переключить внимание потребителя на **неощущаемые** различия, где товар имеет преимущество перед конкурентами.

Неощущаемые различия реально существуют, но не бросаются в глаза. Например, это может быть разница в экологической чистоте материала, из которого изготовлена посуда, его долговечность и т.д. Различия могут быть скрытыми вначале, но они существуют и могут оказать сильное влияние на желание приобрести тот или иной продукт. Для того чтобы потребитель оценил неощущаемые достоинства продукта и приобрел товар, он должен либо сам испытать его (именно поэтому западными компаниями, продвигающими на российский рынок свои бренды, так широко используется практика сэмплинга - раздачи бесплатных образцов товара; когда потребитель сам попробовал товар, неоощуаемые различия превращаются для него в ощущаемые, испытанные), либо получить веские доказательства других лиц, что эти различия действительно существуют. На этом основан прием "свидетельствования" в рекламе,

когда один из представителей целевого сегмента утверждает, что именно этот товар обладает исключительными особенностями и именно его стоит приобрести. К неоощуаемым различиям также можно отнести поддержку и консультации для технически сложных изделий, а также гарантию и дополнительные услуги, приобретаемые вместе с товаром. Все эти элементы приносят дополнительную ценность к товару и иногда имеют определяющее значение при принятии потребителем решения.

**Воображаемые** различия между товарами (скорее их следовало бы назвать привнесенными) - это различия, созданные искусственно путем рекламы или других методов продвижения товара. Оригинальные торговая марка, упаковка, способ распространения, продажа и реклама добавляют новую ценность к товару. Ярким примером того, насколько важны воображаемые различия, служит пример из компьютерного рынка. На компьютерном рынке даже существует специальная технология, описывающая этот тип отношений - OEM-поставки. OEM-компания (Original Equipment Manufacturer - компания-производитель в отличие от компании-сборщика или продавца) часть произведенной ею продукции продает под собственной маркой, а часть (обычно по более низкой цене) продает другим компаниям, которые снабжают уже готовые изделия маркой, обеспечивают рекламной, маркетинговой и технической поддержкой. Складывается ситуация, что товар один и тот же, продается в одних и тех же магазинах, но на нем стоят разные торговые марки и разная цена. Так, в магазине можно встретить до 6 одинаковых мониторов под разными марками, произведенных на заводах корпорации Sony. Цена может отличаться на 20%, и тем не менее мониторы под маркой Sony продаются лучше, так как Sony обладает воображаемым преимуществом - престижностью бренда.

В Азии принята несколько иная концепция. Компании в первую очередь инвестируют в бренд на уровне корпорации и лишь во вторую очередь на уровне продукта. Японский менеджер поставил бы вопрос таким образом: "Почему вы прячете компанию за торговой маркой, вместо того чтобы вести их вверх вместе?" Фактически в Японии торговая марка товара без гарантии корпоративной марки фирмы вообще не стала бы покупаться. С точки зрения функционирования и роли корпоративные торговые марки не имеют ничего общего с товарными марками. Товарные марки используют как инструмент уточнения, дифференциации, сегментирования и "нацеливания", корпоративные же торговые марки, напротив, для объединения, связывания и создания единства. На самом деле восточная концепция брендинга, несмотря на различия культурного менталитета, имеет очень большие неиспользованные ресурсы и для западного маркетинга. Западные компании оказались сейчас перед проблемой избытка торговых марок, то есть классический западный подход сегментирования рынка и параллельного создания брендов ведет в тупик. Но переход к корпоративным торговым маркам от товарных несет в себе необходимость глубоких перемен в менеджменте. Интересно, что в случае России "восточный" подход к брендингу представляется органичным. Отечественный потребитель в основной своей массе воспитывался именно на корпоративных торговых брендах. Колбаса покупалась не определенной товарной марки, а "от Микояна", телевизоры выбирались производства завода "Рубин", и еще можно привести множество подобных примеров.

В конце XX века появился еще один вид товарной марки - **private label**, или частная торговая марка. Основной причиной появления собственной торговой марки называют концентрацию торговли и рост торговых сетей. Появление первых аналогов торговой марки отно-

сится к 80-м годам, когда в Германии стали наносить название торговой сети на упаковку и продавать товары дешевле. Первые настоящие частные торговые марки появились в начале 90-х годов, когда многие торговые сети достигли экономического влияния, сопоставимого с влиянием крупных промышленных корпораций - владельцев популярных брендов. Причем статистика показывает явную зависимость между степенью концентрации торговли и долей товаров с частной торговой маркой. Там, где торговые компании крупнее и влиятельней, доля частной торговой марки больше. Сейчас доля товаров, продаваемых под частной торговой маркой, в Великобритании составляет 45%, в Италии 25%.

Другой важной причиной появления частной торговой марки является большее доверие потребителей к продавцам, чем к производителям, характерное для западных стран. Как показали исследования, 60% европейцев предпочитают товары с частной торговой маркой брендовым товарам. В будущем доверие к частной торговой марке будет только расти - как показали исследования в Европе, чем моложе потребители, тем больше они доверяют частной торговой марке. Расходы же на продвижение частной торговой марки ниже на 15-20%, чем на продвижение товарной марки, а исследования 1 300 продуктов выявили, что более чем в 2/3 случаев при применении частной торговой марки повышается объем продаж. Private Label обращается к разуму и ассоциируется с низкой ценой, но это ее качество делает непригодным применение такого типа бренда к тем товарным группам, которые традиционно связываются у покупателя с определенным образом жизни. Товары по уходу за телом, косметика, кондитерские изделия и алкогольная продукция под частными торговыми марками пользуются низким спросом.

Евгения Сулицкая







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

★ ★ ★ ★ ★  
**RONA**

Представитель компании  
RONA в России - "РОНЭКС-М"  
Москва, Рязанский пр-т, 8а.  
Тел. (495) 231-45-88  
Факс (495) 730-47-87  
E-mail: ronex@online.ru  
[www.ronex-m.ru](http://www.ronex-m.ru)



# СТЕКЛО И МЕТАЛЛ - перспективный дуэт

Посуда из стекла и металла необычна и интересна по дизайну. Ее можно разделить на две группы: посуда с преобладанием стекла и с преобладанием металла. К первой группе относятся предметы сервировки: перечницы, солонки, емкости под соусы, а также многоярусные вазы для фруктов, френч-прессы и пивные кружки с крышками. Ко второй - кухонная посуда со стеклянными крышками и стаканы с подставниками.

## И посолить, и поперчить...

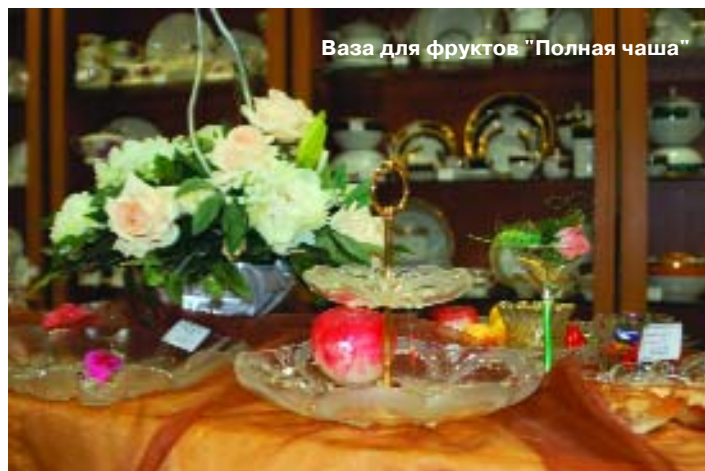
Верхняя часть перечниц и солонка обладает резьбой и изготовлена из нержавеющей стали. Функциональное значение очевидно: железная резьба удобна для открытия солонки и наполнения ее содержимым. Как правило, такие наборы для специй выполняются из металла в сочетании с прозрачным стеклом.

- Ассортимент перечниц и солонки для стола очень широкий. Это может быть просто нержавеющая сталь, фарфор, но зачастую встречается сочетание стекла и металла. Выбор брендов и моделей таких наборов велик, так же как и их ценовой

диапазон. А популярность объясняется тем, что они экономичны с точки зрения материалозатрат, смотрятся очень хорошо и, что самое важное для потребителя, позволяют увидеть специю. Для большей части кафе, ресторанов можно рекомендовать эту категорию солонки и перечниц, так как они наиболее удачны по стилю, универсальны, отлично вписываются в концепцию большинства предприятий питания. Для домашнего стола многие люди тоже предпочитают покупать такие солонки, - **считает Оксана Чех, коммерческий директор московского представительства чешского бренда Tescoma.**

Удобство наборов для специй, выполненных в сочетании стекла и металла, признает и **Ольга Костина, продукт-менеджер компании "Сухаревка"**: "Очень функционально, когда корпус солонки-перечницы или емкости для соуса стеклянный, а крышечки сделаны из нержавеющей стали. В комплекте может идти еще подставка, тоже из нержавеющей стали. В первую очередь, хорошо видно, в какой емкости что находится, во-вторых, резьба из стали очень удобна и долговечна, фарфоровые наборы проигрывают в этом. Бренды, которые я могу порекомендовать, - **Pintinox, Paderno, Giorinox**".

Еще одно качество, на которое обратили внимание эксперты рынка, - это прочность и долговечность подобной посуды. "Наборы для специй из стекла и металла более ударостойкие и долговечные, чем фарфоровые и пластиковые. Кроме того, из-за плотного стекла такие предметы посуды получают более тяжелыми по весу, более устойчивыми", - **говорит Ася Деева, менеджер по продажам компании "Посуда Плюс" (Екатеринбург).**



Ваза для фруктов "Полная чаша"

Помимо стандартных наборов для специй имеются модели посуды, которые подходят для ресторанов определенного формата, например для пиццерий. "Существуют достаточно интересные позиции, например распылитель для масла, - рассказывает **Оксана Чех.** - Он имеет пульверизатор из нержавеющей стали и стеклянную колбу для удобства пользования. Такие позиции можно рекомендовать для премиум-ресторанов, потому что категория "распылитель" уникальна сама по себе и не каждое заведение пользуется такими моделями, к тому же далеко не все производители предлагают их. Распылитель позволяет беречь продукт и хорошо распределить по листьям салата масло. Модель недорогая, выглядит презентабельно и красиво, обладает простым дизайном с четкими линиями, но при этом сделана из высококачественного сырья".

Итак, наборы для специй из стекла и металла популярны как среди частных покупателей, так и среди ресторанов и столовых из-за интересного дизайна и удобства пользования.

## Сквозь стекло...

Когда речь идет о кухонной посуде, на первый план выходит уже не дизайн, а прочность, долговечность и

легкость в обращении. Кухонная посуда со стеклянными крышками сейчас широко распространена. Но какие преимущества и недостатки имеют стеклянные крышки, в том числе с металлическим окаймлением?

- Окантовка - это дело вкуса, - уверена **Оксана Чех.** - Для домохозяек в данном случае главное - увидеть, в какой стадии готовности находится блюдо. Поэтому окантовка не свидетельствует ни о статусе человека, ни о качестве изделия. Это исключительно дизайнерское предпочтение.

Что касается нашей компании, то мы можем предложить премиум-линейку **Vision.** В ней сковородки с крышками из жаропрочного стекла имеют обрамление из нержавеющей стали. Эти модели рекомендованы даже для духового шкафа, стекло выдерживает температуры +250-300°C. В то же время у нас есть серия, в которой крышки выполнены только из стали. Они тоже очень хорошие, но ухаживать за ними сложнее, так как в отличие от стекла на металле постоянно остаются пятна. Недостаток стекла в том, что оно бьется. Нержавеющая сталь более прочная, меньше подвержена внешним воздействиям, а срок службы изделия практически не меняется. Основные критерии выбора - это удобство пользования и современный дизайн.





Заварочный чайник из стекла и металла Berghoff



Еще об одном достоинстве стеклянных крышек рассказал **Михаил Овсепов, руководитель департамента регионального развития компании Berghoff:**

- У нас есть серия кухонной посуды, которая называется **Orion**. Все крышки этой серии выполнены в стекле. Основное преимущество - это дырочки для выхода паров, сделанные в стеклянной крышке. Они способствуют уменьшению давления внутри емкости посуды, что помогает прожарить продукт изнутри, при этом не потушив его.

### Его Величество Подстаканник!

Стаканы с подстаканниками - не сильно распространенный, но достаточно известный предмет посуды. Отсутствие креплений между стеклянными и металлическими частями обеспечивает удобство использования и прочность. Кроме того, если стаканы часто трескаются, бьются и нуждаются в более частой замене, то

срок функционирования металлических подстаканников практически неограничен. Стеклянные и металлические элементы изготавливаются на разных предприятиях. Об основных требованиях к качеству металлического подстаканника и особенностях дизайна рассказывает **начальник группы продаж "Кольчугцветмет" Ирина Валуева (Владимирская область):**

- Конечно, главный критерий оценки подстаканника - это качество, а именно отсутствие язв, отслоений, трещин. Также не должно возникать проблем с покраской, полировкой и штамповкой, не должно повреждаться стекло. Основные металлы, которые мы используем - латунь, нейзильбер и серебро 925-й пробы.

Латунь - наиболее дешевый вариант для невзыскательного покупателя, нейзильбер - это классика, испокон веков из него делают подстаканники, он отлично сочетается со стеклом. Для людей с более высоким достатком, пользующихся посудой премиум-класса, - серебро.

Мы ориентированы на любого покупателя, но главный наш клиент - РЖД. В ресторанах подстаканники не пользуются спросом. Иногда нам делают заказы небольшие столовые и кафе, но и это случается нечасто.

### Френч-пресс: поединок пластика и нержавеющей стали

Еще один предмет посуды, конструкция которого невообразима без стеклянных и металлических элементов - это френч-пресс. Эти кофейники были разработаны еще в 1920 году во Франции. Тогда вся конструкция состояла исключительно из нержавеющей стали стержня, ручки, сеточки и держателя колбы из жаропрочного стекла. Сейчас выбор френч-прессов на российском рынке достаточно велик, большинство привезено из Европы и Китая. Френч-пресс с сочетанием стекло-металл (хирургическая сталь - жаропрочное стекло) - вариант для ресторанов премиум-класса, обращающих внимание на качество и статусность посуды. Кроме того, хирургическая сталь хорошего качества не подвержена коррозии, не дает вкусовых оттенков, ее срок годности практически неограничен.

Френч-прессы более низкой ценовой категории выполнены из стекла, имеют стальной стержень, но стеклянную колбу держит пластиковая конструкция с ручкой из того же материала. Конечно, такой френч-пресс проигрывает и в долговечности, и в дизайне. Однако

компания **Vitesse** выпустила целую линию заварочных чайников и кофейников с пластиковым корпусом, который скрывает более 50% площади стеклянной колбы. На пластик нанесены цветные изображения различных стилей и тематик. Однако такой дизайн применим скорее для дома, рестораны выбирают более простые по дизайну предметы, состоящие из стекла высокого качества и нержавеющей стали без изображений. Заведения общественного питания стараются избегать употребления френч-прессов с пластиковыми элементами.

### Зачем кружке крышка?

Многие потребители никогда не видели пивных кружек с крышками. Подобная полусувенирная продукция выпускается несколькими немецкими фирмами и поставляется в Россию. Крышка сохраняет вкус пива и позволяет ему "не выдыхаться". **Эльвира Вердиева, руководитель отдела закупок компании "Полная чаша"** рассказала, почему данная продукция практически не встречается на прилавках:

- Мы поставляем в Россию коллекционные пивные кружки **King**, сами они из стекла и керамики, а крышки - металлические (из олова). Люди покупают их для себя или в подарок, общепиту они неинтересны. Но сейчас мы резко сокращаем поставки **King** в Россию, так как спрос на продукцию упал. Все дело в том, что китайские производители выпустили целую

Пивные кружки с оловянными крышками King



Чугунная сковорода со стеклянной крышкой Berghoff



Емкости для специй Berghoff



серию похожих пивных кружек, но без оловянных крышек. Естественно, их стоимость ниже почти в два раза. Таким образом, они перебили у компании **King** весь оборот. Поэтому немецкие кружки с сочетанием стекло-металл утратили свою популярность в нашей стране.

### Особенности сочетания

Интересен не только дизайн изделий из стекла и металла, но также и особенности их производства, контроль качества.

- Я считаю, что главное наше преимущество - это удобство нанесения логотипа. Нанести логотип или узор на стекло намного сложнее, чем на металл. У нас на производстве трудятся дизайнеры, которые разрабатывают новые модели подстаканников. Основное, чем они руководствуются, - это тенденции. Если идет спрос на охотничью тему, то разрабатываем различные вариации на эти сюжеты. Также очень много моделей мы создаем под заказ. Сей-

час занимаемся морской тематикой, так как крупная компания заказывает большое количество подстаканников для собственного потребления. Кроме того, вся наша продукция имеет клеймо в виде глухаря, это фирменный знак предприятия, - рассказывает **Ирина Валуева**.

**Ольга Костина** отдает предпочтение европейскому производству:

- Самые передовые технологии производства применяют итальянцы! У них хороший песок и, следовательно, отличное стекло. Кроме того, предусмотрен и двойной контроль качества, и лучшая полировка. Китай поставляет наименее качественную продукцию. Они закрывают глаза на неровные стыки в посуде, наплавления. Итальянская посуда из стекла и металла пользуется популярностью у ресторанов. Некоторые рестораторы предпочитают, чтобы посуда была из фарфора, но на столе тем не менее присутствовал набор для специй из стекла и металла. На самом деле все зависит от сти-

ля ресторана, от его интерьера и прочих факторов.

### Недорогая комбинация

При покупке посуды потребитель прежде всего смотрит на внешний вид, а затем на цену изделия. Надо сказать, ценовой диапазон изделий из стекла и металла очень велик.

- Если взять **Vitesse**, то там стеклянные чайники дороже, чем комбинированные, - рассказывает **Ася Дева**. - Из-за хрупкости стекла и оригинального дизайна цена доставки товара повышается. Также многое зависит от разновидности стекла: закаленное стекло по цене намного выше обычного. Важно и то, какой вид металла используется. Из этого и складывается цена продукции.

**Оксана Чех** объясняет невысокую стоимость стеклянных деталей следующим образом:

- Стеклянная колбочка стоит меньше, чем металлическое тело. Так что если сравнивать металлические модели с комбинированными, то первые всегда будут стоить дороже.

Однако некоторые эксперты рынка считают, что такую посуду нельзя отнести к определенной ценовой категории лишь потому, что стоимость стекла и металла сильно различается.

- Диапазон цен на подобные модели очень широк. Если ресторан высокого класса приобретает стекло-металл, то выбирается качественная сталь, дорогой, эксклюзивный дизайн либо сталь с посеребрением, которые производятся компанией **Sambonet**, предлагающей более изящные, утонченные, подходящие к любому интерьеру модели, - рассказывает **Ольга Костина**.

Сочетание стекло-металл можно найти практически в любой линии посуды: это не только чайники, наборы для специй, кружки и кухонная посуда со стеклянными крышками. Металлические элементы также присутствуют в коробках для чая и кофе с фиксируемыми крышками,

бокалах для вина (иногда делают стальные ножки), многоярусных вазах для фруктов, в которых используется стальной держатель, позолоченный или посеребренный.

Основное требование к качеству таких изделий - это гладкость, прочность и отсутствие вкусовых оттенков металла, а также прозрачность стекла и его жаропрочность.

Необходимо, чтобы предмет был пригоден для мытья в посудомоечной машине. Основные металлы, используемые в сочетании со стеклом, - нержавеющая сталь, латунь, нейзильбер, серебро и олово. Также используется стекло разного качества. Эталон производства стекла для посуды - это Италия, товары, произведенные из наименее качественного сырья, предлагает Китай. Кроме того, стекло высшей пробы, как правило, используется для простых по форме, гладких и матовых предметов посуды. Если же стекло рифленое, с нанесенным на него мелким узором, то такая посуда, скорее всего, сделана из недорогого сырья и в необработанном виде стекло бы выглядело мутным и неровным.

У посуды из стекла и металла очень широкая аудитория покупателей: начиная от частных лиц с небольшим и средним достатком и заканчивая ресторанами премиум-класса.

- Выбор такой посуды - дело вкуса каждого человека. Если речь идет о столовой или ресторане, то, прежде всего, посуда должна вписываться в интерьер, "идеологию" ресторана", - считает **Оксана Чех**. Сочетание стекла и металла - самое популярное из всех сочетаний материалов в посуде (есть дерево и металл, силикон и металл и т.п.), что в принципе неудивительно: прозрачность и прочность - заманчивый дуэт для большинства покупателей.

**Юлия Попова,**  
**"DEBUST-БЮРО"**

Набор для специй из стекла и металла "Полная чаша"





## Где изготавливается посуда из стекла и металла

Как правило, у каждого завода по изготовлению посуды своя специализация. Производство стеклянной, чугунной, деревянной посуды идет на разных предприятиях. А как организовано изготовление моделей с сочетанием стекла и металла?

### Ольга Костина, продукт-менеджер компании "Сухаревка":

- Производители нержавеющей стали закупают дополнительные предметы - стеклянные колбочки - на профильных предприятиях и дополняют их металлическими элементами. Кроме того, детали из стекла могут завозиться из других стран, например из Италии, так как там качественный песок. У каждого завода своя специализация, и поэтому так поступать проще всего.

### Михаил Овсепов, руководитель департамента регионального развития компании Berghoff:

- Производство кухонной посуды из металла у нас сосредоточено в Бельгии, а вот стеклянные и фарфоровые модели изготавливаются на заводах в Средней Азии. Естественно, везти крышки для кухонной посуды из Азии в Европу дорого и неудобно, поэтому при заводе в Бельгии мы открыли небольшое предприятие, занимающееся только изготовлением стеклянных крышек для наших моделей кухонной посуды.

Таблица цен продукции из стекла и металла крупнейших брендов

Бренд	Набор для специй	Сковорода со стеклянной крышкой	Френч-пресс
Vitesse	От 210 руб.	От 940 руб.	От 600 руб.
Gipfel	От 500 руб.	От 1 200 руб.	От 850 руб.
Calve	От 340 руб.	От 1 000 руб.	От 250 руб.
Tescooma	От 300 руб.	От 800 руб.	-
Tefal	-	От 900 руб.	-
Berghoff	-	От 1 100 руб.	От 1 300 руб.
Bodum	От 190 руб.	-	От 950 руб.

**Хрустальные бокалы**

- для отеля
- ресторан
- кафе
- бар

и также пиво для их наполнения.

**Бокалы Spiegelau:**

- Обладают повышенной прочностью.
- Не желтеют и не тускнеют со временем.
- Не содержат свинца.
- Подходят для мытья в посудомоечной машине.
- Формируют стиль и имидж заведения.
- Позволяют раскрыть вкус и аромат напитка.

*Изготавливаются в семье мастеров высшего класса линии Австрия*

**simple**  
... не просто вино  
ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ИМПОРТЕР В РОССИИ

+7 495 510 50 01  
www.simple.ru

# RCR CRISTALLERIA ITALIANA - живой хрусталь

RCR Cristalleria Italiana  
Posuda August-September  
RCR - Revisited.  
New collections in a New  
material, Luxion



Произошедшая в 2007 году реорганизация компании ознаменовала собой новый виток в сорокалетней истории развития всемирно известного итальянского производителя хрусталя Calp. Для соединения компании с основным и широко известным в мире брендом RCR название компании было изменено с Calp на **RCR Cristalleria Italiana**.

Сегодня в основе концепции **RCR Cristalleria**

**Italiana** лежит принцип усиления позиций на внутреннем и международном рынках товаров для сервировки стола, декоративных изделий и сувенирно-подарочной продукции двух брендов компании - **RCR Home & Table** и **RCR DaVinci**, направленных на различные целевые аудитории.

**RCR Home & Table** - это новая коллекция для современного гостеприимного дома, в которой сочетаются тенденции минимализма и традиционная классика. Коллекция RCR Home & Table признана стать отправной точкой в создании нового представления об интерьере и декорировании сегодня и в будущем благодаря оптимальному соотношению цены и качества продукции.

Наряду с классической продукцией из хрусталя компания RCR Cristalleria Italiana предлагает своим

клиентам изделия из нового революционного материала Luxion, созданного и разработанного в лабораториях RCR. Luxion - это материал, полученный в результате плавления нескольких видов особо чистых природных материалов и позволяющий воссоздать уникальные свойства хрусталя, которые человечество искало уже давно.

В настоящее время Luxion запатентован как бренд, и оформление изобретения инновационного материала Luxion находится в стадии окончательной регистрации.

**Luxion** обладает рядом уникальных свойств:

- Максимальная прозрачность. В Luxion коэффициент транспарентности вдвое выше, чем у изделий из стекла.

- Повышенная механическая прочность. Изделия из Luxion изготовлены с использованием техно-







логии "тянутой ножки", что помимо повышения эстетических свойств продукции, является гарантией сверх прочного соединения ножки и бокала.

- Игра света. Материал Luxion имеет самые высокие яркие характеристики.

- Устойчивость. Благодаря повышенной устойчивости за счет идеально ровной поверхности основы дна ножки изделие выдерживает нагрузку при мытье в посудомоечной машине.

Luxion является идеальным материалом для профессионального использования. В коллекции **RCR Home & Table** представлены серии **Daily, Invino, Roxy и Alter**, основной характеристикой которых является использование гладких, не имеющих дополнительной декоративной нагрузки форм, соответствующих стандартным и повышенным требованиям профессиональных сомелье.

**Daily:** новая серия, которой RCR Cristalleria Italiana, прочит большое будущее в сфере профессиональной посуды. Благодаря технологии повышенной прочности формирования соединения ножки и бокала, а также широкой линейке серия Daily соответствует самым современным стандартам и подходит для сервировки любого национального стола.

**Invino:** идеальна для дегустации, так как создана при участии высокопрофессиональных энологов и сомелье для дегустации и раскрытия индивидуальных свойств и ха-

рактеристик вин.

**Roxy:** это уникальная игра света. За счет увеличенной толщины дна и большого диаметра, достигается совершенное равновесие между прозрачностью и яркостью.

**Alter:** новое сочетание требований техники дегустации и правил сервировки стола, а также функциональность формы, позволяющая правильно дозировать наливаемое вино.

#### **Luxion - практичность, дизайн и креативность**

Наиболее популярная в коллекции RCR Home & Table серия Fusion создана в результате объединения двух основных форм: сферы и куба. Основными характеристиками серии являются универсальность и повышенная функциональность, необходимые для повседневного использования.

Предметы этой серии, действительно, идеальны, поскольку их можно использовать в течение двадцати четырех часов в сутки: от завтрака и обеда до пятичасового аперитива. Серия Fusion включает широкий ассортимент предметов для сервировки стола, подарочно-сувенирных изделий, включая вазы и различные декоративные изделия для воплощения творческих идей по оформлению и украшению вашего дома.

Но не будем забывать, что традиционным направлением RCR Cristalleria Italiana является производство изделий из хрусталя. Признанной во всем мире считается коллекция

RCR DaVinci, воплотившая в себе изысканность итальянского стиля и модные тенденции.

RCR DaVinci Collection - это мир престижа и красоты, гармонии стиля и формы, созданных в лучших традициях сервировки стола. Не смотря на то, что каждый элемент коллекции DaVinci - это произведение искусства, все предметы отличаются функциональностью, удобны и подходят для ежедневного использования.

RCR DaVinci Collection представляет новую линию Optical. Основным акцентом серии Optical является графика, воплощенная в виде линий, квадратов и колец, нанесенных на поверхности бокалов, стаканов, графинов и рюмок.

При этом графика декора в Optical приятно сочетается с современными формами самих предметов.

**Optical** - серия, созданная для тех, кто ценит элегантность и рафинированность форм, характерные для геометрии. Коллекция RCR DaVinci прив-



лекает чистотой и рациональностью форм, очарованием сочетания матирования и гравировки в декорах **Optical: Edmi, Vintage, Infinito, Trio.**

Новая линия Optical сделает ваш стол эксклюзивным и превратит каждое застолье в незабываемый праздник.



# 5<sup>th</sup> International Gift Exhibition

# REGALO<sup>®</sup>

## Spring - Summer

19-21 February, 2009  
**NDK, Sofia, Bulgaria**



Gifts

Home Decorations  
& Textile

Fashion  
Accessories

Household Items

For participation:



tcl./fax: +359 32/945 459  
office@viaexpo.com  
www.viaexpo.com





НОВИНКА

# ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СТЕКЛО ART CRAFT

СЛУЖБА СНАБЖЕНИЯ БАРОВ, КАФЕ, РЕСТОРАНОВ, КАЗИНО, НОЧНЫХ КЛУБОВ, ОФИСОВ

Москва, Бережковская наб., д.12а  
тел.: (495) 789-38-39  
факс: (499) 240-30-51  
e-mail: info@almin.ru



Казань, ул. Набережная, д.1  
тел.: (843) 240-72-72  
факс: (843) 512-90-07  
e-mail: info@almin-kazan.ru

Ищем дистрибьютеров в регионах, тел.: 8 (926) 007-06-12



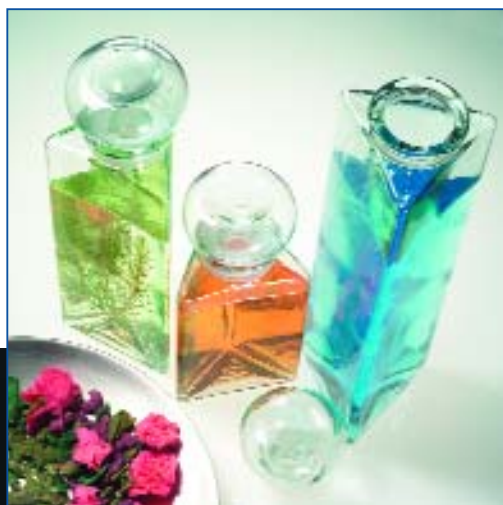
# СВЕ

мастерство,  
превосходящее время



*Стекло рождается из союза  
самых древних элементов  
Земли...*

*Оно прозрачно  
и пластично, как вода.*



*Оно прочно и устойчиво,  
как камень.*

*Оно сформировано  
теплом огня.*







Традиции тосканской земли и ее мастеров-стеклодувов перенесены в Россию.

Мы можем выполнить многочисленные желания клиентов благодаря широкому ассортименту изделий, но самое главное - имеем возможность произвести изделие по индивидуальному заказу для самого разнообразного спроса.

**Компания "СВЕ"**

**Руководитель: Анатолий Заверняев**  
**Тел.: (495) 510-33-15, (495) 790-45-03**  
**E-mail: a.zavernyaev@sve-rus.ru**  
**Офис в Италии "SVE Italia srl"**  
**Тел. +39 (0571) 8-03-46**  
**Факс +39 (0571) 8-23-81**  
**E-mail: sani@sve.nu**  
**http:// www.sve.nu**





# Высокие технологии профессиональной посуды!

**SKK**  
Cast in Germany



**За последние годы на российском рынке посудных изделий с антипригарным покрытием произошли существенные изменения в сторону повышения качества посуды.**

В связи с повышением требований покупателя к качеству и экологичности продукции с рынка постепенно уходят изделия, чьи потребительские свойства не соответствуют современным требованиям, ведь срок жизни

ни дешевой посуды с антипригарным покрытием в среднем составляет 2-3 месяца. Покупатели заинтересованы в износостойком покрытии, позволяющем применять не только деревянные, но и металлические лопатки при приготовлении блюда.

В связи с этим многие фирмы стараются предоставить покупателю продукцию, соответствующую современным стандартам. Однако только единицам удается предложить рынку изделия, обладаю-

щие высокими потребительскими свойствами, подтвержденными соответствующими сертификатами и международными гарантиями.

Исторически немецкие изделия являлись гарантией качества, поэтому марка **SKK** сразу завоевала популярность на российском рынке. Привезенная из Вестфалии, сердца земель Северного Рейна, продукция марки SKK заняла достойную нишу в ряду современной высокотехнологичной посуды премиум-класса. С 2003 года поставками SKK из Германии занимается компания "Текслен".

В ходе проведенного тестирования доказано неоспоримое конкурентное преимущество титано-керамического покрытия по сравнению с гладким тефлоновым по экологичности и износостойкости. При приготовлении еды в такой посуде можно пользоваться металлическими столовыми приборами, при этом пища не пригорает и не пристает к стенкам.

На протяжении ряда лет специалистами SKK были



разработаны несколько видов современных долговечных антипригарных покрытий. Сегодня компания предлагает потребителю широкий ассортимент изделий в данном рыночном сегменте и самый богатый выбор вариантов антипригарного покрытия (DURIT, INDUKTION, PREMIUM, DIAMANT, BLACK DIAMANT). Помимо этого под торговой маркой SKK производятся изделия из стали 18/10: кастрюли, ножи, кухонная утварь. Обо всех новинках мы обязательно будем информировать вас в следующих номерах журнала.

**Москва,  
Сколковское шоссе, 25.  
Тел.: 446-19-19,  
925-76-75  
E-mail: [texlen@mail.ru](mailto:texlen@mail.ru)  
[www.texlen.ru](http://www.texlen.ru)**

## ТАЙНЫ ВЕРСАЛЬСКОГО ДВОРА...



**Seltmann**  
Weiden

В апреле 2008 года немецкий концерн Seltmann Weiden выпустил новую серию изысканной и элегантной посуды под названием "Версаль". Дизайн серии выполнен в стиле французской резиденции короля Людовика XIV, славящейся на весь мир утонченным французским шиком и непревзойденной роскошью. Увидеть новую серию "Версаль" вы можете, заглянув в магазин "Дом Фарфора" на Ленинском проспекте. И кто знает, может быть, красота и уют версальских садов, созданных для короля-солнца, принесут в ваш дом нотку французского шарма, воплощенного в серии "Версаль".

За более подробной информацией обращайтесь в московское представительство компании Seltmann Weiden: +7(495)746-22-26 или по адресу [grim@alfamail.ru](mailto:grim@alfamail.ru)





ПРОИЗВОДИТЕЛИ

# СТИЛЬ ВРЕМЕНИ



**ООО "ОПЫТНЫЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД"**

Тел./факс: +7 (49241) 2-48-61, 2-54-00,  
2-28-78 93-2-60, 93-3-78, 93-3-52

**[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)**

Администрация Волгограда, ВЦ "Царицынская ярмарка"

**22-24 октября 2008**

XXV специализированная выставка  
с международным участием



# **ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**

## **РЕСТОРАН. БАР. СУПЕРМАРКЕТ**



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

# **ВОЛГОГРАД**

Дворец Спорта Профсоюзов

ВЦ "ЦАРИЦЫНСКАЯ ЯРМАРКА"

400005, Волгоград, пр. Ленина, 88, офис 504

Тел./факс: (8442) 23-33-77, 26-50-34, 26-95-07, e-mail: [zarexpo@avtlg.ru](mailto:zarexpo@avtlg.ru)



# Коллекция "Серенада"

Материал - накладной хрусталь



ООО "Торговый Дом "Гусевской Хрустальный завод"



601500, г. Гусь-Хрустальный, Владимирской обл., ул. Калинина, 28.

Тел./факс: (49241) 3-02-34, 2-04-73

E-mail: market@ghz.ru, manager4@ghz.ru

<http://www.ghz.ru/>



# ЛЫСЬВЕНСКАЯ ПОСУДА - НА ПОРОГЕ ЮБИЛЕЯ



**Начало осени на Лысьвенском металлургическом заводе ознаменуется важной юбилейной датой. Не одно десятилетие ОАО "АК ЛМЗ" выпускает превосходную эмалированную посуду прежде всего для российского покупателя. В преддверии праздника нашему журналу удалось побеседовать с заместителем генерального директора по коммерческим вопросам Валерием Сергеевичем Малыгиным (В.С.).**

**Корр.: - Лысьвенский металлургический завод известен как крупное градообразующее предприятие федерального значения. Какое значение в будущем ОАО "АК ЛМЗ" будет уделять выпуску посуды? Планируется ли расширение производного ассортимента?**

**В.С.:** - Существует программа развития различных производств компании. Она предусматривает увеличение объемов выпуска и продаж эмалированной продукции, а также значительные инвестиции в оснащение цехов новым оборудованием. В результате ассортиментный ряд наших изделий непременно расширится.

**Корр.: - Как вы считаете, в чем заключаются конкурентные преимущества лысьвенской посуды перед эмалированной посудой других производителей?**

**В.С.:** - Это стабильно высокое качество, приемлемая цена, большое разнообразие выпускаемых изделий для различных целевых аудиторий. А кроме того, экологичность и безопасность посуды в применении, ведь наша продукция проходит обязательную сертификацию и имеет гигиенические заключения.

**Корр.: - Как выглядят основные покупатели посуды, изготовленной на ОАО "АК ЛМЗ"?**

**В.С.:** - Мы используем многоуровневые каналы товародвижения: от мелкого до крупного опта. Большую долю занимают крупные торговые компании, которые через свои каналы дистрибуции осуществляют комплексные поставки товаров народного потребления по всей стране. И только благодаря их усилиям и заслугам лысьвенская посуда присутствует на прилавках крупнейших торговых сетей: "Пятерочка", "Фамилия", "Магнит", "Виват", "Семья" и др., выдвигающих жесткие ценовые барьеры и условия поставок. Напрягая завод поставляет продукцию только в торговую сеть ИКЕА.

**Корр.: - Какова доля экспорта посуды в страны дальнего и ближнего зарубежья?**

**В.С.:** - Доля экспорта эмалированной посуды на сегодняшний день приближается к 10%. Продажи в страны ближнего зарубежья в последние годы увеличиваются. В этом году у нас были поставки в США. В перспективе компания нацелена экспортировать посуду в другие страны дальнего зарубежья.

**Корр.: - Насколько часто происходит обновление оборудования для изготовления эмалированной посуды?**

**В.С.:** - Согласно плановой работе осуществляется постоянное поддержание существующего парка оборудования в работоспособном состоянии, а также производится замена изношенного и морально устаревшего оборудования (сварочных машин, установки

ТВЧ, погрузчиков и т.д.). В последние годы инвестирование в оборудование производства эмалированной посуды выросло в несколько раз, поскольку без постоянной модернизации производства нам не удержаться в числе лидеров.

**Корр.: - Многие предприятия не смогли пережить трудные годы экономических преобразований. Что помогло вам не только преодолеть текущие трудности, но и остаться лидером в своем сегменте?**

**В.С.:** - Мы не стоим на месте как в организационном, так и в технологическом плане. Если говорить об организации, то предприятие постоянно реформируется в отношении современных форм хозяйствования. В трудные 90-е годы в компании было образовано дочернее общество ЗАО "СТЭМА", которое эффективно адаптировалось в зарождающихся рыночных условиях. В дальнейшем ОАО "АК ЛМЗ" приняло на себя производственно-бытовую функцию выпуска эмалированной посуды, обеспечив его достаточными ресурсами в условиях постоянно растущего спроса на нашу продукцию. Сегодня рыночная доля нашей продукции составляет более 20%. Компания выпускает более 60 наименований посудных изделий и постоянно движется в направлении совершенствования форм выпускаемой продукции, расширения ассортимента ряда и декоративного оформления изделий.

**Корр.: - На чем строятся взаимоотношения с вашими партнерами?**

**В.С.:** - Мы вводим в ежегодную практику проведение потребительских конференций с нашими партнерами. В ходе последней конференции были подняты такие вопросы как: региональное распределение нашей продукции, совместное продвижение за счет консолидации рекламных бюджетов компании и торговых партнеров, информацион-

ное обеспечение и т.д. Мы изменили работу по информированию потребителей об ассортименте и обновлении продукции, усилили маркетинговую работу с партнерами, уделяли большое внимание обеспечению партнеров рекламно-полиграфической продукцией. Проведение совместных торговых акций показало значительные возможности увеличения продаж в регионах. Препными остаются постоянные контакты с нашими партнерами на традиционных осенней и весенней выставках "Хозтовары и мебель" в Москве.

**Корр.: - Какие новинки вы предлагаете покупателям в следующем году и можно ли будет их увидеть на выставках в конце текущего года?**

**В.С.:** - Готовясь к очередной выставке, мы большое внимание уделяем выпуску новинок именно с целью продемонстрировать их посетителям выставки. Так что, конечно, скоро их можно будет увидеть. Планируется показать и новую форму, и модели, укомплектованные итальянской термостойкой фурнитурой.

**Корр.: - В сентябре вашему производству исполняется 95 лет. Как вы планируете отметить свой юбилей?**

**В.С.:** - Да, 13 сентября действительно юбилейная дата. И в этом году у нас запланирован ряд торжественных и развлекательных мероприятий:

- экскурсии по производству и встречи с ветеранами;
- конкурс на лучшее оформление стенгазеты от каждого отдела, участка;
- награждение передовиков производства;
- праздничный вечер, посвященный юбилейной дате.

В местных СМИ мы планируем осветить деятельность нашего производства и познакомить читателей с мнениями авторитетных работников.

**Вопросы задавал  
Алексей Трембицкий**







ЛЫСЬВЕНСКИЙ  
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ  
ЗАВОД

*Тотовь  
со вкусом!*



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



**16 - 18 ОКТЯБРЯ 2008 г.  
СОЧИ, Выставочные павильоны  
на Театральной площади**

**IX специализированная выставка**

# **«ГОСТИНИЧНО- РЕСТОРАННЫЙ ОЛИМП»**

**КОНФЕРЕНЦИЯ, СЕМИНАРЫ,  
ТРЕНИНГИ И МАСТЕР-КЛАССЫ  
ДЛЯ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ**

При поддержке:



**Администрации города Сочи**



**Торгово-промышленной палаты Сочи**

**ОРГАНИЗАТОР:**

**НАМ 10 ЛЕТ!**

**Выставочная компания «СОЧИ-ЭКСПО ТПП г. СОЧИ»**

**Тел./факс: (8622) 642-333, 647-555 доб.109, (495) 745-77-09**

**E-mail: ind\_kurort@sochi-expo.ru; www.sochi-expo.ru**





# АМЕТ

## тепло уральских рук



**В 2008 году ОАО "Ашинский металлургический завод" исполнилось 110 лет. Сегодня это динамично развивающееся предприятие, выпускающее не только металлопрокат, ленту, магнитопроводы, но и уникальный ассортимент товаров народного потребления. Производство ТНП - это более 500 млн. руб. товарной продукции ежегодно, более 400 наименований изделий в ассортименте, около 800 человек работающих и более чем 35-летняя история развития. Вся продукция и материалы регулярно подвергаются тщательному контролю на соответствие нормативно-технической документации и нормам безопасности для здоровья со стороны государственных органов и внутренней службы контроля качества завода.**

За все время существования производства термосов выпущено более 6,5 млн. изделий. На сегодняшний день термосы под торговой маркой "АМЕТ" прошли проверку качества временем, и этот факт ежегодно подтверждается высокой степенью лояльности потребителей. Знают и любят рыбаки, охотники, автомобилисты наши "Туристы"; на даче, в офисе и дома встречаются гос-

тей с термосами "Гейзер"; для заварки лечебных трав используют "Родник" в оздоровительных и спортивных учреждениях; "Дорожный", "Премьер" и "Вице-премьер" незаменимы в командировках и дальних поездках. Нефтяники, газовики, сельхозработники получают горячие обеды в трех- и двухсекционных термосах "Экспресс". Мы гордимся партнерскими отношениями с крупнейшими предприятиями автомобильной отрасли. Наши термосы неоднократно удостоивались наград Всероссийского конкурса "100 лучших товаров России", но главная награда - это признание наших покупателей. Термосы - прекрасный и полезный подарок родным, близким и друзьям. К праздникам и юбилеям декоративные термосы с корпоративной символикой могут стать удачными подарками для работников различных предприятий и компаний.

Посуда "АМЕТ" из нержавеющей стали давно завоевала сердца российских потребителей. Серии "Классика", "Классика-Прима", "Славяна", "Дачная" - для самых разных потребительских предпочтений. Одно из постоянно развивающихся направлений в течение последних двух лет - производство посуды и инвентаря для предприятий общественного питания. В 2008 году более 20 млн. рублей направлено на закупку оборудования (полировальной линии и гидравлического пресса) для производства цельнотянутых кастрюль и сотейников большой емкости, что позволит выпускать конкурентоспо-



собную на рынке продукцию, в том числе и с теплораспределительным слоем.

Новинки этого производства - цельнотянутые кастрюли и сотейники емкостью 10 и 20 л - в числе лучших товаров Челябинской области 2008 года. Готовятся к выпуску: миски 2-6 л, подносы, разливательные ложки 2 л, щипцы для мяса и хлеба, сковороды 5 л, сотейники 10 л.

Традиционное производство столовых и кухонных принадлежностей пополнилось в 2008 году новой серией кухонных принадлежностей "Премьера", а к концу года потребители увидят видоизмененные столовые приборы серии "Узоры".

Для поклонников дачного сезона разработана и выпущена серия мелкого садового инвентаря "Дачник", мангал "Дачный", тренога, экономичная серия походных котелков, цилиндрические коптильни из нержавеющей стали и традиционные прямоугольные коптильни.

С продукцией "АМЕТ" можно ознакомиться на сайте [www.tnp-amet.ru](http://www.tnp-amet.ru)  
Работает интернет-магазин.

**ОАО "Ашинский металлургический завод"**  
456010, г. Аша, Челябинской обл., ул. Мира, 9.  
Тел.: (35159) 3-18-72, 3-30-14





# Arti·M НОВОЕ И ЛУЧШЕЕ ДЕНЬ ЗА ДНЕМ

Пять лет назад компания "Арти-М" стремительно ворвалась на посудный рынок и в рекордные сроки стала его крупнейшим участником. "Арти-М" сегодня - это порядка 20 000 наименований посуды из фарфора, хрусталя и керамики, сувениров, картин, постеров, декоративных светильников и эксклюзивных предметов мебели. Итог пятилетней работы - обширная клиентская база по всей территории России, филиалы в Санкт-Петербурге и Киеве и собственная торговая марка "Лефард".

Сезонность в посудном бизнесе - факт общеизвестный. Летом рынок замирает: рядовые потребители уходят в отпуска, ритейлеры делают закупки все реже, а крупные оптовые фирмы перестают удивлять новинками. Менеджеры компании "Арти-М" используют период межсезонья по-другому. Лето в "Арти-М" - время новинок и экспериментов, проб новой продукции и работы над ассортиментом к "горячему" сезону. Оценить результаты смогут посетители осенних московских выставок, в которых "Арти-М" принимает активное участие.

## Для праздничного стола

Одним из хитов ушедшего лета стала коллекция "Золотые рыбки", выполненная из фарфора высочайшего качества. Тонкая ручная работа и замысловатые формы моментально привлекли внимание покупателей, которые снова и снова возвращаются за новинками серии. Многие модели в коллекции изготовлены на заказ по авторским эскизам специально для российского потребителя: например, для исконно русских икры и чая с лимо-



ном можно подобрать оригинальную икорницу или блюдо для лимона.

Производство "рыбок" - сложный и трудоемкий процесс. Воспроизвести подобное качество фарфора способны лишь две-три фабрики на территории Китая, ведь грубая подделка будет видна невооруженным глазом.

### А знаете ли вы, что:

*традиционно в фэн-шуй золотые рыбки считаются символом богатства, благополучия и успеха в финансовых делах. Поэтому практически в каждом офисе в Гонконге и Тайване есть аквариум с золотыми рыбками.*

ный сервиз и дополнить интерьер кухни декоративными элементами, решенными в том же стиле. Коллекция выполнена в двух оттенках - "слоновая кость" и "сливочная карамель". Оба оттенка превосходно сочетаются с текстилем в кофейных тонах и аксессуарами из соломки в стиле кантри.

### А знаете ли вы, что:

*посуда Sweet Home неоднократно была представлена на престижнейших европейских выставках и снискала популярность у взыскательных европейцев.*

## Для модной кухни

Коллекция из высококачественного доломита Sweet Home воплощает новый современный подход к посуде для дома. Из сезона в сезон единый дизайн кухни остается на пике посудной моды. Стилевые решения создателей Sweet Home идеально вписываются в этот тренд: помимо оригинальной и разнообразной чайно-кофейной линейки, блюдо и конфетниц в коллекции представлены вазы, кашпо, подсвечники, фоторамки, пепельницы и светильники. Все предметы продается отдельно, что позволяет покупателю собрать собственный уникаль-

## Для уюта в доме

Трудно предположить, угаснет ли когда-нибудь любовь покупателей к традиционному декору fruits & flowers (плоды и цветы). Теплые цветочно-фруктовые расцветки привычны с детства, несут в дом уют и никогда не выходят из моды. В "Арти-М" эксклюзивно представлена посуда для чаепития "Беседа", в декоре которой использованы самые распространенные в России фрукты: яблоки, сливы, груши.

Российские традиции чаепития ничуть не уступают китайским. Наша "чайная церемония" - это долгие посиделки на кухне, когда за бесконечными разговорами те-







ряется счет времени, а варенье даже в самой большой банке тает с угрожающей быстротой. Наборы для варенья "Беседа" будут прекрасным подарком хорошей хозяйке, а ленивцы с легкостью смогут выдать магазинный джем за собственное произведение, переложив его из стандартной упаковки в изящную вазочку.

**А знаете ли вы, что:**

*фарфор с декором fruits & flowers выполнен в технике подглазурной росписи - когда рисунок наносится прямо на бисквитный фарфор, обжигается, а затем фиксируется глазурью. Такая техника обеспечивает сохранность декора от повреждений и царапин, а также позволяет без проблем использовать изделия в посудомоечных машинах.*

**Для души**

Фарфор считался прекрасным подарком во все времена, но сегодня преподнести в дар принято именно дорогие экземпляры. В компании "Арти-М" можно подобрать превосходный ассортимент подарочной продукции - от элитного столового фарфора до изящных статуэток ручной работы, выполненных лучшими итальянскими мастерами.

Трепетное отношение

потребителя к словосочетанию Made in Italy побудило "Арти-М" к расширению сотрудничества с итальянскими производителями. В настоящее время компания предлагает продукцию более чем тридцати итальянских фабрик, тщательно отобранных на лучших выставочных площадках Европы. Подбирая подарочный ассортимент для своих торговых залов, клиенты "Арти-М" все чаще делают выбор в пользу фирменного итальянского стиля, безупречного качества и внимания к деталям.

Коллекционные фарфоровые статуэтки S.V. Sabadin - классика фарфоровой пластики. Статуэтки, декорированные стразами Swarovski и 24-каратным золотом, производятся в Италии с 1975 года и ценятся коллекционерами по всему миру за верность традициям ручного способа производства: на фабрике трудятся лишь немногим больше двадцати человек. Художники Vittorio Sabadin используют только лучшие краски, не содержащие вредных компонентов; обжигаемые при 800°C, они не поблекнут никогда.

Подарочный ассортимент дорогого магазина был бы неполным без итальянского хрусталя. Отличный выбор - роскошная классика от фирмы Metalbi (вазы, конфетницы, икорницы, наборы



розеток, часы и пепельницы, декорированные бронзой и золотом). И конечно, знаменитая питьевая линейка Laurus от Same Decorazione: 24-каратное золото, нанесенное вручную, лучший хрусталь с содержанием свинца свыше 24% и утонченный дизайн.

**А знаете ли вы, что:**

*работы мастеров S.V. отвечают самым высоким стандартам качества и чистоты материала, а подпись Витторио Сабадина на каждом экземпляре и гарантийный сертификат подтверждают подлинность вещи. Все фигурки делаются вручную и вручную же расписываются; каждую стадию создания статуэтки синьор Сабадин контролирует лично.*

**Еще о преимуществах**

Компания "Арти-М" рада предложить своим настоящим и будущим клиентам низкие цены, удобное месторасположение, широчайший ассортимент, услуги доставки, комфортный торговый зал с бесплатным кафетерием и профессиональные услуги менеджеров. Во время сезонных распродаж и в рамках специальных предложений можно приобрести высококачественный

товар по поразительно низким ценам.

Все филиалы "Арти-М" организованы в едином формате, удобном для покупателя. Склады и выставочные залы всегда компактно расположены в одном месте, а для клиентов из отдаленных регионов работает сайт в сети Интернет, через который удобно заказывать последние новинки.

Приятен тот факт, что покупателей ждут и по субботам, а в горячий сезон подарков фирма работает по особому графику - до восьми вечера.

**Адреса и телефоны:**

**Москва**

Открытое шоссе, 15, стр. 24.  
Тел./факс (495) 661-01-01  
E-mail: info@arti-m.ru  
**Cash & Carry**  
ул. Дорожная, д. 48б.  
Тел. (495) 381-57-56

**Санкт-Петербург**

Красногвардейский пер., 23.  
Тел./факс: (812) 495-61-24,  
495-61-25  
E-mail: spb@arti-m.ru

**Киев**

Харьковское шоссе, 201/203.  
Тел./факс  
+38 (044) 291-56-01 (или 20)  
E-mail: arti-m@meta.ua



# Символ Нового, 2009 года от лучших художников мира



## Что год грядущий нам готовит?

По легенде, на празднование первого Нового года Будда пригласил всех животных, но явилось лишь двенадцать зверей. Явившихся Будда почтил, присвоив их имена годам календарного цикла - в том порядке, в каком животные приходили к нему. Следующий, 2009 год по китайскому календарю - это год под знаком Земли и Коричневой (Красной) Коровы (Быка, Буйвола).

Буйвол - герой многих волшебных сказок Китая. В Китае буйволов держали только для полевых работ, в пищу их не употребляли и относились к ним как к кормильцам с большим почтением. Во многих древних религиях Корова олицетворяет собой плодородие, изобилие и благоденствие. Согласно китайскому гороскопу те, кто появился на свет в год Быка, отличаются сдержанным, спокойным, терпеливым характером. Этим людей ценят за трудолюбие и за то, что на них можно положиться. Такими чертами обладают все, кому в предстоящем году исполняется 12, 24, 36, 48, 60, 72, 84 и 96 лет.

Все мы уже давно привыкли сверяться с "китайским", или "восточным", календарем в преддверии Нового года. Каждому хочется знать, под знаком какого животного он родился и что уготовила ему судьба в новом году. Символом следующего, 2009 года станет Корова, наделенная спокойным и терпеливым характером. Компания "Топ Стил" уже позаботилась о том, чтобы российские покупатели смогли сделать необычный и запоминающийся подарок себе и своим близким.

## Парад коров

Первый парад расписанных скульптур-коров был проведен в Цюрихе в 1998 году. Задача организаторов состояла в том, чтобы продемонстрировать таланты местных художников. Это мероприятие вызвало огромный интерес далеко за пределами Швейцарии. Американцы переняли инициативу, и второй в истории парад расписанных коров получил небывалый успех. Сегодня парад коров - одно из крупнейших международных культурных событий. Парады прошли более чем в 30 крупнейших городах мира - от Чикаго до Токио - с участием более чем 5 000 известных художников, расписавших около 4 000 коров. Парад коров захватил 4 континента и каждый год проходит в различных новых городах. Философия парада очень простая: поддержка гуманного искусства в урбанистическом окружении, возможность в каждом городе организовать островок счастья.

В 2005 году международный благотворительный арт-фестиваль "Парад коров" прошел в Москве, в резиденции посла Великобритании. На





благотворительном аукционе в качестве лотов были представлены 29 коров в натуральную величину, расписанных известными российскими художниками и музыкантами. Самая высокая цена - 38 000 евро - была предложена за корову, разрисованную Андреем Макаревичем.

### **"Топ Стиль": коровы на Новый, 2009 год**

Компания "Топ Стиль" представляет уникальный предновогодний проект, предложив на рынок точные уменьшенные копии коров, расписанных знаменитыми художниками. Коровы изготавливаются из фарфора или полистоуна и расписываются вручную. Каждая модель имеет подарочную коробку и паспорт, в котором собрана вся информация о реальном прототипе коровы. Скульптуры представлены в разных размерах: большом, среднем и маленьком. Каждые 6 месяцев дизайны коров полностью обновляются и на рынок выходит новая коллекция. Таким образом, компания "Топ Стиль" готова порадовать своих покупателей нестандартным, ни на что не похожим, удивительным подарком на Новый год!



Приглашаем покупателей  
на международную выставку  
**"ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2008"**  
в Гостином дворе по адресу  
Москва, Варварка, 3  
с 23 по 26 сентября 2008 года.

**Стенд D08**

"Топ Стиль Групп", Москва,  
Ул. Молодогвардейская, 57.  
Тел./факс 980-76-44  
E-mail: [info@topstylegroup.ru](mailto:info@topstylegroup.ru)

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

# ШВЕДСКИЙ КОНЦЕПТ БОЛЬШОЙ КУХНИ



**Компания Merx Team расширяет ассортимент продукции известного шведского производителя посуды и предлагает своим клиентам интересные решения по комплексному оснащению предприятий индустрии гостеприимства и общественного питания.**

Комплексный подход к оснащению ресторанов, баров и гостиниц сегодня стараются обеспечить многие крупные поставщики. Одними из первых такой подход стали практиковать зарубежные компании, в частности шведский концерн Merx Team AB. Это крупнейший в Швеции производитель профессиональной посуды и официальный поставщик шведской королевской семьи и Нобелевского комитета. Концерну принадлежат такие известные торговые марки посуды, как Xantia (профессиональный фарфор), Exhent (кухонная посуда и столовые приборы), X-rack и Orange (бизнес-сувениры). Российским рестораторам и ценителям высококачественной посуды эти и другие

торговые марки стали известны во многом благодаря ООО Merx Team, которое с 2001 года является дочерней компанией концерна Merx Team AB.

Три кита, на которых стоит почти двухвековой подход ко всему, что производит концерн, - это функциональность, долговечность и красота. Плюс возможность купить практически все, чтобы обеспечить деятельность заведения любого уровня и масштаба!

Многие рестораторы уже пришли к мнению, что закупать все необходимое для сервировки стола одной линии выгоднее не только с экономической точки зрения, но и с точки зрения эстетической. Гармоничное сочетание всех элементов, в том числе и по техническим параметрам, позволяет без особого труда создавать стильную и комфортную атмосферу заведения. Над концепцией той или иной линии в компании Merx Team AB работают профессионалы высокого класса. Они продумывают все до мелочей, а точнее - избавляют нас от мелких, ненужных деталей и всякого рода украшательств. Ведь, как известно, концептуальность шведс-

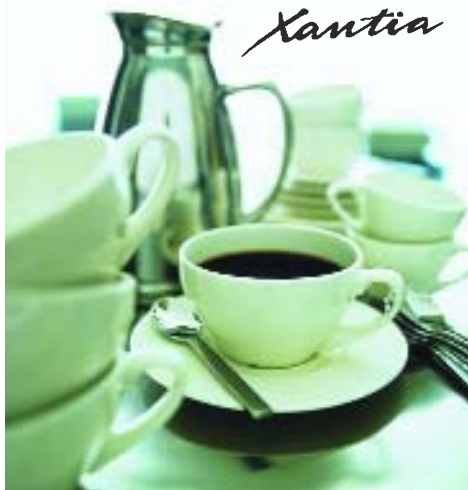
кого дизайна заключается в сочетании изысканной простоты форм и высокой степени практичности изделий. Вся продукция изготавливается из современных и экологически чистых материалов - фарфора, нержавеющей стали, пластика, дерева.

## **Фарфоровое "золото" Швеции**

Особого внимания заслуживает шведский фарфор. Его производство в Швеции началось в первой половине XIX века. Самым известным в то время был тонкий, почти прозрачный, но очень прочный костяной фарфор торговой марки Gustavsberg. Его уникальность заключена в неповторимом теплом, молочно-пшенично-золотистом оттенке, который шведы гордо называют "золотой белизной фарфора". И хотя производство костяного фарфора в Швеции началось чуть позже, чем в Англии, добиться этого оттенка не удавалось даже английским мастерам.

Компания Merx Team предлагает вашему вниманию два вида фарфора: шпатовый и костяной. Шпатовый, или настоящий, фарфор - белый, с легкой





голубиной и покрытый "транспарантной" глазурью. Вы определите его по неглазурированному нижнему канту. В компании Merx Team он представлен несколькими сериями торговой марки Xantia. Это серии Herkules, Pegasus, Maria Teresa, Appollo, Marco Polo. В каждой из них имеется полный комплект посуды - тарелки, салатники, блюда, соусники, молочники, супницы и другие виды посуды, в том числе адаптированные для российского потребителя. Дизайн этих серий прекрасно сочетается между собой. При необходимости можно подобрать линию из более чем 100 предметов.

Костяной фарфор - теплых, молочных тонов, полупрозрачный (серии Athos, Ultra Duro). Все изделия разработаны специально для заведений общественного питания, а потому обладают повышенной прочностью, не теряют своего качества при использовании в посудомоечных машинах, микроволновых печах и холодильных камерах. Производитель гарантирует, что даже после длительного использования на изделиях не появятся сколы и трещины - это обеспечивает усиленная глазурь тарелки и использование закаленных особым образом столовых приборов.

### Маленькие помощники большой кухни

Широкий ассортимент кухонных принадлежностей - столовых приборов, ножей и барных аксессуаров - эффектно дополняет фарфоровую линию. Выполненные из нержавеющей "шведской стали" с различным содержанием никеля и хрома, они долго сохраняют свой первоначальный блеск. Кроме того, вилки и ложки утолщены в местах наибольшего износа, что продлевает срок их службы. Разнообразный ценовой уровень позволяет подобрать серии как для дорогих ресторанов, так и для бюджетных заведений (серия "Капитан").

Для комплексного оснащения кухни шведские производители также пред-

лагают различные виды гастрономических, выполненных из нержавеющей стали и поликарбоната, сковороды нескольких диаметров, кастрюли с теплопроводящим дном, различную посуду для пиццерий и необходимые для каждого повара мелочи - ковши, венчики, миски, разливные ложки и шумовки, щипцы, консервооткрыватели, чесночницы, прессы для картофеля и многое другое.

Сегодня в сервировке в гостиничном бизнесе и кейтеринге особой популярностью пользуются специальные термосы емкостью от 0,5 до 10 литров. Залитый кипятком через 4 часа сохраняет температуру около 80-87°C, а через 8 часов - 68-78°C. В компании Merx Team представлен широкий ряд термосов различных емкостей с металлической и стеклянной колбами, с разнообразными клапанными устройствами.



### Эксклюзивные ножи

Концептуальный ассортимент "большой кухни" от шведских производителей включает полный ряд профессиональных ножей. Так, серия эксклюзивных ножей Exxent создана шведскими дизайнерами и производится из лучшей молибденованадиевой стали в Японии. Изделия подвергаются пятикратной обработке, благодаря чему приобретают особый блеск и остроту. Примечательно, что в разработке этих моделей принимали участие ведущие повара Швеции. При этом уделялось большое внимание прочности и эргономичности изделий, что обеспечивает максимальное удобство в работе. Цельнометаллические ручки ножей исключают застревание остатков продуктов между лезвием и рукоятью, а значит, гигиеничны и прекрасно моются. Кстати, такие ножи рекомендуется мыть ручным методом и для наводки пользоваться муссатом.

### Сделано в Швеции - сделано для людей!

Богатый ассортимент товара на московском складе Merx Team всегда

имеется в наличии и постоянно пополняется. Аналогичные филиалы работают в Санкт-Петербурге и Сочи. Специалисты компании оказывают высококвалифицированную помощь по подбору ассортимента представленного товара. По желанию заказчика на изделие может быть нанесен фирменный логотип.

Бережно сохраняя свои традиции, обстоятельные и неторопливые шведы добились высоких результатов. Шведское происхождение любой вещи, будь то дорогой фарфор или металлический штопор, сегодня является гарантом высокого качества и вызывает безоговорочное доверие у покупателей во всем мире. Производитель гарантирует высокое качество всех своих изделий, а значит, любая полезная мелочь прослужит долго и надежно!

Представительства шведского концерна - Merx Team (Россия, Москва) и

"Merx Team Украина" (Украина, Николаев) - благодаря отработанной системе логистики обеспечивают доставку в любую точку СНГ. Также по желанию клиента может забрать все необходимое либо со склада концерна в Гетеборге, либо с ближайшего терминала в Евросоюзе.

Все, что нужно, - это зайти на один из наших сайтов:

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

Россия

[www.posudka.com.ua](http://www.posudka.com.ua)

Украина

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

Швеция

и выбрать то, что необходимо именно вам. Вместе с продукцией компании Merx Team АВ вы почувствуете радость от общения со своими клиентами!

107023, г. Москва,  
ул. Б.Семеновская, 40.  
Тел.: (495) 225-57-21,  
781-64-94, 781-64-95



# ROSENBERG - ЛУЧШЕЕ В ДОМЕ

(Rosenberg - нем. "розовая гора")

*Среди обилия продукции для кухни и стола все чаще можно заметить бирюзовую упаковку с логотипом Rosenberg.*

*Компания занимается производством продукции по многим направлениям (см. предыдущие выпуски "Посуды"), однако сегодня мы продемонстрируем новинки жаропрочной керамической посуды, которую можно не только ставить в духовку или микроволновую печь для приготовления отменных блюд, но и использовать ее для сервировки стола.*

Данное направление представлено широким ассортиментом керамической посуды, разнообразной по форме и оформленной в едином стиле. Здесь вы можете найти все, что необходимо для

сервировки фруктового завтрака и праздничного ужина в кругу друзей. Вам больше не нужно перекладывать запеченные овощи и мясо. Блюда могут быть выставлены на стол в той же форме, сохранив великолепный вид, приобретенный в процессе приготовления. В одной менажнице можно запекать пироги с разной начинкой!

Даже самая требовательная хозяйка не сможет устоять перед красочностью и функциональностью жаростойкой керамики, выполненной с особым изяществом, да еще в соломенной корзинке!

Существенной частью керамической продукции является возможность приобретения как отдельных предметов, так и сервиза целиком. Такой набор будет отличным подарком, приятным, а главное - нужным!



## ROSENBERG

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







# ОСТРЫЙ МОМЕНТ

О преимуществах и недостатках применения керамических ножей в быту и ресторанном процессе

Ножи известны с эпохи палеолита. Первыми материалами для ножей служили камень и кость. Позже на смену каменным и костяным ножам пришли медные, а на смену им - бронзовые.

Одновременно с началом выплавки стали в изготовлении ножей произошла буквально революция, благодаря которой мы можем пользоваться ножами с лезвиями из углеродистой и легированной стали. Именно современные марки стали придают лезвию такие свойства, как твердость, ударная вязкость, износостойкость, коррозионная стойкость. Однако постоянное развитие науки и техники подтолкнуло к поиску новых материалов для изготовления ножей. Многим уже известны ножи с клинками из кобальтохромовых, титановых сплавов и керамики. При этом мало кто может объяснить, какой нож выбрать при покупке. Попробуем разобраться.

## Есть ли альтернатива?

Самой главной болезнью стальных ножей является коррозия. Коррозия - это окисление металла. Какой же материал не подвержен этой "болезни" и не будет уступать по техническим характеристикам стальным?

Керамика на основе оксида циркония (ZrO<sub>2</sub>) по свойствам похожа на высокоуглеродистую сталь. Полное название керамики - Y-TZAP (иттриевый поликрист-



Черный и белый керамические ножи



Рис. 1-5  
Этапы изготовления ножа



таллический оксид титана - циркония - алюминия). Материал на основе циркония по твердости намного превышает сталь. Для измерения твердости используют шкалу Мооса. Твердость керамики 8,2-8,4 единиц по шкале Мооса, твердость алмаза составляет 10 единиц, а твердость закаленной стали не превышает 6 единиц.

Циркониевая керамика обладает рядом удивительных свойств, главным из которых является высокая из-



носостойкость режущей поверхности. Керамический клинок остается острым, даже если его не точить длительное время. Но то, что керамический нож вообще не нуждается в заточке или заточка возможна только на заводе-производителе, - неверно. Просто кому-то выгодно распространять подобные слухи.

Подточить керамический нож можно, но только алмазным абразивом и исключительно в условиях мастерской, - рассказал нам **Дмитрий Артемьев, эксперт, специалист по ножам компании KASUMI**. Если по времени для того, чтобы заточить стальной нож, потребуется 5-10 минут, то для заточки керамического ножа не менее 30 минут.

Если вам кто-то скажет, что нож не требует заточки, что он вечный, разворачивайтесь и уходите. Таких ножей просто не бывает, - уверила нас **Елена Радуй, менеджер по рекламе компании KASUMI**.

Да, ничего вечного в природе нет. Время действия заточки ножа зави-

сит от материала, из которого сделано лезвие.

В качестве дополнительной информации можно добавить, что традиционные стальные японские ножи для суши обычно заточены только с одной стороны, которая дает более острый край режущей кромки. Эта техника используется для заточки рубанков и самурайских мечей.

- Заточка керамического ножа держится от 3 до 5 лет, - предупредил **Иван Соломатин, менеджер по развитию компании Todjiro**, - так что любой нож рано или поздно требует заточки.

Сырье для керамического ножа закаливается при температуре 1500°C в специализированных печах методом экструзии. Экструзия - способ получения изделий или полуфабрикатов из полимерных материалов неограниченной длины. В результате образуется зернистая поликристаллическая структура, обеспечивающая уникальные режущие свойства.

Про интересное испытание для керамического ножа рассказал **Иван Соломатин**.

- Нож лежит на прямой поверхности с зафиксированной рукояткой. На клинок ножа ставят груз массой 120 кг. Никаких трещин и сколов на изделии не появляется.

Керамическая поверхность более гладкая, чем металлическая. Но при этом керамика достаточно хрупкий материал, требующий корректного обращения. Хрупкость проявляется при неправильном использовании ножа. Например, несмотря на свою универсальность, керамоножи не предназначены для резки замороженных продуктов, рубки костей и хрящей. Изделия из керамики следует предохранять от падения на твердую поверхность и работать ими нужно исключительно на разделочных досках (желательно деревянных), но не на мраморных и стеклянных. Также ке-





рамический нож должен храниться в горизонтальном положении и желательно на специальной подставке. Если керамический клинок использовать по прямому назначению, он прослужит верой и правдой намного дольше своего стального брата.

О достоинствах керамики много говорят вегетарианцы и любители сыроедения, для которых вкус и чистота продукта важнее всего. По их мнению, керамика - совершенно потрясающий материал с точки зрения чистоты, экологии и гипоаллергенных качеств. Стальные ножи при использовании с определенными продуктами (яблоки, сырые овощи) уничтожают витамины в них (по крайней мере в районе среза. - *Прим. ред.*). Керамические ножи обладают в этом плане исключительным свойством сохранения в продуктах все то, что заложено природой. Керамика химически нейтральна и не оставляет послевкусия на овощах, фруктах и рыбе. А при использовании ножей из стали этот неприятный момент может присутствовать.

Одна из трудоемких операций при приготовлении пищи - это очистка, измельчение и шинкование продуктов. Такая работа отнимает много сил и времени. А так хочется получать от приготовления пищи только лишь удовольствие! Керамические ножи идеально подходят для нарезки мягких, сочных продуктов (томатов), обработки рыбного и мясного филе, чистки овощей и фруктов. Благодаря потрясающим свойствам керамики и умелым рукам повара можно приготовить настоящие кулинарные шедевры. Керамические ножи не мнут продукт, а плавно проходят сквозь его слои. Нарезка получается тонкая и необыкновенно нежная.

О таких "стальных" недостатках, как ржавчина, потемнение поверхности, трудноудаляемые пятна на клинке, говоря о керамике, можно и не вспоминать. Поцарапать керамический клинок тоже практически невозможно, если, конечно, не пытаться это сделать алмазом.

Ножи из керамики не боятся ни горячей воды, ни сильнодействующих моющих средств, которые способны испортить режущую кромку. Но все же любые режущие предметы, и в том числе керамические ножи, нельзя мыть в посудомоечной машине.

- Даже незначительное температурное воздействие более 40°C меняет закалку изделия, - рассказал **Дмитрий Артемьев**.

- Цвет керамики зависит исключительно от примесей. Ни на каких свойствах это не отражается. Самые демократичные и чаще всего встречающиеся цвета - белый и черный. Но могут быть: красный, зеленый, желтый. Тут у кого уж какая фантазия, - поделился **Михаил Калинин, управляющий интернет-магазином по продаже ножей "Лезвие"**.

### А вы сделали свой выбор?

Из всего многообразия ножей очень важно выбрать тот, который действительно необходим. Качественная рукоять ножа - не самая последняя характеристика для него. Поэтому, покупая нож, всегда необходимо взять его в руки, почувствовать, насколько вам будет комфортно им работать. Рукоять керамического ножа выполнена из полипропилена. Полипропилен - современный, легкий и экологичный материал, выдерживающий температуру до 80°C. Идеальная балансировка ножа делает работу с ним легкой и приятной. Работая тяжелым ножом длительное время, вы в любом случае почувствуете усталость и дискомфорт.

Керамические ножи стали появляться на рынке примерно 5 лет назад. Они пришли к нам из Японии - страны, богатой своими традициями и ультрасовременными технологиями. Все производство керамических ножей исключительно японское. На рынке встречаются ножи, изготовленные в Америке, но это совершенно другие технологии и иное качество изделий. Первой в производстве ножей из цир-

Многообразие выбора ножей компании KASUMI



кониевой керамики для кухни была японская компания **Кюосера**, более известная своим производством офисной техники. Лидерства на рынке керамических изделий компания не добилась, не ее профиль. В настоящее время наибольшей популярностью пользуются ножи фирмы **KASUMI** и **Hatamoto**. Это компании полного цикла обслуживания своих клиентов. Удивителен тот факт, что Китай, где подделывается все, что можно подделать, даже не пытается произвести подобный продукт. Такая ситуация говорит о чрезвычайно трудоемком и сложном процессе изготовления.

- Производство подобных ножей не массовое, и спрос пока превышает предложение, - прокомментировала ситуацию **Елена Радуль**.

Ценовое варьирование зависит в большинстве случаев от размера клинка и от компании-производителя. Примерная стоимость колеблется от 1 200 до 4 000 руб. Забудьте о подделках, которые продаются в России по низким ценам. Качественное изделие никогда не будет стоить копейки. Трудный процесс изготовления диктует и ценовую политику изделия, - вполне справедли-

вая закономерность.

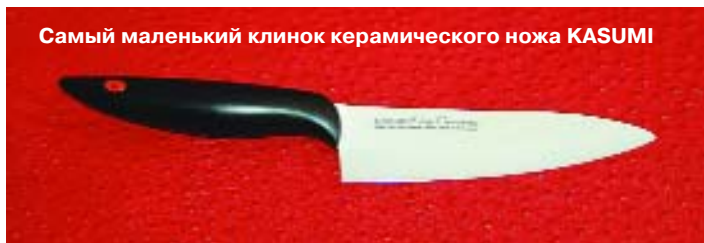
Циркониевая керамика уверенно завоевывает любительскую кухню. Основными потребителями керамических ножей являются домохозяйки с высокой культурой ведения домашнего хозяйства. Значимость качественного питания требует от домохозяйки правильного выбора кухонной утвари. Практичность и экологичность данного материала покорила и будущих мам. Приготовление еды для маленьких детей с помощью керамического изделия обеспечит отсутствие привкуса у продуктов. И это неудивительно: проанализировав все достоинства керамических ножей по сравнению с остальными, действительно, пользоваться ничем другим не возникает желания.

Остается загадкой тот факт, что на традиционной японской кухне применяют не керамические ножи, а режут ножами из высокоуглеродистой стали.

- Использование керамических ножей в ресторанном процессе практически не востребовано. Динамичный ритм работы в ресторанах не может обеспечить керамическим изделиям даже такой простой уход, в



Самый маленький клинок керамического ножа KASUMI



Демократичный белый цвет  
керамического ножа KASUMI



котором они нуждаются. Но все же есть рестораны, в которых керамические ножи применяются для приготовления различных блюд, в том числе и японской традиционной кухни. К ножам с керамическим клинком прибегают в основном при приготовлении единичных блюд, - рассказал **Павел**

**Дроздовский, су-шеф ресторана "Ти Джи Ай Фрайдис".**

С керамикой в ресторане работают в большинстве случаев шеф-повара, которые в состоянии по достоинству оценить уникальные свойства данного материала.

Циркониевая керамика пришла на любительскую

кухню из атомной техники, где она считается лидером среди огнеупорных конструкционных материалов. У большинства людей слово "керамика" напрямую ассоциируется именно с кухонной посудой или сантехникой. На самом деле этот материал играет значимую роль в современном мире высоких технологий. Химическая инертность и высокая износостойкость материала позволяет его использовать в автомобильной и даже авиационной промышленности.

Другая ниша применения керамики - производство медицинских инструментов. Высокие экологические параметры керамики дают возможность изготавливать качественное медицинское оборудование. Интересный момент - изготовление из

керамики боевых подводных ножей, которые абсолютно невидимы для металлодетекторов.

Керамическая посуда и ножи - это, прежде всего, изделия из натурального материала. Посуда из керамики никогда не выйдет из моды, а ножи - только увереннее завоюют кухни.

Керамические кухонные ножи - оружие для настоящих профессионалов своего дела: поваров и просто любителей кухонного мастерства. Керамическое лезвие защищено специальным покрытием и очень гигиенично, а внешний вид таких ножей просто покоряет. Хочется ими не только работать, но и просто любоваться на них.

**Евгения Кадыкова,  
"DEBUST-БЮРО"**



www.taller.ru



**17 - 19 сентября**  
Москва, ЦВЗ Крокус Экспо  
Павильон 2, зал 11  
стенд № F602



мы ищем надежных партнеров и предлагаем гибкую  
систему скидок и маркетинговую поддержку

+7 (812) 290 66 83  
+7 (812) 290 66 84









# Официальный дилер торговых марок



Borgonovo®  
made in Italy

discover®  
made in Italy

# [www.rostovposuda.ru](http://www.rostovposuda.ru)

discover®  
made in Italy



Borgonovo®  
made in Italy

344068, Россия,  
г. Ростов-на-Дону, ул. Мартовицкого, 48.  
Тел.: (863) 231-00-48, 280-06-91 / 92, 93, 94  
Т/ф. (863) 295-55-55  
[www.rostovposuda.ru](http://www.rostovposuda.ru)



# ТАМОЖНЯ ДАЕТ ДОБРО

Региональные таможенные службы намерены усилить контроль над достоверностью декларируемых товаров и их заявленной таможенной стоимостью. При этом планируется создать все условия для более прозрачной и комфортной схемы работы всех участников ВЭД.

Проблема таможенной стоимости товаров по-прежнему остается наиболее сложной как для самих таможенников, так и для участников ВЭД. Импортёры стремятся всевозможными путями занижить таможенную стоимость перемещаемых товаров с целью уменьшения пошлин и налогов, а таможенные службы в арбитражных судах не могут доказать случаи незаконного занижения по ряду причин. Во-первых, отсутствует четкая и согласованная со всеми заинтересованными службами правовая аргументация корректировок таможенной стоимости по товарам профильного риска. Во-вторых, суд не признает правомерность применения шестого, так называемого резервного метода определения таможенной стоимости с использованием информации, полученной из товарных каталогов, интернет-сайтов, информационных писем, ссылаясь на то, что такое определение происходит без учета конкретных условий и особенностей контрактов участников ВЭД.

Так, в 2007 году увеличилось количество судебных решений, принятых не в пользу таможенников. Только в Южном федеральном округе за прошлый год судами было отменено 1 670 корректировок таможенной стоимости (КТС). К слову, в результате таких корректировок первоначальный уровень заявленной стоимости уве-

личивался почти на четверть (для товаров, ввезенных в режиме "выпуск для внутреннего потребления"), а в целом стоимость на одну импортную декларацию в этом регионе выросла на 13%.

Похожая проблема возникла и с правомерностью проведения корректировки таможенной стоимости и дозвискания платежей после выпуска товаров. Причины те же - недостаточное методическое обеспечение таможенного контроля после выпуска товаров и недостаточная регламентация процедуры контроля. Запрашиваемый через правоохранительные органы прайс-лист производителя может идти больше года, в то время как контроль таможенной стоимости согласно Таможенному кодексу ограничен 1 годом.

Как считают в региональных таможенных управлениях, решить сложившиеся проблемы можно только путем приведения в соответствие законодательной базы в области контроля таможенной стоимости с действующими принципами арбитражного процессуального законодательства. А для этого нужно получить правовую поддержку Федеральной таможенной службы. Эффективным решением в области контроля таможенной стоимости должно стать внедрение автоматизированной системы справочно-ценовой информации, официальных прайс-листов фирм-производителей и профилей рисков, разработанных ФТС России.

## Как сэкономить, не нарушив закон

По оценкам специалистов, действующая сегодня в России нормативная база по таможенной стоимости вполне соответствует нормам ВТО. Грамотное администрирование положения Закона о таможенном тарифе может давать свои положительные результаты. Так, в прошлом году курганская таможня в результате КТС доначислила таможенных

платежей на сумму 68 млн. рублей. По-прежнему особое внимание при таможенном оформлении здесь уделяется товарам, ввозимым из КНР, а также контролю таможенной стоимости товаров, которые ввозятся новыми участниками ВЭД.

Многие из "вновь прибывших" участников сразу же вступают в ряды законопослушных и дорожат своей чистой репутацией, что называется, смолоду. Однако немало и тех, кто использует различные криминальные схемы, создавая целые многоходовые цепочки с целью уклонения от таможенных платежей.

Одной из таких преступных схем является организация совместных предприятий с участием иностранного капитала. Учредители, находясь в оффшорной зоне, под видом вкладов в уставной капитал поставляют вновь учрежденным фирмам (однодневкам) сырье, товары или оборудование. Такой "вклад" освобождает от уплаты таможенных пошлин, однако при этом продавать подобный товар они не имеют права. При выявлении случаев скрытых сделок купли-продажи предусмотрено наказание до 5 лет лишения свободы.

Сегодня существуют фирмы, так называемые та-

моженные брокеры, работающие с зарубежными партнерами. Они берут на себя все заботы о достоверном таможенном декларировании. Грамотный брокер экономит этим предпринятиям средства от простоев транспорта, хранения грузов, в целом ускоряя оборот средств путем сокращения времени, необходимого на выпуск товара в свободное обращение. Некоторые из них имеют разветвленную сеть филиалов в крупных промышленных городах со своими складскими помещениями с подъездными железнодорожными путями.

Таким образом, если в ближайшее время усилия таможенной службы будут направлены на создание благоприятных условий для участников ВЭД, то эти перемены почувствуют на себе как брокеры, так и предприятия, работающие с зарубежными партнерами. А это даст в свою очередь возможность быстро оформлять таможенные грузы и вовремя производить платежи в Федеральный бюджет.

**В статье использованы материалы информационно-го сайта [www.tamognia.ru](http://www.tamognia.ru) и журнала "Таможня"**

В марте, выступая в Совете Федерации, генпрокурор РФ Юрий Чайка заявил, что в результате комплексной проверки исполнения таможенного законодательства во всех регионах страны, которая была проведена в 2007 году, были выявлены многочисленные нарушения законодательства в таможенной сфере. "Отсутствие должного контроля и несвоевременное реагирование таможенных органов на допущенные участниками внешнеэкономической деятельности нарушения привели к тому, что на конец прошлого года сумма задолженности по уплате таможенных платежей, пени и штрафов составляла более 74 млрд. рублей", - сообщил Ю. Чайка. Причем, подчеркнул он, "почти половину этой суммы - 33 млрд. рублей - составляли средства, не поступившие в бюджет по таможенным платежам". Еще одним условием, способствующим совершению правонарушений в таможенной сфере, генпрокурор назвал противоречащие федеральному законодательству акты и пробелы в ведомственном нормативном регулировании. "Зачастую региональными таможенными управлениями издаются нормативные документы, которые создают искусственные административные барьеры, вводят дополнительные ограничения прав физических и юридических лиц при перемещении товаров через границу либо, наоборот, создают условия для неуплаты декларантами таможенных платежей, а также совершения иных правонарушений", - сказал Ю. Чайка.

**Источник: ПРАЙМ-ТАСС**





Практичная посуда из стеклокерамики

Vitropal

# Важная деталь каждого стола!



Чайный сервиз Медя  
XWB190HP55-6/0642  
18 предметов



ГРУППА КОМПАНИЙ  
"ИИС-ПОСУДА"

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ

Москва: +7 495 984-64-30  
Санкт-Петербург: +7 812 333-07-86  
Казань: +7 8432 78-73-49  
Краснодар: +7 8612 10-14-70  
Екатеринбург: +7 343 212-46-06

Нижний Новгород: +7 8312 20-56-85  
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: +7 342 220-19-37  
Новосибирск: +7 383 325-30-60  
Челябинск: +7 351 237-24-67  
Волгоград: +7 8442 41-76-81

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



67-я ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОПТОВАЯ ЯРМАРКА

# ХОЗТОВАРЫ И МЕБЕЛЬ-2009

- ЭЛЕКТРОТОВАРЫ
- ИНСТРУМЕНТЫ
- ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПЛАСТМАСС
- ИЗДЕЛИЯ ДЛЯ КУХНИ
- ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА
- СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ
- ПОСУДА
- БЫТОВАЯ ХИМИЯ
- И ДРУГИЕ НЕОБХОДИМЫЕ ТОВАРЫ ДЛЯ БЫТА...



9-12 сентября 2008 г.

Спорткомплекс ЦСКА (футбольный манеж)  
Россия, Москва, Ленинградский проспект д.39, стр.1

тел.: (495) 607-7231 (495) 607-7246  
факс: (495) 607-4538, (495) 607-0566

Организатор ярмарки  
Фирма "ХОЗМЕБЕЛЬТОРГ"

e-mail: hozmebeltorg-m@yandex.ru  
<http://www.hoztorgyarmarka.ru>



# international home house wares show 2009

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

Посетив выставку International Housewares Show, вы получите массу приятных впечатлений, познакомитесь со всемирно известными чикагскими ритейлерами и современными идеями для развития вашего бизнеса..

- 2,000 Экспонентов более чем из 35 стран
- 61,000 Профессиональных посетителей более чем из 125

22 - 24 Марта, Чикаго, США



Зарегистрируйтесь сейчас и получите бесплатное приглашение:

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

## hi. style

# Поесть и выкинуть - или...



каждым днем увеличивается, а производство пластиковой одноразовой посуды становится все более и более прибыльной сферой бизнеса. Удивляться тут не приходится, ведь подобная посуда сочетает в себе неисчерпаемый клад достоинств: она и гигиенична, и стоит дешево, и транспортируется легко.

## Дорогу отечественному производителю!

В России популярность подобной продукции резко возросла в начале девяностых годов с появлением большого количества предприятий быстрого питания, однако вплоть до 1998 года на рынке производства одноразовой посуды хозяйничали западные фирмы. И лишь указ о введении пошлин на импорт одноразовой посуды в размере 50% от ее стоимости смог в корне изменить ситуацию. Теперь на рынке представлено порядка 100 игроков, среди которых бесспорными лидерами являются такие компании, как "Артпласт" (ООО "Омск-Полимер"); "Мисте-рия" (ООО "Мастер Кап"); "Хухтамаки", мировой лидер по производству одноразовой посуды и упаковки; "Центрпак" и другие.

## Каждому - по потребностям!

Исследования, проводившиеся различными компаниями-производителями, показали, что потребители одноразовой пластиковой посуды в основном следующие:

- пункты общественного питания (около 50%);
- население и офисы - пикники, корпоративные выезды на природу (около 25%);
- кафе на открытом воздухе (до 20% в сезон отпусков -

## Одноразовая посуда - удел холостяков и дешевых кафе или же будущее человечества?

О вреде и пользе одноразовой посуды сложно, пожалуй, столько же легенд, сколько и о глупости блондинок: одни считают ее опасной для здоровья, другие понимают, как много времени и сил она позволяет сэкономить, третьи сетуют на тот вред, который нанесло окружающей среде ее появление. Однако всем давно понятно, что одноразовая посуда прочно вошла в нашу жизнь и останется с нами надолго.

## Откуда есть пошел стаканчик пластиковый

В России под одноразовой посудой всегда подразумевается в первую очередь именно пластиковая посуда, несмотря на ее относительно юный возраст: первый стакан из пластика был произведен в США, на родине фастфуда, всего чуть более полувека назад - в 1950 году. Его создатель, американец Уильям Дарт, заработал не один миллион долларов на своем ноу-хау, открыв впоследствии знаменитую Dart Container Corporation. С тех пор спрос на изобретение прозорливого американца с





## РУССКАЯ МЕНТАЛЬНОСТЬ В ОДНОРАЗОВОМ СТАКАНЕ

Оказывается, ассортимент одноразовой посуды в каждом государстве определяется набором наиболее распространенных блюд. Французская фирма "Тедек" провела исследования на предприятиях общественного питания в ФРГ, Бельгии, Франции, Голландии и Великобритании, обслуживающих по 500 посетителей в день. В результате выяснилось, что в реестр одноразовой посуды, используемой в этих странах, входят различные предметы.

Например, французская кухня не слишком благоволит к супам (исключение составляют супы-пюре), поэтому в перечень одноразовых приборов французских предприятий общественного питания не входят столовые ложки. А в ФРГ среднее число используемых за неделю ножей и вилок ниже, чем в других странах, так как большинство предлагаемых блюд этого не требует. Можно предположить, что в восточных странах существенную долю одноразовых приборов составят одноразовые палочки. А вот в России важнейшим сегментом любого "одноразового" производства являются различного объема стаканы.

мая по сентябрь);  
- рестораны, кафе (до 5%);  
- службы доставки обедов на дом и в офисы (так называемый кейтеринг) (5%);  
- фабрики-кухни по производству салатов и выпечки (3%).

Причем с каждым годом круг потребителей продолжает расширяться, спрос увеличивается, заставляя изменяться и предложение.

### Пластик пластику рознь

Ассортимент продукции, производимой российскими компаниями, чрезвычайно велик - от стандартных стаканчиков, пивных стаканов, столовых приборов и тарелок до ярких, праздничных наборов в комплекте со скатертями и салфетками, бокалов, почти неотличимых от "настоящих", и даже одноразовых шампуров для шашлыка. Однако в отношении сырьевого материала производители остаются достаточно единодушными, отдавая предпочтение полипропилену и полистиролу.

Главным отличием двух вышеупомянутых материалов являются различные температуры плавления - +70°C у полистирола и +110°C у полипропилена, которые определяют сферу применения посуды. Если хрупкая посуда из полистирола подходит только под холодные блюда и напитки, то более прочную полипропиленовую посуду можно не только смело использовать

для кофе- и чаепитий, но даже ставить в микроволновку. Из какого именно материала изготовлена посуда, легко узнать, посмотрев на маркировку: **PS** - маркировка полистирола, **PP** - полипропилен.

Помимо термостойкости материала одноразовые изделия из пластика различаются еще и по толщине стенок, которая особенно важна для столовых приборов, а также для одноразовой посуды премиум-класса (стаканов, фужеров, рюмок и т.д.). От толщины стенок зависит прочность, поэтому производители в сегменте премиум-класса не жалеют сырья для своей посуды. В результате дорогой и, соответственно, прочный одноразовый стакан весит в четыре раза больше своего дешевого аналога - качество продукции прямо пропорционально ее весу.

Рядом несомненных преимуществ по сравнению с обыкновенными пластиками обладает вспененный полистирол, сокращенно ВСП. Оставшись, как полистирол, легким и гигиеничным, ВСП приобрел такие качества, как термостойкость, прочность и гигроскопичность, и потому он является превосходным материалом для изготовления одноразовой посуды и различных контейнеров. Горячие напитки в стаканах из ВСП остывают медленнее и не обжигают руки, фрукты и овощи в контейнерах из ВСП хранятся дольше и не теряют



своих вкусовых качеств, горячие обеды в тех же контейнерах доезжают до офисов своих заказчиков действительно в горячем виде.

### Пластиком бояться - в лес... ходить!

С точки зрения экологической безопасности посуда из полипропилена и полистирола значительно уступает одноразовой посуде из легкоперерабатываемых материалов, таких как, напри-

мер, бумага и дерево. То, что пластики трудно утилизировать, ясно каждому, но не все знают, что и полистирол, и полипропилен выделяют опасные для здоровья вещества не только при чрезмерном нагревании, но и при контакте со спиртосодержащими и некоторыми другими веществами. Именно поэтому во всех развитых зарубежных странах давно налажено производство посуды из экологически чистых материалов. Самой оригинальной тен-

## ДВА В ОДНОМ

Будущее одноразовой посуды за оригинальными формами, представляющими собой комбинации разных традиционных предметов. Например, в Париже на последней ежегодной выставке Emballage на стенде компании Schwarze-Automation была показана новинка под маркой Tstix® - заварочный пакетик чая, разделенный функцией ложки. Обычный пакет с заваркой мы погружаем в горячую воду, затем берем ложку и размешиваем заварку и сахар. Пакетик Tstix® позволяет проделать все эти процедуры одновременно. Пакетиком можно помешивать в чашке, как ложкой, добываясь желаемого цвета чая и насыщенности заварки.

денцией, пусть пока и не повсеместно используемой, на сегодняшний день стало производство съедобной посуды. Изобретатели из Харбина, например, предлагают заменить пластиковые тарелки тарелками из кукурузной муки и крахмала, которые съедаются по окончании трапезы, поляки ответили китайцам посудой из отрубей, которая после использования по назначению идет на корм скоту. Больше других отличились, конечно, голландцы, придумав подавать пищу посетителям кафе в зоопарке в посуде из банановых листьев, а после скормливать отмытые от майонеза и кетчупа тарелки травоядным питомцам.

Однако российскому рынку до подобной экзотики еще далеко: даже производители обычной посуды из бумаги (точнее, из ламинированного картона) пока что занимают здесь весьма скромное место. Причиной тому достаточно высокие цены на сырье. Тем не менее существуют российские компании (**ООО "Леокап"**, **ЗАО "Пэйпа Кап"**, **ООО "Ава-лот"** и многие другие), специализирующиеся на выпуске именно бумажной одноразовой посуды (в основ-



ном стаканов и тарелок), а также некоторые иностранные компании, такие как **Papstar** (Германия). Подобные компании импортируют в Россию посуду европейских стандартов качества, в том числе из ламинированного картона и дерева.

Преимуществом бумажной посуды являются не

только безопасность для здоровья и легкость утилизации, но и возможность нанесения любого рисунка или логотипа. Нанести рисунок на пластик - дело не из легких, да и стоить это будет не в пример дороже. Учитывая все достоинства подобной посуды, остается надеяться на то, что рост цен на нефть

и, как следствие, на сырье для посуды из пластика вызовет и в России новую волну популярности экологически чистых бумажных стаканчиков и тарелок.

**Евгения Светлакова,  
Наталья Дрошнева**

## "УМНАЯ" ПОСУДА

Одной из возможностей одноразовой пластиковой посуды является изменение цвета под воздействием перепада температуры. Это качество может быть использовано как для посуды, так и для упаковки. Стаканчики для мороженого и молочных продуктов, лотки для салатов и холодных закусок, емкости для колбасы и сыра в холодильнике будут одного цвета, а при подаче на стол станут другого или окажутся полностью прозрачными. Уже существуют ложки для детского питания, меняющие цвет, а также лопатки для мороженого и трубочки для напитков.

Помимо эстетической и развлекательной функций такие цветковые свойства посуды несут и несомненный практический смысл. Так, по цвету можно точно узнать, когда продукт полностью разморожен или когда ложечка с детским питанием нагрелась до приятной ребенку температуры человеческого тела.

Уже в этом году после 5 лет научных исследований австралийская компания Smart Lid Systems представила новинку - инновационную крышку для одноразовых стаканчиков. "Умная" крышка в холодном состоянии имеет темно-коричневый цвет, но стоит налить в стакан горячий чай или кофе - цвет меняется на ярко-красный. Более того, по краям крышки имеется кольцо, являющееся индикатором герметичности. Если крышка надета неправильно, коричневый ободок может треснуть или деформироваться. В ближайшее время стаканчики с "умными" крышками будут запущены в сеть быстрого питания.

Стоит добавить, что новейшие технологии позволяют оперативно следить не только за температурой упаковки и находящегося в ней продукта. Аналогичные индикаторы можно использовать в качестве определителей влажности воздуха

## ОТ КУТЮР

Известный на весь мир дизайнер мебели и архитектор Филипп Старк разработал серию одноразовой посуды класса люкс. Тем самым он поднял этот очень демократичный вид посуды до уровня искусства. Серия так и называется - Lux Collection. Название оправданно: тарелки из новой коллекции - золотые, серебряные, бронзовые или терракотовые, а остальные предметы - ножи, ложки, вилки, стаканы и чашки - только под золото или под серебро. Дизайн от Старка всегда практичен, и на этот раз архитектор не отступил от своих принципов. На тарелках новой серии есть роговидные выступы, на которые можно прикрепить чашку или бокал и не бояться, что он упадет. На фуршете с такой посудой у гостей не будет проблем, куда деть золотистый бокал, чтобы освободить руку и нормально поесть. Правда, стоимость комплекта Lux Collection соответствующая - \$20, что для набора пластиковой посуды очень даже недорого.





# ТМ PAPILLA - непригораемое КАЧЕСТВО



Компания "ГАРАНТ" заключила эксклюзивное дистрибьюторское соглашение о поставках высококачественной посуды с антипригарным и эмалированным покрытием ТМ Papilla. Торговая марка Papilla принадлежит турецкому производителю и крупнейшему экспортеру алюминиевой посуды R11; фабрике AL-CO.

Фабрика AL-CO производит посуду из чистых алюминиевых дисков по международному стандарту AA 1050. Этот стандарт качества гарантирует, что в алюминий не добавляются сторонние компоненты. Как известно, только чистый алюминий способен надежно "удерживать" антипригарное покрытие высокого класса.

Преимущественной особенностью посуды ТМ Papilla от представленных на рынке изделий с антипригарным покрытием является то, что при производстве используются технологии XXI века R11; Curtain System и Spray System.

Curtain Sistem R11; на чистые алюминиевые диски наносится первый слой антипригарного покрытия методом "водопада". То есть в отличие от других торговых марок, использующих "роллерный" метод (наносится вручную валиком или кисточкой), система Curtain System покрывает изделия иде-

ально равным слоем. Особый компонент, входящий в состав антипригарного покрытия ТМ Papilla, делает покрытие еще более прочным и безопасным.

Второй слой наносится системой Spray, которая придает изделиям "пер-

ламутровый" блеск. В результате чего посуда ТМ Papilla обладает исключительными износостойчивыми свойствами и стойкостью цвета. Безупречный вид изделий ТМ Papilla делает ее конкурентоспособной с аналогичной посудой премиум класса.

Сегодня компания "ГАРАНТ" начала активное продвижение посуды ТМ Papilla на российском рынке. Посуда будет широко представляться во всех крупных сетевых магазинах страны.

**Приглашаем к сотрудничеству!**

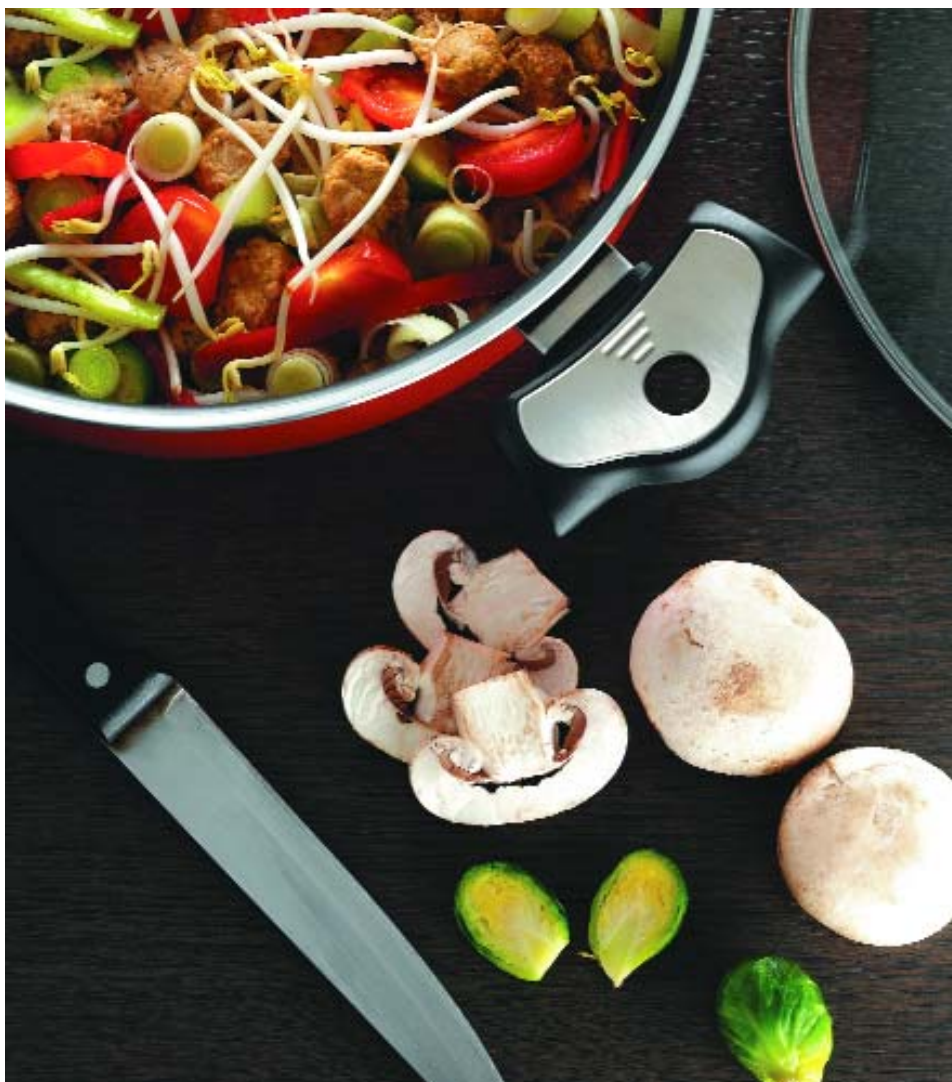
**Контактные телефоны:**

**(495) 786-82-11**

**(495) 786-82-12**

**(495) 786-82-13**

**E-mail: petr@masterprice.ru**







# 1-4 ОКТЯБРЯ МОСКВА, КРОКУС-ЭКСПО

ПАЗИЖИ - СЕРВИС ЛМВ - Открытый центр «Строгино», Гигарь и КОЖИВ-СВІД КІ пазіж дубірацца



## IX ЧЕМПИОНАТ РОССИИ ПО КУЛИНАРИИ И СЕРВИСУ

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

**ИМИДЖ  
ПРЕСТИЖ  
ПРИЗНАНИЕ**

100% ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
ПРЕЗЕНТАЦИИ  
СВОЕГО ПРОФЕССИОНАЛИЗМА



### ● АРТ-КЛАСС

**D1**  
ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ИЗДЕЛИЕ  
ИЗ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ  
(пласти, картины, композиции)

**D2**  
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ  
НАРЕЗКА ОВОЩЕЙ  
И ФРУКТОВ

**D3**  
РАБОТА  
ИЗ ШОКОЛАДА

**D4**  
РАБОТА  
ИЗ МАРЦИПАНА

**D5**  
РАБОТА  
ИЗ КАРАМЕЛИ

**D6**  
САХАРНЫЕ  
ЦВЕТЫ

**D7**  
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ  
РАБОТА ИЗ ТЕСТА

**D8**  
ТРЕХЪЯРУСНЫЙ  
СВАДЕБНЫЙ ТОРТ

### ● ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ СОРЕВНОВАНИЯ

ИТАЛЬЯНСКАЯ КУХНЯ

РИЗОТТО  
ДЛЯ СЛСР

ЯПОНСКАЯ КУХНЯ

КОМПОЗИЦИЯ  
ДЛЯ СУШИ-БАРА  
БИШИЛЛИ

РУССКАЯ КУХНЯ

ОСНОВНОЕ  
МЯСНОЕ БЛЮДО  
ОСНОВНОЕ  
РЫБНОЕ БЛЮДО

ГИБНАЯ КУХНЯ

ГОРЯЧАЯ  
ЗАКУСКА

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ  
СОРЕВНОВАНИЯ  
ПО КАРВИЗУ

ЕВРОПЕЙСКИЙ  
ДЕСЕРТ В ЯПОНСКОМ  
СТИЛЕ

ДЛЯ СЛСР

### ● КОМАНДНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ

ЛУЧШЕЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ЛУЧШАЯ ПИЩЕВЫЙ

КАРВИНГ

### ● СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ

САНДВИЧ

Приглашаем индивидуальных участников и предприятия питания России принять участие в обширной программе соревнований Чемпионата.

Возможность для каждого профессионала продемонстрировать свой талант и мастерство.

Получить информацию либо запросить подробные условия можно в офисе:

по тел. +7 (495) 637-3440, +7 (499) 257-3806, +7 (499) 257-3807,

либо по электронной почте [culnar@pir.ru](mailto:culnar@pir.ru) (Ирина Олига).

**Обращаем Ваше внимание, что количество участников ограничено. Прием заявок до 1 июля.**

Участие в соревнованиях дает возможность повысить уровень мастерства, стимулирует развитие творческого потенциала сотрудников предприятия, способствует обмену профессиональным опытом, а также, безусловно, является эффективным имиджевым мероприятием для ресторанов.



спонсорский партнер  
**METRO**  
Cash & Carry

организатор  
**пир**

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР  
**evlan**  
ПРЕМИУМНЫЙ ТЕЛЕВИЗОРНЫЙ ПАРТНЕР  
*Thinking of you*  
**Electrolux**

Титуловый спонсор  
САЛОНА ПРОФЕССИОНАЛ КУЛИНАРИИ  
**KIKKOMAN**  
Вкус ресторанов

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ  
**ГОСТИНИЦЫ**  
**ГОСТИНИЦЫ**  
**ГОСТИНИЦЫ**  
**ГОСТИНИЦЫ**  
**РЕТОРАНОФ**

XI Международная  
выставка

**пир '08**

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

ИНДУСТРИЯ  
ГОСТЕПРИИМСТВА



XI Международная выставка

# пир '08

ИНДУСТРИЯ  
ГОСТЕПРИИМСТВА

www.pir.ru

## москва, крокус-экспо 1-4 октября

ВАЖНОЕ СООБЩЕНИЕ: Бесплатные автобусы до выставки – от метро «Строгино»

**ВНИМАНИЕ! ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ ВЫСТАВКИ**  
Бронируйте на сайте [www.pir.ru](http://www.pir.ru) и по телефону (495) 637-9440!

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



**V ВСЕРОССИЙСКИЙ КУЛИНАРНЫЙ КОНГРЕСС**  
10-11 окт. 30 мастер-классов от ведущих шефов лучших ресторанов Москвы. Проводится при поддержке



Национальная  
Гильдия шеф-поваров



**ШКОЛА УПРАВЛЯЮЩИХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**  
- Конференция «Успешный бренд напрокат: возможности франчайзинга в ресторанном бизнесе»  
- Конференция «Проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства в России»  
- Программы тематических семинаров



**ШКОЛА УПРАВЛЯЮЩИХ ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА**  
- Конференция «Многофункциональные комплексы с комплексной обслуживающей»  
- Конференция «Успешные гостиничные предприятия»  
- Презентация тематических семинаров

### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ



**IX ЧЕМПИОНАТ РОССИИ ПО КУЛИНАРИИ И СЕРВИСУ**  
- Арт-класс  
- Практические соревнования (в рамках салона)  
- Лучшее обслуживание  
- Соревнования по карвингу



**КОФЕФЕСТ ПИР-SCAE**  
- Пятидневный чемпионат «Кофе и Алкоголь»  
- IV Российский Чемпионат по кап. тестингу.  
- Международный открытый тур / Пятидневный Чемпионат Бариста 2008.  
- Тематическая конференция на суперавтоматических кофемашинках.  
- Программы тематических семинаров.

### ТЕМАТИЧЕСКИЕ САЛОНЫ

А также широкая программа семинаров, презентаций, сравнительных дегустаций в рамках тематических салонов.



САЛОН  
«РЕСТОРАН-  
ФРАНШИЗА»



САЛОН «КОШЕЛЬ  
И ПРАВИЛЬНЫЕ  
КОМПАНИИ»



САЛОН  
«ОТКРЫТИЕ  
БИЗНЕСА»



САЛОН  
«WINE & SPIRITS»



САЛОН  
«COFFEE & TEA»



САЛОН  
«РУССКАЯ  
КУХНЯ»



САЛОН  
«ИТАЛЬЯНСКАЯ  
КУХНЯ»



САЛОН  
«ЯПОНСКАЯ  
КУХНЯ»



САЛОН  
«ПИТАНИЕ  
ОРГАНИЗМА И ЕГО  
КОЭЛИКВИВЕНТ»



САЛОН  
«LETHEE  
KIND»



САЛОН  
«КАВКАЗ»

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ



СТРАХОВАТЕЛЬСКИЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ



ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ИМПОРТЕРСКИЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ИМПОРТЕРСКИЙ ПАРТНЕР





# Спецпредложение



С 15 сентября по 15 октября в Московском офисе «Комплекс-Бар»

**СКИДКА 20% на серию  
«Cabernet»**



Arcoroc  
  
Professional

129085, Москва, ул. Лодовикова, д.9, стр. 51, этаж 4  
тел./факс: (495) 411-9060

e-mail: [sales@kompleksbar.ru](mailto:sales@kompleksbar.ru)

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

Комплексное оснащение баров, ресторанов и кафе посудой, стеклом, барным и кухонным инвентарем, предметами сервировки стола

**БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ,  
ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ**

