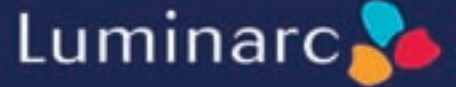


ПОСУДА

2007/6

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

Наши партнеры



Стильные штучки

Украина

Бизнес-анализ

Розничная торговля

Посуда в паутине ритейла

Соцопрос

На повестке дня четыре вопроса

Фарфор

Совершенство классики

Стекло

Gold star

Производители

Боремся со стереотипами!

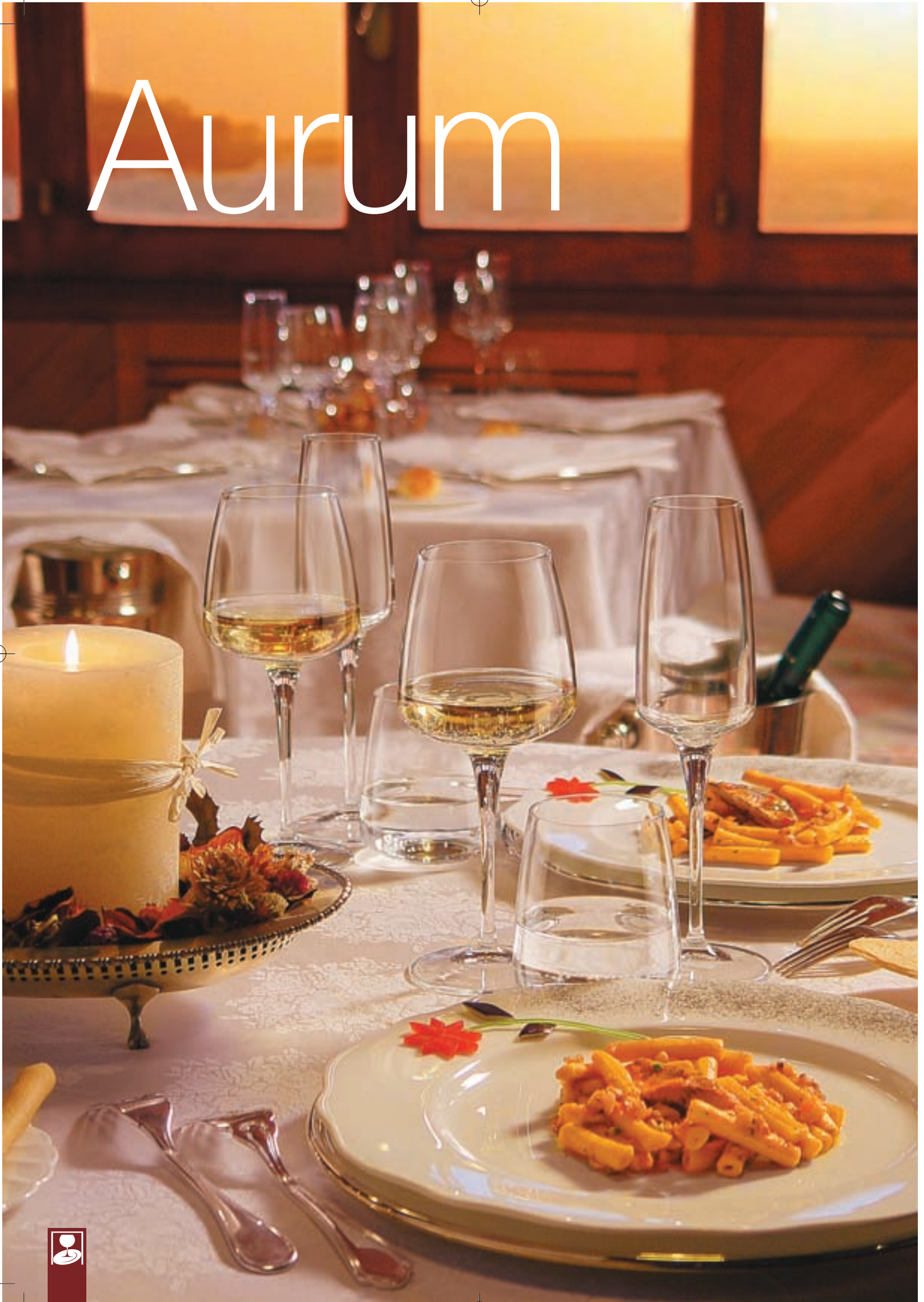
Блестящие идеи,
хрустальные мечты

Дистрибьюторы

Хранитель тепла и холода



Aurum



Aurum

подлинное воплощение
ИТАЛЬЯНСКОГО СТИЛЯ



www.bormioliroccocasa.com

2007/6/ПОСУДА 1



meior.



HACKMAN



Anders Petter



COLE & MASON



Ritzenhoff & Breker



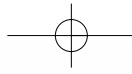
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

*Качество, дизайн,
ассортимент*

*Компания «Домострой» – эксклюзивный
российский дистрибьютор торговых марок
BODUM, Meior, Hackman, Anders Petter,
Premier Housewares, Carl Victor,
Ritzenhoff & Breker, Cole & Mason*

Москва Ул. Талалихина, 41, стр. 9, офис 64, т./ф.: +7 (495) 225-2596
E-mail: domost@domos.ru
Санкт-Петербург Ул. Белы Куна, 32, т./ф.: +7 (812) 334-9634, E-mail: domostroy@domos.ru
В2В и HoReCa Ул. Белы Куна, 32, т./ф.: +7 (812) 334-9634, E-mail: horeca@domos.ru

www.domos.ru



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



сближает



Москва

Фирменные отделы: ТЦ Европейский, пл. Киевского вокзала, 2, Евродом; ТК Миллион Мелочей, ул. Прищеина, влад. 26, Евродом. **Сети магазинов:** Гудин, Евродом, Кофейная кантата, Мульти, Санта Хаус, Твой дом, Технопарк

Санкт-Петербург

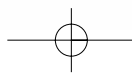
Фирменные отделы: Большой Гостиный Двор, Ломоносовская линия, 1 этаж; Универмаг Московский.

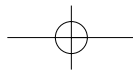
Сети магазинов: Глобус Гурма, Домовой, Евродом, Кофейная кантата, К-Раута, Макодом, О'Кей, Санта Хаус, Семь холмов, Старт

Интернет-магазины: www.eurodom.ru, www.cantata.ru, www.ozon.ru
BODUM в России (495) 225-2505, (812) 334-9634

Полный список магазинов смотрите на www.bodum.com.ru

В интерьере: 1. Вазы-чаша Garoo. 2. Чашки кофейные с блиндами Mazzo Veneziano. 3. Кофейник Chambord. 4. Сливочник Gin Gin.





Качественные напитки, в особенности вино, требуют особого подхода для полного раскрытия своего вкуса.

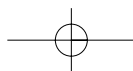
Pasabahçe (Пашабахче) в качестве вклада в культуру потребления вина и напитков создала новую марку

fine & durable



**lead-free crystal
dishwasher safe**

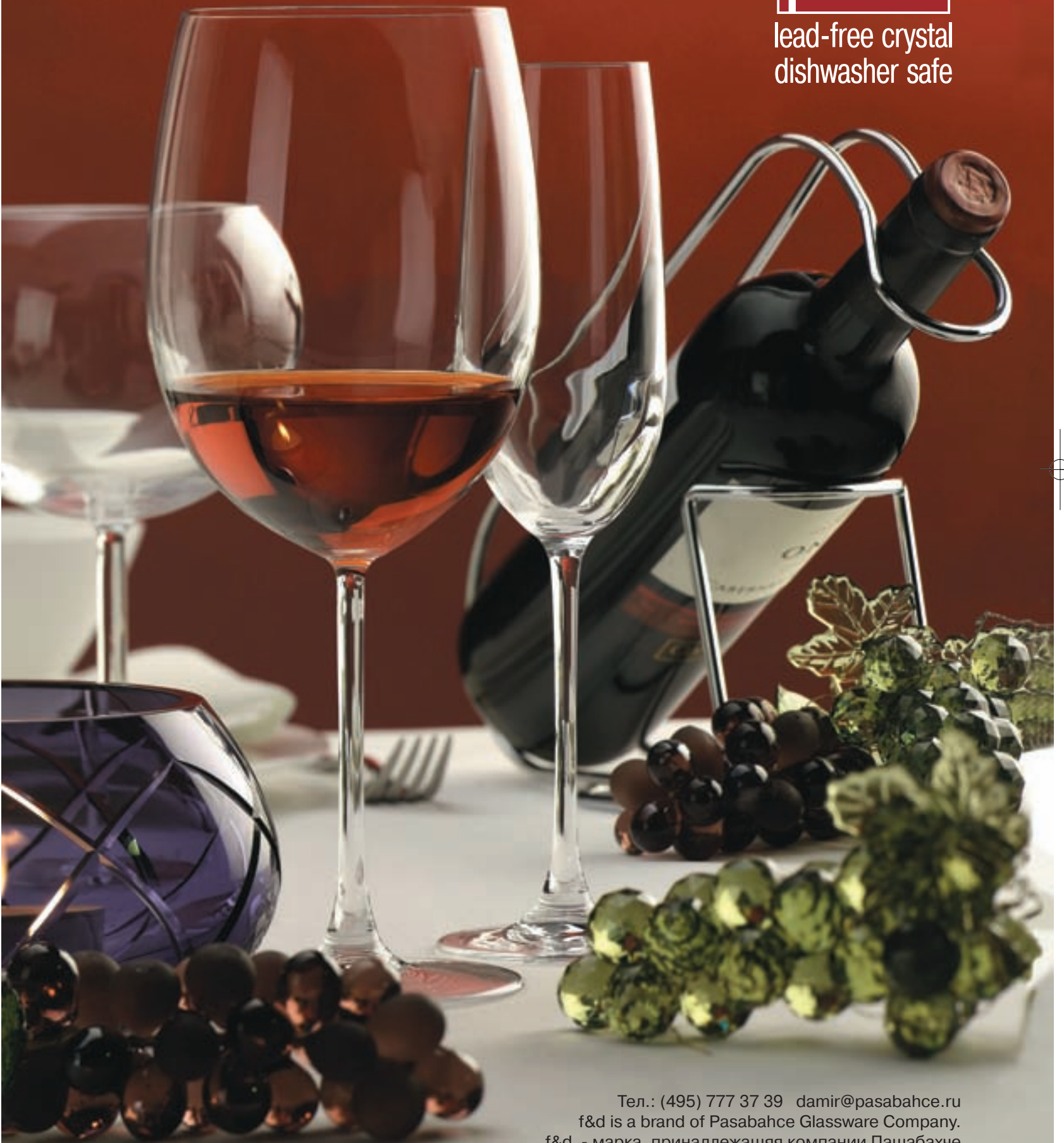
Bar and Table



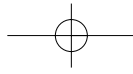
fine & durable



lead-free crystal
dishwasher safe



Тел.: (495) 777 37 39 damir@pasabahce.ru
f&d is a brand of Pasabahce Glassware Company.
f&d - марка, принадлежащая компании Пашабахче



СОДЕРЖАНИЕ

ЖУРНАЛ
для профессионалов
от профессионалов
о профессионалах

ПОСУДА


В журнале знак на правах рекламы



Методы повышения лояльности дилеров

32

Новые решения от Vitross



66



92

Дворцовый фарфор? Позволительная роскошь!

В пространстве и времени японского фарфора



94

НОВОСТИ 10

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ 22

УКРАИНА

Новости 26

Методы повышения лояльности дилеров 32

Бизнес в стиле Амбиенте 34

НАШИ ПАРТНЕРЫ

Спецторг 36

Легкий и прочный поднос из Турции 38

ВЫСТАВКИ

Анонс выставок по посудной тематике 40

Zuchex 42

Просторно, пустынно, безлюдно 46

БИЗНЕС-АНАЛИЗ

Импорт и экспорт фарфоровой и фаянсовой посуды 50

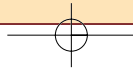
Производство посуды из фарфора и фаянса в России 52

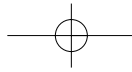
ЭКОЛОГИЯ

Будем здоровы 54

СОЦПРОС

На повестке дня четыре вопроса... 58





СОДЕРЖАНИЕ

**РОЗНИЧНАЯ
ТОРГОВЛЯ**

Посуда в паутине ритейла

60

Bohemia heritage

78

"Посуда Центр": опыт торговли

62

Хранитель тепла и холода

80

Эстетика и функциональность
"Чистого домика"

82

"Ресто Дон"

65

СТЕКЛО

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Новые решения от Vitross

66

Барная персона:
хрусталин от RONA

84

Gold star

86

Боремся со стереотипами!

68

Царство стекла
на Донской земле

89

Блестящие идеи,
хрустальные мечты

70

ФАРФОР

**ВСЕ ЛУЧШЕЕ -
ДЕТЯМ**

Zak designs:
для детей, и не только

72

Совершенство классики

90

Дворцовый фарфор?
Позволительная роскошь!

92

ДИСТРИБЬЮТОРЫ

С посудой от "Богемии плюс"

74

В пространстве и времени
японского фарфора

94

Вести США

97

"ГАЛА-ЦЕНТР": сотрудничество
напрямую без лишних хлопот

76

Подписка

98



Редакция:
Главный редактор:
Татьяна Ковшова
Выпускающий редактор:
Алексей Трембицкий
Копирайтер
Наталья Дрошинева
Работа с сайтом:
Евгения Максимова
Андрей Макаров
Отдел рекламы:
Елена Меджитова -
руководитель отдела
Татьяна Абрамкина -
ведущий PR-менеджер
Наталья Соленкова -
PR-менеджер

Подписка:
Рита Гардиева
Корректор:
Татьяна Беляева
Корреспонденты:
Наталья Дрошинева
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 15 000 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, заполните и вышлите на адрес редакции прилагаемую форму. После получения заполненного бланка мы перешлем вам счет, который оплачивается как по безналичному расчету, так и наличными средствами в любом отделении Сбербанка. Напоминаем, что с 2006 года журнал выходит 6 раз в год.

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

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

Для жителей дальнего зарубежья стоимость подписки одного номера 450 руб. Оплата производится в рублях. Доставка наложенным платежом.

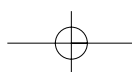
Юридическим лицам, оформившим подписку, в обязательном порядке выносятся отчетные документы (счет-фактура и товарная накладная).

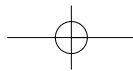
На все вопросы, связанные с получением журнала, вам с удовольствием ответят по тел.:

8 (495) 786-20-91,
8 (499) 317-93-54,
8 (495) 780-24-53

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-21693 от 22 августа 2005 года.

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





НОВОСТИ

ДАЛЬНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ

Сосуд времени

Уникальная коллекция из 19 металлических сосудов позднеримского периода была выставлена в начале декабря в музее Лондона. Древняя посуда была найдена в районе снесенного недавно небоскреба Дрейперс-гарденс в лондонском Сити - там, где в начале нашего тысячелетия располагался римский Лондиниум.

Среди находок - ведра для вина, котел и большие блюда, глубокие пиалы, часть подвесной чаши, набор из трех небольших блюд, кувшин для напитков, подставка для котла и ковш. По словам сотрудников музея, обнаруженная металлическая посуда не была подвержена коррозии. Некоторые из объектов, которым около 1 700 лет, сохранили ручки ярко выраженной формы.

По материалам РИА-Новости

Универсальная тарелка

Компания Ина Интернешнл (Ina International) предложила концептуально новую серию Ozorio collection-duo от фабрики Steelite (Великобритания). Посуда выдерживает тепловые нагрузки в три-четыре раза большие, чем обычный фарфор, имеет устойчивые к скалыванию края, пригодна для использования в микроволновой печи, а также для машинной мойки. Тарелка Pasta Bowl (27 см в диаметре) приобрела особую популярность из-за своей многофункциональности. Эта тарелка может быть одновременно использована для пасты, ризотто, салатов и десертов.



ARC запускает новую марку



Chef & Sommelier



С 2008 года компания ARC International запускает новую марку **Chef & Sommelier**.

Бокалы, стаканы, декантеры выполнены из кваркса, хрустала и стекла в сотрудничестве с ведущими сомелье Франции.

Продукция предназначена как для розничной продажи, так и для профессионалов ресторанного бизнеса.

Бокалы созданы для начинающих и уже искушенных знатоков вин.

Бокалы для вина серий:

OENOLOGUE
GRAND CRU
SELECT
OPEN UP

Бокалы для бара:

LE BAR

Декантеры:

LE SERVICE DU VIN

Вся коллекция бокалов будет представлена в январе на международной выставке "Консумэкспо-2008" (Москва), а также в феврале 2008 года на выставке AMBIENTE (Франкфурт).



Живи со Вкусом!

Premium Quality Products
18-10 STAINLESS STEEL SUPER CAPSULE BOTTOM

Издrevле Англия славилась своими ножами, самые искусные ножовщики проживали в городе Шеффилде. Мы соединили секреты мастеров с передовыми технологиями в нашей новой коллекции наборов ножей. Все ножи выполнены из высококачественной нержавеющей стали 420S45, которая наряду с высокой устойчивостью к коррозии имеет отличные режущие свойства. Эргономичные ручки ножей очень удобны, поэтому даже при продолжительной работе, рука не устанет. Очень важно сохранять лезвие ножа острым, это гарантирует безопасность и удобство при работе. Ведь тупой нож это прежде всего опасный нож, при работе к нему приходится прикладывать намного больше усилий, и вероятность получения травмы увеличивается. Поэтому мы рекомендуем использовать подставку или магнитный держатель для хранения ножей.

Разнообразие подставок, выполненных из металла и дерева, позволит подобрать вариант подходящий именно для Вашей кухни. Также мы предлагаем набор с магнитным держателем, прекрасным дополнением к которому является разделочная доска из каучукового дерева.

Мы ищем надежных партнеров и предлагаем гибкую систему скидок и маркетинговую поддержку.

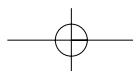
www.taller.su



Россия, 195248, Санкт-Петербург,
ул. Бокситогорская, дом 9
Тел./Факс: +7 (812) 290 66 83, 290 66 84



8 ПОСУДА ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ | ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ | О ПРОФЕССИОНАЛАХ



ДАЛЬНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ



Линия Hot Drink от Bormioli



Линия Hot Drink представлена широким диапазоном столовых аксессуаров, чашек, кружек и кувшинов. Для моделей Hot Drink используется специальное боросиликатное и закаленное стекло. Благодаря этому они прекрасно подходят для любого типа горячих напитков: кофе эспрессо, капучино, чая и других. Коллекция включает в себя предметы для каждого из сегментов рынка. Кроме того, изделия серии Hot Drink отлично зарекомендовали себя в барах, пабах, гостиницах, ресторанах, а также в компаниях, предоставляющих кейтеринговые услуги. Предлагается богатый выбор предметов самых разных размеров и назначений, способных удовлетворить самый взыскательный спрос.

FOODTECHNIKS - ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КУХОННЫЕ НОЖИ

Компания Foodtechniks CS SPb, представляющая на рынке Санкт-Петербурга фирму **Sanelli**, предлагает своим клиентам профессиональные кухонные ножи. Инструменты выполнены из высококачественной стали с применением новейших технологий, имеют эргономичную рукоятку и оригинальную заточку. Благодаря огромному ассортименту покупатели могут подобрать различные ножи любого размера. Итальянская фирма Sanelli существует с 1864 года, она завоевала популярность не только в Италии, но и в Европе благодаря своим новаторским идеям и высокому качеству предлагаемых изделий.



DUOPATELLA ОТ SCHOENWALD



Концепция новинки от компании Schoenwald заключается в многофункциональности чайных и кофейных наборов. "Иногда блюдце может быть... не просто блюдце" - такова одна из характеристик новой серии Duopatella немецкого производителя профессионального фарфора Schoenwald. Данную серию можно использовать и как традиционное блюдце для чайных и кофейных чашек стандартных форм и размеров, и как возможность

подачи чайной пары вместе с чайными пакетиками и с кусковым сахаром.

Еще один из вариантов использования Duopatella - комплект для завтрака. На большом блюдце размещаются круассаны или кусочки хлеба, а маленькое блюдце - отличное место для небольших стеклянных салатников с джемом или медом.

Также стоит отметить, что прикрепленное изящное блюдечко является идеальной площадкой для размещения логотипа клиентов.

По материалам сайта www.dp-trade.ru

64-я ФЕДЕРАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА - ОПТОВАЯ ЯРМАРКА ХОЗТОВАРЫ И МЕБЕЛЬ - 2008

Фирма
"Хозмебельторг"
с 18 по 21 марта
приглашает
принять участие
в традиционной
федеральной
оптовой ярмарке
по закупке-продаже
хозяйственно-бытовых
товаров и мебели,
которая состоится
в спорткомплексе ЦСКА
по адресу: Москва,
Ленинградский пр-т,
39, стр. 1

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

Контактные телефоны:
(495) 607-72-46, 607-72-31,
факс: 607-05-66, 607-45-38

Приезжайте
на нашу ярмарку
и вы не пожалеете!



for your home

**BOHEMIA
CRYSTALEX
TRADING a.s.**

Наши дистрибьюторы:

Богемия-Люкс
г. Москва
www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемия Трейдинг
г. Москва
www.impact.ru

Богемия Плюс
г. Краснодар
www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz

"ТЕХБАЛТ" РАСШИРЯЕТ АССОРТИМЕНТ



Вот уже более года компания "ТЕХБАЛТ" представляет торговую марку **TalleR** на российском рынке. За это время наши товары уже успели зарекомендовать себя с лучшей стороны. В новом году компания "ТЕХБАЛТ" планирует расширение ассортимента за счет вывода на рынок таких групп товаров, как наборы ножей, терок и аксессуаров, а именно солонки, перечницы, салфетницы, масленки, сахарницы... Появятся новые наборы посуды с интересными дизайнами, а также отдельные предметы - кастрюли различного литража, сковородки. Неизменным останется лишь английское качество всех товаров марки TalleR.

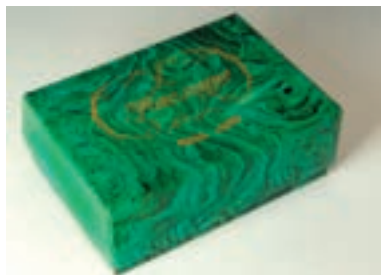
"НАСЛЕДИЕ" В ПОДАРОК

Компания "Импакт Богемия Трейдинг" представляет подарочный набор "Наследие". В него входят две чайные пары в прекрасной упаковке.

Коллекция "Наследие" может быть представлена разными формами, каждая из которых производится на одном из чешских заводов:

- форма Menuet - в концерне Thun,
- форма Sonata - на мануфактуре Leander,
- форма Marie Tereza - на заводе Eriag.

Данный набор станет отличным подарком на любой праздник.



ПОДСВЕЧНИКИ ОТ RHR

Коллекция фарфора TM Royal Heritage Porcelain пополнилась изящными подсвечниками. Выполненные в стиле XIX века, эти стильные аксессуары гармонично сочетаются с одноименной чайной коллекцией. Изделия представлены в подарочной упаковке, поэтому могут послужить изысканным подарком. Также обновилась коллекция фарфора с полной деколью Royal Heritage Porcelain, и теперь, как яркое напоминание о теплых и солнечных днях, на чайных парах, наборах для завтрака и кружках расцветают красные маки, ирисы, крокусы и гладиолусы. На российском рынке продукцию торговой марки Royal Heritage Porcelain представляет компания "ИИС-Посуда".

Стеклянный ресторан в столице!

Необычный ресторан откроется скоро в Москве. Он представляет собой закрытую стеклянную капсулу 34 м длиной и 23 м шириной, подвешенную под аркой Живописного моста на Звенигородском шоссе. Конструкция весом под 1 000 тонн была размещена на высоте 87 метров. С аркой моста ресторан будут соединять стеклянные галереи, к которым посетители будут поднимать панорамные скоростные лифты.

В ресторане предусмотрено два этажа: на верхнем расположатся зал и смотровая площадка, а на нижнем - технические службы. Одновременно, по расчетам специалистов, в ресторане смогут находиться 100 гостей, не считая персонала.

Красивая посуда - круглосуточно в эфире "Телекафе"!

В России начинается вещание нового круглосуточного телевизионного канала "Телекафе". Канал рассчитан на всех, для кого приготовление еды и кулинарные эксперименты - неотъемлемая часть образа жизни. Основные эфирные линейки канала посвящены самым актуальным кулинарным тенденциям, новинкам от ведущих шеф-поваров, а также дизайну ресторанной атмосферы.

Международные связи

16 ноября "Японский центр" в Москве провел презентацию продукции японских производителей металлических столовых приборов из города Цубамэ. В рамках презентации прошли деловые переговоры с компаниями-производителями: "Ямадзаки киндзоку коге", "Эко киндзоку", "Асахи", "Текукодо", "К. Ониси".

По словам организаторов встречи, автономной некоммерческой организации "Японский центр", прошедшие в прошлом году торговые переговоры с представителями Ассоциации производителей металлических столовых приборов из Цубамэ оказались очень продуктивными и способствовали установлению многочисленных торговых контактов.

Сотрудничество с "ИКЕА" продолжится

Гусевский хрустальный завод продолжит поставку изделий из дымчатого стекла шведской фирме "ИКЕА". Принципиальные требования компании - выдерживать все согласованные параметры изделий, в том числе и цвет, посуда должна иметь теплый дымчатый оттенок. Сейчас в лаборатории предприятия добиваются нужного колера. В планах завода - поставлять шведской компании по 10 тыс. салатников ежемесячно. Как сообщили в пресс-службе предприятия, контракт Гусевского хрустального завода и компании "ИКЕА" рассчитан на длительный срок.

"С чашками - на выход"

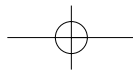
Рекламная группа Folx завершила первый этап по созданию и запуску комплекта Take Away в сети кофеен "Идеальная чашка". По словам арт-директора Folx Антона Вебера, продукция формата take away не слишком распространена на рынке отечественных кофеен. Сегодня редкие кофейные сети имеют полноценные брендированные комплекты упаковки для выноса продукции с собой, в то время как в Европе это широко распространено.

В России запатентована идея колеса-ресторана

Недавно российская компания "Мир" запатентовала идею ресторана-колеса обозрения. Каждая кабинка, рассчитанная на 15-20 посетителей, будет представлять собой бар. По желанию заказчика кабины могут быть оснащены стильной мебелью, эксклюзивными барными стойками. При этом высота комплекса может достигать 220 м. Правда, как заявили в офисе компании, о реальном строительстве исполинского колеса в России речь пока не идет.

По материалам РБКdaily





НОВОСТИ

РОССИЯ И СНГ

Знакомьтесь, аксессуары Alizea!

Компания **DP-Trade** представляет новую коллекцию аксессуаров из металла для заведений класса люкс (бренд **Mikasa Hotel & Restaurant** от **ARC-International**). Предметы сервировки из нержавеющей стали 18/10, вошедшие в коллекцию Alizea, выполнены в азиатских мотивах. Данный сплав, содержащий 18% хрома и 10% никеля, абсолютно устойчив к коррозии. При производстве ювелирных изделий традиционно используется сплав подобного состава - это является гарантией качества.

В коллекцию Alizea входят кувшины, кофейники, чайники, молочники различных размеров, сахарницы, подсвечники, супницы, крышки для горячего, прямоугольные и круглые подносы, ведра для льда и для бутылок, а также подставка под ведро для шампанского и многое другое. Для достижения высокого уровня сервиса производители тщательно продумали каждый предмет сервировки: эргономичные ненагревающиеся ручки, специально спроектированные крепления на крышках для удобного открывания, а также края носиков чайников и кофейников, разработанные для безупречного переливания жидкости. Все предметы из коллекции Alizea можно мыть в посудомоечных машинах любого типа.

По материалам сайта www.restoranoff.ru



"ДЖОНКА" ОТ КОМПАНИИ "ПИК"

Фирма "ПИК" представила перспективные модели из коллекции ресторанного фарфора **KINWA CHN & CHN**, которые в будущем году войдут в основной ассортимент. Три салатника разного размера получили название в честь традиционного китайского корабля - "Джонка". Правда, эту посуду можно использовать не только для подачи салатов, она прекрасно подходит для различных гарниров и закусок. Ту же задачу выполняет ряд салатников с концептуальным названием "Квадро".

Все салатники подходят не только для европейской кухни, но и для сервировки в восточном стиле. Как и вся коллекция, эта новая элегантная и практичная ресторанная посуда универсальна в своем применении. Она предназначена для проведения строгих деловых банкетов и обедов, торжественных и семейных мероприятий, а также дружеских вечеринок.

По материалам сайта www.pikposuda.ru



"3452" - ЭТО КАФЕ!

1 ноября сеть ресторанов и кофеен "**Максим**" открыла в Тюмени кафе "3452". Открытие прошло стильно и интересно. Среди приглашенных были представители городского бомонда, известные политики и успешные бизнесмены.

Организаторы постарались отразить то, чем жила и живет Тюмень, и рассчитывают объединить под своей крышей всех, кто ценит себя и свой стиль.

В "3452" уже запланированы выступления джаз-бэндов, инструментальных коллективов, шоу-балета, лучших вокалистов города. Также гости смогут найти здесь художника-портретиста и мимов, оценить фотовыставки известных мастеров (это одно из дизайнерских решений интерьера).

Для самых юных гостей городское кафе подготовило целый ряд специализированных программ. Так, например, каждые выходные здесь будет стартовать детская дискотека под руководством настоящих ди-джеев и аниматоров. Кроме того, в течение всей недели действует уникальное меню с детскими коктейлями, созданными по классическим рецептам.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

РУБИН
ОАО <РОСТОВСКИЙ-НА-ДОНУ ЗАВОД>

Успех в делах, семейное счастье и крепкое здоровье всем нашим партнерам!

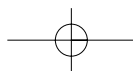
Постоянное обновление ассортимента, стильный декор, разнообразие товарной линейки, гибкая система скидок и конкурентоспособная цена позволяет эффективно сотрудничать с нашими партнерами

ОАО "Ростовский-на-Дону завод "Рубин"
Россия, 344010, г.Ростов-на-Дону,
Ул. Красноармейская, 157
(863)266-63-49 e.mail market-rubin@mail.ru
WWW.RUBIN-ROSTOV.RU

Эмалированная посуда привлекает всех кто любит вкусную и здоровую пищу. Стеклоэмалевое покрытие надежно защищает металл от коррозии, а также устойчиво к солям, кислотам и щелочам, содержащимся в пище. В ней можно готовить и хранить любые блюда без исключения.

Использование качественной продукции является залогом нашего здоровья, нашей заботы о себе и близких.

Кастриольки, салатник, чайник со звуковым сигналом - все, что нужно хозяйке, чтобы порадовать свою семью вкусным обедом!



Крупнейшая в Восточной Европе
 Международная Специализированная Выставка
 Eastern Europe's Biggest International Specialized Trade Fair

GIFTS EXPO 2008 ПОДАРКИ

SALONS:

HOUSEWARE AND DINING
 DECOR
 CHRISTMAS AND FESTIVE
 DECORATIONS
 COSTUME JEWELLERY AND
 ACCESSORIES

САЛОНЫ:

ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА
 ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ,
 НОВОГОДНЯЯ И
 ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ
 БИЖУТЕРИЯ И
 АКССЕСУАРЫ

GIFTS EXPO - THE RIGHT WAY TO SELL IN RUSSIA AND THE CIS



March 24-27, 2008
 Russia, Moscow, MANEZH
 Exhibition Complex



24-27 марта 2008
 Россия, Москва
 ЦВЗ "МАНЕЖ"

September 23-26, 2008
 Russia, Moscow, two fair
 grounds at the same
 time: GOSTINY DVOR and
 MANEZH Exhibition Complex



23-26 сентября 2008
 Россия, Москва,
 два выставочных
 комплекса одновременно:
 "ГОСТИНЫЙ ДВОР" и
 "МАНЕЖ"

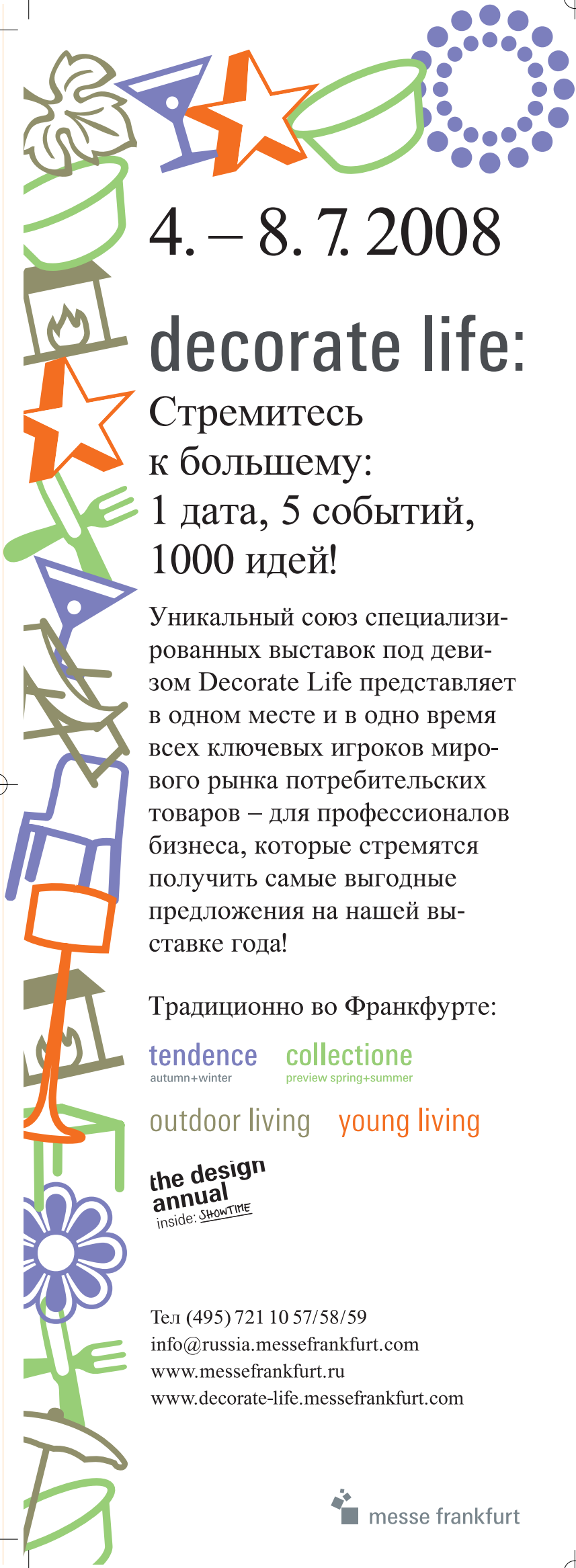
РОССИЯ



Gifts Expo Ltd.
 5, Cheremushkinsky proezd,
 Moscow, 117036, Russia
 Tel: +7 (495) 775-25-32, +7 (499) 126-68-14
 Fax: +7 (499) 126-01-60
 E-mail: expo@gifts-expo.com
 www.gifts-expo.com

ООО «Подарки Экспо»
 Россия, Москва, 117036,
 Черемушкинский проезд, дом 5.
 Тел.: (495) 775-25-32 многоканальный,
 (499) 126-68-14, Факс: (499) 126-01-60
 E-mail: expo@gifts-expo.com
 www.gifts-expo.com





4. – 8. 7. 2008

decorate life:

Стремитесь
к большему:
1 дата, 5 событий,
1000 идей!

Уникальный союз специализированных выставок под девизом Decorate Life представляет в одном месте и в одно время всех ключевых игроков мирового рынка потребительских товаров – для профессионалов бизнеса, которые стремятся получить самые выгодные предложения на нашей выставке года!

Традиционно во Франкфурте:

tendence **collectione**
autumn+winter preview spring+summer

outdoor living young living

the design
annual
inside: SHOWTIME

Тел (495) 721 10 57/58/59
info@russia.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.ru
www.decorate-life.messefrankfurt.com

BUGATTI НАЧНЕТ ПРОДАЖУ КУХОННЫХ ТОВАРОВ



Компания Bugatti (владелец - семья Бугатти, которой ранее принадлежал знаменитый автомобильный бренд) начнет продажу премиаль-

ных кухонных товаров. Презентация товаров прошла на крупнейшей в мире выставке роскоши Millionaire Fair в Москве. С конца ноября кухонные агрегаты от Bugatti появились в специализированных сетях, в частности в Media Markt. В ассортименте Bugatti Casa четыре позиции: кофеварка (розничная цена около 25 тыс. руб.), весы (5 тыс. руб.), блендер (7,5 тыс. руб.) и тостер (8 тыс. руб.).

10 магазинов Rondell откроются в России

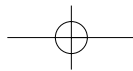
Golder Electronics откроет 10 монобрендовых магазинов посуды Rondell на территории России. Здесь будет представлен полный спектр продукции под брендом Rondell, поставляемой на рынок России.

Первый магазин проекта открылся в Омске в начале ноября 2007 года. В ассортименте омского магазина: линейки посуды из нержавеющей стали торговых марок Stern, Evolution, Elite, аксессуары для кухни Intarsia и др.

Компания Rondell GmbH (Германия) работает на рынке профессиональной посуды с 1988 года. С 2006 года под маркой Rondell стала выпускаться посуда, адаптированная для бытового применения в среднем ценовом сегменте. Эксклюзивным дистрибьютором Rondell в России и СНГ является компания Golder Electronics.

Ножи для души!

Марка немецкой профессиональной посуды для приготовления пищи Rondell представляет в новом сезоне новинку - наборы эргономичных кухонных ножей из высококачественной стали. В каждом наборе присутствует известный еще с древних времен нож Santoku, что в переводе с японского означает "3 преимущества": он идеально шинкует, нарезает и измельчает продукты. Нож Santoku знаменит своим острым лезвием, конец которого опущен вниз, что смещает центр тяжести ножа вперед, позволяя тем самым повару затрачивать меньше усилий при работе с ножом. Специальные выточки на боковинах клинка помогают избежать прилипания к нему таких сложных в нарезке продуктов, как парное мясо и свежая рыба, и даже дают возможность нарезать их идеально тонкими ломтиками.



РОССИЯ И СНГ

НОВОСТИ

"ЮНИВЕРФУД" ЗАНИМАЕТ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

Компания "Юниверфуд" - крупный уральский оператор общепита - намерена открыть в двух торговых центрах Новосибирска свои первые заведения. В компании это называют разведкой, по результатам которой будет приниматься решение о дальнейшей экспансии. Для протщупывания рынка избраны сетевая блинная "Блинофф", которая заработает в торгово-развлекательном центре (ТРЦ) "Мега", и соковый бар Juice Master в ТРЦ "Ройал Парк". "Пока мы хотим протщупать новосибирский рынок, однако четких планов по дальнейшему наращиванию своего присутствия в Сибири компания еще не имеет", - сообщила руководитель новосибирского филиала "Юниверфуда" Юлия Черкасова. На сегодняшний день компания "Юниверфуд" развивает несколько сетей предприятий быстрого питания: "Блинофф" (девять заведений), American Hot Pizza (пять), Juice Master (21), а также аквабары (3). Кроме того, она управляет ресторанами "Гамак" и "Das Колбас". В состав компании также входит собственная служба по доставке пиццы. Заведения компании расположены в Екатеринбурге, Нижнем Тагиле, Челябинске, Казани и Тюмени.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

АНГЛИЙСКИЕ ПАБЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В Санкт-Петербург пришла международная сеть ресторанов **Penabar**, предлагающая жителям спальных районов пиво, суши и стейки. Охватить окраины города сетью пивных заведений пока никому не удалось. Первый петербургский Penabar открылся на проспекте Просвещения, 34, на арендованных площадях. Франшизу на открытие ресторана в Петербурге приобрела швейцарская ресторанный группа "Берн".



Партнером с российской стороны выступил ресторатор Кирилл Безрудный, имеющий также франшизу на сеть "Васабики". Инвестиции в открытие составили около \$1 млн. Ресторан на 250 мест имеет площадь 350 кв. м, средний чек в нем составляет \$20-30. Об этом рассказал директор по маркетингу Penabar в Петербурге Игорь Чернов. "В следующем году планируется открыть еще три заведения, - говорит Игорь Чернов. - Скорее всего, они расположатся не в центре".

Первое заведение сети появилось в 1994 году в пригороде Лондона. Изначально его концепция определялась как beer & steaks. Через 2 года концепция ресторана была изменена - к пиву и стейкам добавили суши. В таком виде сеть стала развиваться по всему миру. Каждая страна, в которой открывается Penabar, добавляет в меню свою национальную кухню.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

ПЕРВЫЙ САЛОН В СЕВЕРНОЙ ПАЛЬМИРЕ!

Недавно состоялось открытие первого и единственного в Санкт-Петербурге салона изысканной посуды, аксессуаров для дома и сервировки стола. Ассортимент салона составляет продукция именитых европейских марок, имеющих солидную историю и безукоризненную репутацию. Представленный ассортимент салона содержит уникальную коллекцию престижных брендов для кухонного интерьера и парадного стола, известных во всем мире своим непревзойденным качеством, оригинальным дизайном и уникальными свойствами.

По материалам сайта www.vazaro.ru

В России не хватает кофеен!

Сегодня лидерами столичного рынка кофеен в Москве являются "Кофе Хауз", "Шоколадница" и "Мока-Лока".

Однако на этот рынок выходит крупнейшая мировая кофейная сеть "Старбакс", открывая первое заведение в гипермаркете "Мега" за МКАДом. Менеджер американской компании говорит о потрясающих возможностях развития кофейного бизнеса в России. По его мнению, у нас не хватает кофеен. В Нью-Йорке в среднем на каждую кофейню приходится порядка 360 человек, в Париже - 126 человек, в то время как в Москве - 3 167 человек. Пока масштабных потрясений владельцы российских кофеен не ждут, но о настоящей конкуренции можно будет говорить тогда, когда "Старбакс" откроет 15-20 заведений на территории Москвы. Своим конкурентным преимуществом "Старбакс" считает качество обслуживания и качество кофе, который можно выпить в Нью-Йорке, Париже, Лондоне и Москве. Отличие российского формата от американского в том, что в меню включены закуски и десерты, адаптированные под вкусы россиян. Это медовик, круассан с семгой, бутерброд с сыром. Также необходимо отметить, что в этих кофейнях не курят и алкоголь в меню не предусмотрен.

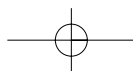
По материалам сайта www.retail.ru

"Патэрсон" будет развиваться в регионах

Еще один федеральный продуктовый ритейлер решил стать мультиформатным. Сеть "Патэрсон", до сих пор работавшая в формате "универсам", выходит в сегмент гипермаркетов. Топ-менеджер сервисной компании для розничных сетей сообщил, что "Патэрсон" приобрел под строительство гипермаркетов четыре участка земли близ крупных городов Центрального федерального округа и один из них - в городе Новомосковске, Тульской области. Гендиректор "Патэрсона" Юрий Яковчик информацию о гипермаркетах не подтвердил и не опроверг. "Такой вариант развития возможен, сейчас многие сети стремятся к мультиформатности", - заметил он.

Решение "Патэрсона" выглядит логичным: сейчас потенциал роста сети в основных городах присутствия - Москве и Петербурге - сократился из-за обострившейся конкуренции. Однако строительство крупных объектов сильно увеличивает долговую нагрузку ритейлера, а она у "Патэрсона" и так немалая.

По материалам сайта www.retail.ru





Опыт профессионалов для Вашего дома!

Доступность

Практичность

Долговечность

Приглашаем Вас посетить стенд
ГК "ИИС-Посуда" на выставке
"КОНСУМЭКСПО-2008"
15-19 января 2008 г.
Стенд № 1В71, павильон №1



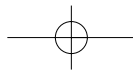
ГРУППА КОМПАНИЙ
"ИИС-ПОСУДА"

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ www.iisposuda.ru

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 3424 12-46-06

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 3422 41-52-95
Новосибирск:	+7 3832 42-14-88
Челябинск:	+7 351 721-06-53
Волгоград:	+7 8442 41-76-81



РОССИЯ И СНГ

НОВОСТИ

ФРИТЮРНИЦЫ ОТ WAS

Компания "БИНИ-ФИШЕР" представляет настольные электрофритюрницы WAS немецкого производства, предназначенные для приготовления картофеля, мяса, рыбы, овощей в горячем масле или жире.



Корпус фритюрниц выполнен из легированной стали. Оборудование оснащено термостатом, предохраняющим аппарат от перегрева. С помощью переключателя выставляется необходимая температура для приготовления блюда.

Компания "БИНИ-ФИШЕР" представляет фритюрницы с одной и двумя ваннами для масла. Объем ванны в зависимости от модели аппарата может составлять от 4 до 8 литров. Оборудование отличается современным дизайном, компактностью и простым управлением при полном объеме необходимых функций.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

"Звезды общепита" в Ростове

Московская компания "Звезды общепита" объявила об открытии своего представительства в Ростове. Предполагается, что новый оператор будет работать как с федеральными представителями, так и с местными игроками сегмента HoReCa. Руководство компании ставит перед собой задачу занять не менее 5% ростовского рынка оборудования для HoReCa в ближайшие полгода. Компания инвестирует в открытие представительства не менее 5 млн. руб. По словам директора компании "Звезды общепита Ростов" Натальи Хрынкиной, эти деньги пойдут на решение вопросов по размещению офиса компании и продвижение бренда. По мнению экспертов, планы "Звезд общепита" вполне реальные, поскольку спрос на их услуги растет примерно на 30% ежегодно. Но некоторые игроки рынка отмечают, что компании придется прежде всего побороться с не менее известными и крупными столичными игроками.

По материалам сайта www.tovr.ru

Профессиональный фарфор из Китая

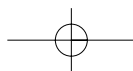
- ИДЕАЛЬНО БЕЛЫЙ ЦВЕТ
- ЭЛЕГАНТНЫЙ ДИЗАЙН
- ИЗЫСКАННЫЕ ФОРМЫ
- ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО
- УСТОЙЧИВОСТЬ К СКОЛАМ

Богатый выбор!

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

Специальные условия для дилеров

33
95
88
53
81



НОВОСТИ

РОССИЯ И СНГ

19 ноября - День работника стекольной промышленности



Профессиональный праздник работников стекольной промышленности не случайно совпадает с днем рождения выдающегося русского ученого М.В. Ломоносова. Михаил Васильевич Ломоносов был изобретателем и инициатором химического производства глазури, стекла, фарфора. Разработал технологию и рецептуру цветных стекол, которые он употреблял для создания мозаичных картин. Изобрел фарфоровую массу.

Стекло, без которого в настоящее время нельзя обойтись почти ни в одной области человеческой жизни и деятельности, было получено свыше пяти тысяч лет назад. Древнейшие образцы изделий из стекла, дошедшие до нас - египетского происхождения. На Руси производство художественных изделий из стекла (мозаики, посуды, браслетов) существовало с начала XI столетия. Технология изготовления стекла была перенята от византийцев, и уже во времена Ярослава Мудрого киевские мастера начали изготавливать свинцово-кремнеземное стекло. Несмотря на столь древнюю историю, массовый характер производство стекла приобрело лишь в конце XIX века благодаря изобретению печи Сименса-Мартина и заводскому производству соды.

По материалам сайта www.watermarket.ru

"Очаково" планирует открыть 200 спортбаров

Московский пивобезалкогольный комбинат "Очаково" в ближайшие три года планирует открыть 200 спортбаров площадью 150-500 кв. м каждый.

Расширение этого канала реализации продукции связано с увеличением спроса на "живое пиво", отмечается в документе. Для этого "Очаково" планирует увеличить долю продаж *on-trade* до 30-35% в обороте.

Как сообщил директор компании по маркетингу Алексей Фролов, проект "200" поддерживается правительством Москвы. "Эта поддержка осуществляется в виде разработки совместных программ, разработки концепций и подбора помещений, что существенно ускоряет подготовительную стадию проекта", - отметил он, добавив, что особенно тесная работа ведется с департаментами потребительского рынка и услуг, а также науки и промышленной политики.

По материалам сайта www.tovr.ru

ФРИЗЕРЫ НА ВАШЕМ СТОЛЕ

Компания "Сухаревка" представляет компактные настольные профессиональные фризеры итальянской фирмы **Nemox S.p.A** для приготовления мороженого. Уникальной особенностью фризеров Немох является использование сменных емкостей, что позволяет практически непрерывно производить мороженое с различными вкусами. Корпус всех аппаратов выполнен из нержавеющей стали, а крышку из закаленного стекла можно использовать в качестве удобной поверхности, когда прибор выключен. Применение фризеров Немох не ограничивается только приготовлением мороженого, аппарат идеально подходит для получения муссов, холодных кремов или сорбетов.

По материалам сайта www.tovr.ru

"ДЕЛОВАЯ РУСЬ" ПРЕДЛАГАЕТ КОНТАКТНЫЕ ГРИЛИ

Компания "Деловая Русь" совместно с компанией **Несмас** представляет популярную линейку контактных грилей. Эти грили используют на предприятиях общественного питания для быстрого приготовления горячих бутербродов, жарки рыбы, мяса и т.д. Жарка осуществляется на жарочной поверхности при двустороннем подводе теплоты, что позволяет значительно сократить продолжительность кулинарной обработки (в 1,5-2 раза) и получить высококачественное блюдо с ярко выраженным вкусом и запахом.

По материалам сайта www.tovr.ru

"АРХИТЕКТУРА" ЧАЙНОЙ ЧАШКИ



Классический белый фарфор вновь оказался в центре внимания современного искусства. На токийской Неделе дизайна (Tokyo Design Week 2007), проходившей с 31 октября по 4 ноября, двенадцать ведущих архитекторов Японии продемонстрировали свое представление об "архитектуре" чайной чашки.

Фото взято с сайта www.omami.ru

СИМВОЛ ГОДА ОТ ЗАВОДА "НЕМАН"



Китайская легенда рассказывает, как на склоне лет Будда призвал к себе двадцать восемь животных. Из них явилось только двенадцать: крыса, бык, тигр, заяц, дракон, змея, конь, баран, обезьяна, петух, собака и свинья. В награду за послушание Будда повелел, чтобы каждое из прибывших животных властвовало над людьми в течение одного года, придавая им черты своего характера. Первой в этом ряду стояла крыса.

Японцы были знакомы с этой легендой и не без оснований считали крыс животными умными и сообразительными. В японской мифологии крыса - символ богатства и достатка. Не случайно в нэцке крысу часто изображают сидящей на мешке божества богатства и домашнего очага Дайкоку.

В преддверии наступающего 2008 года ОАО "Стеклозавод "Неман" подготовило оригинальный сувенир в виде крысы, который уже поступил в продажу в фирменные магазины завода.



ZARA ПРОДАЕТ ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА



Испанский одежный холдинг **Inditex** решил развивать в России свой новейший формат - сеть магазинов по торговле товарами для дома Zara Home. По данным "СПАРК-Интерфакс", фирменная "дочка" компании "Зара Хоум СНГ" была зарегистрирована в России еще в феврале этого года. Первый магазин Zara Home площадью 160 кв. м открылся 26 октября в Москве в ТЦ "Атриум". В 2008 году на Невском проспекте в Петербурге будет открыт второй магазин. Впоследствии магазины

Zara Home появятся во всех крупных городах России. Ассортимент Zara Home в России будет таким же, как и в других странах: здесь по доступным ценам будут продаваться предметы интерьера, посуда и аксессуары для ванных комнат.

По материалам сайта www.retail.ru

НОВОГОДНИЙ СЮРПРИЗ!



Компания **"ИИС-Посуда"** сделала новогодний подарок юным покупателям и их заботливым родителям - выпустила коллекцию посуды с любимыми детскими героями.

На новых тарелочках, салатниках и кружках можно встретить известных персонажей Диснея, а также героев популярных современных фильмов "Человек-Паук", "Тачки", "Пираты Карибского моря" и др. Все изделия имеют красочную подарочную упаковку.

Надо сказать, что лицензионное использование любимых детьми персонажей является перспективным направлением в развитии отечественного рынка детских товаров. Заряд любви и симпатии, исходящий от героев кино и мультфильмов, позволяет с успехом продвигать бренды, ориентированные на детскую аудиторию.

Отличие товаров для детей не только в яркости красок и особом дизайне, но и в высоком качестве материалов. Изделия этого ассортимента

детской посуды производятся только из керамики А и В классов, имеют легкий вес и идеальную гладкость поверхности. Сегодня это единственная детская посуда подобного качества в России.

"В этом году одной из стратегических задач компании стало продвижение посуды для детей. Это не случайно. 2007 год в России объявлен Годом ребенка, - говорит бренд-менеджер "ИИС-Посуды" Ольга Морозова. - Интерес компании к детской теме полностью отвечает интересам и целям нашего государства. Кроме того, с такой качественной продукцией детской посуды мы вышли на новый этап развития нашей деятельности".

Образцы этой посуды будут представлены на стенде ГК "ИИС-Посуда" на выставке "Консумэкспо-2008" (№1 В71, 1-й павильон), которая пройдет с 15 по 19 января в Экспоцентре.

В Москве должна появиться сеть белорусских ресторанов и кафе

В Москве в ближайшее время планируется создать сеть белорусских ресторанов и кафе. Об этом сообщил на заседании Совета делового сотрудничества Белоруссии и Москвы председатель комитета межрегиональных связей и национальной политики российской столицы Алексей Александров.

По его словам, сейчас в Москве работает только два ресторана с белорусской национальной кухней. Алексей Александров выразил уверенность, что белорусские рестораны будут пользоваться у москвичей большой популярностью.

По материалам сайта www.restoranoff.ru

Pasabahce увеличивает свои мощности в России

Турецкая компания Pasabahce заявила о планах увеличить к 2015 году мощность своего российского предприятия ООО "Посуда" (Борский район) в 7 раз. Как сообщил "Ведомостям" гендиректор "Посуды" Эрсан Токмак, на прошлой неделе компания приобрела в Борском районе участок в 23 га у частных лиц под строительство двух стекловаренных печей (каждая мощностью 210 т стекла в сутки) и складов. Глава Борского района Александр Киселев подтвердил факт сделки.

Сейчас на "Посуде" работает одна печь мощностью 90 т стекла в сутки. В январе 2008 года будет пущена вторая - мощностью 120 т. Инвестиции в нее составили \$56 млн. По словам Токмака, планируется, что третья печь будет введена к 2011 году, а четвертая - к 2015 году. Стоимость строительства каждой печи он оценивает в \$80-90 млн.

Сейчас ООО "Посуда" производит более 80 млн. изделий в год. После запуска второй печи планируется выпускать 200 млн., третьей - 350-400 млн. и четвертой - 600 млн. 65-70% продукции "Посуда" реализует в России, остальное - в СНГ и Восточной Европе.

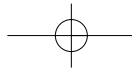
По оценке аналитика "Финама" Сергея Фильченкова, доля Pasabahce на российском рынке стеклянной посуды в денежном выражении составляет около 25%, а с вводом всех печей может превысить 40%.

По материалам сайта www.vedomosti.ru

Европейское качество

Дулевский фарфоровый завод награжден дипломом лауреата X Юбилейного конкурса "Золотая медаль "Европейское качество". Конкурс проводился Международной академией качества и маркетинга, Ассоциацией производителей качественной продукции и другими заинтересованными организациями.





СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



Накрываем стол

Мистический зимний пейзаж - темный лес раскидывает свои ветви на тонкостенном фарфоре. Дизайн Бодо Шперлейна придает посуде эффект росписи китайской тушью. Радужное гостеприимство дальних стран и дыхание современной поэзии - вот что чувствует владелец сервиза, когда начинает свою трапезу и ставит на стол новую коллекцию посуды **Dibbern**.

Новая коллекция от всемирно известного производителя Luminarc

принесет в ваш дом праздник и веселье. Освежающие светлые привлекательные, аппетитные сладкие оттенки цвета придутся по душе даже самому прихотливому владельцу, а новые формы придадут любой трапезе элегантность и безмятежность, а по желанию и смешение стилей для разнообразной, но всегда приятной мелодии вашей кухни.



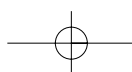
Дизайнерский бренд современности

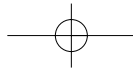
Гонконгская компания **Technical**, созданная более 15 лет назад, в последнее время занимается разработкой аксессуаров для вина. Так, одной из новинок, не оставшейся без внимания на рынке, стал функциональный кувшин с запатентованным модным дизайном Technical Manufacturer Ltd.



Успех на кухне и на работе

Контейнеры для хранения продуктов от компании **Winnington** разработаны дизайнерами Гонконга. Стильные товары для кухни брендов **Metier** и **Toolar** открывают новые перспективы для комфорта и непревзойденного качества и обещают владельцу "новые приятные повороты в бизнесе".





СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



Крышки нового поколения

Герметически закрывающаяся крышка увеличивает конденсацию пара. Такая технология позволяет готовить пищу с малым количеством воды, экономит энергию, а кроме того, сохраняет содержание витаминов, питательных веществ и аромат продуктов. Жаропрочное прозрачное стекло, из которого изготовлена крышка, дает возможность непосредственно наблюдать за процессом приготовления пищи на конфорке и в духовке.

Утонченный фарфор Porcelana Rose

Компания Porcelana Rose представляет прекрасные чашки с весенним узором. Вашему вниманию предлагаются чашки объемом 0,30 л и блюдца, украшенные маргаритками и ирисами.



Фирма Duo выпустила исключительный комплект посуды для завтрака Home Collection. Главные достоинства коллекции - романтичный рисунок и утонченные формы.

Чашки марки Hanipol из новой необычно красивой серии посуды с узором из черных цветов, украшенных серебряной отделкой, являют собой образец утонченности и элегантности. Чашки привлекают как своим контрастным рисунком, так и заманчивой ценой.

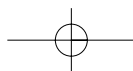


Фарфоровое предприятие Stielow

представляет новейшую коллекцию, появившуюся в ассортименте фирмы. "Болеро" - это переход на производство аристократичных линий фарфора. Обеденно-кофейный комплект выглядит так, как будто был сделан два столетия тому назад, но сохранился до наших дней почти в целости и несколько месяцев реконструкционных работ вернули ему первозданный облик.

Уникальные изделия Qbus

Художественная мастерская **Qbus** представляет украшенные вручную изделия из стекла, такие как: вазоны, салатницы, салфетницы, пепельницы, подсвечники, керосиновые лампы, стаканы, рюмки, кувшины, графины, рамки для фотографий, зеркала и т.п. Процесс производства является оригинальным и зарегистрирован в бюро патентов (защитный номер Р 359202). Функциональность, художественная ценность и высокое качество являются атрибутами единственных в своем роде изделий.



17  60
GERLACH

**ТРАДИЦИЯ, ДИЗАЙН И КАЧЕСТВО В ПРОИЗВОДСТВЕ СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ,
КУХОННЫХ НОЖЕЙ, ФАРФОРА И СТОЛОВОГО СТЕКЛА ВЫСШЕГО КЛАССА**

Марка-лидер в Польше и Центральной Европе.
Экспорт во многие страны, не только Европы, но всего мира.

СТАНЬТЕ НАШИМ ДИСТРИБЬЮТОРОМ!

Компания „ГЕРЛАХ”, владеющая правами на торговые марки GERLACH, HENNIGER и HEYWOOD, - это польская компания, которая работает на рынке с 1760 года и пользуется успехом на нескольких континентах. Достопримечательностью нашей компании является тот факт, что в начале XIX века царь Николай I дал разрешение клеймить нашу продукцию знаком короны. С того времени корона является неотъемлемым элементом торговой марки ГЕРЛАХ.

Мы ищем дистрибьютора для продажи полной линии нашей продукции, содержащей более 1000 наименований продукции самого высокого качества.

GERLACH SA
ul. Mikołowska 93
43-100 Tychy
Poland

Приглашаем посетить наш сайт www.gerlach.pl
Скоро приглашаем на сайт
www.gerlach.ru

Tel.: +48 32 781-81-10
Fax: +48 32 781-81-11
export@gerlach.com.pl





HENNIGER

House of Luxury



ИСТОРИЯ ВЫГРАВИРОВАННАЯ НА СЕРЕБРЕ...

HENNIGER это знаменитая марка с богатой историей, соединяющая в себе традиции европейской культуры, искусства и дизайна. Эмблемой HENNIGER украшали аристократические дворы, тем самым, подчеркивая престиж и сохраняя неповторимую атмосферу того времени.

Фарфор и серебряные столовые приборы высшего качества это не только необычайное украшение изысканно сервированного стола, но прекрасный подарок самым близким людям, которые ценят элегантность и роскошь.

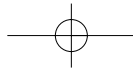
Благодаря уникальному сочетанию прочности и изящности, наши изделия, пользуются успехом у истинных ценителей вкуса, красоты и гармонии формы и цвета.

СТАНЬТЕ НАШИМ ДИСТРИБЬЮТОРОМ!

GERLACH SA
ul. Mikołowska 93
43-100 Tychy
Poland

Приглашаем посетить наш сайт
www.henniger.ru

Tel.: +48 32 781-81-10
Fax: +48 32 781-81-11
export@gerlach.com.pl



УКРАИНА

Информация в блок «Украина» предоставлена компанией "Парус Экспо Медиа", тел.: + 38 (044) 246 -09-52/56, www.pem.com.ua



Качество и удовольствие от BergHOFF

Компания BergHOFF известна жителям шести континентов. Фирма была основана в 1994 году в Бельгии, где находится ее главный офис. С того времени она стала одним из ведущих производителей посуды и кухонных аксессуаров в мире (впрочем и дистрибьютором тоже). BergHOFF активно работает в Западной и Восточной Европе, на Ближнем Востоке, в Азии, Африке, Америке и Океании.

Высокое качество по доступной цене - основное правило BergHOFF Worldwide. Оптимальное соотношение цены и качества помогает достичь доверия и любви покупателей. При изготовлении посуды BergHOFF используются лучшие материалы и технологии, а в разработках товаров принимают участие опытные европейские дизайнеры. Но самое главное, что сотрудники компании BergHOFF вкладывают душу в производство красивых и функциональных товаров, с помощью которых покупатели могут с удовольствием готовить вкусные и полезные для здоровья блюда.

BergHOFF всегда старается создавать новые товары, удивляющие покупателей красивым внешним видом и высокой функциональностью. Среди последних новинок фирмы - серия "Орион", разработанная талантливым бельгийским дизайнером Ильзе Раймекерс, в которую, кроме посуды, входят полезные аксессуары для кухни, такие как круглые и прямоугольные фруктошницы, миски, наборы кухонных и барных аксессуаров. Другим интересным направлением является детская серия. BergHOFF впервые в мире разработала специальную серию посуды для детей, благодаря которой дети могут, играя, научиться готовить. Совместная работа на кухне сплачивает членов семьи, а для детей это прекрасная возможность приобрести навыки приготовления вкусной, а главное, здоровой пищи. Именно для этого и необходима хорошая посуда - такая, которая выпускается фирмой BergHOFF.



ООО "МАРГО" - ПЕРВЫЙ УКРАИНСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ БУМАЖНЫХ САЛФЕТОК ЕВРОПЕЙСКОГО КАЧЕСТВА



Компания "Марго" (г. Тернополь) работает на рынке Украины с 2004 года. Ориентируя свое производство на европейское качество, торговая марка "Марго" основала новый украинский стандарт производства бумажных салфеток размером 33x33см. Оборудование компании позволяет изготавливать бумажные салфетки с нанесением 4-цветной печати высокого качества.



Уже больше года компания производит салфетки под торговой маркой "ИКЕА" для шведской сети магазинов, соблюдая все европейские стандарты качества. Уже в ноябре на рынок Украины выйдут первые салфетки размером 24x24см с печатью праздничной тематики.

Компания намерена расширять ассортимент салфеток маленького размера, наполняя их красочными цветами и интересными рисунками.

НОВИНКИ ОТ ALPARI



Компания ALPARI (г. Винница) начала радовать украинских потребителей посудой из жаростойкой керамики, которая позволяет готовить натуральную пищу. В ближайшее время компания планирует пополнить ассортимент своей продукции чугунной посудой, кухонной посудой из цветной нержавеющей стали и столовой посудой из тончайшего фарфора.

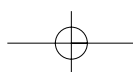


СИНОНИМ ЗДОРОВОЙ ПИЦЦЫ

RÖMERTOPF



В Украине появились глиняные горшочки торговой марки Romertopf (Германия). Впервые эта марка была представлена в 1967 году в Ганновере. За это время продукция Romertopf стала синонимом приготовления здоровой пищи. Вся продукция изготовлена по специальной технологии из натуральной глины, что позволяет при запекании, тушении, варении полностью сохранять в продуктах витамины, питательные вещества и ароматы, а также готовить пищу без использования жира.



TableWare
trade show

*II Международная выставка
индустрии посуды*

*28 февраля –
1 марта
2008 года*

*Международный выставочный центр
Киев, Украина*



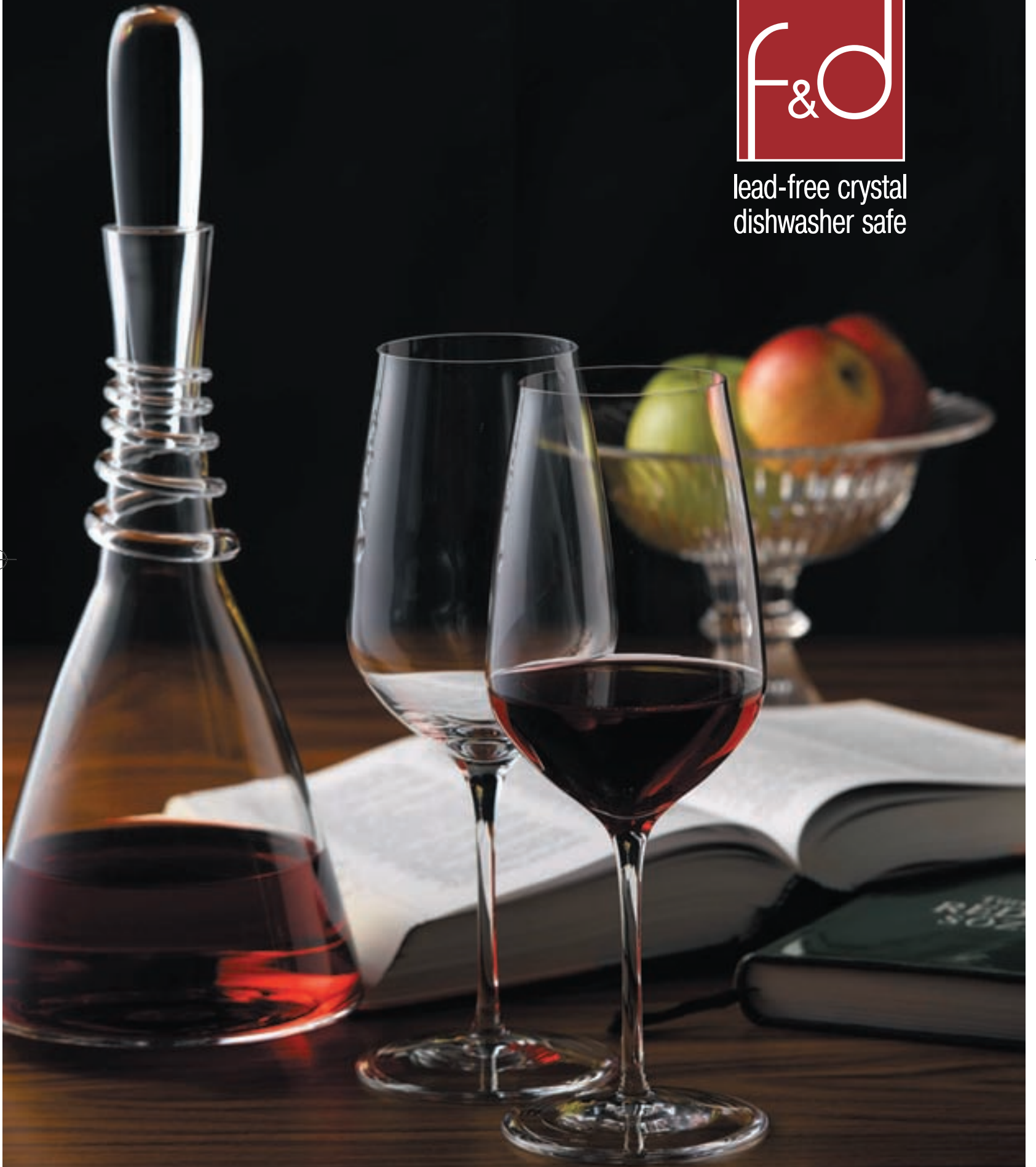
PARUS ExpoMedia

www.pem.com.ua

При поддержке:

- Киевской областной государственной администрации
- Messe Frankfurt

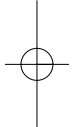
ООО «ПАРУС Экспо Медиа»
Тел./факс: + 38 (044) 246-0952/56
Контактное лицо: Попович Оксана
e-mail: op@pem.com.ua



fine & durable



lead-free crystal
dishwasher safe



Тел.: (495) 777 37 39 damir@pasabahce.ru
f&d is a brand of Pasabahce Glassware Company. f&d - марка, принадлежащая компании Пашабахче



е
ли
ст
из
по
но
по
ро

УКРАИНА



STEELEY ИДЕТ НА СЕВЕР



ООО "Завод столовых приборов - ДСС", торговая марка STEELAY (г. Запорожье), производитель высококачественных столовых приборов, посуды, кухонных принадлежностей, изделий для баров, ресторанов и кафе, посуды для фуршета из нержавеющей стали, открывает свое представительство в России:

**г. Москва,
ИП А.И. Дыкун,
тел. моб.
8 (901) 511-19-75**

"БЕЛАЯ ВОРОНА" РАСШИРЯЕТСЯ



В ноябре этого года торговая сеть "Белая Ворона" (г. Мариуполь) открыла новые магазины в Одессе, Житомире и Львове.

Справка. "Белая Ворона" - это магазин для женщин, в котором представлены многочисленные товары для дома. История торговой сети "Белая Ворона" берет свое начало в 2000 году, когда был открыт первый магазин в Мариуполе.

На сегодняшний день "Белая Ворона" - большая и стремительно развивающаяся торговая сеть, которая насчитывает 33 магазина в шести областях Украины.

По материалам сайта www.belajavorona.ua

KEDAUNG - НЕ ТОЛЬКО СТЕКЛО!



Крупнейший производитель посуды в Индонезии, компания Kedaung Group, была основана в 1969 году, но за короткий срок смогла потеснить мировых лидеров в области производства посуды.

Сегодня Kedaung Group входит в тройку лидеров по производству стеклянной посуды в мире с объемом выпуска более 1 650 тонн стеклянных изделий

ежедневно (что эквивалентно 10 миллионам стаканов) на 120 производственных линиях. Компания работает не только на огромный внутренний рынок, но и поставляет более чем 50% продукции в 78 стран мира. Постоянно наращивая производственные мощности, Kedaung Group совершенствует свои технологии, что позволяет успешно сочетать отличное качество стеклянной продукции с доступной ценой. Хотя основным направлением Kedaung Group является производство посуды из стекла, сегодня объединение производит большой ассортимент товаров для дома, которые представлены "Торговым Домом "Кристалл".



Подарок для тех, кого вы любите



Ангел - один из самых светлых и добрых образов. Как сувенир он приносит радость и надежду, дарит положительные эмоции.

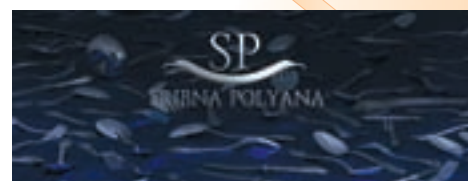
В преддверии грядущих праздников компания ТД "Мир Посуды" представляет коллекцию из 20 ангелов, выполненных в лучших классических традициях из белоснежного фарфора. Для оформления интерьера - ангелы-статуэтки и подвески, для романтического ужина - праздничные подсвечники с ангелами, для дорогих сердцу мелочей - миниатюрные шкатулки и подставки с ангелами, для заметок и визиток - ангелы с кольцом-держателем.

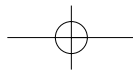
Подробно ознакомиться с коллекцией ангелов, другой сувенирной продукцией (гелевые свечи, подсвечники, вазы, статуэтки, фоторамки) и широким ассортиментом посуды вы можете в департаментах продаж Киева и Чернигова, а также посетив стенд торгового дома "Мир Посуды" с 28 февраля по 1 марта 2008 года на международной выставке индустрии посуды TableWare.

Родился новый бренд!

В 2007 году ООО "Вольнянский машиностроительный завод" проводит реорганизацию предприятия, которая позволит оптимизировать производство, улучшить качество продукции и привлечь новых партнеров. В этом же году заводом была зарегистрирована торговая марка **SRIBNA POLYANA**, под которой выходят на рынок посеребренные столовые приборы, и создан веб сайт www.SribnaPolyana.com

Специалисты завода разработали новый модельный ряд столовых приборов, которые поступят в продажу уже в следующем году, а также новую серию подстаканников, основным потребителем которых является "Укрзализница". Ведется активная работа по расширению ассортиментных групп собственного бренда SRIBNA POLYANA и по формированию подарочных наборов с созданием достойной упаковки для нашей продукции. Весь ассортимент товара сертифицирован и соответствует нормам ГОСТа и требованиям законодательства. Новинки под торговой маркой SRIBNA POLYANA, сохранив традиции и качество, порадуют наших покупателей доступными ценами, а изысканный дизайн коллекции удовлетворит самый взыскательный вкус.





Жемчужина российского стеклоделия на Украине

В 2007г. бывшему Кузнецовскому, а ныне Дулевскому заводу исполнилось 175 лет. В 2006 г. предприятие было признано победителем Всероссийского конкурса "1000 лучших предприятий и организаций России 2006 г." В конце этого года компания ООО "Галерея стекла и фарфора" представила украинскому рынку продукцию ПК "Дулевский фарфор", которая смогла быстро завоевать доверие благодаря своему качеству и ассортименту. Покупатели смогли оценить высококачественный и экологически безупречный фарфор.

Молодая команда художников, пришедшая на завод, обещает в следующем году обновить ассортимент продукции, приближая его к сегодняшнему дню.

Украинских покупателей особенно обрадовал тот факт, что ПК "Дулевский фарфор" - одно из немногих предприятий, выпускающих тонкостенную фарфоровую посуду. В наступающем году компания ООО "Галерея стекла и фарфора" будет рада предложить украинскому рынку новинки ассортимента продукции ПК "Дулевский фарфор".



Рынок Украины вырастет еще!

Украинский рынок стеклотары по результатам года вырастет на 18% - до 3,9 млрд. грн. - такой прогноз обнародовал президент ассоциации предприятий стеклянной промышленности "Стекло Украины" Дмитрий Олийнык. Украинский рынок стеклотары достигнет показателя 3,9 млрд. грн. По данным ассоциации, в целом производители стекла прогнозируют рост всего рынка на 20-30% в зависимости от сегмента. За 9 месяцев текущего года в Украине произведено 1 752 млн. шт. стеклянных бутылок. Это на 11% больше, нежели за аналогичный период 2006 года. Эти сведения подтвердили в Агентстве индустриального маркетинга.

По материалам сайта www.watermarket.ru

RONDELL ПРЕДСТАВЛЯЕТ КОЛЛЕКЦИЮ НОЖЕЙ



Марка немецкой профессиональной посуды для приготовления пищи Rondell вот уже много лет не перестает радовать потребителей, предлагая им все новые и новые дизайнерские линейки посуды, адаптированные для применения в быту. Но в этом сезоне Rondell преподносит своим почитателям особенный, и очень приятный, сюрприз. Марка расширяет спектр предлагаемых товаров и выпускает на рынок новинку, которая произведет настоящий фурор среди всех истинных любителей кулинарии и, по прогнозам многих экспертов, станет новым эталоном качества - ножи Rondell!



При изготовлении ножей Rondell особое внимание уделено их закалке, так как именно от этого зависят их уникальные свойства. Достижения современной металлургии позволили усовершенствовать

древние технологии и сделали их доступными для применения в современном производстве. Для закалки ножей Rondell используется современная технология **Ice hardening**, включающая в себя трехэтапное закаливание: нагрев до температуры свыше 1000 °С, охлаждение в жидком азоте при температуре - 90 °С и отпуск при температуре 250 °С. Ice hardening придает лезвиям ножей особую прочность и устойчивость к механическим нагрузкам.

Анатомические ручки профессиональных кухонных ножей Rondell разработаны с учетом передовых исследований эргономики кухонной утвари. А некоторые коллекции ножей от Rondell сделаны из уникальных материалов, например из древесины одного из видов эбенового дерева, носящего также название Macassar.

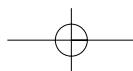
Высококачественная нержавеющая немецкая сталь X50CrMoV15, которая используется для изготовления ножей Rondell, содержит повышенное содержание углерода, что придает лезвию ножей необыкновенную твердость (56-57 единиц по шкале Роквелла). Хром и молибден, входящие в ее состав, повышают ее стойкость к коррозии, ванадий увеличивает прочность и инертность к агрессивным химическим средам. Ножи, сделанные из этой стали, великолепно держат заточку и идеальны для интенсивного использования.

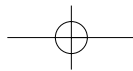


В УКРАИНУ ПРИШЛА СЕТЬ КОФЕЕН COFFEE-TO-GO

Крупная австралийская сеть кофеен Gloria Jean's Coffees продала франшизу украинской компании для развития сети в Киеве и регионах. За три года планируется открыть около 50 заведений, инвестиции в которые оцениваются экспертами в \$2-5 млн. Кроме Gloria Jean's Coffees, в Украине в этом сегменте пока никто не представлен. Между тем в России уже развивается главный конкурент сети - Starbucks, который обычно следует за Gloria Jean's Coffees во все страны.

По материалам сайта www.kommersant.ua





УКРАИНА



ОСОБЫЙ СПОСОБ ЭМАЛИРОВАНИЯ



Компания "СИЛУМИН" (Запорожская область) на сегодняшний день является единственным в Украине производственным предприятием, в

полной мере освоившим низкотемпературное эмалирование литейных алюминиевых сплавов.

С момента основания в 1998 году до настоящего времени специалисты компании с большим уважением относятся к традициям производства металлической посуды.

Наряду с выпуском хозяйственной литой посуды в классическом стиле (посуда без покрытия - линии "Традиция", "Блеск") компания предлагает потребителю широкий ассортимент продукции с покрытием - линии "Эмаль" и "Люкс". Уникальный метод термостойкого низкотемпературного эмалирования придает посуде новые положительные качества и особый шарм. Нарядный блеск, широкий спектр, сочная цветовая гамма, современный дизайн, высокие санитарно-гигиенические свойства, экологически чистое пищевое сырье и разумная цена продукции - далеко не полный перечень достоинств этих линий. Такая посуда способна украсить любую кухню и удовлетворить пожеланиям самого требовательного клиента.



PRESTO ОТ TESCOМА



Компания "Тескома-Украина" с удовольствием сообщает своим постоянным покупателям и тем, кто впервые открывает для себя торговую марку TESCOМА, что на рынке Украины появилась новая, широкая линия кухонных принадлежностей PRESTO. Это более чем 100 новинок для кухни. Как и всю нашу продукцию, эту серию отличают первоклассное качество, оригинальный дизайн, привлекательная упаковка и приятная цена. Мы не устаем удивлять вас нашими новинками, которые делают приготовление пищи все более простым, но не менее интересным занятием. Приятные цвета данной серии привнесут весенний колорит в вашу кухню и поднимут настроение вам и членам ваших семей.



ОРИГИНАЛЬНЫЕ НОВИНКИ ОТ S&T®



Торговая марка S&T® представляет вниманию всех ценителей красоты коллекцию изысканных фруктовниц в красочной подарочной упаковке. Использование всех современных тенденций моды позволило компании предложить в н и м а н и ю рынка целый ряд уникальных предметов кухонного интерьера, выполненных из стекла, керамики и фарфора. Компания планирует и дальше приятно удивлять своих клиентов оригинальностью форм и расцветок. Презентация новинок пройдет в рамках Второй международной выставки индустрии посуды TableWare на стенде ООО "СНТИ".

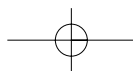


Компания "Гранд-С" включила в свой товарный портфель новый бренд. Под торговой маркой Valensia покупателям Украины представлен ассортимент стеклокерамической посуды.

Стеклокерамика уже зарекомендовала себя как красивая, изысканная и одновременно очень практичная посуда. Благодаря специальной технологии закаливания стеклокерамическая посуда прочна, у нее почти не бывает сколов. Она идеально подходит для использования в СВЧ-печах, духовых шкафах и посудомоечных машинах... Именно поэтому она прочно вписалась в домашний интерьер, стала неотъемлемым атрибутом сервировки в кафе и ресторанах.

Ассортиментный ряд представлен посудой с различными деколями, которые будут интересны как ценителям классики, так и приверженцам новых идей в оформлении стола.

В планах компании - вывод на рынок новых серий посуды, обновление ассортимента в соответствии с запросами украинских потребителей.





Методы повышения лояльности дилеров

Развитие дилерской сети сегодня - это основное направление, в котором движется каждый производитель и поставщик, заинтересованный в эффективных продажах своей продукции. Однако общение с дилерами не всегда протекает гладко. Поэтому важно дорожить устоявшимися, прочными связями с клиентами и, разумеется, укреплять их по мере возможности.

Дилерская сеть - это торговые фирмы, осуществляющие продажу продукции предприятия конечному покупателю. Почему продажа через дилеров так удобна для производителя и поставщика? Дело в том, что дилер - это неоценимый источник информации: он как никто знает, что сейчас покупают и что будут покупать в его регионе в ближайшем будущем. Дилер зачастую лучше поставщика владеет ситуацией в регионе и всегда способен решить возникающие проблемы, причем значительно проще и быстрее.

Однако часто имеются сложности в отношениях с дилерами.

Примеры проблемных ситуаций:

- ◆ Дилеры часто не хотят торговать той продукцией, которую желает продвинуть производитель.
- ◆ Дилеры могут не очень охотно работать с производителем (поставщиком) либо вообще отказываться с ним работать.
- ◆ Дилеры могут слабо реагировать на методы стимулирования, используемые производителем (поставщиком).
- ◆ Многие дилеры работают с производителем (поставщиком) лишь непродолжительное время.
- ◆ Локальные ценовые войны могут приводить не только к потере большей части дилеров в данном городе, но и наносить серьезный вред стратегии развития бренда.
- ◆ Серьезной проблемой может стать несанкционированный разрыв контрактных отношений, несоблюдение корпоративных стандартов. Важно наладить контроль за соблюдением дилерами: условий контракта, соответствии корпоративной политике, а также маркетинговой и бренд-стратегии.
- ◆ Сложности в ведении эффективной коммуникации с дилерами и обеспечении свое-временной обратной связи.
- ◆ Могут возникать чисто технические проблемы. Например, дилеры несанкционированно используют торговую марку производителя, проводят

акции без согласования с ним, нарушают оговоренные сроки проведения распродаж. Все это наносит ущерб бренду.

Для решения этих и других проблем важно понимать, что огромные ресурсы для развития любой компании лежат именно в оптимизации отношений с партнерами-дилерами. Поэтому за основу этих отношений можно взять тезис о том, что дилер - это тоже потребитель. Исследования подтверждают, что в ситуации выбора поставщика и определения того, с кем ему работать, дилер ведет себя как обычный потребитель, пропуская кандидатов на сотрудничество через сито собственных ценностей и требований. И если возникают проблемы с дилерами, то нужно понять, почему это происходит и что нужно сделать, чтобы ситуация изменилась к лучшему.

Стратегия укрепления лояльности дилеров

Для урегулирования отношений с уже существующим дилером, а также для налаживания связей с новым, необходимо собрать полную информацию о клиенте. Нужно доподлинно выяснить, в каком регионе и насколько эффективно работает дилер, провести проверку деловой репутации и надежности дилера. Важно, чтобы проводилась:

- ◆ регулярная оценка деятельности дилера,
- ◆ организация "событий" в дилерской сети;
- ◆ маркетинговые коммуникации и оценка их эффективности,
- ◆ программы совместных продаж и стимулирования сбыта в дилерской сети,
- ◆ мониторинг динамики объемов закупок и других показателей деятельности
- ◆ получение информации о ценах продаж дилеров,
- ◆ установление контроля производителя над ценами.

Получить сведения о мотивации работы дилера с поставщиком можно путем комплексного исследования и выявления тех характеристик, которые наиболее и наименее ценны для дилера. Иными словами, необходимо провести анализ, что привлекает дилера в сотрудничестве с поставщиком, а что отталкивает.

Главные задачи исследования

- ◆ Выявление требований дилеров к поставщикам/производителям.
- ◆ Изучение мотивации дилеров, связанной с выбором компании клиента в качестве партнера.



ТАКТИКА И СТРАТЕГИЯ

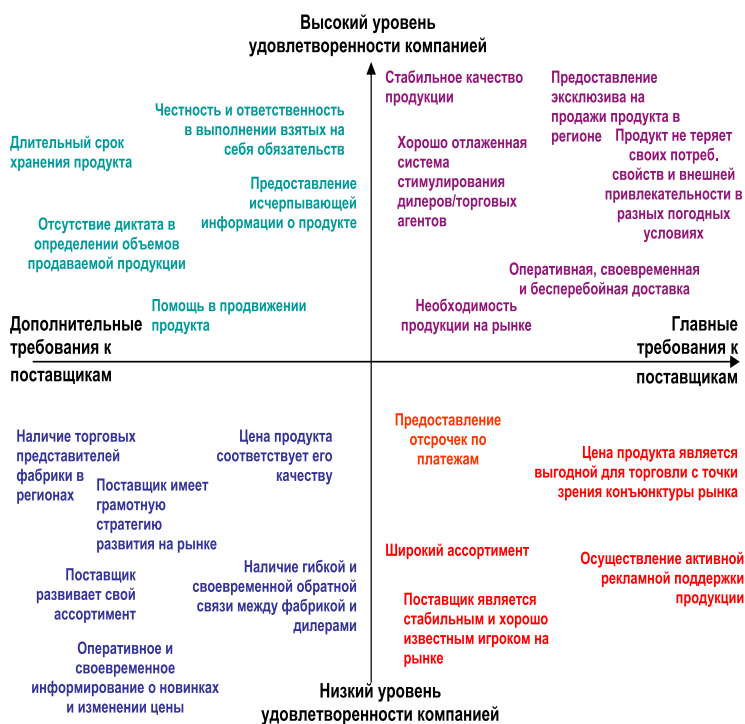
- ◆ Выявление главных достоинств сотрудничества с компанией клиента.
- ◆ Выявление главных проблем в сотрудничестве во взаимоотношениях с компанией клиента.
- ◆ Изучение причин существующей динамики взаимоотношений дилеров с компанией клиента:
 - ◆ в случае развития отношений
 - ◆ в случае ухудшения отношений
 - ◆ в случае, когда отношения нестабильны.
- ◆ Выявление бонусов, поощрений, программ, использование которых поможет привлечь внимание новых дилеров и увеличить лояльность существующих дилеров.

В результате проведения исследования со стороны компании-производителя становится понятным:

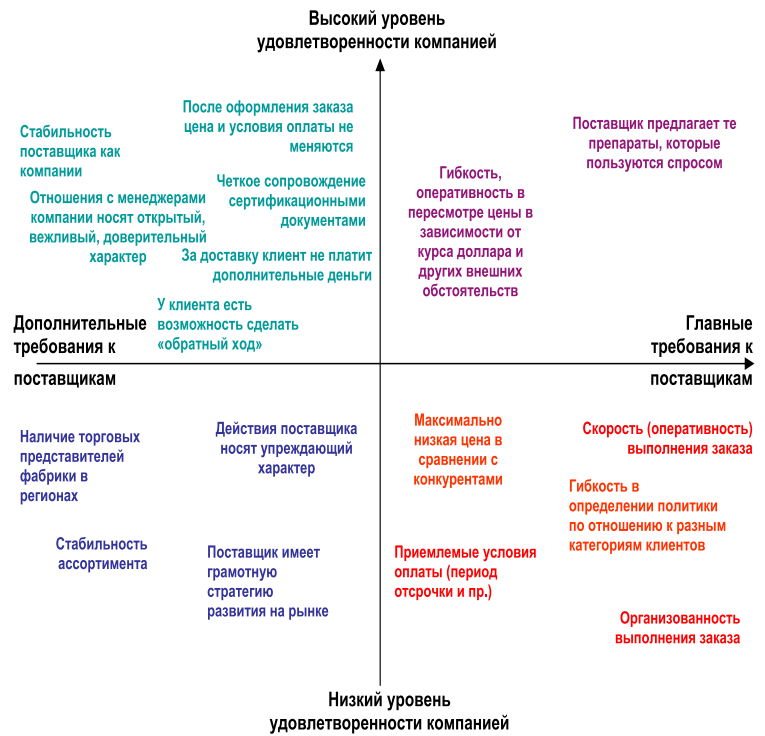
- ◆ что компанию дилер их мотивирует к сотрудничеству с поставщиком;
- ◆ в чем компания-дилер проигрывает своим конкурентам;
 - ◆ варианты решения проблем;
 - ◆ какие виды стимулирования дилеров, по оценке самих дистрибуторов, лучше/хуже и почему;
 - ◆ возможности дилера;
 - ◆ степень заинтересованности дилера в сотрудничестве с компанией-производителем;
 - ◆ существующие риски ухудшения бизнес-показателей, связанные с работой определенного дилера.

Примеры работы исследований в действии

Пример первый (рынок продуктов питания)



Пример второй (рынок медикаментов)



Пояснения к рисункам:

Лиловым цветом выделены важные достоинства компании, чьи отношения с дилерами изучаются. Это те моменты, которые необходимо поддерживать и укреплять. Ни одно из этих достоинств не должно быть потеряно в ходе развития.

Зеленым цветом выделены дополнительные достоинства компании. Их также нужно поддерживать. Специальных усилий, чтобы развивать их, делать не нужно.

Красным цветом выделены самые серьезные недостатки/проблемы компании, которые тормозят ее последующее развитие. Для решения каждой из этих проблем нужно предпринимать последовательные шаги (нужно разработать программу действий).

Синим цветом выделены второстепенные недостатки компании, которые сдерживают развитие, но в целом, с точки зрения дилеров, меньше, чем недостатки, выделенные красным цветом.

Следовательно, для повышения лояльности дилеров нужно обратить серьезное внимание на пересмотр тех проблем, которые дилер выделяет синим и особенно красным цветом в предложенных матрицах. При этом увеличивать лояльность дилеров можно и нужно не за счет снижения цены (этот путь разрушает бренд и неперспективен в большинстве случаев с точки зрения развития бизнеса), а за счет правильного удовлетворения потребностей, ценностей дилеров.

Статья подготовлена по материалам конференции «Индустрия посуды Украины», состоявшейся 6 сентября 2007 года в рамках международной выставки индустрии посуды «TableWare».

Контактное лицо: Ольга Кучмеева, менеджер по развитию бизнеса
 Бренд-консалтинговая компания «Следопыт»
 Тел./факс: +38 (044) 503 3142
 e-mail: okuchmееva@sledopyt.com.ua
 www.sledopyt.com.ua



БИЗНЕС В СТИЛЕ АМБИЕНТЕ

PRIMUS
EXHIBITIONS GROUP

17-20 октября 2007 года на территории Международного выставочного центра в Киеве прошла IX Международная выставка "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА", объединившая в себе сразу три масштабных специализированных проекта: V Международную выставку "ПРИМУС: ПОСУДА", X Международную выставку "ПРИМУС: ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ" и V Международную выставку "ПРИМУС: СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ".

Выставка "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" является одним из ключевых имиджевых и отраслевых событий на рынке товаров Household и HoReCa в Украине. В 2007 году в рамках экспозиции свою продукцию представили более 150 ведущих компаний, среди которых производители и поставщики товаров для дома, посуды, сувенирной и подарочной продукции.

Спонсорами выставки выступили компании: BALLARINI (Италия), ТЕРРАМ (Украина), TESCOМА (Чехия), VINZER (Швейцария), LEIFHEIT (Германия) и VILAND (Украина).

В 2007 году организатор выставки - международная выставочная корпорация Primus Exhibitions Group ввела ряд новшеств в деловой программе выставки:

- "Байер Клуб-2007"
- B2B Meeting Programm
- "Клуб Директоров"

Созданный в рамках выставки "БАЙЕР КЛУБ" и программа деловых встреч **B2B Meeting Programm** привлекли внимание профессиональных посетителей, среди которых были руководители оптовых, сетевых и розничных торговых компаний, владельцы предприятий группы HoReCa, производители и индивидуальные предприниматели сектора Household.

Важным событием в рамках выстав-



ки "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА-2007" стало заседание "Клуба Директоров", участие в котором приняли руководители и ведущие специалисты компаний. В рамках мероприятия обсуждались проблемы отрасли, профессиональные вопросы по брендированию и ребрендингу, выходу в сетевые маркеты, продвижению национальной продукции на мировые рынки,

представлены уникальные предметы роскоши (изысканная фарфоровая продукция HERENT, ROSENTHAL, ROSLE), стали лучшим доказательством успешности и популярности выставки "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА".

Согласно аналитическим исследованиям, рынок товаров для дома в Украине ежегодно увеличивается на 35-50%,



тенденции развития рынка посуды и товаров для дома.

Внедрение развернутой деловой программы с использованием современных информационных технологий, объединение на одной выставочной площадке трех концептуально близких направлений (посуда, подарки, товары для дома), проведение мастер-классов, презентаций и конкурсов, а также новая экспозиция эксклюзивных товаров класса Премиум LUXURY STYLE, на которой вниманию посетителей были

что в среднем составляет \$50-55 млн. Подобная динамика развития свидетельствует о росте продаж в секторе Household и развитии рынка в целом. Особо стоит отметить сектор сувенирной продукции. Сформированный сравнительно недавно, сегодня он представляет отдельный сегмент рынка, на котором присутствуют не только всемирно известные иностранные торговые марки, но и национальные бренды. В 2007 году в "ПРИМУС: СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ" приняли участие более ведущих 50 компаний, предлагаю-



УКРАИНА



свой вклад в процесс консолидации рынка товаров народного потребления. "Наша компания предлагает покупателям широкий ассортимент модных, современных и интересных товаров. А выставка "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" - это площадка, где освещаются тренды и демонстрируются новые дизайны. Наша компания стояла у самых истоков создания этой выставки. Мы ценим наше сотрудничество и будем поддерживать ее в дальнейшем", - сообщила пресс-службе выставки Тамара Константиновна Петренко, коммерческий директор компании "Tescoma Украина".

Среди участников выставки в разделе "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" были представлены такие известные компании и торговые марки как: Berghoff, Gipfel, Viland, Valira, Maestro,

"ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" - жемчужина в ожерелье выставочных мероприятий Украины

Вопросы задавала Татьяна Абрамкина.

На вопросы отвечала Инна Задорожня, руководитель отдела компании "ПРИМУС Украина", директор выставки "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА."

1) Инна, два года назад был запущен процесс реорганизации выставки. Какие результаты достигнуты к 2007 году?

Выставка "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" развивается стабильно и отражает состояние и потребности посудно-хозяйственного и сувенирно-подарочного рынка Украины. Но если говорить об изменениях, то два последних года выставка проходит в престижнейшем выставочном зале Украины - Международном выставочном центре.

С каждым годом растет экспозиционная площадь выставки, а также количество участников, что говорит о динамике и росте объемов потребительского рынка Украины. Так, в 2007 году количество участников увеличилось на 20%, а экспозиция - на 30%.

На выставке этого года впервые была представлена турецкая национальная экспозиция.

2) Какие качественные изменения в составе участников выставки произошли за это время?

Приятно отметить тот факт, что в выставке "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" принимают участие практически все игроки посудного, хозяйственного и сувенирного рынка Украины. Компании рассматривают выставку как важный маркетинговый инструмент для продвижения продукции и новинок на потребительском рынке Украины, а также для поддержания статуса лидера отрасли.

К сожалению, меньше было представлено, по сравнению с прошлым годом, украинских производителей посуды, но вместе с тем существенно выросли качество и дизайн продукции присутствовавших компаний. Был отмечен всплеск интереса со стороны компаний из Польши и Белоруссии. Среди посетителей на выставке было значительное количество итальянских производителей, которые планируют в скором времени выйти со своей продукцией на украинский рынок.

3) Чем новым собираетесь порадовать экспонентов и посетителей в 2008 году?

"ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" - очень цельное и самостоятельное выставочное мероприятие с практически неисчерпаемым потенциалом, поэтому говорить нужно, скорее, о его совершенствовании в соответствии с потребностями рынка. Все успешно стартовавшие экспозиционные и деловые проекты получают свое развитие при подготовке к следующей выставке "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА", которая состоится с 15 по 17 октября 2008 года в МВЦ в Киеве.

ших широкий ассортиментный ряд сувенирной и декоративной продукции.

Выставка "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА" является наиболее востребованным и результативным проектом отрасли формата "бизнес для бизнеса" и из года в год собирает рекордное количество участников и посетителей. В 2007 году экспозицию посетило более 4 000 посетителей, 75% из них - профессионалы сектора Household и



HoReCa. Количество участников выставки превысило рекордное значение прошлого года и составило 200 участников из 16 стран мира.

"Участие в выставках международного формата - это всегда наиболее точное позиционирование торговой марки в конкурентной среде на специализированном рынке и великолепная возможность продемонстрировать реальный уровень сотрудников фирмы. И прежде всего, уникальная возможность утвердить имидж своей компании и подтвердить статус лидера отрасли", - говорит коммерческий директор компании BergHOFF Татьяна Леонидовна Самохвалова.

По мнению организаторов выставки, "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА-2007" продемонстрировала растущий потенциал украинского потребительского рынка, создала условия для налаживания бизнес контактов и внесла

Bergner, Borner, Biol, Alpari, Aurora, "Интер-Трейдинг Плюс" (дилер Peterhof, BergHoff и др.), "Северсталь-Эмаль", Terra-M.

Выставка прошла при официальной поддержке Министерства промышленной политики Украины, Торгово-промышленной палаты Украины, Канадско-Украинской торговой палаты и при информационной поддержке специализированной прессы: "Посуды", "DOMUS DESIGN", "Идеального дома", "Кушать подано", других новых изданий украинской прессы.

Международная выставочная корпорация Primus Exhibitions Group приглашает на **X МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ "ПРИМУС: АМБИЕНТЕ УКРАИНА-2008"**, который состоится в МВЦ в Киеве с 15 по 18 октября 2008 года!



Suerte

P O R C E L A I N



Группа компаний "Спецторг" представляет новинку на рынке фарфоровых изделий - торговую марку Suerte. Предлагая российским покупателям фарфор Suerte Группа компаний "Спецторг" ставит цель предложить покупателям качественную фарфоровую посуду, которая сочетала бы в себе благородство материалов, современный, но при этом утонченный дизайн, универсальность в использовании и, что немаловажно, приемлемые цены.

Подкова на удачу



Концепция логотипа неслучайна. Подкова - уникальный символ, один из немногих талисманов, которые на протяжении долгих веков, с самой заре цивилизации беспрерывно используются во многих культурах по всему миру. Легенда гласит, что впервые подкову в качестве символа, приносящего счастье, стали использовать в Древнем Египте. В те времена лошадей, запряженных в колесницу фараона, подковывали золотом. И тот, кто находил потерянные лошадьми золотые подковы, становился в прямом смысле счастливым. С тех пор, согласно поверью, за обладателями подков буквально по пятам следует удача, а дома, в которых подкова висит над входом, всегда полны семейного тепла, радости и счастья. Именно поэтому фарфоровая подкова является оригинальным знаком марки и прилагается к покупкам из коллекций Suerte. Название также отражает дух бренда: suerte в переводе с испанского означает "удача, счастье, везение".

В жизни каждого из нас случаются важные события и торжественные и счастливые моменты. Моменты, которые хочется разделить с самыми близкими людьми: с семьей, с друзьями. И мы искренне надеемся, что фарфор Suerte станет изысканным завершающим штрихом к картине семейного или дружеского общения, сохранит в себе все тепло домашнего уюта и будет долго напоминать вам о прекрасно проведенном времени.

Философия счастья



Рынок фарфоровых изделий во всем мире непрерывно развивается, предлагая современному потребителю огромный выбор продукции на любой вкус в разных ценовых сегментах. День за днем над улучшением ассортимента работают технологи и дизайнеры фабрик, разрабатывая новые методы производства и оригинальное оформление коллекций. В чем же особенность коллекций Suerte?

Как отразить многовековой опыт изготовления фарфоровых изделий, но при этом сделать их привлекательными для потребителей XXI века? Как вписать традиционную утонченность и элегантность фарфора в обстановку современного дома? Ответ заключается в сочетании традиционного качества и высоких стандартов производства с использованием современных приемов дизайна и оформления.



За свою долгую историю фарфор прошел путь из трапезных китайских императоров через приемы в самых богатых и знатных домах в эпоху средневековья и Ренессанса в современные дни. За это время многое в технологии производства фарфоровых изделий изменилось, что позволило не только самым зажиточным и благородным кланам украшать исключительные события своей жизни или самые обыкновенные чаепития фарфором. В этом и заключается философия Suerte. Мы стремимся к тому, чтобы все самое лучшее, что происходит в вашей жизни, все моменты счастья и радости оставались в вашей памяти надолго. Благодаря чему? Благодаря атмосфере уюта, торжественности и гостеприимства, которую создает фарфор Suerte.



Suerte

PORCELAIN

Технология успеха

В изделиях Suerte отражена европейская традиция производства фарфора. Вообще ценность фарфора определяют 4 фактора: материал, форма, декор и глазуровка. Благодаря сырью от Imerys Tableware изделия Suerte имеют нежный и теплый цвет сливок, что говорит о качестве фарфоровой массы - о высоком содержании в ней каолина (белой глины, влияющей на цвет изделия), о тонкости помола пудры, из которой глина была замешена, а также о применении современных технологий производства. Изделия Suerte проходят обязательную проверку качества и расписываются красками, содержащими драгоценные металлы (24-каратное золото и платину).

Само производство осуществляется на европейских фабриках, которые славятся своей богатой, многовековой традицией производства фарфора. Следует отметить также, что для производства фарфора Suerte отбираются фабрики с длительной историей, современными технологиями и оборудованием. Ведь давно известно, что в мире не существует единой технологии производства фарфора: каждая фабрика со временем вырабатывает собственные рецепты и секреты.

Эстетика уюта

Для каждой торговой марки важна не только технологическая составляющая, но и яркое, запоминающееся оформление. К работе над оформлением коллекций Suerte были привлечены талантливые европейские дизайнеры. Результатом долгой и плодотворной работы стал неповторимый, утонченный и элегантный стиль посуды - уместное и неотъемлемое дополнение к любому интерьеру. Коллекции Suerte поражают своим разнообразием и придутся по вкусу даже самым взыскательным покупателям. На сегодняшний день Suerte предлагает вниманию потребителей следующие модельные ряды: Olimpia, Mona Lisa, Fancy, Antoinette. Коллекция деколей рассчитана на разнообразные вкусы и выполнена в различных стилях: от пышных классических до современных.

В состав каждой коллекции входят чайные и столовые сервизы, десертные наборы, салатницы, тарелки и другие необходимые предметы сервировки. Коллекция Fancy являет собой истинный пример богатого и праздничного фарфора. Ее отличают изысканный дизайн, отделка позолотой, нанесение тончайших золоченых сеток и орнаментов, а также благородных жемчужного цвета рисунков. Коллекция Antoinette может похвастаться удачным сочетанием элегантного декора и простых, незамысловатых узоров, что делает серию превосходным решением для любой обстановки и случая. Самые нежные и по-настоящему домашние серии Olimpia и Mona Lisa представляют истинно широкое разнообразие цвета, оттенков и вариантов декора.

Новое слово в истории фарфора

Suerte - это эксклюзивный продукт, отличающийся не только высокими функциональными качествами и техническими характеристиками, но высокой эстетической ценностью, благодаря последним достижениям дизайнерской мысли. Продукт, который станет прекрасным дополнением к любой обстановке, будь то офисное чаепитие или семейное торжество, а также роскошным подарком близким и друзьям. Продукт, который принесет вам радость и удачу. Suerte - удача, воплощенная в фарфоре.

ЗАО ТК «Спецторг», Дмитровское шоссе, д. 60А, Москва, 127474
 Тел. +7 (495) 956-55-66, факс +7 (495) 956-55-66
 Отдел продаж +7 (495) 742-73-33
russia@suerte-porcelain.eu | www.spetstorg.ru



Легкий и прочный: поднос из Турции



Турецкая компания KÜLSAN A.S. - ведущий производитель подносов и посуды из меламина, выпускаемых под брендом **arcomel®**, а также ламинированных сервировочных подносов, реализуемых под брендом **arcoform®**. Компания расположена в Стамбуле и существует с 1974 года. Принимает участие в крупнейших международных выставках и экспортирует посуду в 33 страны мира. Теперь KÜLSAN A.S. выходит на российский рынок и с удовольствием представляет российскому покупателю свою удобную и качественную продукцию.

Подносы и посуда из меламина под брендом **arcomel®** получили признание во всем мире благодаря таким своим свойствам, как:

- прочность и защита от повреждений;
- элегантный внешний вид; современный дизайн;
- разумная цена;
- хорошее качество материала;
- безопасность при контакте с пищей;
- легкость;
- простота в очистке.

Недавно компания приступила к выпуску подносов для кейтеринга под брендом **arcoform®**. Ламинированные подносы **arcoform®** были специально созданы для использования в отелях, ресторанах, кафетериях, столовых, больницах и компаниях, занимающихся кейтерингом. Они были протестированы и прошли сертификацию по следующим характеристикам:

- подходят для мойки в посудомоечных машинах при температуре до 80°C;
- выдерживают температуры от -10°C до +100°C;
- защищены от повреждений;
- стойкие к ударам;
- стойкие к воздействию кислот;
- стойкие к воздействию щелочей;
- стойкие к воздействию ультрафиолета;
- в наличии имеются нескользящие модели.

Итак, под брендами **arcomel®** и **arcoform®** компания может предложить подносы, которые обладают очень удобным в использовании свойством: они не скользят. При этом на любые подносы компания может нанести дизайн, который пожелает заказчик. Все дизайны зарегистрированы и защищены от подделок.

А для настоящих эстетов **KÜLSAN A.S.** предлагает высококачественные, сделанные вручную и покрытые кожей подносы **arcolet®**. Их отличает:





- элегантный вид;
- нескользящая поверхность;
- высокая прочность;
- декоративность;
- способность создавать атмосферу комфорта и дорогого отдыха.

В 2008 году компания **KULSAN A.S** будет участвовать в выставках:

- ANFAS** (все для отелей и ресторанов), Анталья, Турция, 17-20 января;
- AMBIENTE** (товары для дома и подарки), Франкфурт, Германия, 8-12 февраля;
- GULF FOOD** (все для отелей и ресторанов), Дубай, ОАЭ, 24-27 февраля;
- IDEAL HOME** (товары для дома и подарки), Стамбул, Турция, март;
- HONGKONG** (товары для дома и подарки), Гонконг, Китай, 21-24 апреля;
- ZUCHEX** (товары для дома и подарки), Стамбул, Турция, август;
- HOSTELCO** (все для отелей и ресторанов), Барселона, Испания, 17-20 октября.

Компания **KULSAN A.S** рада пригласить вас на эти выставки для более близкого знакомства с ее продукцией. Своей целью она ставит поиск серьезных партнеров в России, поэтому приглашает к сотрудничеству всех, кто по достоинству оценил ее продукцию.

По вопросам сотрудничества обращаться:
 Yesim Kulahcioglu, Marketing Director
 Tel: +90 212 477 5 666
 Fax: +90 212 618 1970
 GSM: +90 532 385 5105
 e-mail: info@kulsan.com.tr , web: www.kulsan.com.tr



АНОНС ВЫСТАВОК ПО ПОСУДНОЙ ТЕМАТИКЕ

1	Horecava 2008	07.01.08 10.01.08	Амстердам (Нидерланды)	Amsterdam RAI	Оборудование для гостиниц, ресторанов и предприятий питания, кухонное оборудование, предметы интерьера
2	Innowa	04.01.08 07.01.08	Дортмунд (Германия)	Messe Westfalenhallen Dortmund	Инновационная выставка стекла, керамики, сувениров, модных аксессуаров, флористики и письменных принадлежностей
3	"Консумэкспо - 2008" 20-я Юбилейная международная выставка товаров народного потребления	15.01.08 19.01.08	Москва	Экспоцентр	Товары народного потребления
4	MACEF 2008	18.01.08 21.01.08	Милан (Италия)	K. Fairs Ltd.	Драгоценности; керамика; посуда для дома; серебро; сувениры; подарки; товары для дома; часы и др.
5	Formex 2008	17.01.08 20.01.08	Стокгольм (Швеция)	Stockholmsmassan	Подарки, предметы интерьера, столовые приборы, изделия народного промысла
6	Formex 2008	25.01.08 29.01.08	Париж (Франция)	Paris-Nord Villepinte	Выставка подарков и товаров для дома
7	EXPOHOGAR - Primavera 2008 Международная выставка подарков и товаров для дома	01.02.08 04.02.08	Барселона (Испания)	Fira de Barcelona	Подарки и товары для дома
8	Международная выставка CEVISAMA 2008	05.02.08 09.02.08	Валенсия (Испания)	Feria Valencia	Изделия из керамики и стекла и др.
9	Ambiente 2008	08.02.08 12.02.08	Франкфурт-на- Майне (Германия)	Messe Frankfurt	Товары для дома, подарки и сувениры
10	"Сувениры. Подарки. Украшения - 2008" 19-я Специализированная выставка-ярмарка	14.02.08 18.02.08	Санкт- Петербург	"СИВЕЛ"	Художественная керамика, фарфор, стекло
11	"ХозБыт - 2008" 7-я Специализированная оптово-розничная выставка-ярмарка	19.02.08 22.02.08	Казань	"Казанская ярмарка"	Хозяйственно-бытовые товары
12	"Гостеприимный Волгоград - 2008" Всероссийская специализированная выставка	04.03.08 06.03.08	Волгоград	ВЦ "Волгоград- ЭКСПО"	Товары народного потребления
13	Выставка Подарки. Весна	24.03.08 27.03.08	Москва (Россия)	Манеж	Подарки и сувениры, аксессуары, ёлочные украшения, посуда.
14	Выставка Магазины. Бар. Ресторан	29.03.08 31.03.08	Самара (Россия)	Экспо-Волга	Оборудование для гостиниц, ресторанов и предприятий питания, кухонное оборудование





HOUSEHOLD EXPO

ХОЗТОВАРЫ • ПОСУДА • ИНТЕРЬЕР

1-4 апреля 2008, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

Организатор выставки: МОККА Экспо Групп
Тел./факс: + 7 (495) 787-29-08/09, www.hhexpo.ru
Генеральный информационный партнер: журнал «Посуда»



Zuchex Autumn HOUSEWARES & lifestyle

С 22 по 26 августа 2007 года в конгресс центре Тууар Fair города Стамбул прошла Международная выставка ZUCHEX - 2007, объединившая в себе два направления: Housewares & Gifts и Electrical Appliances.

Более 500 оптовых и розничных компаний, представителей сетевого бизнеса, торговых представительств, консалтинговых компаний и бизнес участников посетили самое масштабное мероприятие - выставку посуды, сувениров и электробытовой техники ZUCHEX.

Выставка прошла под девизом "Навстречу XXI веку!". Как всегда, вниманию посетителей и участников был представлен широчайший ассортимент национальной турецкой продукции, а также эксклюзивные коллекции иностранных производителей. Особого внимания заслуживает тенденция к изменению качественного состава экспонентов. Если несколько лет назад основной процент составляли небольшие турецкие предприятия, то по результатам 2007 года их количество резко сократилось, и на смену множеству мелкогабаритных стендов пришли гиганты рынка. Объясняется это, прежде всего, тем, что процесс консолидации рынка товаров для дома, в частности и рынка посуды, стремительно захватил не только Штаты и Западную Европу, но и страны, активно развивающие внешнеэкономические связи и укрепляющие свои позиции на мировой политической и экономической арене. Таким образом, в основную группу участников ZUCHEX вошли крупные турецкие предприятия, занимающие порядка 20-25% рынка посуды и сувенирной продукции. А небольшие семейные предприятия предлага-



ли свою продукцию индивидуальным предпринимателям и мелкооптовым торговцам, для которых более приоритетным фактором является эксклюзивность и самобытность посуды, а не гигантские экспортные возможности производителя.

Организаторы выставки Life Media Fuarcilik Ltd. Sti. перенесли в 2007 году даты проведения выставки. И вопреки стандартным сентябрьским датам, она прошла в августе. Причиной изменения календарного графика послужили сроки празднования традиционно в мусульманском мире праздника Рамадан, начавшегося в этом году 13 сентября. К удивлению выставочного комитета, подобное изменение привлекло большее количество посетителей из Сирии, Греции, Малайзии, Италии, Швейцарии, Таиланда и России, нежели при проведении выставки в середине сентября. Общее число иностранных и национальных участников в 2007 году превысило рекорд-

ное значение прошлого года и составило 45 тыс., а доля рынка товаров для дома приблизилась к ошеломляющей для турецкого рынка цифре \$1,5 млрд.

По словам организаторов выставки, ZUCHEX - это прекрасная возможность сформировать представление об экономике Турции, национальной продукции, предоставляемых услугах и сервисе. Всем желающим посетить выставку в 2008 году предлагается широкий спектр возможностей по бронированию гостиниц, авиаперелетам и составлению бизнес-плана.

По вопросам оформления приглашения и участия в выставке ZUCHEX обращаться к:

Международная выставочная корпорация Life Media,
контактное лицо: Serkan Kizilkanat,
международный PR.
Тел. +90(212)292-60-31
Факс +90(212)292-34-20
E-mail: life@zuchex.com
http://www.zuchex.com -
www.idealhomefair.com





by **ZuchEx**

ideal home
homestyle

www.idealhomefair.com
info@idealhomefair.com

IDEAL HOME 2008

homestyle & housewares fair

28 march-01 april **istanbul** tuyap fair center
opening hours: 9:30 am-07:00 pm



“no man knows what the future holds
but we know who holds the future”

housewares and giftwares industries
are meeting at istanbul tuyap fair and
congress center for ideal home fair in
march, 2008.

- more than 40.000 attendees and 45.000 sqm
- secure new markets
- the well-protected secret in the world... turkey
- the heart beat of the business world... istanbul

organized by

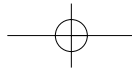


LI-FE FUARCILIK LTD.

Tel:+90 212 292 60 31 Fax:+90 212 292 34 20



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



ВЫСТАВКИ



Интервью с Есим Кюланчиоглу, директором по маркетингу компании KULSAN

Корр.: Есим, вы довольны выставкой и новыми датами проведения?

Е.К.: Да, нам нравится Zuchex. Однако я бы немного сократила сроки выставки.



Корр.: Насколько интересна ваша продукция российским посетителям?

Е.К.: В первый день выставки мы провели двое переговоров с дистрибьюторами из России.

Корр.: В какие страны импортируется ваша продукция?

Е.К.: В основном мы работаем с Европой, странами Балканской группы, Северной Африкой, Кувейтом, Ливаном и ОАЭ.

Корр.: Говоря о расширении рынка сбыта продукции, какие рынки для вас наиболее интересны?

Е.К.: Сейчас мы наблюдаем положительную тенденцию в развитии стран Балканской группы. Надеюсь, что в ближайшем будущем мы найдем партнеров в России и странах СНГ.

Корр.: Какую цель вы преследуете, участвуя в выставке Zuchex?

Е.К.: Прежде всего возможность провести переговоры с нашими партнерами из Турции и иностранными клиентами, приезжающими на выставку из Европы, России и с Ближнего Востока.

Корр.: На ваш взгляд, что является основной сложностью в продвижении продукции на российский рынок?

Е.К.: Язык! К сожалению, далеко не все специалисты, работающие в сфере торговли, говорят на английском языке. Что существенно снижает их международную активность, в том числе в посещении иностранных выставок и проведении переговоров.

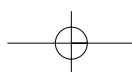


ОКТАБРЬСКИЙ ЗАВОД ФАРФОРОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

Принц

Наш адрес: «Октябрьский Завод Фарфоровых Изделий»
452620 Россия, Башкортостан, г. Октябрьский, ул. Северная, 60а
тел: 8(34767) 4-67-85, сот.: +7(927) 301-11-73 www.ozfi.ru

Профессиональный фарфор
По настоящему хороши только элегантные решения. Ваше решение "Принц"



Copyright © 2008 Inhesion Industrial Co. Ltd. All rights reserved.



Ambiente 2008 | Messe Frankfurt
 February 8th-12th, 2008
 BOOTH 10.0A21

**ANTIQUE
 COLLECTION**



i Inhesion

INHESION INDUSTRIAL CO., LTD. HONG KONG
 TEL# +852 2415 9288 FAX# +852 2499 3688
 www.inhesiongroup.com | info@inhesiongroup.com

GALLERY[®]
 BY INHESION

Просторно, пустынно, безлюдно

С 6 по 9 ноября в МВЦ "Крокус Экспо" прошла 10-я Юбилейная выставка-тренд товаров для дома и интерьера, предметов сервировки стола, праздничных украшений и подарков **Ambiente Russia**.

На юбилеях принято подводить итоги, 10 лет - это внушительный период. Но, вспоминая первую выставку **Ambiente Russia**, можно, к сожалению, констатировать спад активности как участников, так и посетителей. К традиционной проблеме организации **Ambiente Russia** можно отнести очень малую посещаемость по сравнению с другими аналогичными мероприятиями. Даже 2 года назад посетителей и крупных участников посудного сектора было значительно больше. Именно в отсутствие посетителей причина того, что выставку обходят крупные компании, а попав на нее единожды, больше не возвращаются.

Уже не первый год прослеживается определенная тенденция. Она заключается в том, что на выставку приезжают преимущественно те иностранные фирмы, которые выходят на российский рынок впервые, или же те иностранные и отечественные производители, которые в первый раз решили посетить именно эту выставку. Зарубежных участников привлекает само имя **Ambiente Russia**, которое в Европе является залогом высокой посещаемости и качества. К сожалению, русская **Ambiente Russia** слишком далека от этого идеала.

Мы предлагаем вам услышать мнения о выставке непосредственно из уст ее участников.

Тамара Шаромова, менеджер по экспорту, компания Cesky Porcelan



- Как ваше впечатление от выставки?

- Это наша первая выставка в России. В первый день стенд почти никто не посетил, вообще на выставке мало посетителей. Это очень обидно, потому что именно на открытие выставки приехал из Чехии наш генеральный директор, который был бы рад обсудить условия взаимовыгодного сотрудниче-

ства с серьезными представителями.

- Каких клиентов вы здесь ищете?

- Ищем серьезных представителей, тех, которые не просто поговорят и уйдут. Конечно же, мы рады крупным покупателям. Но для нас серьезные клиенты - это не только крупные заказчики. Например, в Европе у нас много клиентов, которые приобретают изделия на сумму 1-2 тыс. евро в месяц. Несмотря на то что это небольшие заказы, мы очень ценим этих заказчиков, поскольку они точно знают, что хотят, они стабильны, у них раз и навсегда выверены потребности. Наш общий принцип - это индивидуальный подход, гибкая ценовая политика и внимание к каждому покупателю.

- Вы исследовали российский рынок перед выходом на него?

Конечно. В частности, мы рассмотрели вопрос о декорировании посуды. Чешский и русский менталитет здесь очень непохожи. Например, чехам традиционно нравятся изделия в так называемом "луковом" декоре (синяя подглазурная декорация). Это декор поколений, который годится и для дворцового приема, и для сельского дома. На русском же рынке этот декор обречен на неудачу. К выставке мы специально подготовили: золотое и платиновое тиснение, кобальт с золотом, охотничьи мотивы (утки, гуси, и т.д.), которые, как нам кажется, будут интересны российскому покупателю.

Мы также представили на выставке новую линию изделий, которая серийно начнет изготавливаться с 2008 года, и надеемся, что россиянам придется по душе эта изящная и в то же время сравнительно недорогая посуда.

Моника Шиманьска, менеджер по внешней торговле, компания Gerlach



- Вы первый раз приехали на Ambiente?

- Это первый раз, когда мы участвуем на выставке в России вообще. Хотим показать россиянам нашу продукцию, найти дистрибьюторов, которые могли бы представлять нашу компанию на здешнем рынке.

- Что вы здесь выставляете?

- Мы представляем под немецкой маркой Henniger серебряные столовые приборы, а также высококачественный фарфор, изготовленный специально для этой марки в Японии. На самом деле это старинная элитная немецкая марка, которую купила наша компания и теперь хочет возродить ее. А также мы представляем марку Gerlach, существующую с 1769 года, и два ее направления: Classic и Futura.

- Как вы оцениваете эту выставку?

- Перед приездом нас заверили, что Ambiente - престижная и популярная выставка. К сожалению, мы этого не увидели. По-моему, виноваты организаторы, поскольку выставка не была разрекламирована в городе. По сравнению с проходящей одновременно выставкой "Мебельный Клуб" про Ambiente практически никто ничего не слышал.

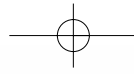
В результате контактов очень мало, всего несколько человек подходили с серьезными предложениями. Мы участвовали в аналогичной выставке во Франкфурте и ожидали нечто подобное. Наша компания ставит перед собой цель - выход на российский рынок, поэтому мы планируем приезжать в Москву на профильные выставки. Ведь для того, чтобы оценить товар по достоинству, люди должны увидеть его не в каталоге, а посмотреть в реальности и, возможно, поддержать в руках.

Сергей Кирель, начальник отдела маркетинга по РФ и СНГ, ОАО "Стеклозавод "Неман"



- На вашем стенде ничего не представлено. Что это значит?





Традиция для будущего



BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s.

Наши дистрибьюторы:

Богемиа-Люкс, г. Москва, www.bogemia-glass.ru

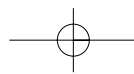
Импакт Богемиа Трейдинг, г. Москва, www.impact.ru

Богемиа Плюс, г. Краснодар, www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz

2007/6/ПОСУДА 45





Реклама

Масеф. Весь мир чувствует себя как дома.

ДИЗАЙН И ТЕНДЕНЦИИ ПРЕДМЕТОВ ДОМАШНЕГО ОБИХОДА И ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

ПРЕДМЕТЫ
ОБСТАНОВКИ
И ДЕКОР

СТОЛОВАЯ
И КУХОННАЯ ПОСУДА

КЛАССИЧЕСКИЙ
СТИЛЬ

ПОДАРКИ

БИЖУТЕРИЯ,
ЗОЛОТЫЕ
УКРАШЕНИЯ
И АКСЕССУАРЫ

macef
milano

Международная выставка
товаров для Дома

18-21 января 2008 г., Милан (Италия)

Офис Fiera Milano в Москве:
+7 (495) 2553996, info@fieramilano.ru



FIERA MILANO INTERNATIONAL fieramilano international spa
www.macef.it e-mail:macef@fmi.it

fieramilano FIERA MILANO

Вход платный
Только для специалистов отрасли
Часы работы: 9.30 - 18.30



ВЫСТАВКИ

- Мы принимаем участие здесь не как экспоненты, а в формате профминтинга. Заранее были согласованы встречи с потенциальными покупателями, которых мы сами же и приглашали. Поэтому продукцию не везли. На более крупные выставки будем привозить.

- Какие выставки вы имеете в виду?

- Прежде всего, "Консумэкспо", национальные выставки Республики Беларусь в других странах. Например, мы уже были на таких выставках в Азербайджане, с которым у нас теперь завязались очень серьезные отношения, Узбекистане, Казахстане, Литве, Польше, Вьетнаме. Планируется белорусская выставка в Венесуэле. Также мы были на специализированных выставках в Новосибирске, Омске, Сочи, Тольятти, Тюмени, Санкт-Петербурге, Сирии, Киеве, Китае, приняли участие в визитах деловых кругов РБ в Армению и такие города, как: Барнаул, Хабаровск, Уфа, Самара, Ижевск, Казань. Сочи стал интересным регионом в связи с проведением олимпиады. Теперь там востребована посуда для кафе, баров, ресторанов. Также поедем в Грузию на международную выставку "Стекло. Хрусталь. Фарфор". Среди стран дальнего зарубежья можно назвать выставки в Италии, в Германии, в Великобритании, в которых мы приняли участие в 2007 году. Большой интерес к нашей продукции проявили в последнее время азиатские страны, прежде всего Иран, поэтому в декабре этого года планируем принять участие в специализированной выставке в Тегеране. Как видите, ОАО "Стеклозавод "Неман" проводит активную маркетинговую политику, это дает положительные результаты по укреплению позиций нашего бренда.

Ниту Прашер, менеджер внешней торговли, компания Two Brothers



- Что вы можете сказать по поводу выставки?

- Мы регулярно посещаем Ambiente во Франкфурте. И ожидали увидеть что-то подобное здесь. Мы вложили большие деньги, чтобы принять участие в московской Ambiente, так как

Москва - очень дорогой город. Но столкнулись с серьезной проблемой: люди не говорят и не понимают английский язык. Организаторы должны были предоставить переводчика. Дважды к нам подходил человек, который готов переводить, но просил за это дополнительные деньги. Переводчик должен быть на каждом стенде, где это необходимо.

- В чем состоит цель вашего участия на выставке?

- Мы хотим открыть представительство в Москве. Язык здесь - большая проблема, поэтому бизнес должны вести русские люди. Но крупных клиентов мы не встретили на выставке, а только представителей маленьких магазинов.

Владимир Пушкарёв, заместитель генерального директора, ЗАО "Объединение Гжель"



- Ваша задача на этой выставке?

- Задача у всех одна - найти покупателей, стабильных, денежных, которые сделают заказы и подпишут договора. К сожалению, такого на этой выставке мы не видим.

Гжель - эксклюзивный продукт, каждое изделие - это произведение искусства, которое не может стоить дешево. Сейчас на постсоветском пространстве более 100 производителей в так называемом "стиле Гжель" или "под Гжель", все они выпускают контрафакт, обкрадывая наш коллектив и государство. Поэтому мы и вынуждены участвовать даже в таких неэффективных выставках, чтобы пропагандировать истинное искусство, а не подделки.

- Где-нибудь еще будете представляться в ближайшее время?

- Мы хотим выставиться на "Консумэкспо-2008", выставке "Ладья-2007" и др. К нам также подходили китайские, украинские и венгерские партнеры и приглашали принять участие на выставках в своих странах. Подлинные изделия гжельских мастеров украшают любую выставку.

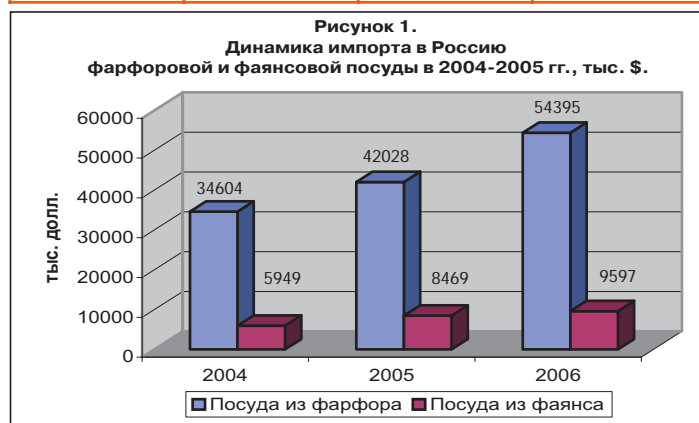


ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ФАРФОРОВОЙ И ФАЯНСОВОЙ ПОСУДЫ

Объемы импорта посуды из фарфора и фаянса в Россию неуклонно растут. Причем наиболее быстро растут объемы импорта фарфоровой посуды. Страной-лидером, поставляющей нам свою продукцию, является Китай. Среди европейских поставщиков в первых рядах Германия и Чехия. При этом объемы экспорта аналогичного товара из России за рубеж уступают импорту в три раза.

2006 год - самый продуктивный для импортеров фарфоровой и фаянсовой посуды в Россию. По сравнению с 2005 годом объемы импорта выросли на 29%, а по сравнению с 2004 - на 57%. Фаянсовая посуда также завозится в страну все в больших количествах, но темпы роста здесь менее впечатляющие: в 2006 году ввезено фаянсовой посуды на сумму \$9,6 млн., что на 13% больше, чем в предыдущем, и на 61% больше, чем в 2004 году.

Таблица 1. Натуральные и денежные показатели импорта посуды из фарфора и фаянса, 2004-2006 годы			
Показатели	2004	2005	2006
Посуда из фарфора			
Вес нетто, тонны	29 682	31 148	38 802
Стоимость, тыс. \$	34 604	42 028	54 395
Посуда из фаянса			
Вес нетто, тонны	6 099	7 575	8 293
Стоимость, тыс. \$	5 949	8 469	9 597

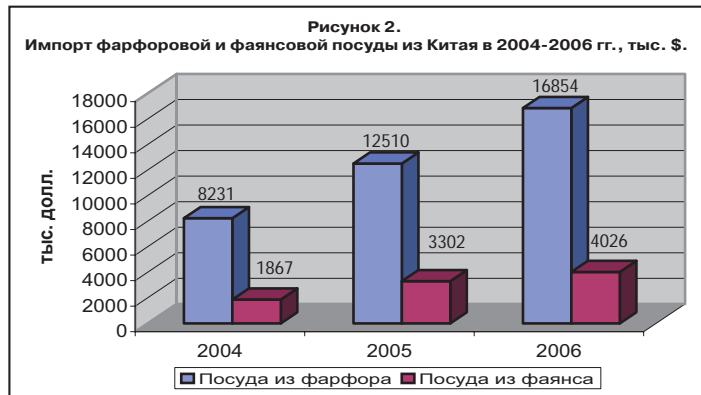


Импорт из Китая

Китай ассоциируется у русского покупателя с не всегда качественным, но неизменно недорогим товаром. Поэтому неудивительно, что китайский фарфор, а особенно фаянс, пользуется у отечественного потребителя со средним и низким доходом большой популярностью. В 2006 году в Россию из Китая было ввезено фарфоровой посуды на сумму \$16,9 млн., что составило 31% всего импорта. Причем по сравнению с 2004 годом Китай в прошлом году удвоил объем поставок фарфоровой посуды в Россию. По сравнению с

2005 годом рост импорта в 2006 году составил 35%.

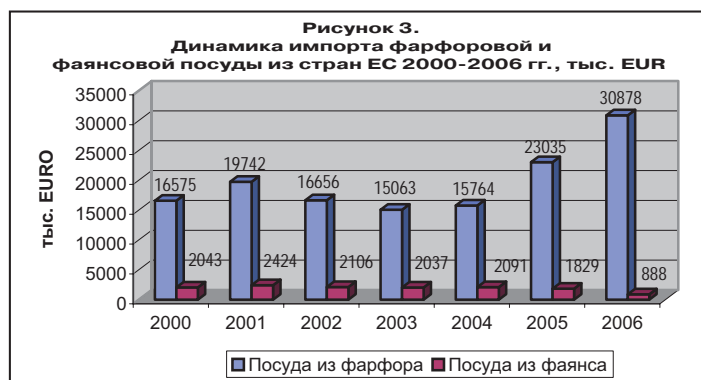
По импорту фаянсовой посуды в 2006 году Китай стал безусловным лидером, заняв долю в 42%, что в денежном выражении составило \$4 млн. По сравнению с 2005 годом доля импорта выросла на 39%, а по сравнению с 2004-м - на



31%.

Импорт из стран ЕС

Рост импорта наблюдается и из стран Евросоюза. В 2006 году в Россию из этих государств было поставлено фарфоровой посуды на сумму 30,9 млн. евро, что на 34% больше, чем в 2005 году, и на 105% больше, чем в 2003 году. Европейская посуда из фаянса, напротив, теряет свою популярность. В 2006 году поставки такого товара сократились на 42% по сравнению с 2005 годом и на 46% по сравнению с 2003 годом. Общая сумма продаж оказалась



незначительна и составила 0,9 млн. евро.

По данным Eurostat, 20 государств-членов ЕС в 2006 году ввозили в Россию посуду из фарфора, в то время как посуду из фаянса и тонкой керамики ввозили только 15 государств.

Из таблицы 2 видно, что значительная часть импорта поставляется из двух стран: Германии и Чешской Республики. У них приблизительно равные доли (36%) в российском импорте фарфоровой и фаянсовой посуды, вместе составляющие 72% всего объема импорта. Другие крупные поставщики - это Франция (6% от всех стран ЕС),



БИЗНЕС-АНАЛИЗ

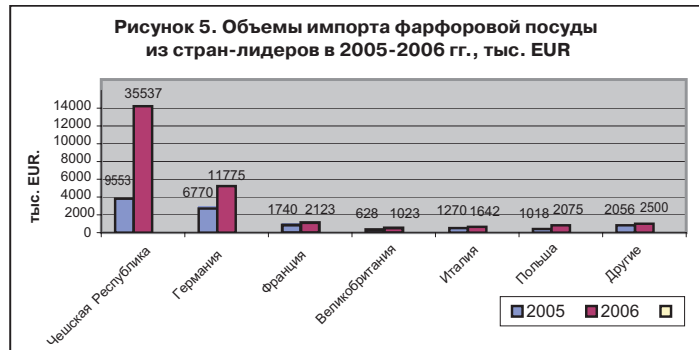
Таблица 2.
Импорт посуды из фарфора и фаянса и тонкой керамики из стран ЕС в 2006 году, тыс. евро

Страны-импортеры	Посуда из керамики	Посуда из фаянса
Австрия	221	-
Бельгия	11	3
Чехия	11 637	20
Германия	11 775	241
Дания	76	незначительно
Эстония	31	22
Испания	55	-
Финляндия	568	184
Франция	2 123	55
Великобритания	1 023	82
Венгрия	766	3
Италия	1 642	171
Литва	142	-
Латвия	227	-
Нидерланды	100	26
Польша	2 075	91
Португалия	35	43
Швеция	242	11
Словения	26	139
Словакия	незначительно	-
Всего	32 775	1 091



Польша (5%), Италия (5%) и Великобритания (3%).

2006 год ознаменовался увеличением поставок посуды из фарфора всеми странами-лидерами. Наибольший рост объемов по сравнению с 2005 годом показали Польша (на 104%), Германия (на 74%), Великобритания (на 63%).



Импорт посуды из фарфора подвержен фактору сезонности.



Что касается фаянсовой посуды, то на долю пяти стран ЕС из пятнадцати, поставивших в 2005 году в Россию этот вид товара, пришлось 76% всего импорта. Лидером здесь, так же как и в сегменте фарфоровой посуды, является Гер-



мания. В 2006 году ее доля составила 22%. Другими крупными поставщиками фаянса являются Финляндия (17%), Италия (16%), Словения (13%) и Польша (8%).

В 2006 году по сравнению с предыдущим годом на российском рынке усилили свои позиции немецкие и финские производители фаянсовой посуды на 3% и 30% соответственно. Быстрыми темпами завоевывает отечественный рынок и фаянсовая посуда из Словении. Если в 2004 году эта страна вообще не поставляла данный вид продукции в Россию, а в 2005 году ее поставки были незначительны, то в 2006 году ее доля в общем зачете по посуде из фаянса достигла 13%. Сдали позиции такие страны, как Португалия (в 2006 году более чем в 10 раз сократились поставки по сравнению с 2005 годом), Польша (уменьшение поставок в 3,3 раза), Италия (в 1,9 раза).

Нужно отметить, что рынок фарфоро-фаянсовой импортной продукции в России отличает высокая конкуренция: ни одна из компаний крупнейших мировых игроков, работающих на посудном рынке (их не более 10) не контролирует более 10% рынка.

Экспорт

По сведениям "Российской бизнес-газеты" (№ 459 от 18 мая 2004 года), стоимость экспорта российской фарфоро-фаянсовой посуды составляет примерно три четверти стоимости посуды, импортируемой в страну. По оценкам других специалистов, в 2006 году экспорт российской посуды из фарфора и фаянса составил \$20 млн., что в 3 раза меньше объемов импорта в денежном эквиваленте.

Россия экспортирует посуду из фарфора и фаянса в 20 стран мира, среди которых Германия, США, Польша, Канада, Норвегия, Финляндия, Франция, Швеция, страны ближнего зарубежья (прежде всего, Украина). Претензии, предъявляемые зарубежными покупателями к отечественному продукту, касаются в основном устаревших форм и декоров, а также недостаточной белизны фарфора. Таможенная политика РФ всячески способствует выходу российских товаров на мировой рынок. Например, отменены экспортные пошлины на вывоз товара, а вывоз фарфоровых изделий не ограничен лицензированием и квотированием.

Материал подготовила
Наталья Дрошневa



ПРОИЗВОДСТВО ПОСУДЫ ИЗ ФАРФОРА И ФАЯНСА В РОССИИ

Предлагаем вашему вниманию обзор российского производства посуды из фарфора и фаянса. Не-утешительная динамика снижения объемов выпуска продукции обусловлена, прежде всего, ее низкой конкурентоспособностью по сравнению с импортными аналогами. В то же время нужно отметить большую решимость лидеров отечественного производства фарфора и фаянса не уступать западному производителю свою сложившуюся на данный момент экономическую нишу.

В течение последних лет наблюдался последовательный спад объемов отечественного производства посуды из фарфора и фаянса. Самые низкие показатели были зафиксированы в 2004 году, когда выпуск продукции снизился

на 14,3% по сравнению с предыдущим годом. Темпы снижения производства после 2004 года были не такими крутыми: в 2006 году объемы уменьшились всего на 6,6% по сравнению с 2005 годом. В результате, по данным Росстата, в 2006 году в России было произведено 140,8 млн. штук фарфоро-фаянсовой и майоликовой посуды (рисунок 1).

Показательно, что изменилась и сама структура производства. Существенно выросла доля посуды из фарфора. Это можно объяснить повышающимися требованиями к посуде, к ее качеству, к качеству ее исходного материала. Так, если в 1999 году фарфоровая посуда составляла всего 11% от всей посуды, производимой в данном сегменте, то в 2000 году этот показатель вырос до 14%, а к 2006 году достиг 59%. Иными словами, посуда из фарфора ста-

ла доминировать над фаянсовой и майоликовой (рисунок 2).

Производители, объемы производства

На сегодняшний день посуду из фарфора и фаянса в России выпускают несколько десятков предприятий, в том числе и в качестве побочного производства. Их общий ассортимент превышает 2 500 наименований. По данным 2005 года, лидерами являются фабрика "Кубаньфарфор" - 50,6 млн. шт., Конаковский фаянсовый завод - 25,5 млн. шт., комбинат "Дулевский фарфор" - 24 млн. шт., Богдановичский фарфоровый завод - 21,2 млн. шт.

На долю этих четырех предприятий приходится 75% процентов посуды из фарфора и фаянса, произведенной в России. Эту цифру наглядно иллюстрирует соотношение общего оборота российских предприятий фарфоро-фаянсовой отрасли за 2005 год, который составил 1,7 млрд. руб. (\$60,6 млн.), и выручки четырех отечественных лидеров за тот же год в размере 1,3 млрд. руб.

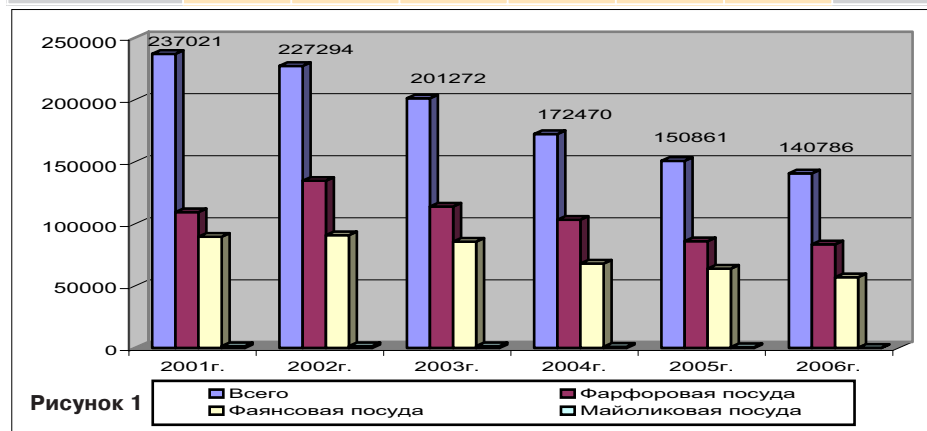
В группу крупнейших производителей РФ за 2005 год вошли также ЗАО "Первомайский фарфор" - 5,7 млн. шт., АОТ "Бугульминский фарфор" - 5,7 млн. шт., АОЗТ "Фарфор Вербилек" - 4,8 млн. шт., ОАО "Пролетарий" - 4,8 млн. шт., ЗАО "Уральский фарфор" - 4,1 млн. шт.

Большинство лидеров-производителей фарфоро-фаянсовой посуды в последние годы уменьшили свои объемы производства. Фабрика "Кубаньфарфор" в 2005 году произвела на 6% меньше продукции по сравнению с 2004 годом. Уменьшение в объемах продукции изделий Конаковского фаянсового завода за этот же период составило 21%, а "Уральского фарфора" - 29%.

Из числа лидеров повысили свои показатели в 2005 году толь-

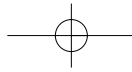
Таблица 1.
Объемы производства фарфоро-фаянсовой и майоликовой посуды в РФ, 2001-2006 годы, тыс. шт. (данные Росстата)

Годы/материалы (шт.)	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 по отношению к 2005 (%)
Фарфоровая посуда	109 559	134 794	114 027	103 340	86 061	83 524	97,1
Фаянсовая посуда	89 664	90 923	85 717	68 043	64 008	57 053	89,1
Майоликовая посуда	1 526	1 577	1 528	1 087	793	205	25,9
Всего	237 021	227 294	201 272	172 470	150 861	140 786	93,3

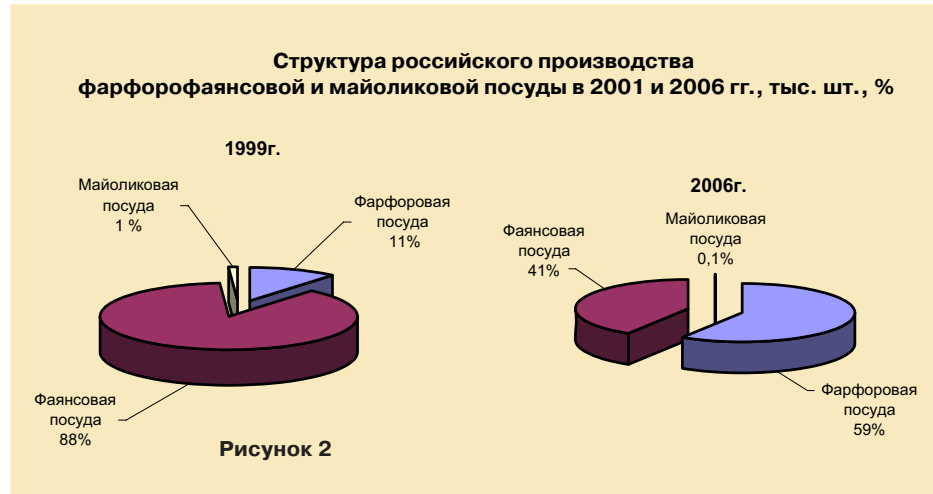


Динамика производства фарфоро-фаянсовой и майоликовой посуды в РФ, 2001-2006гг., тыс. шт.





БИЗНЕС-АНАЛИЗ



ко два предприятия - это "Первомайский фарфор" (на 24%) и "Октябрьский завод фарфоровых изделий" (на 7%). В результате "Первомайский фарфор" занял в рейтинге производителей за 2005 год пятое место, потеснив "Бугульминский фарфор", "Пролетарий" и "Фарфор Вербилек".

Сырьевая база

Исторически сложилось, что основные производители фарфоро-фаянсовой посуды работают в России на привозном сырье. Потребность в каолине испытывает не только рассматриваемый нами сегмент, но также и радиокерамическая и электрофарфоровая промышленности. Основным поставщиком каолина для этих отраслей является Украина. Украинские цены на каолин очень привлекательны для российского бизнеса. На территории РФ цена на тонну глины колеблется в пределах \$10-60 (в зависимости от примесей), в то время как украинский каолин стоит \$30-35 за тонну. Эксперты отмечают, что российский материал к тому же уступает украинскому по

Причины снижения объемов производства российской посуды из фарфора и фаянса:

- ⇒ высокая конкуренция импортной посуды,
- ⇒ рост цен на энергоносители,
- ⇒ снижение спроса на отечественную продукцию,
- ⇒ слабая сбытовая политика российских производителей.

качеству (в нем могут содержаться вредные составляющие).

Не последнюю роль играют и льготы на железнодорожные перевозки по Украине, так как годовые затраты на транспорт привозных глин, потребляемых, например, предприятиями по выпуску керамической посуды Московской области, составляют 73,6% от общей стоимости глины.

В РФ все ресурсы элювиальных каолинов, пригодные для производства посуды, сосредоточены в Южном Зауралье (восток Челябинской и Оренбургской областей). Это так называемая Урало-Мугоджарская каолиноносная провинция, которая, по прогнозам, располагает ресурсами в 800 млн. тонн глины. Другие месторождения не искались и не разрабатывались, так как в советский период все потребности в каолине покрывала Украина.

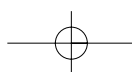
Запасы месторождений, на базе которых сегодня проводится обогащение каолинов, территориально расположены в Челябинской области (Кыштымское, Еленинское, Журавлиный Лог). На начало 2005 года они составляли всего 13 млн. тонн. Ни качество, ни количество этих запасов не могут обеспечить потребность российских предприятий в сырье. В связи с этим была создана федеральная программа по увеличению запасов элювиальных каолинов к 2010 году на 100 млн. тонн. Таких результатов планируется достичь за счет разработки месторождений Южно-Ушкотинского (Оренбургская область) и Журавлиный Лог (Челябинская область).

Если планы совпадут с действительностью и на территории России будет создана качественная сырьевая база для фарфоро-фаянсовой промышленности, то можно будет отказаться от импортирования сырья, а следовательно, сократить затраты на его привоз в среднем на 30%.

Таблица 2.
Объемы производства фарфоро-фаянсовой посуды лидерами отрасли в 2005 году, тыс. шт.

Производители	Объем производства, тыс. шт.	Объем производства 2005 года по отношению к 2004 году, %
ООО ПКФ "Кубаньфарфор"	50 566	94
ОАО "Конаковский фаянсовый завод"	25 492	69
ПК "Дулевский фарфор"	24 045	86
ЗАО "Богдановичский фарфоровый завод"	21 220	84
ЗАО "Первомайский фарфор"	5 679	124
АООТ "Бугульминский фарфор"	5 652	88
АОЗТ "Фарфор Вербилек"	4 846	87
ОАО "Пролетарий"	4 789	81
ЗАО "Уральский фарфор"	4 059	61
ОАО "Императорский фарфоровый завод"	3 361	85
ООО "Туймазинский фарфоровый завод"	1 995	65
ООО "Октябрьский завод фарфоровых изделий"	1 580	107

**Материал подготовила
Наталья Дрошневa**



Будем здоровы!

В погоне за здоровым питанием мы порой забываем о посуде, в которой храним и готовим продукты, а также из которой едим. В СМИ то и дело проскальзывают фразы "экологически чистый продукт", "вода из экологически чистого источника" и др. При этом почти совсем не уделяется внимания посуде, с которой соприкасаются наши продукты. А ведь простая кастрюлька может быть серьезным источником самых неприятных заболеваний. Поэтому очень важно, чтобы наша кухонная утварь была не только удобной, красивой и прочной, но и гигиеничной.



Вообще-то каждый "посудный" материал может быть вреден по-своему. Например, из некачественных эмалей могут выделяться тяжелые металлы, из пластмасс - вредные смолы; одна посуда вредит при высокой температуре, другая - в результате контакта с жирными или кислыми продуктами. Конечно, при однократном использовании вредного воздействия можно не ощутить, но при длительном пользовании недоброкачественной посудой канцерогены накапливаются, и тогда болячек не избежать. Вредные выделения с трудом выводятся из организма и могут вызвать нарушения работы нервной системы, обмена веществ и даже онкологические заболевания.

Как же правильно ориентироваться в нынешнем изобилии посуды? Чтобы в полной мере оценить достоинства и недостатки кухонной утвари, совершим небольшой экскурс. Начнем с эмалированной посуды.

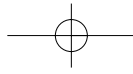
Современная эмаль, по мнению экспертов, очень стойкое покрытие. В такой посуде можно готовить и хранить любые продукты питания, без опаски делать в ней засолки, маринады. Однако один из главных недостатков эмали - хрупкость. На эмалированных кастрюлях частенько появляются сколы и трещины. Через поврежденное покрытие влага легко проникает к металлу, начинается коррозия. В этом случае в пищу попадает ржавчина, а вместе с ней и вредные примеси металла. Ядовитых примесей может быть довольно много, ведь гигиенические требования к стали, предназначенной для изготовления эмалированной посуды, не очень высоки. Кроме того, не исключена возможность попадания в еду отколовшихся кусочков эмали. Проглоченные с пищей острые частички легко могут повредить слизистую оболочку пищеварительного тракта или, еще хуже, засев в нежной стенке желудка или кишечника, вызвать воспаление и даже небольшую язвочку.

Теперь вспомним алюминиевые кастрюли, в которых готовили еще

наши бабушки. Наверняка и сейчас у каждого на кухне имеется как минимум парочка посудных изделий из непокрытого алюминия. Их и раньше ругали чаще любой другой посуды. Нарекания обычно вызывало повышенное содержание в материале свинца, мышьяка и других ядовитых металлов, которые легко при готовке попадали в пищу. Особенно вредными были контакты алюминиевой посуды с кислой или щелочной пищей: реакция взаимодействия здесь наиболее сильная. При этом сам алюминий до недавнего времени опасным никто не считал. Однако теперь накопилось уже достаточно научных данных, чтобы поставить это под сомнение. Оказывается, установлено предельно допустимое количество алюминия, которое может попадать в организм без вреда для него. Когда стали проверять, сколько "крылатого" металла сходит со стенок посуды в реальности, то многие просто схватились за голову. Судите сами. Например, в кислых щах металла нашли в 70 раз больше положенного, а в клюквенном морсе и в маринаде - аж в 500! Пока компот настоится, кастрюля станет на полграмма легче.

Конечно, это не означает, что нужно срочно избавляться от алюминиевой посуды. Вы ничем не рискуете, если будете использовать ее для приготовления каш, макарон, картофеля, нежирного мяса. Это в кислой и щелочной среде растворимость алюминия возрастает. Поэтому готовить, а тем более хранить в алюминиевых кастрюлях щи, квашеную капусту, маринованные овощи и грибы, соленую рыбу, а также минеральную воду, молочные, молочнокислые блюда и компоты не рекомендуется. Стоит отметить, что все сказанное про алюминий в полной мере относится и к одноразовым формам для выпечки, и к алюминиевой фольге. В отличие от теряющих популярность кастрюль и сковородок из легкого металла, фольга находит все большее применение у хозяек. Однако, как выяснилось, и в нее не каждый бутерброд можно завернуть.





ЭКОЛОГИЯ

К мытью посуды из алюминия надо тоже подходить с умом. При контакте с воздухом на алюминии образуется тонкая защитная пленка, которая изолирует металл от внешней среды. Чтобы не нарушать ее, нельзя чистить поверхность посуды металлической щеткой или наждаком. Если вы все же решили отодрать многолетний нагар, то после этого лучше день-два в этой посуде ничего не готовить, пока не восстановится защитная пленка. Нежелательно также пользоваться обычным мылом, так как это приводит к щелочной реакции среды.

В последнее время большой интерес как у домохозяек, так и у профессионалов ресторанного бизнеса вызывает посуда с тефлоновым покрытием. Тефлоновое покрытие - самое стойкое из всех применяемых, оно выдерживает даже царскую водку - смесь концентрированных кислот, в которой растворяется и золото, и платина.

Но, как известно, тефлон требует к себе очень бережного отношения. Если пустую тефлоновую сковородку нагреть до 300°C (обычная жарка проходит при $200\text{-}220^{\circ}\text{C}$), покрытие начнет разлагаться, выделяя довольно вредные испарения. Прежде чем начать пользоваться новой тефлоновой сковородкой, неплохо бы 2-3 раза прокипятить в ней чистую воду. Это полагается делать с любой новой посудой. При мытье тефлона нельзя применять никаких абразивных чистящих порошков и жестких мочалок. Если целостность покрытия все же нарушилась, сковородкой лучше вообще не пользоваться. Разрушающийся тефлон может, пусть и в небольших количествах, выделять в готовящуюся еду токсичную кислоту и другие вредные вещества.

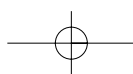
Столько ограничений, подумаете вы... И сразу возникает вопрос: а существует ли вообще безопасная посуда? Да. Существует. И эксперты называют самой экологически чистой посудой деревянную. Разумеется, мало кто решится есть в XXI веке деревянными ложками, однако факт остается фактом. И уж если не есть из экологически чистых тарелок, то можно хранить в ней засолки и маринады. Это идеальный вариант хранения!

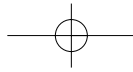
Так же хорошо зарекомендовала себя посуда из нержавеющей стали.



В ней можно готовить любые продукты. Кстати, знаменитая цептеровская сталь 18/10 - самая рядовая нержавейка, а ее название говорит лишь о том, что в ней содержится 18% хрома и 10% никеля. И почему-то не возникает сомнений, что добрая половина нержавеющей ложек и вилок у вас дома сделана именно из этой стали. Этот материал по своим характерис-

тикам соответствует всем медицинским требованиям, предъявляемым к посуде: долговечен; не окисляется, устойчив к коррозии; не изменяет вкусовые качества и запах продуктов; не образует соединений с компонентами пищи. Ну и, конечно, стоит отметить, что посуда и аксессуары из нержавеющей стали не только гигиеничны, но и эстетичны. Из огромного





ЭКОЛОГИЯ



ряда изделий, предлагаемых как российскими, так и зарубежными поставщиками, можно выбрать то, что прекрасно впишется в дизайн каждой кухни, кафе или ресторана.

К сожалению, не все могут выделить время в будни для полноценного обеда в кафе. Но ведь без питания не обойтись. Не будем говорить о еде быстрого приготовления - вермишели и супах в пакетиках. Думается, каждый из нас знает, насколько вредна такая "пища" для организма. Многие носят с собой на работу пластиковые контейнеры. Да и дома удобно хранить еду в пластике, и для поездок это идеальный вариант. Почему идеальный - потому что при бережном хранении, а это значит - не перегревать, не скрести грубыми щетками и губками, пластиковая посуда может прослужить вам очень долго. Компании, специализирующиеся на пластике, производят свою продукцию только из качественных материалов: поликарбоната, полиэтилена. Общие достоинства такой продукции - это высокая степень свето-пропускания, малый удельный вес (любой из пластиков в два раза легче стекла); ударопрочность (как минимум на порядок выше обычного стекла), высокая степень теплоизоляции.

"А в чем можно приготовить самую вкусную еду?" - спросите вы. И на этот вопрос найдется ответ. Это уже упоминаемая ранее керамика. Практически во всех национальных кухнях присутствует культура потребления пищи из керамической посуды. Керамика экологически безопасна и удобна в обращении. Она - прекрасный

компромисс с точки зрения соотношения цены и качества. Наконец, оригинальная и самобытная керамика способна украсить любой дом, кафе или ресторан. Замечательное свойство этой посуды состоит в том, что она в равной степени подходит как для хранения продуктов, так и для их тепловой обработки в духовых шкафах и в микроволновых печах, что обеспечивает ее универсальность, которая так ценится на кухне. Основное преимущество керамики - возможность регулировать температуру и влажность готовящегося в ней продукта. Известно, что вкус блюда зависит от способа его приготовления. Для того чтобы достичь идеальных вкусовых качеств и при этом не потерять витамины и полезные свойства продуктов, процесс приготовления должен быть медленным и поступательным. В этом случае на помощь приходит керамическая посуда, чьи толстые стенки прогреваются медленно и равномерно. Это объясняется пористой структурой керамики, которая сначала впитывает в себя влагу, а потом отдает ее. В результате еда, приготовленная в такой посуде, не варится, а томится, приобретая особую изысканность. При подаче на стол блюдо выглядит очень аппетитно и обладает притягательным ароматом. Мясо, приготовленное в керамических сосудах, приобретает мягкость, овощи остаются сочными. Что касается цветной керамики, то нынешняя технология производства предполагает двойной обжиг цветной керамической посуды. В сочетании с высококачественной глазурью и натуральными природ-

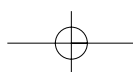
ными красками это позволяет получить экологически чистую посуду, способную придать уютную атмосферу любому заведению.

Изделия из фаянса отличаются большой пористостью и менее прочны, чем фарфоровые. Но фаянс и фарфор не способны сохранить вкус приготовленного блюда так, как это дано керамике. Однако на посудном рынке появляется все больше предложений от различных компаний по фаянсу и жаропрочному фарфору. А почему? Да потому, что это красивая посуда. Представьте себя на минуточку в каком-нибудь дворце на балу. Сразу появляются картинки с дамами в необыкновенных платьях, подтянутыми кавалерами и... шикарно накрытыми столами. А столы, естественно, сервированы фарфором и серебром. Так вот, до сих пор большинство праздников и банкетов не обходится без фарфоровой посуды. А почему? Разумеется, это элегантно, эстетично. Белоснежный фарфор с причудливыми узорами и без. Но! Надо напомнить, что красиво - это не всегда безопасно. В старину покрывавшая фаянс и фарфор глазурь включала в свой состав свинец, который, как мы знаем, не несет пользы нашему организму. Сейчас компании, производящие фарфоровые и фаянсовые изделия, используют технологию двойного обжига, как и в случае с керамикой. Сначала декор наносится на посуду, а затем сверху покрывается глазурью, что помогает продлить не только срок жизни изделия, но и сохранить наше здоровье.

Пожалуй, на этом мы закончим с вами наш экскурс. И напоследок самая важная рекомендация экспертов: покупать посуду стоит только в вызывающих доверие магазинах. Потому как за то, что продают на рынках и вдоль дорог, ручаться сложно. Выход один - осторожность. А что касается материала, цвета и фасона, то уж тут, как никогда раньше, полная свобода выбора. Было бы желание, а выбрать можно и по душе, и по цене, и, главное, без риска для здоровья!

По материалам сайтов www.pravda.ru и www.restoved.ru

Наталья Журавлева



Н
Ф
Т
Е
W



BEKKER®

Germany

ПОСУДА BEKKER®
СОЗДАНА ДАРИТЬ
РАДОСТЬ!



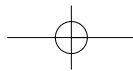
Новая линия посуды из
фарфора и керамики

Тел: +7(495)980-53-03/05/37

E-mail: mail@bekker.ru

www.bekker.ru





На повестке дня четыре вопроса:

1 Какая посуда, на ваш взгляд, **наиболее** экологически чистая (безопасная для потребителя)?

2 Какая посуда, на ваш взгляд, **наименее** экологически чистая (опасная для потребителя)?

3 Насколько велик на российском рынке объем посуды, не выдерживающей требований безопасности?

4 Как покупатель может обезопасить себя при выборе посуды?

Профессионалы отвечают...



Денис Ковалев, бренд-менеджер, компания "Гала-центр"

1 Для приготовления блюд - сталь 18/10, она не вступает в реакции с пищевыми кислотами.

2 Однозначно только посуда из меламина. В других случаях все зависит от качества материала.

3 Раньше был большой, так как покупатель выбирал дешевый товар в ущерб качеству. Но теперь доходы россиян возросли, появился выбор посуды, а следовательно, уменьшается доля откровенно вредной посуды.

4 Обращать внимание надо на торговую марку. Выбирать продукцию известных компаний или марок, проверенных временем. Также стоит обратить внимание на упаковку. Если вся

упаковка выполнена в едином стиле, это косвенно говорит о том, что товар внутри будет хорошего качества. Так как если поставщик задумался об упаковке и потратил деньги на ее разработку, то, скорее всего, товар внутри будет качественный. А вот если на упаковке просто стоит какая-то торговая марка, но при этом упаковка на разном товаре отличается радикально (по цветам, по рисунку и др.), то, скорее всего, внутри товар низкого качества, так как если уж на единую упаковку не потратились, то и внутри что-то дешевое...



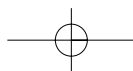
Эльвира Вердиева, руководитель отдела закупок, компания "Полная Чаша"

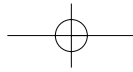
1 Фарфор, стекло, эмалированная посуда. По стандартам в заведениях общепита нельзя использовать ничего, кроме стекла, металла и фарфора. Имеет значение тот факт, что при контакте с пищей должна быть исключена реакция между ней и посудой. Например, чем меньше у фарфора пористость, тем он более гигиеничен. Наименьшая пористость - у костяного фарфора.

2 Меламиновая, алюминиевая посуда. Для некоторых видов пищи также не подходит керамика.

3 Некачественного продукта у нас много, как и везде. Основные признаки некачественного фарфора - сероватый цвет, высокая пористость и масса. Еще один пример некачественного фарфора - это когда плохо очищенная глиняная масса покрывается сверху белой глазурью, это видно на сколе. Чем белее фарфор не только внешне, но и на сколе, тем больше средств вложено в очистку исходного сырья. Высокая цена японского костяного фарфора обусловлена не только степенью очистки сырья, но и тем, что стоимость отбракованной продукции, выявленной в процессе производства, входит в стоимость конечных изделий.

4 Должна быть государственная программа стандартизации, то есть ГОСТ, и она должна соблю-





СОЦПРОС

даться. Это первый гарант. Эту систему нужно возобновлять в стране. Она на данный момент работает только в областях, где существует повышенная опасность. А посуда не считается потенциально опасной. А второй гарант - это, конечно, имя производителя. Производитель высокого уровня поддерживает как свои внутренние стандарты экологичности, так и те, которые приняты в его стране.



Роман Цюприк, заместитель генерального директора по маркетингу и менеджменту, компания "Промснабфарфор"

1 Фарфоровая.

2 Без комментариев (прим. ред.)

3 Думаю, большой. Учитывая брешу в таможене, которые позволяют доставлять товар, минуя проверки.

4 Нужно ориентироваться на крупных, зарекомендовавших себя на этом рынке производителей. Они не станут себя компрометировать, портить себе репутацию. Например, некоторые китайские фабрики, с которыми мы собирались поначалу работать, не проходили даже радиационный контроль на таможене. Мы перестали с ними сотрудничать. Выбираем только проверенных производителей.

Ирина Онищенко, маркетолог, ООО "Завод "Калитва"

1 Из школьного курса химии всем известно, что алюминий на воздухе покрывается тонкой пленкой оксида алюминия. Ее можно разрушать, а она тут же восстанавливается. Из-за нее металл не переходит в еду и посуда не портит вкус, цвет и запах приготовленной пищи. Исследования показали, что количество алюминия, попадающего в организм с пищей (при условии, что вы готовите каждый день в алюминиевой кастрюле, едите из алюминиевой миски алюминиевой ложкой), составляет 1,7 мг в день, при том что максимально допустимая доза, определенная Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), составляет 60 мг в день. Если технология производства полностью соблюдается, то производитель получает качественную продукцию. Качество всей посуды ООО "Завод "Калитва" подтверждено сертификатами соответствия и санитарно-эпидемиологическими заключениями.

2 Без комментариев (прим. ред.)

3 Сейчас на рынке присутствует дешевый некачественный товар, привезенный не только из пресловутых Китая и Турции, но даже из скандинавских стран - это посуда, которая сделана практически из фольги, - невесомые сковородки, которые при нагревании изгибаются и сворачиваются.

4 Нужно избегать покупок некачественной посуды и соблюдать рекомендованные производителем условия эксплуатации.



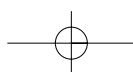
Элеонора Шевченко, менеджер, компания "Импакт Богемия Трейдинг"

1 Фарфор, так как он производится из натуральных, природных материалов, таких как каолин (чистая глина - тугоплавкая, жирная и крайне пластичная масса) и полевой шпат (чаще всего в соединении с белой слюдой - относительно легко плавится). Если говорить о чешском фарфоре, то все сырье, из которого он производится, добывается непосредственно в Чехии. Если стекло, то богемское, так как в качестве главной составной части в богемском стекле используется 70-75% двуоксида кремния (SiO₂), получаемой из кварцевого песка при условии соответствующей грануляции и свободы от всяких загрязнений. Что касается столовых приборов - качественная нержавейка (18/10), не алюминий, так как его использование приводит к окислению, что вредно сказывается на здоровье человека.

2 Алюминиевая по причине, указанной ранее. Посуда из различных полимеров, так как все это - продукты химических реакций, а все полимеры получают из нефти и ее составляющих. А также посуда из стеклокерамики - в ней большое количество примесей неорганического характера.

3 На российском рынке много всего: и качественной, и некачественной посуды. Конечно, здесь много посуды с разными примесями, добавками, что делает ее наиболее дешевой, но она может быть не так уж хороша для использования. Зачастую в гонке за низкой ценой забывают о безопасности потребителя.

4 Прежде всего, не покупать посуду в сомнительных местах: на рынке, в переходах, куда привозят товар челночным способом. Необходимо покупать посуду в местах специальной продажи - в специализированных магазинах, сетевых магазинах, и качество посуды должно быть подтверждено соответствующими сертификатами. А также стараться отдавать предпочтение старым, проверенным маркам, которые дорожат своей репутацией.



ПОСУДА

в паутине ритейла

За последние десять лет розничная торговля в России прошла огромный путь развития: от торговли на рынках до интернет-магазинов. Изменился ассортимент продукции, поставляемой в розничные магазины. Тарелки и ложки - бесменный спутник человека, равно как и хлеб с мясом, на протяжении всего развития человечества перестали быть просто тарелками и ложками... Многообразие посуды неподвластно описанию и в толстой книге. Где продавать такой разнообразный товар? Бурно развиваясь, розничная торговля требует к себе все больше и больше внимания. Этот сбытовой канал сегодня разделился на множество самостоятельных каналов. Импортёры и производители посуды постоянно изменяют структуру своих отделов продаж для более эффективной работы с сетевыми магазинами.

Для многих компаний сегодня розничная торговля дает более 50% оборота и прибыли. Правда, прибыльность данного канала за последние 10 лет сильно снизилась. С чем это связано? В 2000 году оборот розничных торговых сетей в общей розничной торговле составлял менее 2%, к 2007 году доля розничных сетей составила 50% в крупных городах России. В корне изменились требования к поставщикам розничных сетей. В период 1999-2001 годов основными требованиями к поставщикам были:

- ✓ поставка продукции, пользующейся спросом,
- ✓ доставка продукции,
- ✓ отсрочка платежа на 14 дней,
- ✓ скидка до оптовой цены.

В период 2005-2007 годов аппетиты ведущих сетей выросли настолько, что многие небольшие компании ушли с этой сцены из-за невозможности нести расходы, связанные с поставками товаров в сетевые магазины. Что хотят сегодня сети? Отсрочка платежа увеличилась до 60 дней, а некоторые производители предоставляют отсрочку в 180 дней. Просто доставка переросла в понятие логистика. Если у сети есть собственный распределительный центр, то она требует дополнительную скидку с поставщиков за самостоятельные поставки в свои магазины. Но это не все. Существует еще несколько препятствий для получения полков в магазинах. Это различные виды бонусов, которые выражаются не только в процентах, но и в деньгах, которые поставщик обязан заплатить еще до начала поставок в магазины, причем не всегда эти суммы разумны и связаны с объемом продаж.

Основные выплаты поставщиков:

- ✓ за количество магазинов,
- ✓ за количество ассортиментных позиций в матрице.

При этом в каждой сети виды и объемы выплат различаются.

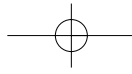
Отдельно в договорах сетей, которые могут составлять и 30 страниц, уделено место штрафам; как говорят сами представители сетей, это необходимо для дисциплины поставщиков. Лидеры розничного рынка штрафуют поставщика за все: за не вовремя поставленный товар, за несоответствие цен, за неправильно оформленные документы, за недоставку товара и т.д.

Кроме этого, существует еще ряд дополнительных сложностей при работе с сетями, которые вынуждены постоянно преодолевать поставщики. Например, многим тяжело вводить новые коллекции в ведущие сети. С чем это связано? Такие крупные ритейлеры, как "Ашан", не позволят поставщику занять долю в продажах по своей группе более 30%, тем самым создавая конкуренцию среди производителей. Другим поставщикам тяжело повысить отпускную цену в сетях, третьим трудно даже просто начать работать с сетями.

С чего необходимо начать организацию эффективной структуры отдела для работы с сетями? Посуда - уникальный товар, который может продаваться в розничных сетях всех направлений. Особое внимание большинство поставщиков уделяют гипермаркетам ("Ашан", "Леруа Мерлен", "Карусель", "Касторама", "ОБИ" и др.). Эти магазины имеют площадь более 10 тыс. кв. м, удобную парковку и комплекс дополнительных услуг для покупателей, именно такой формат розничной торговли сегодня является самым популярным и развивающимся в России. Из Москвы и Санкт-Петербурга этот формат в последние два года активно шагает по стране. Гипермаркеты насчитывают в своем ассортименте более 25 тыс. наименований продукции, и наценка на товар значительно ниже, чем в супермаркетах. Экономия денежных средств и широкий выбор товаров - сегодня главный инструмент по привлечению покупателя.

Итак, прежде чем начать работать с сетевыми магазинами, на-





РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

до учесть несколько факторов, приведем основные.

1 Определить, в каких магазинах будет продаваться ваша продукция. Это могут быть: продуктовые супермаркеты, супермаркеты бытовой техники, магазины товаров для дома, гипермаркеты, специализированные магазины.

Типичная ошибка производителей при определении каналов сбыта - желание, чтобы товар присутствовал везде. В каждом из форматов розничной торговли есть множество отличительных особенностей, одна из них - покупатели. Каждый из этих магазинов покупатель посещает с разной целью, где-то покупка посуды - одна из целей, а где-то это сопутствующий товар. И возможно, за вашей продукцией не пойдут в сеть бытовой электроники или магазин подарков.

2 Определить ассортимент для каждого магазина согласно его формату.

3 Выяснить для себя, как товар будет достигать покупателя, то есть производитель будет самостоятельно осуществлять поставки на распределительный центр сети или в каждый магазин отдельно. Поставки в каждый магазин требуют дополнительных затрат на содержание штата торговых представителей, более дорогой логистики, и это необходимо учитывать при работе с сетевыми магазинами. Многие производители передают обслуживание сетевых магазинов дистрибьюторским компаниям, которые могут качественно осуществлять поставки продукции в магазины.

4 Определить цену поставки в магазины. Исходя из опыта работы многих компаний, цена поставки в сетевые магазины должна быть значительно выше самой низкой оптовой цены. Условно поставщиков сегодня можно разделить на две категории: "счастливые" - это те поставщики, которые

смогли войти в сети без огромных скидок, и теперь у них хватает средств обеспечивать растущие аппетиты ритейлеров и "несчастливые" - поставщики, которые при жесткой конкуренции выбрали в качестве стратегии входа на данный рынок демпинговые цены и теперь работают на грани рентабельности.

5 Обеспечить буферный запас продукции на складе для бесперебойных поставок товара. В сетевых магазинах отсутствие "дыр" на полках - важный показатель, да и производителю должно быть жалко заплаченных за возможность работы денег, при отсутствии товара на полке покупатель непременно совершит альтернативную покупку. Кроме этого, штрафы за недопоставку могут составлять сотни тысяч рублей.

6 Прежде чем начать работать, важно понять, кто и как будет осуществлять мерчандайзинг в магазинах. Правильный мерчандайзинг продукции сегодня для производителей - последний шанс показать товар "лицом" к покупателю и не просто поставить товар в магазин, а заставить покупателя его купить. Форм организации мерчандайзинга в компании несколько, и подробное описание организации его требует отдельной статьи.

Эти шесть пунктов являются важными не только для тех, кто недавно ведет работу с сетями, но и для тех, кто имеет дело с сетями давно. С бурным развитием федеральных сетей все сильнее обостряются конфликты между каналами сбыта, и подробный анализ 6 основных показателей позволит наладить продажи сегодня, избежать проблем с приходом новых международных лидеров розничной торговли и обеспечить развитие розничного рынка.

Дмитрий Викторович Кузнецов,
директор по продажам
Консалтинговой компании
Real Work Management
www.real-management.ru

2007/6/ПОСУДА

**BOHEMIA
CRYSTALEX
TRADING a.s.**

Наши дистрибьюторы:

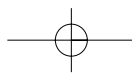
Богемия-Люкс
г. Москва
www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемия Трейдинг
г. Москва
www.impact.ru

Богемия Плюс
г. Краснодар
www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz



"Посуда Центр": ОПЫТ ТОРГОВЛИ



Еще 5-10 лет назад розничная торговля посудой и хозяйственными товарами в таких крупных регионах России, как Сибирь и Дальний Восток, действовала по "прилавочной" схеме. Новинки приходили с большим опозданием, да и сама потребность в новых товарах была незначительной.

В то время покупательская способность и потребительский менталитет Сибирского региона сильно отличались от Москвы и Санкт-Петербурга, где уже начинали активно действовать западные модели построения бизнеса. Приход крупного ритейла в Сибирь осложнялся логистикой, ведь в этом регионе население сконцентрировано в определенных центральных городах. Поэтому в наиболее выгодном положении оказались местные компании, которые в более суровых, чем столичные, условиях сумели выстроить свою модель бизнеса, ориентируясь на стандарты мирового опыта торговли.



*О сегодняшней ситуации, а также опыте работы на рынке посуды и хозяйственных товаров в Сибири и на Дальнем Востоке нам рассказал **Яков Хромов**, директор по маркетингу и рекламе сети магазинов "Посуда Центр".*

- По вашим оценкам, насколько рынок Сибири сегодня насыщен посудо-хозяйственными товарами?

- Рынок в Сибири еще далек до насыщения. До сибирских городов пока дошли только немногие из мировых ритейлеров, которые задают стандарты торговли, в том числе и посудо-хозяйственными товарами. И мы сейчас вынуждены подстраиваться под них, становиться более клиентоориентированными, более технологичными. Ведь мы "вышли из опта", создали новый формат розничной торговли и, чтобы поддерживать интерес покупателя, вынуждены постоянно развиваться, добавлять какие-то новые группы - сад-огород, сезонный товар, товары для отдыха, интерьера.

- Что для вас приоритетно: поддержание спроса на уже существующие товары или ознакомление потребителя с новыми торговыми марками?

- Для нас приоритетно формирование традиций потребления посудо-хозяйственных товаров. А это включает в себя и поддержание спроса на уже существующие товары, и ознакомление с новинками. Так как мы работаем напрямую со многими крупнейшими производителями, мы придерживаемся позиции, что новинки должны появляться в "Посуда Центре" максимально быстро. То есть человек, приходя в "Посуда Центр" несколько раз в месяц, должен чувствовать, что мы каждый раз предлагаем ему новые и интересные товары наряду с традиционным ассортиментом. Без баланса спроса на существующие товары и без качественной работы с новинками невозможно быть успешными. Ведь правила игры диктует покупатель.

- Планируете ли вы ввести какие-либо изменения в рамках дальнейшего расширения сети?



Розничная сеть магазинов "Посуда Центр" входит в пятерку крупнейших компаний в России по продаже посуды. Первый магазин "Посуда Центр" был открыт в мае 2001 года в Новосибирске. Сегодня функционирует 9 магазинов площадью от 1 500 до 5 тыс. кв. м - по два в Новосибирске и Красноярске и по одному в Омске, Барнауле, Новокузнецке, Тюмени и Хабаровске. Из них пять магазинов открылись в этом году.

Представленный ассортимент - более 20 тыс. наименований товаров лидирующих зарубежных и отечественных торговых марок: ARC-International, Plafor, York, Tefal, Ашинский металлургический комбинат, "Полимербыт", "Труд", Демидовский металлургический завод, "Конвент-М", "Северсталь-Эмаль" и многие другие.



РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ



- В 2008 году мы планируем увеличить количество магазинов в два раза. Часть новых магазинов будет отличаться от классического формата "Посуда Центра". Предполагаемые территории для развития - Сибирь и Дальний Восток.

- Какие технологии развития бизнеса, предложенные вами, сегодня используют компании, также торгующие посудой в Сибирском регионе?

- До появления магазинов "Посуда Центр" подобного формата в Сибири вообще не существовало. Не было в 2001 году ни одного магазина Cash & Carry, который бы специализировался на продаже посуды-хозяйственных товаров. Мы были вынуждены изобрести эту технологию. И вот, когда мы открылись и люди увидели наши первые успехи, к нам стали приезжать бизнесмены из городов Сибири и Дальнего Востока перенимать наш опыт. Поэтому очень многие магазины в регионах - это клоны "Посуда Центра". К нам до сих пор приезжают советовать, как продавать посуду-хозяйственные товары. И даже когда мы ввели у себя подарочные карты, в том числе и для корпоративного сектора, у нас сразу появились подражатели.

- Существует мнение, что посудный рынок в Центральном регионе поделен среди крупных игроков. А какова ситуация в Сибири? Легко ли начать торговлю посудой и продержаться на этом рынке? Видите ли вы скрытые возможности для новых игроков?

- Рынок в Сибири разрозненный, крупных сетей в секторе товаров для дома нет. Только "Посуда Центр" и "Чудо-дом". Есть региональные сети, состоящие из мелких торговых точек. Плюс к этому некоторые компании, занимающиеся оптовой торговлей, пытаются заниматься еще и розницей. Конечно, возможности для новых сетей есть, но нужны большая гибкость и технологичность, чтобы зайти на этот рынок. Сделать это с каждым годом становится все сложнее. Существуют проблемы с поставками товара, тре-

буются большие капиталовложения. Разрозненный рынок посуды-хозяйственных товаров представлен небольшим количеством крупных компаний, которые имеют контракты на определенных территориях, поэтому не всегда есть возможность решить проблему качественных поставок для захода на этот рынок. Однако покупатель еще не избалован, особенно в небольших городах, и перспективы для развития, несомненно, есть. Чем дальше от Москвы, тем шире эти перспективы. Например, на Дальнем Востоке мы пришли на практически пустой рынок.

- Столичные покупатели уже привыкли к различного рода бонусам и подарочным картам, какова активность сибирских покупателей в использовании этих торговых карт?

- Рынок подарочных карт в Сибири еще в самом начале пути. В первые недели этого года мы ввели подарочные карты и стали первыми, кто активно их продвигает. Мы стали формировать культуру дарения подарочных карт. И сейчас, спустя какое-то время, можно сказать, что уже наметилась определенная часть аудитории, которой удобно этим сервисом пользоваться. И эта доля потребителей постоянно растет. Потенциал развития новых инновационных продуктов в торговле в Сибирском регионе достаточно большой. Что касается бонусной программы, то она пользуется большим спросом у наших покупателей в силу необычности этого продукта и простоты самой программы. У большинства магазинов действуют дисконтные карты, предоставляющие скидки, а у нас - карта, на которую начисляются реальные деньги - по 2% от стоимости каждой покупки.

- Вы заняли свою нишу на посудном рынке России, удачно используя свое географическое положение, а кроме этого, что способствует эффективному развитию вашей компании?

- Главное, что способствует успеху в бизнесе - это то, насколько компания ориентирована на нужды потребителя. Почему наши первые магазины были успешными? Потому что мы смогли на стартовом этапе удовлетворить потребности нашей целевой аудитории даже больше, чем она на тот момент ожидала. Если компания всегда дает потребителю больше, чем он ожидает (неважно, каким образом), то тогда включается "сарафанное радио", которое работает лучше, чем телевизионная реклама, и при этом не стоит компании ни копейки. И это - залог успеха любой компании. У нас все именно так и произошло. Женщины из уст в уста рассказывали друг другу о магазине "Посуда Центр" и спешили стать его покупательницами.

- Что для вас является главным критерием надежности партнеров?

- Я отвечу так: есть партнеры и есть не партнеры. Можно быть приятелем, а можно быть другом. В бизнесе дружба - это некое партнерство. Это такой уровень развития отношений между двумя компаниями, когда на первом плане стоят не товарно-денежные интересы, а совместная деятельность, которая помогает развиваться обоим партнерам. Мы понимаем проблемы, нужды партнеров, а они понимают наши. Стараемся гибко подходить к задачам, проблемам друг друга. Партнерство - это когда нашему поставщику не все равно, как мы работаем. И когда эти отношения имеют долгосрочную перспективу.

www.posudacenter.ru



КОНСУМЭКСПО

20-Я ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

2 0 0 8



15-19 ЯНВАРЯ

www.consum-expo.ru



Россия, Москва,
Центральный выставочный
комплекс "ЭКСПОЦЕНТР"

Организатор:

 **ЭКСПОЦЕНТР**

Тел.: (495) 255-37-32, 255-26-24

Факс: (495) 609-41-68, 255-25-76

E-mail: gladkov@expocentr.ru,

vlasovaoa@expocentr.ru

www.expocentr.ru

Впервые!

Всероссийский торговый форум

**«СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ РЫНКА ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА:
посуды, подарков и сувениров»**

20 выступлений экспертов отрасли, ведущих консультантов,
директоров розничных сетей, исследователей и бизнес-тренеров

<http://consumexpo.imperiaforum.ru>

17 января 2008 г.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ



Торговая сеть "РЕСТО" реализует свою стратегию увеличения присутствия в регионах России.

1 июня 2007 года начал свою работу ростовский филиал "РЕСТО-ДОН".

Данное событие стало очередным шагом в реализации долгосрочной стратегии компании "РЕСТО" по предоставлению качественных услуг для сектора HoReCa.

Для рестораторов г. Ростов-на-Дону и области "РЕСТО-ДОН" предлагает двухэтажный торговый комплекс, состоящий из:

- выставочного зала торгового и технологического оборудования,
- супермаркета С&С,
- сервисного центра.

В супермаркете С&С "РЕСТО-ДОН" широко представлены следующие группы товаров:

- барное оборудование,
- кофемашины,
- фарфор,
- кухонный инвентарь,
- предметы сервировки,
- столовые приборы,
- налитная посуда,
- барный инвентарь,
- стекло,
- кофе, чай, сиропы.

Более 20 тысяч наименований в одном месте!

Каждая группа достойна внимания самых изысканных и требовательных клиентов в силу многообразия предлагаемых товаров высокого качества. Важными аспектами в обеспечении комфортного обслуживания клиентов компании являются удобная форма оплаты, обширный ассортимент, квалифицированный персонал, складская программа.

Компания "РЕСТО-ДОН" предлагает вам разработку эскизного и рабочего проекта кухни.



Опытные технологи-проектировщики не только подготовят вам проект и спецификацию на технологическое оборудование, но и дадут все необходимые консультации. Основной фокус компании направлен на обеспечение быстрого и качественного обслуживания клиентов.

В Cash & Carry "Ресто" вы можете найти более 20 тыс. наименований специализированных товаров, позволяющих провести полное оснащение ресторанов, кафе, баров: технологическое оборудование, посуду, барный инвентарь, кухонные аксессуары.

Для начинающих свой бизнес в секторе HoReCa "РЕСТО-ДОН" предложит мастер-классы и информационно - консультационные семинары по оборудованию, посуде, инвентарю.

Мы рассчитываем, что "РЕСТО-ДОН" станет лидером на рынке предоставления услуг по оснащению баров, кафе и ресторанов в своем регионе.

Будем рады новым клиентам, желающим уверенно идти по дороге бизнеса с надежным и деловым партнером "РЕСТО-ДОН"!

"РЕСТО-ДОН" - филиал международной торговой сети "Ресто", которая является первой в России системой класса Cash & Carry, ориентированной на потребности клиентов сектора HoReCa.

ООО "РЕСТО-ДОН", Россия, 344091,
г. Ростов-на-Дону, ул. 2-я Краснодарская, 70/2,
"Центр ресторано-магазиностроения.
Все для отелей"
Тел./факс: (863) 280-02-30, 223-15-33



Новые решения от Vitross



В кастрюле должно быть все прекрасно: и эмаль, и фурнитура, и декор, и коробка. Кроме того, должны быть прекрасными теплопроводящие свойства, экологические качества и, конечно же, цена.

Посуда должна быть красиво преподнесена и красиво продана.

Сейчас на рынок посуды существенно влияет изменение культуры потребления в нашей стране. Сегодня сложилась благоприятная ситуация для становления той формации посуды, которая более полно учитывает предпочтения, вкусы и ценности потребителей. И именно теперь, когда у россиян появилось стремление к здоровому образу жизни, к здоровой пище, стала актуальна эмалированная посуда.

Любой продукт для обихода обязан сделать нашу жизнь не только проще, но и красивее. Это рабочее направление в позиционировании торговой марки Vitross легло в основу модернизации данной продукции.

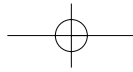
Решение о создании новой линейки посуды было принято с учетом детального изучения рынка и исследований в области декораторского искусства. Прежде всего, изменилось оформление посуды: появились орнаменты в ориентальном стиле. Это сложные, многоцветные рисунки с цветочной и этнической тематикой. Изделия выдержаны в различной цветовой палитре: есть деколи с локальным желтым, красным и синим цветом, в настоящее время ведутся разработ-

ки пастельно-сиреневой и зелено-оливковой гаммы.

Во вторую очередь, изменилась комплектация изделий фурнитурой: последняя соответствует новым тенденциям в оформлении интерьеров. Обилие металлических деталей в фурнитуре современной мебели, светильников и других вещей в интерьере подтолкнуло к привлечению нового вида ручек из нержавеющей стали и стеклянных крышек, традиционно не свойственных стальной эмалированной посуде.

Новая комплектация изделий придает им не только эстетичность, но и определенную практическую полезность. Через стеклянную крышку хозяйкам удобно наблюдать за процессом, а через паротвод блюдо избавляется от лишней жидкости и не "убегает" во время готовки.





ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Третьим шагом для модернизации продукта стали комплектация новых наборов и упаковка в красочную коробку для выставления на прилавок.

Не секрет, что посуду часто покупают как подарок на какое-нибудь значимое событие в жизни человека: на свадьбу, юбилей, на новоселье. Поэтому, кроме того, чтобы посуда эффектно выглядела сама по себе, очень важна ее упаковка. Этот простой человеческий фактор порой играет ключевую роль в процессе совершения покупки. И совершенно естественно, что данный рычаг стимулирования сбыта продукции нельзя было игнорировать. Сама идея создания наборов не нова, но и не изжила себя. Практически не все торговые точки могут обеспечить полную линейку посуды одного дизайна, а создание промышленного набора гарантирует возможность покупки уже укомплектованного арсенала для современной кухни.

"Создание модернизированной посуды торговой марки Vitross позволило нашему предприятию выйти на более высокий уровень, говорит директор по маркетингу и продажам Сергей Козырев, продажи увеличились с момента вывода новой линейки в четыре раза. Кроме того, такие же рабочие направления мы замечаем и у других производителей. Российские заводы и зарубежные производители используют аналогичные технологии для попыток внедрения или расширения своей доли на рынке.

Но здесь, кроме основных вкусовых и эстетических предпочтений, вступают в силу прочие аспекты: нашу продукцию хорошо знают покупатели; мы предлагаем качественный продукт, сертифицированный и соответствующий ГОСТу,



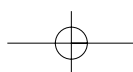
адаптированный к региональной ментальности. Сейчас производим востребованные изделия, а это значит, мы обеспечиваем дополнительные выгоды для трейдеров, например высокую оборачиваемость вложенных средств и более полное заполнение ценовых сегментов. Реальная прибыль и подобная тактика других игроков рынка подтверждают правильность выбранного нами курса.

Основная же задача предприятия остается по-прежнему простой - снабдить наших граждан качественной, экологически чистой и красивой продукцией".



Контактная информация:

ООО "Северсталь-Эмаль". 162600, Россия, Волжский регион, Череповец, ул. Мира, 30.
Тел.: + 7 (8202) 56-45-50, 56-74-01, 56-50-91
Факс: + 7 (8202) 57-02-66, 56-58-21
E-mail: market@rusposuda.ru
Web: www.rusposuda.ru
www.vitross.ru





БОРЕМЯ С СО СТЕРЕОТИПАМИ!

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

"Труд-Вача": Дело не столько в тяжести, сколько в составе используемой стали. Так, модель ножей для шеф-поваров "Европа" изготовлена с добавлением в сталь молибдена и ванадия. Для лезвий используется молибденованадиевая сталь, закаленная в среде защитных газов, имеющая твердость 52-54 единицы по Роквеллу. Такая сталь тупится гораздо медленнее, чем обычные ножи, и устойчива к различным видам коррозии.

Замечательная способность ванадия придавать стали ценнейшие свойства определила его судьбу. Его "ампула" - играть роль "витамина" для стали. Незначительная добавка ванадия (доли процента) делает сталь мелкозернистой, придает ей большую упругость, большую прочность. Такая сталь легче переносит удары и изгибы, упорнее сопротивляется истиранию, лучше противостоит разрыву. Благодаря матовой поверхности продукты меньше прилипают к ножу, что также позволяет облегчить работу повара. В то же время править его сложнее, так как теряются качества гибкости. Поэтому стоит четко разделять ножи по типу работ.

Уникальность технологии изготовления ножа определяет его уникальные характеристики. Например, кованые ножи Forge производятся по разработанной нашими мастерами технологии холодного формообразования. По отношению к традиционной технологии изготовления клинков механическим способом как в России, так и в Европе данный метод имеет ряд преимуществ: изделия обладают высочайшими режущими свойствами и стойкостью к затуплению, высокой чистотой поверхности. Такие изделия имеют и более привлекательный товарный вид.

Кстати, результаты лабораторных испытаний показали, что стойкость режущей кромки и режущие свойства ножей Forge превосходят таковые качества обычных ножей в 2,3-2,5 раз. Это происходит за счет образования мелкозернистой, прочной, твердой и острой структуры кристаллической решетки клинка, получаемой посредством холодного формообразования и соответствующей термообработки.

ТРУД ВАЧА
ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
"ТРУД"

Продолжая тему мифов и стереотипов вокруг посуды, начатую в прошлом выпуске журнала, мы постараемся развеять еще несколько мнений, бытующих среди покупателей.

В качестве экспертов мы пригласили специалистов завода "Труд Вача", который более 177 лет работает на российском рынке посуды, активно развивая два направления: изделия для индустрии гостеприимства и посуда для дома.

Итак, самое распространенное мнение среди покупателей звучит так: хорошие кухонные принадлежности должны стоить дорого.

"Труд-Вача": Это не совсем так. Конечно, хорошая металлическая посуда не может быть дешевой, но и не должна быть очень дорогой. Гораздо более важными являются качественные характеристики и умеренная цена изделий. Например, качество ножа в решающей степени зависит от класса используемой стали. Важнейшими характеристиками стали при производстве лезвий являются устойчивость к коррозии и закалка. С помощью соответствующего химического состава и подходящей тепловой обработки добиваются улучшения этих характеристик.

Традиционно на клинки кухонных ножей используется коррозионно-стойкая сталь типа 40X13 (AISI 420). Эта сталь имеет две отличительные особенности: она нержавеющая, то есть требует минимального ухода при эксплуатации, и мягкая, что позволяет легко заточивать и править ножи в домашних условиях. Но у стали 40X13 есть недостаток, вытекающий из основного преимущества. Из-за того что сталь мягкая, она плохо держит заточку. Компания "Труд" решила данную проблему. Конечные потребительские свойства ножа придают те термические обработки, которые он прошел. Процесс включает несколько важных стадий:

1. Сталь нагревается до температуры выше 1000°C.
2. Охлаждение до комнатной температуры.
3. Повторное нагревание до температуры 300°C.

В результате - исключительная прочность и гарантия использования без дополнительной заточки до 1,5 лет.

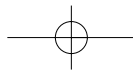
Считается, что профессиональный нож должен быть обязательно тяжелым.



606150, Россия, Нижегородская обл., р.п. Вача, ул. Больничная, 18.
Тел./факс: (83173)6-11-58, 6-13-45, 6-15-83 E-mail: sale@otrud.ru | www.trud.mnov.ru

Справка. "Труд" - инновационная торгово-производственная компания с центром в Нижнем Новгороде, являющаяся единственным отечественным производителем профессиональных ножей и инструментов для карвинга. Сегодня это развитая сеть дилеров в России и СНГ. В ассортименте компании - самая широкая линейка столовых приборов в мире в среднем ценовом сегменте, широкий выбор наливной посуды, цельнометаллических буфетных принадлежностей, профессиональных разделочных досок и принадлежностей для пиццерий. Гибкая система оплаты, удобные для покупателей способы доставки позволяют удовлетворять запросы самых взыскательных клиентов.





ambiente

Internationale Frankfurter Messe

8. – 12. 2. 2008

dining

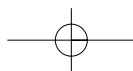
Для самых гурманов!

Ambiente предлагает разнообразие: Больше выбора, больше новинок, больше качества, больше контактов – теперь с нами 4600 экспонентов со всего мира. Тренд-шоу и сопутствующие мероприятия. Раздел Dining ведущей международной выставки Ambiente представляет широчайший ассортимент новинок для сервировки стола, столовых приборов, аксессуаров, кухонной утвари. Гарантируем вдохновение и успех!

the world's choice

Тел (495) 721 10 57/58/59
info@russia.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.ru
www.ambiente.messefrankfurt.com
Входные билеты можно заказать в режиме онлайн. Только для специалистов.

 messe frankfurt



Блестящие идеи, хрустальные мечты



В гусевском музее хрусталя открылась новая выставка. Здесь представлено несколько десятков авторских работ - оригинальные скульптуры, инсталляции и футуристические композиции из стекла и хрусталя.

601500, Владимирская обл., г. Гусь - Хрустальный, ул. Калинина, 28.
Контактные телефоны: (49241) 204-73, 302-34, 286-79, факс: (49241) 204-73, 302-34
E-mail: manager4@ghz.ru., sales@ghz.ru
www.ghz.ru

Некоторые из них вполне вписались бы в интерьер современной квартиры или офиса, но в основном это концептуальные произведения, не имеющие утилитарного подтекста. Равно как модели из экстравагантных коллекций haute couture, предназначенные вовсе не для повседневной носки, но исключительно для любования и обозначения грядущих тенденций моды. Это продукция своеобразной творческой лаборатории, идеи которой затем претворяются в жизнь и будут определять направления развития не только отдельных предприятий, но и отрасли в целом.

На выставке, в частности, можно увидеть произведения мастеров Гусевского хрустального завода, например Владимира Касаткина, который в 2000 году был признан лучшим художником года в масштабах СНГ, Вячеслава Зайцева (он сейчас является главным художником предприятия), продолжательницы известной династии - Анны Корнеевой, чьи тонкие и чувственные работы покоряют с первого взгляда...

Каждый день художники Гусевского завода, работая со стеклом и хрусталем, создают что-то новое, созвучное духу времени, экспериментируют с цветом и формой, одним словом - творят обыкновенные чудеса... Перед ними стоит важная задача - сделать продукцию предприятия еще более актуальной, сохранив при этом уникальные традиции бренда с 250-летней историей.

Сейчас на пике популярности минимализм в огранке. Элегантные силуэты бокалов из коллекции "Пламя", которые так отличаются от привычных "нарезных" фужеров, привлекают современных покупателей, способных оценить не только практичность изделий, но и мастерство их создателей.

Вновь входит в моду накладной хрусталь - по этой технологии на первый слой прозрачного материала накладывается цветной пласт, который затем подвергается шлифовке и огранке. Еще не так давно самым популярным являлось фирменное для гусевчан бело-синее цветовое сочетание, однако сейчас покупатели предпочитают ему еще более контрастное бело-черное. Безусловный хит сезона - цвет "эрбий". Поставить его на поток невозможно, а вот для эксклюзивных заказов хрусталь нежного розово-фиолетового оттенка подойдет как нельзя лучше...

В единичном экземпляре создаются и произведения, расписанные в старинной технике "галле" - рисунок на вазу или блюдо наносится солями аммония. Процесс настолько сложен, что о массовом производстве не может быть и речи.

К слову, индивидуальных заказов на Гусевском хрустальном заводе становится все больше. Мировая известность торговой марки, современный дизайн изделий и высокое качество ручной работы привлекают все новых клиентов, как отечественных, так и зарубежных. Мастера завода делают подчас невозможное, выполняя пожелания заказчиков: из хрусталя создают нефтяные вышки, автомобили и целые железнодорожные составы (в масштабе, конечно). Совсем недавно, к 1000-летию Казани, гусевчане изготовили уменьшенную ко-



пию мечети. Целая коллекция произведений из Гусь-Хрустального есть у президента России. В день инаугурации Владимиру Путину подарили копию Царь-колокола, а на 55-летие - Царь-пушку из хрусталя. Еще у главы государства есть хрустальная ракета и морской штурвал...

Большинство наград для престижных конкурсов тоже изготовлено на Гусевском хрустальном заводе. Работники предприятия могут хоть каждый день любоваться на святынях для всех футбольных болельщиков - хрустальный Кубок России: опытный экземпляр знаменитого трофея хранится в образцовой комнате предприятия. Приз для популярного конкурса вокалистов "Новая волна" тоже сделан в Гусь-Хрустальном. Гордятся мастера и тем, что именно они изготовили статуэтку для конкурса "Россиянин года".

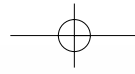
Фантазия клиентов неиссякаема. Одним из самых необычных гусевские мастера называют заказ на изготовление... лестницы, а точнее - балясин для нее. Сначала идея показалась сумасшедшей, но в процессе работы выяснилось, что материал выбран правильно - хрусталь отлично сочетается с дорогими породами дерева.

В последнее время хрусталь и художественное стекло приобрели популярность у модных дизайнеров. Причем эти материалы используют не только в обустройстве и украшении помещений, но и в ландшафтном дизайне. Гусевские мастера принимали участие в международных симпозиумах "Хрусталь на снегу" и "Хрусталь на траве" - там их идеи встретили с восторгом.

Хрустальное производство поистине уникально. Его развитие невозможно без профессионалов - творческих и креативно мыслящих людей. На Гусевском хрустальном заводе гордятся своими мастерами, ценят их и надеются, что в будущем у них появятся достойные ученики, так же увлеченные своим делом, азартные и талантливые.

Светлана
Ганенко





Традиция для будущего



BOHEMIA CRYSTALEX TRADING a.s.

Наши дистрибьюторы:

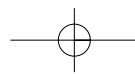
Богемиа-Люкс, г. Москва, www.bogemia-glass.ru

Импакт Богемиа Трейдинг, г. Москва, www.impact.ru

Богемиа Плюс, г. Краснодар, www.bohemiaplus.ru



www.bct.cz



Zak Designs:

для детей, и не только

ООО "СиФорс" - активно развивающаяся компания, имеющая большой опыт в сфере торговли. С 2004 года компания - успешный участник внешнеэкономической деятельности, а с 2007 года - эксклюзивный дистрибьютор компании Zak Designs в России.

Участие ООО "СиФорс" во внешнеэкономической деятельности с 2004 года, партнерские отношения с крупными регионами России, а именно Ленинградской, Московской областями, Уральским регионом и Краснодарским краем, позволили сотрудникам компании накопить огромный потенциал, который работает на новое направление компании. С 2007 года ООО "СиФорс" официально представляет на российском рынке продукцию компании Zak Designs.

Zak Designs - это ведущий мировой поставщик детской столовой посуды с лицензированными изображениями персонажей детских мультфильмов. Уже более 30 лет компания Zak Designs выпускает на мировой рынок продукцию детского ассортимента для повседневного

использования, активного отдыха и спорта. Иными словами, посуда Zak Designs - это посуда для активных детей.

Чтобы получить представление о масштабе деятельности компании **Zak Designs**, нужно познакомиться с некоторыми впечатляющими фактами ее истории.

Zak Designs, Inc.

1976 - основание компании в Лос-Анджелесе, США.

1985 - начало производства детской посуды.

1992 - основание группы фабрик Sara Rose.

1993 - расширение ассортимента товара.

1995 - Zak Designs названа в числе 500 быстро развивающихся компаний, удостоена специальной премии президента компании Warner Bros в 1995, 1997 годах.

1997 - продукция представлена в сетях подарочных супермаркетов

Сегодня доля рынка дп товаров массового производства в США - 99%.

Доля рынка подарочных товаров - 76%.

Девять ведущих компаний производят продукцию Zak Designs. Прочные отношения налажены более чем с 50 фабриками в Китае, Тайване, Таиланде. Предоставляется широкий выбор материалов: акрил, различные виды пластика, керами-

ка, текстиль, нержавеющая сталь, дерево и др.

Компания Zak Designs распространяет свою продукцию в таких общемировых розничных сетях, как: **Auchan, Metro, Carrefour, Tesco, Asda, Woolworths, Wallmart, Target, Tous R Us, Sainsburys, Matalan, Next, Lidl** и др.

Радость детства не должна прерываться на время еды

Zak Designs имеет хорошо отлаженную сеть европейских дистрибьюторов и партнеров, которые обеспечивают продукцией напрямую с фабрик, а также со складов в Великобритании.

Zak Designs развивает систему выпуска продукции с учетом особенностей каждого рынка.

В настоящее время объем продаж компании превышает \$120 млн.

Zak Designs представляет оригинальные серии с изображениями любимых персонажей детских мультфильмов - Spiderman, Scooby Doo, Disney, Bratz, Simpsons, My Little pony - и многие другие. Изделия настолько яркие и интересны, что создается атмосфера настоящего детского праздника. Ассортиментный ряд очень широк и постоянно пополняется. Очень важно, что все рисунки на посуде Zak Designs имеют лицензии. Поэтому ваши дети смогут еще не раз встретиться с любимыми героями мультфильмов на посуде компании Zak Designs.

Уникальность детской серии Zak Designs заключается не только в способности делать время еды для ребенка интересным и увлекательным, но и в том, что посуда выполняет развивающую функцию. Дети с



ВСЕ ЛУЧШЕЕ - ДЕТЯМ

В каждом доме Европы и США знают о нас и с удовольствием пользуются продукцией компании Zak Designs

удовольствием пользуются продукцией Zak Designs. И теперь в школе, на пикнике, в дороге, у ребенка есть своя посуда, почти как у взрослого, только более забавная и красочная!

Еще одно важное направление деятельности Zak Designs - выпуск пищевых контейнеров. Хочется отметить, что охлаждающие контейнеры EZ Freeze с замораживаемым гелем являются принципиально новым товаром компании Zak Designs. Контейнер EZ Freeze сохраняет продукт охлажденным до нескольких часов, что очень удобно на природе, в длительных поездках, школе.

Продукция такого высокого качества и широкого ассортимента от компании Zak Designs представлена на российском рынке впервые. Она, безусловно, будет чрезвычайно востребована в России, что подтверждено успешными контактами компании "СиФорс" с дилерами в Москве, Санкт-Петербурге, Южном федеральном округе, в Уральском регионе. На сегодняшний день на складе компании находятся 140 наименований продукции, которая ждет своих покупателей. Не упустите этот шанс и вы сможете не только сделать выгодный бизнес, но и доставить радость детям и взрослым!

Для подробной информации просим вас обращаться к региональным дилерам и в офис компании **"СиФорс"**:

Эксклюзивный дистрибьютор компании **Zak Designs ООО "СиФорс"**
183001, Россия, г. Мурманск, ул. Подгорная, 92.
Тел./факс: (8152) 68-65-91,
(8152) 68-66-04,
тел. (8152) 28-70-60
E-mail: seaforce@szkti.ru

Москва
ООО "СиФорс Ритейл"
105094, г. Москва, Семеновская набережная, 3/1, корп. 6.
Тел. (495) 649-6278
E-mail: zak-designs@mail.ru

Санкт-Петербург
ООО "СиФорс"
Тел. 8 (921) 641-03-71
E-mail: gissmo@mail.ru

Краснодарский край, Южный федеральный округ
ООО "Диксон"
г. Сочи, Адлер, ул. Цветочная, д. 44
Тел. для г. Сочи 66-73-14
Тел. для регионов 8 (901) 491-63-14
Тел.: 9 (928) 233-87-30,
8 (918) 303-59-65,
E-mail: o-ogneva@mail.ru

Екатеринбург
ООО ТК "Игролэнд-СП"
620072, г. Екатеринбург, ул. Высоцкого, 42/2.
Тел/факс: 8(343) 382-00-31,
345-02-51, 372-36-88
www.igrolandsp.ru,
E-mail: asp@convex.ru



ДИСТРИБЬЮТОРЫ

С ПОСУДОЙ ОТ
«БОГЕМИИ ПЛЮС»



Новый год!

"Богемия Плюс" - крупнейший импортер посуды в России! Компания занимает лидирующее место по объему импорта посуды на российском рынке. Отличительная особенность компании - собственная сеть фирменных розничных магазинов "Aiga of BOHEMIA посуда и люстры".

Головной офис "Богемии Плюс" находится в Краснодаре. Три филиала расположены в городах - Ростов-на-Дону, Самара и Санкт-Петербург. В активе компании складской комплекс площадью 3000 кв. м, комфортный выставочный зал для оптовых покупателей, 570 квалифицированных сотрудников и развитая розничная сеть, насчитывающая более 30 фирменных магазинов.

Неоднократно на страницах нашего журнала мы освещали деятельность компании, следили за ее развитием, и с радостью приняли приглашение посетить головной офис компании в Краснодаре!

Приятно порадовал радушный прием не только теплой Кубанской осени, но и сотрудников компании. После обширной экскурсии нам удалось побеседовать с директором по продажам и маркетингу Жуковым Ильей Петровичем.

КОРР: В канун Новогодних праздников мы загадываем самые заветные желания и подводим итоги уходящего года. Каким для Вашей компании был прошедший год?

И.П.: Подводя итоги работы в 2007 году, следует отметить работу наших коллективов по всестороннему развитию компании. Несмотря на трудности, связанные с реорганизацией направлений бизнеса, удалось открыть более 10 салонов. Бренд-менеджерами и дизайнерами велась кропотливая работа по созданию и производству эксклюзивных форм и декораций, которые будут выпускаться для нашей компании. Ассортимент существенно расширился новинками, широким предложением посуды из твердого и костяного фарфора, коллекциями стекла ручной работы. Ведущее место в ассортименте компании заняли наборы из костяного фарфора. Качество и дизайн этих коллекций не оставят равнодушным ни одного покупателя. Еще одним преимуществом компании стала возможность производить не только уникальные столовые, чайные сервизы из костяного фарфора, но и дополнять их коллекциями стекла аналогичной декорации. Теперь вопрос поиска наборов из стекла, подходящих к фарфоровым сервизам, решен.

КОРР: Расскажите о планах компании на 2008 год?

И.П.: Советом директоров компании утверждена программа развития до 2017 года. Развитие компании будет происходить по трем основным направлениям. Планируется значительное увеличение объемов поставок для оптовых и сетевых компаний, предприятий HoReCa.

Интенсивное развитие розничной сети, в том числе по модели франчайзинга продолжится. На данный момент количество салонов "Aiga of BOHEMIA" составляет 34 магазина. Двери новых салонов распахнулись в Хабаровске, Тольятти, Красноярске, Пятигорске, Владикавказе, Саратове и других городах. В следующем году планируется увеличение сети почти в 2 раза. Серьезная работа будет проводиться по поддержанию уже сложившегося высокого сервиса и качества продаж.



Будучи оптовой компанией "Богемиа Плюс" уделяет особое внимание работе непосредственно с конечным покупателем. Собственная розничная сеть фирменных салонов Aura of ВОНЕМІА - это выход к покупателю напрямую, который дает возможность тестировать новые коллекции посуды и светильников, формировать систему закупок и товарную политику.

Забота о предпочтениях покупателей, комфортные условия выбора товара и внимательное обслуживание способствовали тому, что бренд Aura of ВОНЕМІА стал любимым и узнаваемым. О том, как удается поддерживать выбранный формат магазинов и сохранять единые стандарты по всей сети, нам рассказала Бондаренко Елена Геннадьевна, руководитель направления розничных продаж.

КОРР.: О салонах Aura of ВОНЕМІА остаются только приятные впечатления и благодарные отзывы покупателей. Из каких составляющих складывается такой успех магазинов?

Е.Г.: Прежде всего, многолетний опыт работы, как в оптовом, так и в розничном направлении позволяет нам на профессиональном уровне предлагать товар покупателю. Также это ряд особенностей, присущих только нашим салонам. Во-первых, свободный доступ к товару, который в свое время стал открытием для магазинов подобного формата. Во-вторых, каждая позиция в наших салонах, будь то столовый сервиз или подарочный набор, идет в дружественном тандеме с другими предметами сервировки стола. Существует дизайнерская выкладка товара, где к любому сервизу подобраны соответствующие по форме и декорации фужеры. Таким образом, мы экономим время покупателей в поисках подходящих друг к другу предметов сервировки стола. Много внимания уделяется обучению персонала. Уникальная техника продаж и грамотный персонал завершают список.

В завершении нашей экскурсии, мы не могли не посетить салон "Aura of ВОНЕМІА" в Краснодаре. В преддверии новогодних праздников в магазине царит праздничная атмосфера. Красочная витрина сразу привлекла внимание. В такой салон хочется войти, чтобы поближе рассмотреть посуду и выбрать подарки!

Радует праздничное настроение, созданное в магазинах! Это новогоднее украшение витрин и полок с товаром, оригинальный саунд-дизайн и внимательные продавцы-консультанты. Уже хорошей традицией в канун Нового года стала выдача подарков на каждый чек покупки. Компания заранее готовит подарки, проводит тендеры среди производителей, принимает участие в разработке, ориентируясь на предпочтения своих покупателей. Делается все, чтобы подарок был не только приятным, но и полезным. В этом году - это необычные хрустальные сувениры. Покупатели смогут собрать коллекцию фигурок для украшения новогодней ели или праздничного стола. Хрустальные сувениры станут приятным дополнением к любому Новогоднему подарку.

Мы побеседовали с увлеченным покупателем.

Анна (покупательница): Уже началась праздничная суета, не знаешь, что и выбрать на Новый год, предложений очень много. Я и сейчас ничего не покупаю, в магазине "Аура Богемии", пришла вдохновиться идеями. И, кстати, присмотрела хорошие акционные предложения для поздравления сотрудников своего отдела.

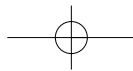
Признаюсь честно, мы и сами не удержались от покупок при таком выборе прекрасной посуды. И с собой увезли подарок в память о нашей встрече с "Богемией Плюс". Хочется пожелать компании дальнейшего процветания, и чтобы салоны "Aura of ВОНЕМІА" открылись в каждом городе. От всей души поздравляем дружный коллектив компании "Богемиа Плюс" с наступающим Новым годом и Рождеством!

**Компания "Богемиа Плюс"
Россия, г. Краснодар, ул. Стасова, 176**

*Будем рады видеть Вас
в ряду наших партнеров в 2008 году!*

www.bohemiaplus.ru





ВСЯ ПРОДУКЦИЯ СЕРТИФИЦИРОВАНА

ДИСТРИБЬЮТОРЫ

"ГАЛА-ЦЕНТР": сотрудничество напрямую без лишних хлопот



Главное достоинство компании-оптовика - это цены. Чем цены ниже, тем оптовик ближе к производителю. Соответственно, успех в руках того, кто работает напрямую и предлагает широкий ассортимент качественных товаров по минимальным ценам в кратчайшие сроки. Такого партнера можно пожелать каждому, кто занимается торговлей.

Как выбрать надежного поставщика, заинтересованного в длительном сотрудничестве? Ответить на этот вопрос не так-то просто. На рынке представлено немало компаний, готовых обеспечить поставку чуть ли не любого товара. Однако качество предлагаемого сотрудничества проверяется лишь временем.

Вот уже год, как наше издание плотно сотрудничает с мультибрендовой компанией "ГАЛА-ЦЕНТР", образованной более 10 лет назад. Теперь это крупный центр оптовой торговли товарами народного потребления (см. №4 за 2006 год) с четко выработанными принципами работы, которые позволяют оптимизировать время и расходы ее клиентов. Сегодня мы с удовольствием поговорим о самых успешных посудных брендах 2007 года от "ГАЛА-ЦЕНТРА".

VETTA - собственный бренд "ГАЛА-ЦЕНТРА", под которым на рынок поступают изделия из нержавеющей стали, керамики, стекла и дерева. Под этим брендом выпускаются: столовая и кухонная посуда, посуда для готовки, столовые приборы, кухонные и столо-

вые аксессуары, терки, посуда для СВЧ-печей, разделочные доски, и это еще не весь ассортимент.

Сразу следует заметить, что "ГАЛА-ЦЕНТР" с особой тщательностью следит за качеством своей продукции, уделяя повышенное внимание влиянию посуды на здоровье человека. Поэтому компания проводит собственную независимую экспертизу (например, в марте 2006 года испытания проводились в московском испытательном центре "Питон"), и это не считая наличия сертификата соответствия и гигиенического заключения!

Особая гордость VETTA - это стальные **наплитные чайники**. Вот некоторые параметры этих изделий:

- * стенки, внутреннее дно, крышки, носики и свистки изготовлены из стали 18/10;
- * толщина стенок не менее 0,4-0,5 мм;
- * термоаккумулирующее дно выполнено из алюминия толщиной от 1 до 2 мм;
- * ручки, изготовленные из пластика, не выделяют вредных веществ;
- * стальные ручки при кипячении воды не нагреваются.

Несмотря на привлекательные технические характеристики, "ГАЛА-ЦЕНТР" сумел сдержать рост цен на свою продукцию (в отличие от других компаний), создав таким образом дополнительное преимущество товарам марки VETTA.

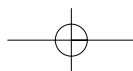
Под маркой VETTA выходят и **терки** из нержавеющей стали. Пользователи уже успели оценить их преимущества:

- * широкая рабочая поверхность;
- * эргономичные ручки;
- * резиновый ободок на дне, препятствующий скольжению даже на мокрой и жирной поверхности.

В последних моделях терок ручки выполнены из оранжевого обрешиненного пластика. Разумеется, материал полностью нетоксичный. На ощупь такая ручка мягкая и нескользящая.

Не стоит забывать и **бамбуковые разделочные доски VETTA**. Потребительские свойства бамбука, из которых сделаны доски, позволяют им не трескаться, быть устойчивыми к царапинам и механическим повреждениям, а также длительное время сохранять первоначальный вид.

TRAMONTINA - марка, хорошо известная во всем мире, прежде всего своими кухонными ножами. Сталь для ножевых лезвий марки AISI 420 обладает хорошей пластичностью, высокой ударной вязкостью, коррозионной стойкостью и жаростойкостью. При этом стоимость изделия из такой стали по карману каждой домохозяйке. При использовании более дорогих серий применяется сталь марки DIN-1.4110. Профессионалы единогласны в том, что это одна из лучших ножевых сталей, которая используется даже при



ДИСТРИБЬЮТОРЫ

производстве охотничьих и туристических ножей, рассчитанных на экстремальные условия эксплуатации.

Разумеется, лезвие - это еще не весь нож. Важное значение имеет рукоятка, в частности материал, из которого она изготовлена. У ножей TRAMONTINA рукоятки могут быть выполнены из деревянных листов, прессованных особым методом, пластика (полипропилена), а также пропилены с добавлением 45% карбоната. Этот материал выдерживает температуру до 130°C. Но самым термостойким является поликарбонат, способный перенести тепловую нагрузку до 200°C (в отличие от него бакелит выдерживает только 170°C). Каждый покупатель вправе сам выбрать понравившийся ему материал ручек в зависимости от собственных запросов. Так, например, если нож предназначается для сырых мясных и рыбных продуктов, можно выбрать рукоятки, пропитанные так называемым микробаном - специальным антибактериальным составом, не позволяющим размножаться бактериям на главном кухонном орудии.

Кроме ножей под маркой TRAMONTINA выходят и различные серии разделочных досок, выполненные из специально подготовленной древесины различных тропических пород. Благодаря оптимизации сушки дерева и современным технологиям изготовления разделочных досок последние являются собой образец высочайшего качества и пользуются повышенным спросом у покупателей.

Также TRAMONTINA - это и алюминиевая посуда с запатентованным антипригарным покрытием "Старфлор". Тесты показали, что такая посуда благодаря алюминию обладает высокой теплопроводностью, а ее антипригарный слой (при соблюдении правил обращения) стоек и прослужит не один год.

MARINEX - так же как и TRAMONTINA - бразильский бренд, представленный столовой стеклянной посудой, рассчитанной на использование в СВЧ-печках. "ГАЛА-ЦЕНТР" представляет посуду MARINEX четырех оттенков: прозрачную, голубую, дымчатую и с медовым отливом. Широкий ассортимент внутри каждой цветовой серии - тарелки различных размеров и глубины, блюда, салатники, миски, чашки, стаканы, чайные пары - позволит использовать посуду как каждый день, так и во время праздников, когда собираются гости.

"ГАЛА-ЦЕНТР" по праву может считаться клиентоориентированной компанией: предоставление торгового оборудования клиентам, индивидуальная упаковка товара, постоянно расширяющийся ассортимент, многоступенчатая система цен и стандартная шкала скидок, индивидуальный подход к каждому клиенту и бесплатная доставка по регионам. "ГАЛА-ЦЕНТР" предлагает своим клиентам не просто товар, а возможность развивать их бизнес. Ме-



неджерский состав со своим опытом, энергией, коммуникабельностью и способностью к нестандартным решениям - один из залогов динамичного развития как самой компании, так и ее клиентов.

"ГАЛА-ЦЕНТР" СЕГОДНЯ - ЭТО:

- ✓ работа напрямую с производителями из Японии, Китая, Кореи, Таиланда, Бразилии, Болгарии, Италии, Турции и Польши;
- ✓ более 30 000 наименований товаров в ассортименте;
- ✓ более 2 000 оптовых клиентов из 80 регионов (среди них такие торговые центры, как "Ашан", "Монетка", "Звездный", "Купец", "Перекресток", "Седьмой континент", "Тандер" и "Леруа Мерлен");
- ✓ возможность оформления заказа через интернет-каталог;
- ✓ бесплатная доставка по регионам.



Екатеринбург,
ул. Радищева, 63.
Тел.: (343) 379-42-00,
233-63-87,
247-65-46/47/48/00
E-mail: info@galacentre.ru

143912, Москва,
г. Балашиха, ул. Лукино
(владение 49), 7-й км
Щелковского шоссе
Тел.: (495) 921-45-86,
783-23-95/96
E-mail: infomsk@galacentre.ru

630039, г. Новосибирск,
ул. Автогенная, 122.
Тел.: (383) 262-62-25,
267-47-77, 262-61-77
E-mail: info@nsk-gala.ru

www.galacentre.ru



Bohemia heritage

 **IMPACT**[®]

Термин "хрусталь" - это русифицированная форма греческого слова "кристаллос" - лед". Позднее кристаллом стали называть прозрачный кварц (горный хрусталь), считавшийся когда-то сильно затвердевшим льдом. Аналогии с искрящимся льдом не случайны: хрусталь - это свинцовое стекло, обладающее особым блеском и чистотой. неповторимое сияние хрусталя достигается за счет преломления света в его гранях. Хрусталь схож с бриллиантом - его чистота определяется качеством материала, а также совершенством огранки.

История хрусталя началась до некоторой степени случайно. В 1615 году английский король Якоб I ввел запрет на использование древесины в каком-либо производстве, кроме судостроения, и владельцы стекольных заводов были вынуждены использовать угольное топливо. Оказалось, что в угольных печах стекло "обесцвечивается", приобретая особую прозрачность. С тех пор стекольщики начали активный поиск методов окончательного обесцвечивания стекла, и в 1676 году Георг Равенскрофт создал оригинальную рецептуру смеси стекломассы с оксидом свинца. Полученное стекло по своим декоративным свойствам напоминало ограненный кварц, поэтому и получило название "хрусталь".



ДИСТРИБЬЮТОРЫ



Сегодня хрусталем называют стекло, содержащее в себе от 6 до 36% оксида свинца. Условно в ЕЭС принято разделять хрусталь на три группы в зависимости от химического состава: **crystalline** (кристаллин) соответствует содержанию 1-15% оксида свинца, **Crystall** (хрусталь) - 16 - 23% оксида свинца и **Full Lead Crystall** (свинцовый хрусталь), где в составе оксида свинца от 24 до 30%. Соответственно содержанию достаточно дорогого оксида свинца повышается и цена на изделия из хрусталя.

И конечно, критерием стоимости служит способ производства - особо ценится **Hand made** - ручная работа. Принято считать, что прессованные изделия отличаются более толстыми стенками, на них заметны вертикальные швы от формы (их хорошо видно на гладких участках), рисунки на гранях более сглаженные, блеска меньше, чем у изделий ручной работы, формы более простые. Хрусталь **hand made** категории **full lead crystall** стоит в Европе очень дорого.

Между тем компания "Импакт Богемия Трейдинг" в этом году осуществила фантастический проект **Bohemia heritage** ("Наследие Богемии"), предложив нашему рынку подарочные наборы из хрусталя ручной работы с содержанием оксида свинца 24% по ценам около 100 евро. Коллекция состоит из двух частей - "**мужской**" и "**женской**". В первой представлены наборы для крепких напитков:

- 1 - штоф под виски и два низких бокала под виски.
- 2 - графин для ликера и шесть стопок.
- 3 - штоф под коньяк и два коньячных фужера.

Наборы для женщин тоже имеют три варианта комплектации:

- 1 - Ваза и два бокала под вино.
- 2 - Подсвечник и два бокала под шампанское
- 3 - Конфетница в форме лебедя, держатель для колец и шкатулка для украшений.

Хрусталь украшен оригинальной резьбой, выполненной различными методами - шлифовкой, гравировкой, золотой обводкой и диоритом. Каждый набор предлагается в пяти вариантах. Большой удачей дизайнерской студии "Импакт Богемия Трейдинг" стала разработка солидной и эффектной упаковки в форме книги.

В целом коллекция Bohemia heritage производит очень солидное впечатление. Любой набор из нее будет к месту и в кабинете руководителя высшего звена, и как атрибут сервировки, и как прекрасный подарок, и, наконец, как предмет для коллекционирования.



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

2007/6/ПОСУДА 77



Хранитель тепла и холода

Термосы Rosenberg



Традиции великого открытия, инженерная мысль и высочайшее качество сборки

Как известно, термос - это сосуд для хранения содержимого при постоянной температуре. Горячий кофе или бульон в нем долго не остывают. И наоборот: холодная вода или молоко в термосе почти не нагреваются.

Изобретенный в 1892 году сэром Джеймсом Деваром, ученым из Оксфордского университета, термос не предназначался для коммерческих целей. Тем не менее в 1904 году два немца, один из которых, Рейнольд Бергер, был учеником сэра Девара, осознав большие потенциальные возможности данной идеи, сформировали Thermos GmbH. В результате конкурса на лучшее название, победителем которого стал житель города Мюнхен, компания стала известной под именем Thermos (от греческого слова *therme*, что в переводе означает "горячий").

Традиционный термос имеет стеклянную колбу, поверхность которой покрыта блестящим металлическим слоем, а из пространства между стенками выкачан воздух - таким образом теплообмен его содержимого с окружающей средой сведен до минимума. Отсутствие воздуха между стенками термоса предотвращает перенос энергии путем конвекции и теплопроводности, а блестящий слой на внутренней поверхности термоса препятствует передаче энергии излучением. За счет этого и достигаются минимальные потери тепла, а также удерживается температурный баланс между окружающей средой и содержимым термоса.

Компания Reuter GmbH одной из первых еще в 1949 году начала производство колб из нержавеющей стали для термосов марки Rosenberg. Подобно термосам со стеклянной колбой, они термоизо-

лированы при помощи вакуума, выполнены в различных стилях и размерах и так же способны сохранять содержимое в горячем или охлажденном состоянии на протяжении многих часов. При этом новые технологии теплосбережения, применяемые в термосах Rosenberg, позволяют этим термосам показывать лучшие результаты по сохранению тепла, кроме того, такая колба в принципе не может разбиться или каким-либо иным образом подвергнуться разрушению. Однако для немецкого рынка Reuter GmbH по-прежнему выпускает линейку термосов Kinder со стеклянной колбой, которые предназначены для детского питания.

Компанией Reuter GmbH разработаны и запатентованы уникальные технологии открывания и закрывания термосов Rosenberg с помощью специальной кнопки, ко-





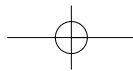
торая позволяет быстро и легко выливать из него жидкость. Резиновые амортизаторы, разработанные инженерами Reuter GmbH, обеспечивают максимально плотное прилегание крышки к горловине и исключают теплопотери.

В России термосы Rosenberg представлены моделями с узким или широким горлом, а также термосами для еды, как жидкой, так и твердой. Термосы для еды Rosenberg отличаются большим диаметром крышки, по внешнему виду похожи на бочонки и комплектуются ложкой и вилок, металлическими или пластмассовыми мисками. В 2006 году появились термосы-кружки и автомобильные термосы с подогревом от прикуривателя.

ROSENBERG

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





ДИСТРИБЬЮТОРЫ

ЭСТЕТИКА И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ "ЧИСТОГО ДОМИКА"



Определенный интерес к этническому стилю в наши дни наблюдается во многих сферах жизнедеятельности человека - музыке, fashion индустрии, архитектуре. Так, в эклектике современного интерьера все чаще находят свое достойное место традиционная керамика. Пройдя испытание временем, керамические изделия сохранили идеальное с точки зрения экологии сочетание трех стихий - земли, воды и огня.

Как правило, настоящую керамику делают только там, где гончарное производство связано с местными традициями, где мастерство гончара оттачивалось в условиях благоприятного сырьевого климата, а многовековой

опыт передавался по наследству. Традиционная керамическая утварь сегодня популярна во всем мире.

На российском рынке интересные коллекции посуды из керамики представлены в компании "Чистый Домик". Более 15 лет компания работает с продукцией итальянских производителей. Профессиональное чутье на традиционное итальянское качество однажды привело ее на семейную фабрику **De Silva** в городе Гуальдо Тадино, что в провинции Умбрия. Эта провинция - зеленое сердце Италии. Она является географическим центром страны. Здесь находятся запасы различных сортов глины, поэтому гончарное производство стало традиционным для местных жителей.

А знаете ли вы, ЧТО?!

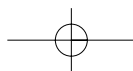
Сотрудники Государственного университета Аризоны и Школы медицинских наук Государственного университета Нью-Йорка оценивали воздействие различных сортов глины на колонии лекарственно-устойчивого стафилококка и патогенных штаммов кишечной палочки. Как выяснилось, некоторые из исследуемых образцов в течение суток сокращали численность болезнетворных микроорганизмов на 99%.

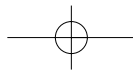
Сила керамики De Silva

Чем хороша продукция фабрики **De Silva**? Используя специальную технологию, гончары научились производить керамику, обладающую **огнеупорностью**. Наличие сеточки мельчайших трещин - кракелюра - позволяет изделию "играть" при термическом воздействии, не разрушая структуры керамики.

На фабрике **De Silva** применяют и особую технологию подготовки керамики к употреблению. Перед первым применением изделие погружают в воду, чтобы из пористой структуры вышли пузырьки. Через 2-4 часа воздух выходит, и после этого керамика ставится в духовку на полчаса. Постепенно прогреваясь, поры как бы "завариваются", и изделие становится водонепроницаемым.

Наиболее популярные позиции бренда **De Silva** как в самой Италии, так и в России - кастрюли и горшочки для запекания, изготовленные из красной глины. Их можно ставить **на открытое пламя**, в СВЧ-печь, обычную





ДИСТРИБЬЮТОРЫ

духовку. Они обладают эффектом русской печи, долго сохраняя тепло. Технология приготовления пищи в такой посуде проста и не требует специальных знаний. В ней можно готовить мясо, рыбу, овощи и выпекать кулинарные изделия. Горшочек нагревается полностью, и отдача тепла происходит со всех сторон.

Керамическая посуда для сервировки стола изготовлена из белой глины, что делает продукцию более деликатной, не приспособленной для очень высоких температур.

Все изделия **De Silva** отмываются значительно легче по сравнению с жаропрочной посудой из боросиликатного стекла.

При изготовлении посуды **De Silva** использованы традиционные цвета - все оттенки коричневого и теплые, бежевые тона. Изделия могут быть простыми и сложными по цвету, декорированными вручную. Так, патиновый эффект, который так популярен сегодня в интерьере, достигается с помощью техники "тампонато" - краска наносится губкой легкими прикосновениями. Некоторые изделия изготавливаются вручную, что придает посуде дополнительную ценность - долгие годы она хранит тепло рук итальянских мастеров и станет оригинальным подарком для ценителей настоящей керамики.

Гармония простоты Vila Rica



Московская компания "Чистый Домик" работает на рынке хозяйственных товаров и посуды более 15 лет. Ее филиалы расположены в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Компания работает практически со всеми крупными торговыми сетями, такими как "АШАН", METRO, "7-й Континент", "Перекресток", "Мосмарт", "Билла", "СПАР". На сегодня ассортимент "Чистого Домика" насчитывает около 3 тыс. наименований товаров, включая такие известные торговые марки, как De Silva, Vila Rica, Marinex, Cerve, Arix, Sino Glass и др.

Еще одна популярная коллекция посуды из традиционной керамики, представленная на российском рынке компанией "Чистый Домик", - это коллекция **Vila Rica**. Небольшая фабрика **Vila Rica** была построена в 1980 году в городке Андрадас, на юге Бразилии. Предприятие работает по итальянской технологии на современной обжиговой печи. Температура в печи достигает 1 200°C, что делает продукцию устойчивой к перепадам температур и внешним воздействиям.

Посуду **Vila Rica** также можно использовать в СВЧ- и обычной духовой печи, но в отличие от итальянской керамики **De Silva** она не предназначена для использования на открытом огне. Однако основной ассортимент **Vila Rica** и не предполагает агрессивного термического воздействия. Это посуда для сервировки стола и чаепития - разнообразные горшочки, чайники, кружки, молочники, выполненные в традиционном стиле, однотонные и двухцветные, матовые и блестящие. Цветовая гамма представлена преимущественно натуральными оттенками. Такая посуда может стать прекрасным подарком для любителей традиционных и функциональных предметов в интерьере кухни.

Керамика с мужским характером

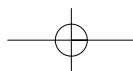
Недавно компания "Чистый Домик" представила новую керамическую коллекцию пивных кружек торговой марки **Gerber**. Эта коллекция была изготовлена для американского рынка, где спрос на такую продукцию сегодня очень высок. Кружки отличаются высококачественным декором, эргономичностью, отсутствием нефункциональных металлических деталей. Изделия

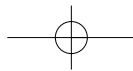


деколированы тематическими иллюстрациями художников с авторской подписью. Коллекция идеально подчеркнет сервировку стола, особенно в мужской компании, и станет прекрасным подарком для любого мужчины.

Керамика - это традиция, идущая в ногу со временем. Вместе с эстетичностью этого материала, способного украсить стиль любого интерьера, керамика продолжает оставаться вещью практичной. И тщательно отобранный ассортимент компании "Чистый Домик" тому подтверждение. Поскольку "Чистый Домик" - компания семейная, вся посуда здесь проходит специальную проверку. Обо всех своих изделиях здесь рассказывают увлекательно и с особой теплотой. Все это гарантирует покупателям качественную посуду с интересной историей!

ООО "Чистый Домик"
Москва, Партийный пер., 1.
Тел.: (495) 363-34-61,
787-69-00, 785-04-19
Факс (495) 797-57-48
www.dom-k.ru
info@dom-k.ru





СТЕКЛО

БАРНАЯ ПЕРСОНА: хрусталин от RONA



ми как характерный блеск и звон бокалов, высокая степень преломления света. Сегодня многие ценители вина пришли к единому мнению, что в стекле максимально раскрываются органолептические свойства напитка. И в третьих, продукция совершенно экологически чистая, соответствует высочайшим стандартам качества на всех этапах производства, что подтверждено международным сертификатом ISO 9002.

Дизайн, качество, сервис

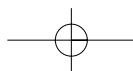
Изделия из хрустального стекла - продукция высокой ценовой категории. Кроме уникальных качественных характеристик стекла, барную посуду RONA отличает современный дизайн, который отвечает самым последним тенденциям и требованиям моды. Наряду со штатными дизайнерами компания сотрудничает и с независимыми мастерами, чтобы добиться наилучшего результата от их совместной работы по развитию новых идей. Но помимо разработки собственных новинок, дизайнеры помогают клиентам создавать индивидуальные коллекции. Целью дизайнеров RONA всегда является сочетание фантазии, функциональности и практичности.

Расширение винной карты в барах и ресторанах требует наличия разнообразных линеек барного стекла. Ведь искушенный посетитель сегодня разбирается не только в особенностях вкуса, но и в формах бокалов, которые создаются специально для того или иного напитка. В этом взаимодействии существует неуловимый феномен восприятия - чем приятнее на ощупь и изысканнее форма бокала, тем выше будет оценка вкусовых свойств напитка и, соответственно, оценка самого заведения.

Сегодня европейские рестораторы предпочитают не экономить на стекле и все чаще выбирают продукцию словацкого завода RONA. Это один из крупнейших заводов на территории бывшей Чехословакии, он был основан более 100 лет назад. Во-первых, здесь представлена наиболее полная линейка барного стекла для любых видов напитков. Во-вторых, само стекло имеет уникальный состав - это так называемый хрусталин, который не содержит окиси свинца, но обладает всеми свойствами классического хрусталя, таки-

Хрусталь	Хрусталин
Содержит оксид свинца	Вместо оксида свинца содержит барий
Возможно выделение вредных веществ при производственном нагревании (от 1 000°C)	Хрусталин не выделяет вредных веществ при нагревании
Мутнеет при мытье горячей водой в посудомоечных машинах	Может быть использован в посудомоечных машинах
При длительном воздействии солнечных лучей приобретает желтый оттенок	Не желтеет при длительном попадании солнечных лучей
Не обладает ударопрочным эффектом	Пятикратная закалка кромки, ножки и пяточки бокала добавляет изделию прочности

Недавно компания RONA установила уникальное оборудование для машинного выдувания цельнотянутых бокалов. Эта технология позволит достичь беспрецедентного оборота по производству бокалов, изготовленных машинным способом. Но производство высококлассной продукции - это не только заслуга новейших достижений в области машиностроения. Также важен и рецепт самой стеклянной массы, его влияние на цвет, прозрачность и блеск готового продукта.



СТЕКЛО

**Рассказывает Игорь Дементьев,
директор по развитию и маркетингу,
компания "РОНЭКС-М":**

- Компания "РОНЭКС-М" является представителем завода RONA в России. Стоит отметить, что на нашем рынке "хрустальное стекло" представлено тремя наиболее узнаваемыми марками - RONA, Spiegelau и Schott Zwiesel. По составу массы стекла и технологии производства они выпускают идентичную продукцию. Заводы используют совершенно одинаковое оборудование.

Более привлекательная цена изделий завода RONA, которую мы сегодня предлагаем нашему покупателю, объясняется лишь тем, что компания "РОНЭКС-М" является фирмой со 100%-ным иностранным капиталом, вложенным непосредственно заводом-производителем - словацким заводом RONA. То есть продукция поступает непосредственно с завода, минуя посредников.

В этом сезоне мы значительно расширили ассортимент стекла для баров и ресторанов. В целом в нашем ассортименте насчитывается более 2 тыс. наименований с ежегодным обновлением на 30%

Сочетание вековой традиции производства с современными инновационными технологиями позволяют компании RONA предложить огромный выбор продукции, который также может быть расширен за счет богатого выбора декоративных техник. Так, помимо гладких рюмок и стаканов, которые пользуются популярностью у более молодого поколения, в ассортименте компании "РОНЭКС-М" широко представлены деколированные изделия из хрустального стекла, украшенные золотом и платиной, с богатым расписным декором. Это наборы для вина, наборы для ликера из цветного стекла, которые удовлетворят потребностям более консервативных покупателей, предпочитающих классические формы.

Самые известные в мире производители и продавцы стекла сегодня размещают свои заказы на заводе RONA. Именно в бокалах от RONA предлагают самые изысканные напитки более чем в 100 отелях и ресторанах по всему миру.

**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



★ Gold star ★

IMPACT[®]

Разнообразный ассортимент стеклянных ваз ручной работы, предлагаемых компанией "Импакт Богемия Трейдинг", всегда привлекал внимание покупателей, однако приобрести такую вазу мог не каждый из-за немалой стоимости. Но к Новому году компания сделала настоящий подарок многочисленным поклонникам чешского стекла, выпустив по автоматической технологии коллекцию ваз с уникальными декорами, ранее использовавшимися только на ручных изделиях. Вазы из коллекции Gold star в среднем в 4 раза дешевле ваз ручной работы, хотя и не уступают последним ни элегантностью форм, ни роскошью росписи золотом.

Коллекция произведена на заводе Novy Bor известнейшего чешского концерна Crystalex, в полной мере унаследовавшем традиционное качество богемского стекла. Любая из ваз коллекции Gold star станет элегантным подарком и создаст прекрасное, праздничное настроение.





40 лет со дня основания завода "Кристалекс Новый Бор". История завода.

Чешское стекло олицетворяет собой название, известное на весь мир. Район Северная Богемия принадлежит к таким местам, где производство стекла процветает с XIII века.

Навык и талант мастеров стеклоделания, так же как и богатая фантазия дизайнеров и техников, всегда были принципиально важны для производства стекла высокого качества в этой местности. Одной из важнейших вех в истории стеклоделания стало основание современного национального предприятия "Борске Скло" (теперь "Кристалекс") в городе Nový Bor в 1965-1967 годах.



В первые десятилетия после 1945 года стеклопроизводство Чехословакии страдало от нехватки рабочей силы и финансирования, так как государство отдавало предпочтение тяжелой индустрии. Ситуация начала меняться с 60-х годов. Высокая эффективность экспорта стекла, так же как потребность удовлетворить требования покупателей, явилась главным аргументом для выделения инвестиций в эту область легкой промышленности.

Nový Bor был одним из наиболее подходящих мест для создания интегрированного производства стекла. Активным продвижением этого проекта в то время занимался директор предприятия "Борске Скло" г-н Зденек Зила, и 30 июля 1965 года между предприятием международной торговли "Политехна" и белградской компанией "Союз инженеров" был подписан контракт, а 20 августа 1965 года был заложен первый камень фундамента при участии представителей обоих государств - Чехословакии и Югославии. Был выпущен документ об учреждении компании, и по совместному согласию это строительство было объявлено как "стройка чешско-югославской дружбы".

По ходу строительства завода стекла была организована необычная акция: выставка - "Борске Скло 66". Ее основными объектами были

площадь Nový Bor, начальная школа и музей стекла. Эта презентация классического и современного, домашнего и декоративного стекла в то время была самая большая в стране.

Выставка имела большое значение для поддержки процесса рекрутмента. Завод предоставил 1 800 рабочих мест и предложил 800 юношам и девушкам пройти профессиональное обучение в местном тренинг центре, и большинство из них остались успешно работать.

В то время как здания нового завода постепенно приобретали свой окончательный вид, производство под их крышей уже началось. Наибольшие усилия были направлены на завершение работ по основным техническим зданиям - производственному моноблоку, составному цеху и бойлерной. Были использованы все последние новинки в области производства домашнего стекла: электрические плавильни, печи для обжига с искусственной конвекцией, механизированные приводы, линии для предварительной обработки продукции, колоколообразные печи для новых производственных процессов красного глазурования и т.д. Все оборудование было закуплено в чешских компаниях и научных институтах в Hradec Kralove и Nový Bor. Под пре-

зентацию будущей продукции завода было зарезервировано 10-этажное здание с залом площадью 600 кв. м.

Завод в Nový Bor был запущен 28 октября 1967 года. Это был крупнейший в Европе завод по производству стекла, первый в Чехословакии после 1945 года, построенный иностранным подрядчиком. Продукция этого завода стала основной продукцией чешского предприятия "Борске Скло". Тем не менее в начале 70-х годов стало очевидно, что первоначальная идея о большой фабрике, производящей изделия ручной работы должна претерпеть изменения. Причины этого были в основном экономического характера, связанные с перспективами использования новых высоких технологий и с новыми требованиями международного рынка. В 1972 году были приобретены первые автоматические линии по производству стаканов и фужеров, и в последующие годы производство автоматического стекла стало расширяться. Таким образом, предприятие, переименованное в 1974 году в "Кристалекс", преуспело по объему выпуска и по качеству "автоматического" стекла в Центральной Европе.



international
home
+ house
wares
show
2008

Расширьте границы ваших возможностей и бизнеса

Почерпните новые идеи у ведущих производителей
и поставщиков товаров для дома

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

16-18 Марта, Чикаго, США



hi. **s** style.

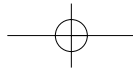
Бесплатная онлайн регистрация:

Посетители: www.housewares.org/attend

Экспоненты: www.housewares.org/exhibit



За дополнительной информацией просьба обращаться:
Коммерческая служба США Лиза Миняева Тел.: +7(495) 737-50-30
Email: elizaveta.minyaeva@mail.doc.gov

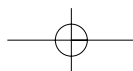


СТЕКЛО

ЦАРСТВО СТЕКЛА НА ДОНСКОЙ ЗЕМЛЕ



Адрес:
344037, Россия,
г. Ростов-на-Дону,
ул. 14-я линия, 82.
Тел.: +7(863)295-55-55,
251-47-44, 266-53-92,
266-53-93, 266-53-94
Факс (автомат) +7(863)266-53-95
www.rostovposuda.ru



Совершенство классики

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



Наконец-то наступает череда праздников, которые принесут с собой хорошее настроение, встречи, подарки и шумные застолья. Каждая хозяйка готовится к праздникам, продумывает меню и сервировку стола. Приходит время доставать из сервантов праздничные сервизы. А почему бы не удивить гостей чем-то новым, изысканным и в то же время традиционным, несущим с собой самые добрые воспоминания откуда-то из детства?..

Речь идет о классическом фарфоре, который уже второе десятилетие с успехом представляет компания "Коралл", входящая в торгово-промышленный холдинг "Группа "Эликор".

Успех ТМ "Коралл" на рынке посуды обусловлен несколькими факторами: многолетним опытом работы на российском рынке, наличием собственной розничной сети и др. Это позволяет формировать багаж достоверных знаний о потребительских предпочтениях.

По полученным данным, в 2007 году лидером продаж в ассортиментной линейке посуды ТМ "Коралл"

стал классический фарфор.

Продажи новых коллекций фарфора позволили увеличить объем продаж в магазинах розничной сети "Коралл" более чем на 50%

Новые коллекции ТМ "Коралл" из фарфора продолжают традиции классического фарфора. Коллекции "Красный букет", "Розовый букет", "Красная роза" выбраны не случайно, так как темы роз и букетов ближе русской душе, чем абстрактный дизайн. Темы новых коллекций навеяны традиционными мотивами. Для каждого из нас розы ассоциируются с праздничным настроением. Во все времена они символизировали любовь: розовые - чистоту, красные - страсть, а собранные в букеты - пылкость чувств.

По мнению генерального директора "Коралла" Владимира Евгеньевича Дудина, классический фарфор является гордостью торговой марки: "Во все времена люди восхищались произведениями искусства, в число которых, несомненно, входят и изделия из фарфора. Классический фарфор всегда имел своего потребителя, но в различные

периоды времени его заменяли модными течениями: постмодернизмом, абстракционизмом, примитивизмом. На сегодняшний день для классики произошло второе рождение - она снова востребована. Современные мастера продолжают удивлять и восхищать своим творчеством".

Большое разнообразие изящных форм питьевого ассортимента: кружки, чашки (бутон, классик, рельеф, волна), большие емкости, сочные краски декоров - все притягивает взгляд покупателя. Семейные застолья за чашкой чая, поданной в посуде новой коллекции, станут незабываемым моментом.

В ассортимент коллекций входят чайные пары, чайные наборы на подвесах - 6/12, 6/4, чайные сервизы классической комплектации - 6/14, столовые сервизы - 6/19.

ТМ "Коралл" предлагает различные варианты комплектаций, что позволит удовлетворить любые запросы покупателей.



ФАРФОР

Особенностью данных коллекций является качество фарфора: повышенный уровень белизны, прочность черепка, термостойкость - все эти качества способствуют более продолжительному сроку службы изделий. Глазурованный губной край чашек и кружек имеет не только практическое значение, но и привлекательный вид. Отсутствие отводки золотом не ухудшает визуальное восприятие, так как в технологии изготовления используются обертковые и бордюрные декоры. Все эти качества позволяют использовать посуду в посудомоечных машинах и СВЧ печах. В наше время экологическая безопасность посуды является немаловажным фактором при выборе, поэтому фарфоровые изделия новых коллекций проходят строгий радиологический и гигиенический контроль.

Наличие подарочной упаковки с дизайнами, повторяющими декоры изделий, не только значительно облегчает складскую переработку и работу в рознице, но и придает презентабельный вид, превращая каждый набор в незабываемый подарок.

Хочется добавить, что данная продукция является эксклюзивной на российском рынке, так как запатентована только под торговой маркой "Коралл".

Надеемся, что коллекции классического фарфора ТМ "Коралл" будут оценены потребителем по достоинству и станут фаворитами среди широкого ассортиментного ряда на посудном рынке и в наступающем году.

"Красная роза"



"Розовый букет"



"Красный букет"



ДВОРЦОВЫЙ ФАРФОР?

Позволительная роскошь!



Выполняя заказ императора - сделать фарфоровую вазу ярко-красного цвета, известный китайский мастер никак не мог добиться такой температуры в печи, чтобы изделие приобрело нужный цвет. За невыполненный заказ его ждала мучительная смерть. Пожалев отца, единственная дочь бросилась в огонь, и ценой юной жизни заказ был выполнен. Так гласит одна из многочисленных древних легенд, которыми окутаны первые технологии производства фарфора.

Сегодняшние императоры не столь категоричны - производство китайского «белого золота», кажется, достигло своего технологического совершенства, и теперь дворцовый фарфор могут позволить себе не только императоры.

Классический фарфор - белый или цветной, расписной или деколированный, как и украшения из драгоценных камней, никогда не теряет своей актуальности. Истинные ценители фар-

форовой посуды уверены, что это не просто приспособления для еды - это целая история, заставшая в идеальной форме своей красоты.

Покупатели, предпочитающие фарфоровую продукцию в классическом, или так называемом дворцовом, стиле, хорошо знакомы с компанией "Арти-М", которую отличает приверженность традициям качества фарфора и разумная (выгодная) ценовая политика. Сегодня здесь представлен богатый ассортимент фарфоровых изделий от ведущих производителей Китая, Кореи, Японии, Тайваня, Чехии, Италии. Основные позиции - декорированный фарфор.

Роскошь тепла дворцового фарфора

Неизменным в традициях производства китайского дворцового фарфора является принцип экологичности: он создается из натуральных материалов и красок, при этом его отличает высокая степень прозрачности и качества нане-

сения декора. Спектр технологий нанесения рисунка включает в себя глубокую печать, шелкографию, ангоб, деколь, живопись. Компания "Арти-М" предлагает дворцовый фарфор китайских мастеров, декорированный посредством надглазурной и подглазурной росписи ручным, механизированным и комбинированным способом нанесения рисунка на фарфоровую поверхность.

Подглазурные краски наносятся на сырой черепок, они более долговечны, так как сверху защищены глазурью, но имеют ограниченную палитру. Наиболее популярен темно-синий кобальт. Надглазурные краски, обжигаемые при более низких температурах (720-860°C), имеют обширную цветовую палитру. При обжиге многие керамические краски изменяют свой цвет, что обеспечивает дополнительные художественные возможности при росписи фарфора.

Для самых взыскательных покупателей в компании "Арти-М" представлены изделия с ручной высокохудожественной росписью. Они декорируются натуральным золотом с нанесением гравировального рисунка. Многие сервизы, вазы и почти вся анималистическая скульптура декорируются подглазурными красками. Широко применяется сочетание насыщенного подглазурного кобальта с яркими надглазурными красками и золотом, что придает особый эффект этой продукции. Наибольший интерес у покупателей вызывают изделия с живописными пейзажами, пасторальной тематикой и картинами из светской жизни XVI-XIX веков.

Компания "АРТИ-М" - один из ведущих поставщиков посуды, сувенирной продукции и подарков в России. Ассортимент насчитывает свыше 20 тыс. наименований продукции известных производителей изделий из фарфора, жаропрочной посуды, а также предметов интерьера и мебели.

Постоянными клиентами "Арти-М" являются магазины и оптовые компании в 180 городах России и СНГ, а также многие государственные учреждения. Сегодня в Москве и Санкт-Петербурге работает собственная сеть магазинов "Арти-М" в формате Cash & Carry.

По желанию клиентов осуществляется доставка товаров в любой регион России проверенными транспортными компаниями. Для крупных и постоянных клиентов действует система скидок. Все товары сертифицированы.



ФАРФОР**Изысканность -
в подарок**

В России существует давняя традиция преподносить красивый фарфор в качестве подарка. При этом выбрать "правильный" фарфор, с подходящим декором, бывает не так просто. В компании "Арти-М" представлена самая разнообразная сувенирная и подарочная продукция - фарфор, столовый текстиль, предметы интерьера и многое другое. Некоторые изделия выполнены вручную и украшены стразами Сваровски. Среди новинок этого сезона - индийская посуда из латуни и бронзы ручной работы. Менеджеры компании оказывают квалифицированную помощь в подборе ассортимента, а также помогут оптовым покупателям советом в приобретении наиболее продаваемых позиций.

Во всем ассортименте компании "Арти-М" прослеживается концепция изысканного стиля и утонченной красоты. Совершенство окружающих нас вещей привносит в нашу жизнь гармонию и удовлетворение. Почувствовать себя императором можно только в окружении подданных. В окружении красивой посуды можно почувствовать теплое дыхание времени.



**Россия, 107143, Москва,
Открытое шоссе, 15, строение 24.**

Телефоны:

+7 (499) 167-52-01, 167-62-30, 167-40-84

+7 (495) 975-80-81, 975-80-82, 975-80-84

+7 (495) 661-01-01 (многоканальный)

<http://www.arti-m.ru>

E-mail: info@arti-m.ru

**Филиал в Санкт-Петербурге:
Санкт-Петербург,**

Красногвардейский пер., 23.

Телефон/факс:

+7 (812) 495-61-24, 495-61-25

E-mail: spb@arti-m.ru





Посуда, оборудование и аксессуары
для ресторанов японской кухни.
Поставки по России и странам СНГ.

YAMATO
RUSSI

www.yamatorussi.ru
info@yamatorussi.ru

ДЕПАРТАМЕНТ ПОСУДЫ И ОБОРУДОВАНИЯ

Санкт-Петербург, ул. Зеленогорская 3
Тел. (812) 320-03-51, 324-53-34, 293-12-30, 293-12-33
dish@yamatorussi

Москва, ул. Михалковская дом 26, корп.2
Тел. (495) 153-57-47, (926) 896-24-10
moscow@yamatorussi.ru



В ПРОСТРАНСТВЕ и ВРЕМЕНИ ЯПОНСКОГО ФАРФОРА

Для японской кухни искусство оформлять и преподносить блюдо не менее важно, чем сам процесс приготовления пищи. Ведь недаром говорят, что японцы "едят глазами", наслаждаясь плотным изящного шедевра. Лучшим холстом для шеф-повара был и остается белый фарфор, к выбору которого в японских ресторанах подходят основательно. Тарелки и чаши должны быть разных форм и размеров, так как для каждого японского блюда важен индивидуальный подход. Один из главных принципов - тарелки никогда не заполняются до краев, поскольку в японской сервировке высоко ценится красота пустого пространства.

Эти традиционные для японской кухни правила, построенные на всеобщем принципе красоты и гармонии, пришлись по душе и европейцам. Японский фарфор отличается утонченным дизайном, совершенной белизной, твердостью и эффектным глянцем. Классический белый фарфор сегодня является неременным атрибутом всех респектабельных ресторанов мира, в том числе и заведений со смешанной кухней. На нем можно эффектно разложить любое блюдо, не нарушая общего кулинарного колорита, реализовав свои самые смелые идеи.

Большой интерес к японским кушаньям у российского потребителя (по данным Росту-

ризма, только за прошедший год Японию посетили 147 тысяч россиян!) способствует открытию все новых и новых заведений с традиционной кухней Японии. Создавая атмосферу японского ресторана в России, рестораторы, как правило, обращаются к специализированным поставщикам оборудования и инвентаря, которые работают напрямую с японскими производителями и обладают всей необходимой информацией о специфике японской сервировки.

Одной из таких специализированных организаций является оптовая компания "Ямато-Russi", которая более 5 лет занимается продажей японской фарфоровой и эмалированной посуды на российском рынке. В "Ямато-Russi" работает так называемый "шоу рум", где можно подобрать полную линейку посуды для ресторана, ознакомиться с новинками японских производителей посуды, образцами специальной посуды, о которой порой и не догадываются российские рестораторы. Компания также выполняет индивидуальные заказы по поставкам той или иной посуды.

Недавно ассортимент компании пополнился новой линейкой белого фарфора Fairway, который при высоком, традиционно японском качестве идеально подходит для ресторанов бюджетного класса. В линейке представлено многообразие форм и размеров посуды. Объемы поставок этой

продукции позволяют клиентам осуществить комплексную закупку товара.

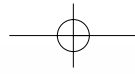
Пока европейцы познают секреты японского кулинарного искусства на белом фарфоре, сами японцы активно осваивают новые материалы. Так, все чаще в ресторанах Японии используют линейки посуды из высококачественного пластика. В новом сезоне компания "Ямато-Russi" представляет два новых вида пластиковой посуды от японского производителя - "бежевый тростник" и "цветные линии". Это относительно дешевая, но очень практичная, небьющаяся посуда, стилизованная в японском стиле. Стоит отметить, что вся профессиональная пластиковая посуда проходит сертификацию в Японии. Говоря об особенностях сервировки цветной посуды, стоит помнить о красоте контраста. Цвет тарелки, будь то фарфор или пластик, должен дополнить и сохранить гармонию блюда.

Об остальных секретах японской сервировки и о том, как правильно выбрать посуду для ресторана, вам расскажут в "Ямато-Russi".

Санкт-Петербург,
ул. Зеленогорская, 3.
Тел. 8 (812) 320-03-51,
324-53-34

Для розничных покупателей
открыт интернет-магазин:
www.yamatorussi.ru





Коллекция
INKFLOWERS

Бокалы серии
FIAMA



international home house wares show 2008

Посетите передовую международную выставку товаров для дома!

"Международный дом и выставка товаров для дома" в Чикаго на протяжении многих лет занимают первое место по поиску и получению информации о товарах домашнего хозяйства, дизайнерских находках и общих тенденциях. Всем мировым розничным продавцам стоит посетить это мероприятие, чтобы увидеть своими глазами изделия, которые они не увидят больше нигде.



Международная выставка товаров для дома - 2008

Представление глобальных брендов, инноваций в области дизайнерских технологий и новых тенденций потребительского спроса

Расширьте свои знания в области розничной торговли

Свыше 60 тыс. посетителей из более чем 100 стран приезжают в Чикаго, и многие из них для того, чтобы стать участниками проводящейся в рамках выставки образовательной программы по современной розничной торговле. Программа включает университет



розничной торговли с бесплатными консультациями специалистов, театр дизайна товаров для дома,

презентацию награждения непревзойденных мастеров розничной торговли товарами для дома - GIA (премия глобального инноватора), прогноз цветочных

имеют здесь более высокую покупательскую способность. В отличие от прочих торговых мероприятий здесь не нужно платить за вход в выставочный зал и на семинары с предварительной регистрацией, за каталог и доставку к месту проведения шоу из отелей, находящихся в деловом центре Чикаго.

Узнайте в Чикаго о розничной торговле мирового класса и о многом другом!

В Чикаго концентрируются и развиваются новейшие тенденции розничной купли-продажи. Динамичная рыночная среда этого города представляет все лучшие американские бренды товаров для дома, а его ночная жизнь, полная развлечений, уникальная архитектура, зрелищные представления не оставляют места сомнениям при выборе Чикаго в качестве места отдыха или деловой поездки.

Получите информацию о выставке он-лайн!

Зайдите на сайт www.housewares.org, если хотите узнать больше о выставке, зарегистрироваться, забронировать отель, ознакомиться со списком участников выставки, с продукцией и брендами и запланировать деловые встречи заранее.

При помощи следующей ссылки можно просмотреть видео с мероприятия:

www.housewares.org/ihshow/Showvideo.asp



На выставке представлены свыше 2 100 участников из более чем 40 стран, разделенных по категориям на четыре интереснейших экспозиции:

- ⊕ Обед + Дизайн (кухонные принадлежности + столовые приборы, изысканные блюда)
- ⊕ Проводка + Здоровье (электрика + домашняя медицина)
- ⊕ Уборка + Контейнеры (чистота + хранение)
- ⊕ Большие перекрестки (международные павильоны)

Познакомьтесь с новыми тенденциями, господствующими на рынке товаров для дома!

В Чикаго всегда знают, что происходит на американском рынке товаров для дома. И поскольку огромное внимание при организации выставки уделяется дизайну продукции, здесь в отличие от "неамериканских" экспозиций можно увидеть не просто примеры экспортных коллекций, а полные товарные группы ведущих североамериканских производителей товаров для дома.

тенденций на 2009 год и, конечно, неизменно популярный чикагский розничный тур.

Экономьте время и деньги на разъезды!

Чикаго запросто может стать вашим первым и единственным остановочным пунктом в поисках как известных глобальных брендов, так и азиатских производителей или инновационных поставщиков, недавно появившихся на международном рынке. Кроме того, благодаря превосходству британского фунта над американским долларом посетители из Великобритании

hi. style.

Регистрация и получение дополнительной информации:
www.housewares.org/attend
www.housewares.org/exhibit
 E-mail: international2008@housewares.org



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)

<p>ИЗВЕЩЕНИЕ</p>	<p>ООО «Аркада» Получатель платежа 7724518520 _____ № 40702810000000101844 ИНН получателя платежа _____ Номер счета получателя платежа КБ «НАЦПРОМБАНК» (ЗАО) г. Москва Наименование банка получателя платежа 044552989 № 30101810700000000989 в Отделении № 5 Московского ГТУ Банка России Номер корр./сч. Банка получателя Подписка на _____ номеров журнала «Посуда» Наименование платежа 960 _____ РУБ. _____ 00 _____ КОП. Сумма платежа ФИО и адрес подписчика (страна, город, улица, дом, корпус, квартира)</p>
<p>КАССИР</p>	<p>ИЗВЕЩЕНИЕ</p> <p>ООО «Аркада» Получатель платежа 7724518520 _____ № 40702810000000101844 ИНН получателя платежа _____ Номер счета получателя платежа КБ «НАЦПРОМБАНК» (ЗАО) г. Москва Наименование банка получателя платежа 044552989 № 30101810700000000989 в Отделении № 5 Московского ГТУ Банка России Номер корр./сч. Банка получателя Подписка на _____ номеров журнала «Посуда» Наименование платежа 960 _____ РУБ. _____ 00 _____ КОП. Сумма платежа ФИО и адрес подписчика (страна, город, улица, дом, корпус, квартира)</p>
<p>КАССИР</p>	<p>КАССИР</p>





ФЕСТИВАЛЬ "ГОСТЕПРИИМНЫЙ ВОЛГОГРАД"

2 Всероссийская специализированная выставка

Основные направления экспозиции:

- **КУХНЯ:** Оборудование для кухни и зала
- Сервировка стола, оборудование бара и кофейни
- **ИНТЕРЬЕР:** Интерьер, дизайн, мебель и техника для гостиниц, ресторанов, клубов
- **ГИГИЕНА И ЧИСТОТА:** Профессиональная уборка, прачечная, средства гигиены
- Текстиль, униформа, постельные принадлежности
- **ТЕХНИКА И БЕЗОПАСНОСТЬ:** Звуковое и световое оборудование
- Системы вентиляции, кондиционирования
- Безопасность, связь, кассовые и платежные системы, страхование, подбор персонала
- Автоматизация и программное обеспечение торговли, гостинично-ресторанного бизнеса
- **ОБОРУДОВАНИЕ:** Конференц-оборудование
- Технологическое оборудование
- Торговое оборудование, холодильное оборудование



На сегодняшний день **Фестиваль «ГОСТЕПРИИМНЫЙ ВОЛГОГРАД»**, вне всякого сомнения, является единственным местом встречи профессионалов в индустрии гостеприимства Волгограда и области.

Программа мастер-классов команды поваров и рестораторов - деловых партнеров ВЦ «ВолгоградЭКСПО» - будет центром притяжения целевой аудитории Волгограда.

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ: деловая программа с участием известного ресторанным критика Олега Назарова (г. Москва), а также авторские мастер-классы, бармен-шоу, презентации ресторанов, гостиниц.



Организатор:

Выставочный центр "ВолгоградЭКСПО"
Тел./факс: (8442) 49-19-39
E-mail: kat@volgogradexpo.ru
www.volgogradexpo.ru

Официальная поддержка:
Администрация Волгограда

Выставочный центр «ВолгоградЭКСПО»
Выставки, которые посещают

**4-6
МАРТА
2008
ВОЛГОГРАД**

СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

Только с 15 декабря по 15 января в московском офисе компании "Комплекс-Бар"
новогодняя акция: скидка 25% на бокалы-флюте серии "Embassy" 177 мл

Libbey®

Бокал-флюте "Embassy" 177мл **34р 88к**
арт.: 1060427

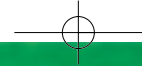


129085, Москва, ул. Годовикова, д.9, стр. 31, этаж 4
тел/факс: (495) 411-90-60
e-mail: sale@complexbar.ru
www.complexbar.ru

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

Бесплатная доставка любого количества товара по Москве, до аэропортов и вокзалов.

*другие скидки на данный товар не действительны
*на правах рекламы



Стратегия и тактика снабжения
компания «АЛЬМИН»



Январь		Февраль		Март		Апрель		Май		Июнь	
пн	7 14 21 28	пн	4 11 18 25	пн	3 10 17 24 31	пн	7 14 21 28	пн	5 12 19 26	пн	2 9 16 23 30
вт	1 8 15 22 29	вт	5 12 19 26	вт	4 11 18 25	вт	1 8 15 22 29	вт	6 13 20 27	вт	3 10 17 24
ср	2 9 16 23 30	ср	6 13 20 27	ср	5 12 19 26	ср	2 9 16 23 30	ср	7 14 21 28	ср	4 11 18 25
чт	3 10 17 24 31	чт	7 14 21 28	чт	6 13 20 27	чт	3 10 17 24	чт	1 8 15 22 29	чт	5 12 19 26
пт	4 11 18 25	пт	1 8 15 22 29	пт	7 14 21 28	пт	4 11 18 25	пт	2 9 16 23 30	пт	6 13 20 27
сб	5 12 19 26	сб	2 9 16 23	сб	1 8 15 22 29	сб	5 12 19 26	сб	3 10 17 24 31	сб	7 14 21 28
вс	6 13 20 27	вс	3 10 17 24	вс	2 9 16 23 30	вс	6 13 20 27	вс	4 11 18 25	вс	1 8 15 22 29

Июль		Август		Сентябрь		Октябрь		Ноябрь		Декабрь	
пн	7 14 21 28	пн	4 11 18 25	пн	1 8 15 22 29	пн	6 13 20 27	пн	3 10 17 24	пн	1 8 15 22 29
вт	1 8 15 22 29	вт	5 12 19 26	вт	2 9 16 23 30	вт	7 14 21 28	вт	4 11 18 25	вт	2 9 16 23 30
ср	2 9 16 23 30	ср	6 13 20 27	ср	3 10 17 24	ср	1 8 15 22 29	ср	5 12 19 26	ср	3 10 17 24 31
чт	3 10 17 24 31	чт	7 14 21 28	чт	4 11 18 25	чт	2 9 16 23 30	чт	6 13 20 27	чт	4 11 18 25
пт	4 11 18 25	пт	1 8 15 22 29	пт	5 12 19 26	пт	3 10 17 24 31	пт	7 14 21 28	пт	5 12 19 26
сб	5 12 19 26	сб	2 9 16 23 30	сб	6 13 20 27	сб	4 11 18 25	сб	1 8 15 22 29	сб	6 13 20 27
вс	6 13 20 27	вс	3 10 17 24 31	вс	7 14 21 28	вс	5 12 19 26	вс	2 9 16 23 30	вс	7 14 21 28

СЛУЖБА СНАБЖЕНИЯ

Вино, Мёд, Растительное Масло, Молочные продукты

- ❑ ДЕКОРАТИВНЫЕ УКРАШЕНИЯ
- ❑ ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА
- ❑ ПОСУДА ИЗ СТЕКЛА
- ❑ СРЕДСТВА ГИГИЕНЫ
- ❑ БЫТОВАЯ ХИМИЯ
- ❑ ХОЗТОВАРЫ

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА
www.almin.ru

Москва **АЛЬМИН** Казань
 тел.: (495) 789-36-39
 факс: (495) 107-03-25
 info@almin.ru

тел.: (843) 240-72-72
 факс: (843) 512-96-07
 info@almin.kazan.ru

2008



НАНЕСИТЕ КЛЕЙ СЮДА

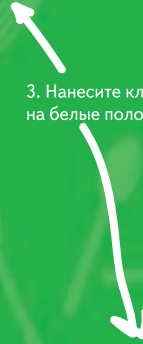
Вы можете сделать из этой странички компактный настольный календарь!

1. Вырежьте страницу из журнала по пунктирной линии

2. Согните её по пунктирным линиям

3. Нанесите клей на белые полосы

4. Сложите календарь и прижмите склеиваемые части



НАНЕСИТЕ КЛЕЙ СЮДА

Июль

ПН	7	14	21	28	
ВТ	1	8	15	22	29
СР	2	9	16	23	30
ЧТ	3	10	17	24	31
ПТ	4	11	18	25	
СБ	5	12	19	26	
ВС	6	13	20	27	

Август

ПН	4	11	18	25	
ВТ	5	12	19	26	
СР	6	13	20	27	
ЧТ	7	14	21	28	
ПТ	1	8	15	22	29
СБ	2	9	16	23	30
ВС	3	10	17	24	31

Сентябрь

ПН	1	8	15	22	29
ВТ	2	9	16	23	30
СР	3	10	17	24	
ЧТ	4	11	18	25	
ПТ	5	12	19	26	
СБ	6	13	20	27	
ВС	7	14	21	28	

Октябрь

ПН	6	13	20	27	
ВТ	7	14	21	28	
СР	1	8	15	22	29
ЧТ	2	9	16	23	30
ПТ	3	10	17	24	31
СБ	4	11	18	25	
ВС	5	12	19	26	

Ноябрь

ПН	3	10	17	24	
ВТ	4	11	18	25	
СР	5	12	19	26	
ЧТ	6	13	20	27	
ПТ	7	14	21	28	
СБ	1	8	15	22	29
ВС	2	9	16	23	30

Декабрь

ПН	1	8	15	22	29
ВТ	2	9	16	23	30
СР	3	10	17	24	31
ЧТ	4	11	18	25	
ПТ	5	12	19	26	
СБ	6	13	20	27	
ВС	7	14	21	28	

СЛУЖБА СНАБЖЕНИЯ

БАРОВ, КАФЕ, РЕСТОРАНОВ, КАЗИНО, НОЧНЫХ КЛУБОВ

- ☑ ДЕКОРАТИВНЫЕ УКРАШЕНИЯ
- ☑ ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА
- ☑ ПОСУДА ИЗ СТЕКЛА
- ☑ СРЕДСТВА ГИГИЕНЫ
- ☑ БЫТОВАЯ ХИМИЯ
- ☑ ХОЗТОВАРЫ

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА

www.almin.ru

Москва **АЛЬМИН** **Казань**

тел.: (495) 789-38-39
факс: (495) 107-03-25
info@almin.ru

тел.: (843) 240-72-72
факс: (843) 512-90-07
info@almin-kazan.ru

2008

2008

АЛЬМИН

Москва
Казань

тел.: (495) 789-38-39
факс: (495) 107-03-25
info@almin.ru

тел.: (843) 240-72-72
факс: (843) 512-90-07
info@almin-kazan.ru

- БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА**
- ☑ ДЕКОРАТИВНЫЕ УКРАШЕНИЯ
 - ☑ ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА
 - ☑ ПОСУДА ИЗ СТЕКЛА
 - ☑ СРЕДСТВА ГИГИЕНЫ
 - ☑ БЫТОВАЯ ХИМИЯ
 - ☑ ХОЗТОВАРЫ

СЛУЖБА СНАБЖЕНИЯ

БАРОВ, КАФЕ, РЕСТОРАНОВ, КАЗИНО, НОЧНЫХ КЛУБОВ

Июнь

ПН	2	9	16	23	30
ВТ	3	10	17	24	
СР	4	11	18	25	
ЧТ	5	12	19	26	
ПТ	6	13	20	27	
СБ	7	14	21	28	
ВС	1	8	15	22	29

Март

ПН	3	10	17	24	31
ВТ	4	11	18	25	
СР	5	12	19	26	
ЧТ	6	13	20	27	
ПТ	7	14	21	28	
СБ	1	8	15	22	29
ВС	2	9	16	23	30

Май

ПН	5	12	19	26	
ВТ	6	13	20	27	
СР	7	14	21	28	
ЧТ	1	8	15	22	29
ПТ	2	9	16	23	30
СБ	3	10	17	24	31
ВС	4	11	18	25	

Февраль

ПН	4	11	18	25	
ВТ	5	12	19	26	
СР	6	13	20	27	
ЧТ	7	14	21	28	
ПТ	1	8	15	22	29
СБ	2	9	16	23	
ВС	3	10	17	24	

Апрель

ПН	7	14	21	28	
ВТ	1	8	15	22	29
СР	2	9	16	23	30
ЧТ	3	10	17	24	31
ПТ	4	11	18	25	
СБ	5	12	19	26	
ВС	6	13	20	27	

Январь

ПН	7	14	21	28	
ВТ	1	8	15	22	29
СР	2	9	16	23	30
ЧТ	3	10	17	24	31
ПТ	4	11	18	25	
СБ	5	12	19	26	
ВС	6	13	20	27	



2008

Стратегия и тактика снабжения
КОМПАНИЯ «АЛЬМИН»



NATURACERAM

ЦВЕТНАЯ ПОСУДА ИЗ КЕРАМИКИ



Приглашаем Вас посетить стенд
ГК "ИИС-Посуда" на выставке
"КОНСУМЭКСПО-2008"
15-19 января 2008 г.
Стенд № 1В71, павильон №1



ГРУППА КОМПАНИЙ
"ИИС-ПОСУДА"

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ www.iisposuda.ru

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 3424 12-46-06

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 3422 41-52-95
Новосибирск: +7 3832 42-14-88
Челябинск: +7 351 721-06-53
Волгоград: +7 8442 41-76-81

SOGA

JAPAN

стеклянная декорированная
посуда из Японии



Изящество

Оригинальность

Долговечность

Приглашаем Вас посетить
стенд ГК "ИИС-Посуда"
на выставке "КОНСУМЭКСПО-2008"
15-19 января 2008 г.
Стенд № 1В71, павильон №1



ГРУППА КОМПАНИЙ
"ИИС-ПОСУДА"

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ www.iisposuda.ru

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 3424 12-46-06

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 3422 41-52-95
Новосибирск: +7 3832 42-14-88
Челябинск: +7 351 721-06-53
Волгоград: +7 8442 41-76-81

33
95
88
53
81