

ЖУРНАЛ



ИНФО

2011/6

# ПОСУДА

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

## НОВОСТИ

## СОБЫТИЯ

«ИИС-Посуда»:

Первый этап модернизации

ARC International

укрепляет свои позиции

## УКРАИНА

## ГОСТИ НОМЕРА

Не оглядывайтесь, лидер впереди!

«Альтернатива» есть всегда

Посуда CASTA – сделано на совесть!

## СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

Посудный рынок в России.

Ожидать ли перемен?

Антипригарка – ваш век долгов!

## БИЗНЕС ОНЛАЙН

Все в Интернет! Для тех, кто хочет,  
но не знает с чего начать

## СОВЕТЫ

## ПРОФЕССИОНАЛОВ

Кредит: много шума из-за чего?

## СТИЛЬНЫЕ

## ШТУЧКИ

ENGLAND  
**Wilmax**  
COLLECTION



[www.wilmax.co.uk](http://www.wilmax.co.uk)

## Wilmax в России

### **Москва**

#### **ЗАО ГК «Спетторг»**

Тел.: +7 495 956-55-66

E-mail: mail@spetstorg.ru

www.spetstorg.ru

#### **Компания «Рестерра»**

Тел./Факс: +7 495 648-63-78

E-mail: info@resterra.ru

www.resterra.ru

#### **Компания «Рыбный день»**

Тел./Факс: +7 495 988-26-08

+7 495 500-25-22

+7 495 453-45-35

E-mail: info@fishday.ru

www.fishday.ru

### **Санкт-Петербург**

#### **ООО «Рестлайн»**

Тел.: +7 812 746-82-73

+7 812 746-72-51

+7 964 323-79-77

Факс: +7 812 387-21-07

E-mail: smirnova\_av@restline.ru

www.restline.ru

#### **Компания «Рыбный день»**

Тел./Факс: +7 812 441-34-18

E-mail: spb@fishday.ru

www.fishday.ru

### **Ростов-на-Дону**

#### **ООО «Спетторг-Юг»**

Тел.: +7 863 220-91-56

E-mail: horeca-rostov@spetstorg.ru

www.spetstorg.ru

### **Казань**

#### **ООО «Спетторг-Казань»**

Тел.: +7 843 275-80-45

E-mail: ilyinat@spetstorg.ru

www.spetstorg.ru

### **Екатеринбург**

#### **ООО «Корпорация ПЭМБИ»**

Тел.: +7 343 323-36-26

E-mail: info@pembi.ru

www.pembi.ru

### **Владивосток**

#### **ООО «МультиСнаб»**

Тел.: +7 423 249-95-57

+7 423 249-95-54

E-mail: multisnab@sovintel.ru

www.msna.vl.ru

## Wilmax в Украине

### **Днепропетровск**

#### **Торговая группа «ЭДС»**

Тел./Факс: +38 056 374-90-60

+38 066 211-86-56

E-mail: schirova.s@eds-group.dp.ua

www.eds-group.dp.ua





**452615, Россия, Республика Башкортостан, г. Октябрьский,  
ул. 8 Марта, 9А, тел./факс: +7 (34767) 4-34-24, 3-99-91,  
[www.alternat.ru](http://www.alternat.ru), [зпи-альтернатива.рф](mailto:zpi-альтернатива.рф), e-mail: [tnp@alternat.ru](mailto:tnp@alternat.ru)**



# АЛЬТЕРНАТИВА

ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПЛАСТМАСС



**1000 наименований изделий**

**НОВОСТИ**

Дальнее зарубежье

10



Россия и СНГ

14

**СОБЫТИЯ**

Дракоша на столе

22

«ИИС-Посуда». Первый этап модернизации

23

ARC International укрепляет свои позиции

30

Приобретение ОСЗ позволит предлагать российским покупателям еще больше качественной и современной посуды, и формировать более интересное ценовое предложение в связи с сокращением затрат на транспортировку. Покупкой Опытного стекольного завода мы усиливаем наше влияние на рынке питьевого стекла.

**УКРАИНА**

32

**ГОСТИ НОМЕРА**

Не оглядывайтесь, лидер впереди!

37

«Альтернатива» есть всегда

38



Посуда CASTA – сделано на совесть!

41

**ВЫСТАВКИ**

Таблица выставок

42

«Пачжоу» для Гуанчжоу

44

**СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ**

Посудный рынок в России.

Ожидать ли перемен?

46

Практически во всех товарных группах, где имеется доля отечественного производства, для российских производителей есть риск не выдержать конкуренции по цене. Снижение таможенных пошлин автоматически приведет к снижению цен на импорт, приобретение которого сдерживали цены российских производителей и поставщиков на альтернативную продукцию (все-таки низкие цены российских производителей были привлекательнее для многих закупщиков, чем импортная продукция по более высокой цене).



*Pasabahçe*



**workshop**  
serenade

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

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

Алексей Трембицкий

**Копирайтер:** Евгения Максимова**Работа с сайтом:** Андрей Макаров**Отдел рекламы и PR:**

Елена Меджитова – руководитель отдела рекламы и PR

Юлия Борисова – PR-менеджер

Наталья Соленкова – PR-менеджер

**Подписка:** Евгения Максимова**Корректор:** Татьяна Беляева**Корреспонденты:** Евгения Сулицкая,

Евгения Максимова, Татьяна Комарда,

Наталья Журавлева, Наталья Кузнецова,

Полина Григорьева, Александра Гуркова

**Дизайн и верстка:** Алексей Барсуков**Фото:** Алексей Усачев**Телефоны:****+7 (495) 718-66-11****+7 (495) 780-24-53****E-mail:****reklamaposuda@mail.ru****pochtaposuda@mail.ru****www.posuda.info**  
**www.posudainfo.ru**

Тираж 10 000 экз.

**ПОДПИСКА-2012**

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

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

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

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

Стоимость одного номера – 180 руб. для подписчиков РФ.

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

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

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

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

Журнал издается с 2004 года. Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-35054 от 22 января 2009 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.

**Антипригарка –  
ваш век долгод!****48****Стекланный век России 52**

Стеклошки из Китая не могут составить серьезную конкуренцию нашим производителям. Доказательством этого служит уменьшение количества представленных стекольных брендов из Поднебесной на полках российских магазинов. Сегодня же с развитием отечественного производства на российском рынке представлены почти все отечественные бренды. Идет масштабное импортозамещение на рынке сортовой посуды из стекла.

**БИЗНЕС ОНЛАЙН****Все в Интернет! Для тех, кто  
хочет, но не знает с чего  
начать 54**

Уже существуют все условия для создания полноценного онлайн-бизнеса, как отдельного, так и совместного с традиционными формами продаж. Тем более, что в ближайшее время следует ожидать потока заказов от региональных клиентов, осуществляющих закупки в крупных городах.

**СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА****ДИСТРИБУТОРЫ****Tesco. Разнообразие  
удовольствий 58****Vitesse: кухня  
в лучшем виде 60****Дизайн, вдохновленный  
природой 63****СОВЕТЫ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ****Кредит: много шума из-за  
чего? 64****СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ 66**

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

**Заявка на подписку журнала «Посуда»****Наименование организации** \_\_\_\_\_

ИНН/КПП \_\_\_\_\_ Юр. адрес: \_\_\_\_\_

Адрес доставки журнала:

Индекс      

Обл./Край \_\_\_\_\_

Город \_\_\_\_\_

Улица \_\_\_\_\_

Корп., дом/офис \_\_\_\_\_

ФИО получателя \_\_\_\_\_

Тел. \_\_\_\_\_ факс \_\_\_\_\_

Количество экземпляров \_\_\_\_\_ перечень номеров \_\_\_\_\_

Способ получения счета:  Факс  E-mail

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







Сделано в России

**Новинка сезона!**

Литая сковорода диам. 280 мм линии «Восторг»:

- изготовлена по современной технологии с использованием экологически безопасных материалов;
- 3-х слойное сверхпрочное антипригарное покрытие без ПФОА, усиленное керамическими частицами;
- современный дизайн и новая конструкция съемной ручки обеспечивает быструю и легкую установку ручки на корпус сковороды.

*Большая посуда к  
Большому празднику!*



Тел./факс: (84364) 2-84-74, 2-77-55

E-mail: [kzmp@mail.ru](mailto:kzmp@mail.ru), [www.kukmara.com](http://www.kukmara.com)

## Versace и Rosenthal: 20 лет удовольствия

Компания Rosenthal выпустила очередную коллекцию в сотрудничестве с Домом моды Versace. На протяжении уже почти 20 лет они вместе создавали коллекции посуды, которые стали одним из способов выражения вкусов и идей Джанни Версаче.

Новая коллекция получила название **Le Grand Divertissement** («Большое удовольствие»). Знаковый для итальянского Дома образ – голова медузы – вписан в нежно-фиолетовый узор, вдохновленный версальскими баллами Людовика XIV.

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



## Футуристичный концепт от Bodum

Компания Bodum разработала проект концептуального приспособления **Bodum Coffee & Tea Maker**, позволяющего красиво заваривать и чай, и кофе одновременно. Устройство выглядит стильным и футуристичным, но при всем при этом является усовершенствованной кофеваркой. Оно состоит из двух одинаковых стеклянных шаров, которые разделяются на две половинки. В одну половинку заливается вода, в другую, с интегрированным фильтром, насыпается чай или кофе. В шары встроен кипятильник.

Ну а всем остальным только и остается, что заморожено наблюдать, как в стеклянном резервуаре, словно в алхимической лаборатории, бурлит и готовится любимый напиток.

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



## INSOUCIANCE ОТ LUMINARC



Столовая посуда из инновационного материала Zenix от Luminarc предстает в новом дизайне. Внимание российских потребителей предлагается линейка столовой посуды Insouciance. Она притягивает взгляд и чарующей формой Volage, навевающей воспоминания о цветочных бутонках, и ярким современным декором – лепестки



мака летят по ветру, легко и нежно. Эта яркая, современная серия способна мгновенно создать нужное настроение. Торжественный обед, сервированный этой посудой, запомнится каждому гостю. А если использовать Insouciance для декорирования романтического ужина для двоих, то потребуются гораздо меньше слов, чтобы сказать все самое важное. Ваши чувства замечательно передаст изысканная нежность этой прекрасной посуды. Insouciance благодаря своему подчеркнуто изящному, утонченному дизайну так же прекрасно подходит для сервировки новогоднего стола. Но на этом ее чудесные особенности не заканчиваются – эта посуда изготовлена из инновационного материала Zenix. Такая посуда отличается особо высокой прочностью и устойчивостью к царапинам и повреждениям. Внешне Zenix неотличим от фарфора – поверхность посуды имеет характерную для фарфора гладкость и благородный блеск. Но по прочности и износостойкости Zenix превосходит фарфор в 3-5 раз, что подтверждено результатами исследований. А устойчивостью Zenix к нанесению царапин не может похвастаться вообще ни один из известных материалов для посуды. Подобная прочность очень востребована на рынках и профессиональной, и бытовой посуды. Тарелки, чашки и салатники Zenix можно тереть железной щеткой, мыть в посудомоечной машине и даже ронять – и они всегда будут выглядеть как новые!

## «ГИБРИДНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ»



Арт-студия **Ctrlzak** совместно с итальянским производителем товаров для дома, компанией **Seletti**, разработали коллекцию креативной посуды **Hybrid Collection**. Посуду Hybrid Collection можно назвать «На стыке Востока и Запада». Концепция этого арт-проекта заключается в том, чтобы из двух разных дизайнов столовой посуды (восточного и западного орнаментов) сделать один и тем самым продемонстрировать, что, несмотря на наши различия, мы все же можем составлять единое целое. Даже если это целое будет выглядеть, мягко говоря, необычно.

Выставка необычной посуды Hybrid Collection пройдет в лондонской галерее HOME уже в январе следующего года.

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



# Luminarc®



Французский концерн ARC International по-прежнему выступает флагманом как в мире посудной моды, так и в инновационных технологиях производства посуды. В этом году Концерн выпустил коллекцию посуды Color Vibrance (Luminarc), воплотив в жизнь последние высокотехнологичные разработки в декоре и совместив их с популярной концепцией экологичности. Все предметы из коллекции Color Vibrance привлекают внимание необычайной яркостью и устойчивостью покрытия, сопоставимыми с подобными показателями эмалевых декоров. Это стало возможным благодаря разработке инновационных органических красителей, ставших настоящим открытием на рынке посуды в 2011 году!

Эта уникальная разработка порадует всех потребителей посуды, для которых важным является насыщенность цвета, абсолютная безопасность для здоровья, устойчивость к появлению царапин, долговечность рисунка и возможность использования изделий в посудомоечных машинах.

Декоры Color Vibrance сохраняются на посуде без малейшей потери яркости даже после 200-300 циклов мойки в посудомоечной машине.

Посуда Color Vibrance от Luminarc – это выбор современных людей, заботящихся о здоровье и приветствующих экологию как стиль жизни. Органические красители делают столовую посуду Color Vibrance абсолютно безопасной при соприкосновении с пищей любой температуры, отсутствие в декоре тяжелых металлов обеспечивает безопасность для здоровья и для окружающей среды.

Широкий спектр цветовых решений: насыщенный красный, изумрудный зеленый, кобальтовый синий, конфетный розовый, полудневный фиолетовый, интенсивный белый, близкий по цвету к белому фарфору, – все они замечательно отражают яркие краски жизни.

Линейка столовой посуды **Noa** привлекает внимание броским флористическим дизайном и яркими цветами, благодаря которым эти тарелки и салатники никогда не останутся незамеченными.

Серия **Sevillana** несет в себе отпечаток испанских декоров. Благородная сдержанность и стильная простота этой линейки посуды придется по душе любителям классики.

Серия столовой посуды **Kashima** обращает на себя внимание оригинальной формой тарелки, изящным повторяющимся из глубины рисунком.

Нежные тона и стильный дизайн линейки столовой посуды **Zoia** придадут любой сервировке оттенок изысканности. На молочно-белом опаловом стекле оригинальной формы распустились цветы дикорастущих растений из далеких жарких стран.

Линейка **Fizz** предлагает четыре различных варианта цветового решения. Кроме того, в этой посуде применен эффект теней для создания нового типа декора: сочетание затененных одноцветных и многоцветных тонов почерпнуто из техники декорирования керамики.

Не ограничивайте свою фантазию и позвольте себе самые смелые решения украшения стола!

Ведь с посудой Color Vibrance от Luminarc это так легко!

## Kashima



Sevillana



Noa



Zoia



Fizz

## Любителям чайной эстетики

Финская марка **Magisso** предложила оригинальную чашку для любителей современной чайной эстетики. Благодаря встроенному фильтру можно легко регулировать интенсивность заваривания и наслаждаться чистым вкусом благородного напитка. Дизайнеры **Laura Bougdanos** и **Vesa Jaasko**, разработавшие чашку **Teacup**, в 2011 году, принесли компании **Magisso** очередную награду **Red Dot Design**.



## Новый композит для посуды

Финский концерн **UPM** разработал новый композитный материал для применения в промышленном и в потребительском секторе, в том числе для изготовления посуды. Новый материал состоит из возобновляемого сырья – натурального древесного волокна и чистых пластиковых полимеров. Соотношение содержания древесного волокна составляет от 20 до 60% в зависимости от сферы применения. Новый материал пригоден для окрашивания и формования, подобно пластику. Изделия из нового композита отличаются отсутствием запаха и безопасностью.

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

## Кастрюля с «запасом» от Zeidan

В ассортименте торговой марки **Zeidan** появились новые кастрюли из нержавеющей стали больших объемов – 10, 14 и 16 л. Они не только пригодны для приготовления пищи, но и отлично подходят для заготовки продуктов на зиму. Большая кастрюля удобна как для засолки грибов и овощей, так и для хранения продуктов на даче.

Высококачественная нержавеющая сталь не вступает в реакцию с продуктами, сохраняя их натуральный вкус и полезные вещества. Крепление стальных ручек усилено прочными нержавеющими заклепками, устойчивыми к коррозии и способными выдерживать большие нагрузки. Внутренняя шкала литража, крышки с пароотводом и трехслойное капсулированное дно обеспечат удобство и простоту в эксплуатации кастрюль.



## ДИЗАЙНЕРСКАЯ ЧАЙНАЯ ПАРА ОТ PASABAHÇE

*Pasabahçe*



Компания **Pasabahçe** к началу нового года приурочила выход дизайнерской чайной пары. Чашки с квадратным дном серии **Baltic** украсят чаепитие зимними морозными вечерами. Прозрачное стекло позволит насладиться не только цветом, но и ароматом этого прекрасного напитка в полной мере. Ведь стекло является химически инертным материалом и не передает в напиток посторонние привкусы.

## AMBIENTE 2012: БОЛЬШЕ ВОЛНУЮЩИХ КОНТРАСТОВ!

Оптимизм, волнующие контрасты и беззаботное сочетание цветов – тренды потребительских товаров в будущем году. Таков вердикт дизайнерской студии **Bora.herke.palmisano**, которая представит 10-14 февраля на выставке **Ambiente 2012** во Франкфурте обширную презентацию модных тенденций в области товаров для дома. В обзор будут включены несколько сотен изделий из последних коллекций.

Изучив эти коллекции, дизайнеры выделили четыре доминирующих в ближайшем будущем направления – **electric romance**, **dark attitude**, **light innocence** и **radiant modernity**.

**Electric romance.** Фольклорная тема идет в ногу со временем, она полна юмора и беззаботности. Природные материалы представлены в пышных красках лета – травянисто-зеленом, васильковом и алом. В качестве дополнения выступают ветки, листья, различные узоры с мотивами птиц, а также деревенская вышивка.

**Dark attitude.** Смелое сочетание повседневности с экстравагантностью, натурального дерева с мерцающим металлом. Доминируют темно-синий, каштановый, дымчато-серый или черный графитовый цвет.

**Light innocence.** Свет задает атмосферу невинности. Доминируют «мучнистые» пастельные цвета. Стекло со всеми его нюансами, фарфор и тонкая керамика, а также органические формы подчеркивают мягкость и сдержанность стиля, девиз которого – лучше меньше да лучше.

**Radiant modernity.** Возвращение цвета и форм 70-х и 80-х годов. Преобладают «джазовые» цветовые конструкции. Интенсивные оттенки, такие как сияющий желтый, темный или яркий баклажан, фуксия, часто выступают в качестве основного цвета или в виде графических моделей.

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



## ЧАШИ «АЛЛЕГРО» ОТ TUPPERWARE



Компания **Tupperware** представила новую коллекцию чаш «Аллегро», которая подойдет для сервировки и хранения широкого ассортимента различных блюд. Чаша состоит из круглой емкости и крышки. Производитель обращает внимание, что изделия из коллекции «Аллегро» нельзя ставить в морозильную камеру, микроволновую и духовую печь. Также не следует транспортировать в изделия жидкие блюда и продукты, которые могут дать сок.





ΦΑΡΦΟΡ  
SAM&SQUITO  
STRENGTHENED BONE CHINA

**КЛЕН** 

[www.klenmarket.ru](http://www.klenmarket.ru)  
(495) 925-00-87, 925-51-87



## «Ашан» наступает на новые города

Компания «Ашан» продолжает свое развитие в регионах. В 2012 году ритейлер планирует открыть свои первые гипермаркеты в Ульяновске, Волгограде, Рязани, Тюмени, а также второй в Нижнем Новгороде. Общая сумма торговых площадей «Ашан» в связи с новыми открытиями увеличится на 53 тыс. кв. м.

Источник: [www.shopandmall.ru](http://www.shopandmall.ru)

## Новинки компании «Пилот МС»

Ассортимент компании «Пилот МС» пополнили изделия из керамики **TM Vesta** (Китай). Это горшки различной емкости, форм и расцветок. Также в продаже появились новые линии сковород-гриль с антипригарным покрытием от торговой марки **Risoli** (Италия) и жаропрочная посуда китайской торговой марки **Mijotex** (в наличии кастрюли и формы для запекания разных размеров).



## Известная марка представлена в Екатеринбурге

В Екатеринбурге открылся первый концептуальный салон всемирно известной марки посуды **Wedgwood**. Салон расположен в клубном доме «Тихвинь». Здесь представлены не только новинки компании, но и широко известные дизайны Wedgwood.

## «Спецторг» стал эксклюзивным поставщиком Saflon

Компания «Спецторг» стала эксклюзивным поставщиком алюминиевой посуды Saflon (Турция) в России. Посуда Saflon имеет трехслойное антипригарное покрытие **QuanTanium** фирмы **Whitford**. На товар предоставляется гарантия 2 года.

## Risoli замечены в «Сухаревке»

В ассортименте профессиональной посуды магазина Cash & Carry компании «Сухаревка» появилась новая серия напалитной посуды итальянской марки **Risoli** с антипригарным покрытием **Teflon Classic**. Сковороды выполнены из литого алюминия толщиной 7 мм, что обеспечивает их легкость при высокой прочности и быстром нагреве. Изделия имеют удобную бакелитовую ручку, пригодны для мытья в посудомоечной машине.

## ПОСУДА С CERAMIC ОТ «ЛОМОНОСОВСКОЙ КЕРАМИКИ»!



«Ломоносовская керамика» представила новую серию посуды с антипригарным керамическим покрытием торговой марки **NaturePan – Ceramic**. Специальное дно изделий позволяет готовить на всех типах плит, включая индукционные. Керамическое покрытие одного из ведущих производителей (Хриде, Южная Корея) обладает повышенной устойчивостью к воздействию металлических кухонных аксессуаров. Терракотовый цвет вызывает приятные ассоциации с натуральной керамической посудой. В серию Ceramic входят сковороды диаметром: 20, 24, 26 и 28 см, ковш 1,5 л и кастрюля 2,5 л.

## «РОЗОВАЯ» СЕРИЯ ОТ TM DURALEX



Компания «Белый парус» пополнила ассортимент новой коллекцией французского производителя посуды из ударопрочного стекла **Duralex International**. Серия **Beau Rivage** выполнена в новом цветовом решении – **Pink**. Продукция TM Duralex устойчива к механическим повреждениям и термическим воздействиям, идеально подходит для использования в микроволновой печи и посудомоечной машине.

## «ВОСТОЧНЫЙ ПУТЬ» ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВИНКУ МАРКИ NEOWAY™ ОТ ORIENTAL WAY®



**Oriental Way®** продемонстрировала новинку от марки **NeoWay™** – пластиковые контейнеры для СВЧ серии **Fresh control**. Благодаря уникальному устройству крышки со специальными защелками и силиконовым уплотнителем в контейнерах **Fresh control** удобно хранить и транспортировать бутерброды, салаты, горячие и холодные блюда, а также жидкие продукты. Контейнеры **Fresh control** можно использовать при температуре до 120 °С. Они предназначены только для разогревания продуктов в микроволновой печи (обязательно со снятой крышкой).

## ВОТ ЭТО НОВОСТЬ!



### Дорогие партнеры!

Мы с удовольствием сообщаем вам о подписании дистрибуторского соглашения с одним из старейших и наиболее крупных производителей свечей в мире – немецкой фирмой **Muller Kerzen AG!**

На наш склад уже поступил широкий ассортимент свечей с польского завода Muller.

Вся продукция имеет штрихкоды и отлично подходит для магазинов формата самообслуживания. Спешите делать ваши заказы на самый горячий ассортимент для предпраздничных продаж!

Наш персональный менеджер с удовольствием проконсультирует вас и поможет оформить заказ по телефону +7 (495) 510-68-35.

[www.houseware.ru](http://www.houseware.ru) [www.milydom.ru](http://www.milydom.ru)

С уважением,  
коллектив ООО «УютДепо» (Милый дом™)



The logo for CERVE, featuring a stylized red icon of a glass or bowl to the left of the word "CERVE" in a bold, red, sans-serif font.

«CERVE» — итальянская компания, одна из крупнейших в Европе по производству посуды из декорированного и прозрачного стекла. Многолетний опыт работы позволяет компании «CERVE» выпускать широкий ассортимент стеклянной посуды, способный удовлетворить даже самый изысканный вкус покупателя. Благодаря современным технологиям, деколи остаются яркими и свежими в течение многих лет использования. Полную линейку посуды торговой марки «CERVE» Вы сможете приобрести в ООО «Корпорация ПЭМБИ».

The logo for PEMBI, featuring a stylized red icon of a glass or bowl to the left of the word "ПЭМБИ" in a bold, red, sans-serif font, with "КОРПОРАЦИЯ" in smaller letters below it.

**ПЭМБИ**  
КОРПОРАЦИЯ

620141, Екатеринбург, пер. Проходной, 7, тел/ф: (343) 323-36-26

## Черные, синие, лиловые!

Торговая марка **Bekker** представила новинку – алюминиевые сковороды с керамическим антипригарным покрытием. Толщина стенки – 2,5 мм, ручка бакелитовая. В ассортименте изделия трех цветов – черные, синие, лиловые. Размерный ряд – от 20 до 30 см в диаметре.



## Новые деколи Lubiana

Торговая фирма «Марита» представила новые деколи фарфоровой посуды Lubiana от польского производителя Lubiana SA. Изделия этой марки отличаются удачным сочетанием замысловатых и простых форм, а также современным и классическим дизайном деколей. В ассортименте фирмы «Марита» – четыре новые деколи: «Васильки», «Весеннее настроение», «Тюльпан» и «Флора».



## У казана есть крышка-сковорода, если он от Kukmara!

Kukmara выпустила новинки – литой казан с антипригарным покрытием объемом 4 л с крышкой-сковородой (линия «Традиция») и казан аналогичной конструкции, но без покрытия. Наличие крышки-сковороды расширяет функциональные возможности посуды.

Литой толстостенный корпус обладает особыми термоаккумулирующими свойствами, позволяющими готовить блюда с неповторимыми вкусовыми качествами. Мясо в такой посуде получается сочным, плов настоящим, а рыба нежной. Для производства казана с крышкой-сковородой с антипригарным покрытием используется высококачественное покрытие Greblon New-Tec (Германия), без PFOA.

## ЭМАЛИРОВАННЫЙ ЧУГУН CHASSEUR



В ассортименте компании «Радиус» появился эмалированный чугун от французской компании Chasseur. Каждое изделие покрыто двойным слоем эмали как с внешней, так и с внутренней стороны. Первый слой эмали защищает чугун от коррозии и делает края более гладкими. Второй слой закрепляет цвет, делает покрытие очень прочным, защищает от впитывания запахов. Чугунная крышка идеально прилегает к краям посуды, таким образом достигается паровая конвекция, придающая

пище особый вкус и аромат.

Посуда Chasseur пригодна для использования на всех видах плит: газовых, электрических, стеклокерамических, индукционных и галогеновых плитах нового поколения, а также в духовке и на гриле.

Также компания «Радиус» расширила свой ассортимент в категории «Столовые приборы» серией **Kreuzband** от известного немецкого производителя **HEPP**. Приборы серии Kreuzband выполнены из нержавеющей стали марки 18/10. Изящный дизайн позволит привнести элемент классики и высокого стиля любому столу. Данная серия идеально сочетается с классической сервировкой и фарфором, например серией **Mozart** от **Bauscher**.



## BUFFET ПОПОЛНИЛСЯ!

Промышленно-торговая группа «Мистерия» представила новые столовые приборы торговой марки Buffet, производство – **ЗАО «Диапазон»**.

Изделия выполнены из высококачественного пищевого пластика.



## «СВЯЗНОЙ» БУДЕТ ПРОДАВАТЬ ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА!

Ритейлер сотовых телефонов «Связной» готовится запустить интернет-магазин, предлагающий разнообразные товары для дома. Проект получил название **Enter**, он будет включать в себя интернет-магазин и сеть розничных магазинов в формате шоу-румов. Интернет-магазин Enter, официальный запуск которого запланирован на конец года, будет предлагать покупателям около 20 тыс. товаров, среди них мебель, бытовая техника, электроника, детские игрушки, посуда, ювелирные украшения, спортивные товары, электроинструменты и подарки.

Кроме того, «Связной» планирует открыть около 50 розничных магазинов площадью от 500 до 1 500 кв. м, оборудованных электронными терминалами, с помощью которых покупатели смогут получить информацию о товаре, сравнить его с аналогичными товарами, сделать заказ и оплатить его.

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

## БУТЫЛКА ДЛЯ СПОРТСМЕНА!

Ассортимент ТМ **Biostal** пополнился спортивными бутылками из нержавеющей стали. Бутылки покрыты цветным защитным лаком. Представленные цвета: черный, красный, синий, желтый и оранжевый. Объемы бутылок: 0,5; 0,6 и 0,75 л.





# CALVE®

Premium Quality



**ИСПАНСКОЕ КАЧЕСТВО ПОСУДЫ И АКСЕССУАРОВ**

[www.calve-group.ru](http://www.calve-group.ru)

**(495) 783-34-00**

[info@calve-group.ru](mailto:info@calve-group.ru)

## Зимний Благотворительный Базар 2011

В отеле «Рэдиссон САС Славянская» 26 ноября в рамках Зимнего Благотворительного Базара Winter Bazaar 2011, организованного Международным женским клубом, компания **GreenPan** в очередной раз представила посуду с керамическим антипригарным покрытием **Термолон™** и ярко заявила о себе.

Посетителей привлекла новая коллекция посуды «**Жить здорово с Green+Life**» – совместный проект с известной телепередачей, дизайнерская серия **London Black**, многофункциональные наборы посуды **Hot Pot**, а также яркие приятные кухонные мелочи.

Вырученные от продаж средства были отправлены на благотворительные цели – это и являлось главной целью мероприятия.

Посольство Бельгии в Москве ежегодно становится участником «Зимнего базара». Для компании **GreenPan**, принимавшей участие в данном мероприятии впервые, было почетно занять место среди представительниц Бельгийского посольства.



## ОТЛИЧНАЯ ПОСУДА ОТ РОССИЙСКОГО МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Посуда **CASta** от завода «Металлипорт» (Московская область) – удачное сочетание исконно русских традиций производства (отлитый из алюминия вручную корпус) и передовых европейских технологий (новейшие покрытия от компании **Weilburger coating GMBH** (Германия)).

«Металлипорт» – единственный отечественный производитель литой посуды, который процесс производства начинает с выплавки пищевого алюминия. Лабораторный анализ каждой плавки металла позволяет сделать посуду **CASta** не только красивой, но и безопасной.

Хорошая хозяйка оценит тяжелый корпус посуды, сохраняющий тепло, а также замечательные свойства немецких покрытий.

**CASta POSITIVE** – уже привычная литая посуда с антипригарным покрытием.

**CASta CERAMICA** – литая посуда с керамическим покрытием, завоевывающая все большую популярность среди российских потребителей.

**Подробнее о посуде можно узнать у производителя ООО «Металлипорт».**

**Адрес: Россия, Московская область, г. Королев, пр. Королева, 3Д  
Тел. +7 (495) 544-24-82**



## БЛИННАЯ СКОВОРОДА ОТ «НЕВА-МЕТАЛЛ ПОСУДА»



Завод «Нева-Металл Посуда» представил новое изделие в серии литой посуды с четырехслойной антипригарной полимеркерамической системой **ТИТАН ПК** – блинную сковороду диаметром 26 см. За счет четырехслойной структуры изделие имеет улучшенные потребительские свойства: при приготовлении пищи разрешается использовать металлические столовые приборы. Антипригарное покрытие **ТИТАН ПК** на водной основе изготовлено без использования PFOA и относится к самому безопасному, четвертому классу по ГОСТ 12.1.007-76. На каждой упаковке есть информация об этом и соответствующие знаки.

## «ПОЛИСТАР ГЛОБАЛ АРТ» ГОТОВИТСЯ К СОЧИ 2014!

Компания ООО «Полистар Глобал Арт» стала официальным лицензиатом Оргкомитета «Сочи 2014» в категории «Посуда» (стеклянная, фарфоровая, керамическая).

Компания получила право на производство и продажу продукции с символикой XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в 2014 году в городе Сочи, включая логотип «Сочи 2014», а также изображение талисманы, пиктограммы и т.д.

С самого начала компания задает высокую планку и максимально высокий уровень качества лицензионной продукции «Сочи 2014». Это особенно важно для категории «Посуда», поскольку именно такие вещи используются в повседневной жизни и именно они опосредованно влияют на общее восприятие первых в истории России зимних Олимпийских и Паралимпийских игр.

Данная возможность позволяет компании и ее партнерам стать активными участниками в подготовке Игр и их проведении. Хотелось бы подчеркнуть государственную важность этой задачи, ведь совместная работа производителей, поставщиков, предприятий торговли и государственных органов с лицензионными товарами позволит найти новые возможности взаимодействия для достижения общей цели – достойного проведения Олимпиады в нашей стране.

«Премьерные» товары появятся в интернет-магазине «Сочи 2014», который скоро начнет свою работу.

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



## Новинка от TalleR!



Компания TalleR выпустила новый набор посуды «Аддисон» (TR 1090). Набор состоит из 8 предметов – 3 кастрюли с крышками: 1,8; 3 и 5 л, ковш 1,8 л и бекелитовая подставка. Крышку от кастрюли 1,8 л можно использовать для ковша. Набор выполнен из нержавеющей стали марки 18/10, толщина стенок посуды 0,7 мм, толщина капсулированного дна 5,2 мм, что позволяет равномерно распределять тепло и сократить время приготовления блюд. Отметим стильный дизайн набора. Комбинированные крышки выполнены из стали и стекла. Необычное сочетание матовой и зеркальной полировки не оставит равнодушной ни одну хозяйку и станет настоящим украшением кухни! Набор посуды подходит для всех типов плит, пригоден для мойки в посудомоечной машине.

ООО «Техбалт Таллер», тел.: +7 (812) 290-66-83, 290-66-84, [www.taller.ru](http://www.taller.ru)

## КОРОТКО...

Сеть товаров для дома «Уютерра» открыла очередную магазин в городе Иваново (ТЦ «Евроланд»).

Завод пластмассовых изделий «Альтернатива» представил новинку – емкости для сыпучих продуктов «Мечта хозяйки».

Торговая марка «Коралл» пополнила ассортимент фарфоровыми изделиями повышенного уровня белизны high white. Каждый предмет декорирован под «золото».

Компания «Промснабфарфор» сообщила о поступлении новинок. Это чайные наборы из фарфора с изящным рисунком. Чашка имеет большой объем. Изделия представлены в прозрачной упаковке.

Фабрика «Мануфактуры Гарднер в Вербилках» запустила новый сайт – [www.gardnerporcelain.com](http://www.gardnerporcelain.com).

Компания «Интерхосторг» расширила свой ассортимент стеклянной посудой из Гусь-Хрустального. В перечень новинок вошли чайные и пивные кружки, наборы стопок и пепельниц, креманки и вазы. Дизайн посуды прост и лаконичен: прозрачное стекло с декором, выполненным методом деколирования.



**TalleR**

Живи со Вкусом!

## Коллекция термосов

В холодное время года как никогда хочется согреться кружкой травяного чая или ароматного кофе. Сохранить тепло и аромат напитков вам помогут термосы TalleR. Линейка данной продукции разнообразна – от 0,5

до 2,5 литров, в различной комплектации и цветовой гамме.

Все термосы TalleR изготовлены из высококачественной нержавеющей стали 18/10, прочны и устойчивы к деформации, обладают высокими антикоррозийными свойствами. Двойные стенки и находящийся между ними вакуум минимизируют теплообмен, а внутренние стенки термоса сохраняют температуру содержимого.

Путешествуйте и отдыхайте зимой с удовольствием! Согревайтесь вместе с TalleR!



КОНСУМЭКСПО

17-20 января 2012

Москва, Краснопресненская наб., 14  
ЦВК «Экспоцентр», стенд № FE 115



## Новинки от компании «Джи-Лиан»

Компания «Джи-лиан» спешит сообщить о пополнении коллекции фарфоровой посуды торговой марки **Auratic**.

Auratic – это высокое качество, классические форма и дизайн, стильная упаковка, а самое главное – низкая цена!

Тел. +7 (495) 617-41-53  
[www.Ji-lian.ru](http://www.Ji-lian.ru)



## КАК ВАМ НОВАЯ НОЖКА «ЛАРГО»?



Чешские и словацкие заводы ежегодно производят десятки миллионов изделий из стекла, которые с успехом продаются по всему миру. Причина такого успеха – использование современных технологий и смелых дизайнерских решений. Это обеспечивает высочайшее качество продукции, заключающееся в потрясающей чистоте, функциональности, грациозности форм и красоте. Каждый бокал, особенно выполненный вручную, – это прозрачность и блеск! К этому стеклу хочется прикасаться, им хочется любоваться и хранить его рядом с собой.

Сочетание вековой традиции производства с современными инновационными технологиями позволяет компании «Ронэкс» предложить огромный выбор бокалов завода **RONA**. Основными принципами компании являются дизайн, качество и сервис. Стеклопосуда из Словакии станет замечательным подарком на годовщину или юбилей. Этой осенью компания «Ронэкс» предлагает обратить внимание покупателей на новый декор и измененную форму ножки бокала «Ларго».



Тел. +7 (495) 231-45-88  
[www.ronex-m.ru](http://www.ronex-m.ru)



**HAUS profy**  
solingen ★★★★★

**ВЫБОР**  
*профессионалов*  
profy **для Вашего**  
**ДОМА**



ГРУППА КОМПАНИЙ  
«ИИС-ПОСУДА»

**WWW.IISPOSUDA.RU**  
+7 (495) 984-6430/29



# 质量 *Джи-Лиан*



г. Москва, ул. Сельскохозяйственная, д. 7/1, стр. 2,  
офис 3. тел. (495) 617-41-53

[www.ji-lian.ru](http://www.ji-lian.ru)

★ STAR FESTIVAL ★  
auratic



# ДРАКОША НА СТОЛЕ

**Совсем скоро мы будем встречать Новый 2012 год. Многие из нас с нетерпением мечтают отметить этот волшебный праздник с традиционными подарками, загадыванием желаний, весельем и конечно же уютом, исходящим от домашнего очага.**

**Наступающий год по восточному календарю – Год Дракона. Цвет года – черный, а стихия – вода. Встречать его рекомендуется в семейном кругу. Поэтому очень важно уделить особое внимание сервировке новогоднего стола. Ведущие дизайнеры рекомендуют при создании новогодней сервировки особое внимание уделить антуражу.**

## СКАТЕРТЬ

Сервировка новогоднего стола начинается со скатерти. Так как 2012 год – Год Дракона, будет уместно присутствие на скатерти, салфетках или посуде зеленого, желтого и черного цветов. Если ничего подобного в доме нет, подойдет вариант с белой скатертью. Подкрахмаленную и хорошо выглаженную белую скатерть кладут так, чтобы средняя складка приходилась на середину стола. Если вы хотите удивить гостей, вместо скатерти в этом году используйте искусственный снег. Самый простой вариант – использовать в этом качестве кокосовую стружку, ее легче всего убирать. Кстати, стружкой можно украсить не только обеденный стол, но и комоды, консоли по всей комнате. Это создаст атмосферу заснеженного зимнего пейзажа в доме. Также эффект снега на столе можно получить, украсив стол ажурной скатертью. Очень красиво она будет смотреться на синей подложке. Можно сочетать скатерти нескольких цветов, при этом они должны быть разных размеров. Просто положите скатерти друг на друга так, чтобы одна выглядывала из-под другой.



## УКРАШЕНИЕ СТОЛА

Можно украсить стол необычной цветочной композицией, выполненной в новогоднем стиле, или же композицией из фруктов. По центру также можно расположить прозрачную вазу со свечами, плавающими на поверхности воды. Такое украшение наиболее актуально для новогодней ночи 2012, ведь этот год считается Годом Водяного дракона. Хорошо будут смотреться свечи в виде сказочных животных, домиков, снежков. Они придадут столу праздничную атмосферу. Лучше, чтобы они были разные и их было много.

Если декоративные свечи купить забыли, можно взять обычные и обвить их по спирали яркими полосками фольги или дождика.

Маленькие веночки из еловых веточек придадут столу новогоднее настроение. Также для украшения стола подойдут елочные шары и мишура. Оптимальным вариантом станут небьющиеся игрушки. Самое главное: при сервировке стола стоит придерживаться основного правила – все элементы праздничного декора должны сочетаться друг с другом. Вся посуда, используемая для сервировки стола, должна быть выдержана в едином стиле.



## СЕРВИРОВКА

Сервировка новогоднего стола всегда очень торжественное событие. Она занимает центральное место в подготовке к новогодней ночи. Не бойтесь использовать мишуру, блестки и смелые яркие тона. Если речь идет о посуде, то лучше свой выбор остановить на однотонных сервизах. Например, из белого фарфора: такая посуда подойдет к любому цвету скатерти. Не забудьте, с посудой должны гармонировать бокалы и столовые приборы.

На равном расстоянии друг от друга и ближе к краям ставят большие тарелки (по количеству собравшихся). На большую тарелку ставят закусочную. Компания Wilmax предлагает свою коллекцию фарфора для новогодней сервировки.



Далее, справа от тарелки кладут нож (заточенной стороной к тарелке) и ложку, с левой стороны – вилку (и ложку и вилку – выпуклой стороной вниз). Приборы Arthur Price идеально подходят для новогодней сервировки.

Рюмки, бокалы и фужеры ставят перед тарелкой. При сервировке новогоднего стола используются: маленькая рюмка для крепких напитков, бокалы и фужеры для вина, шампанского, соков и минеральной воды. Обращаем внимание также на детали: оригинально может смотреться электрическая гирлянда между приборами на столе.

Компания ARC International презентовала

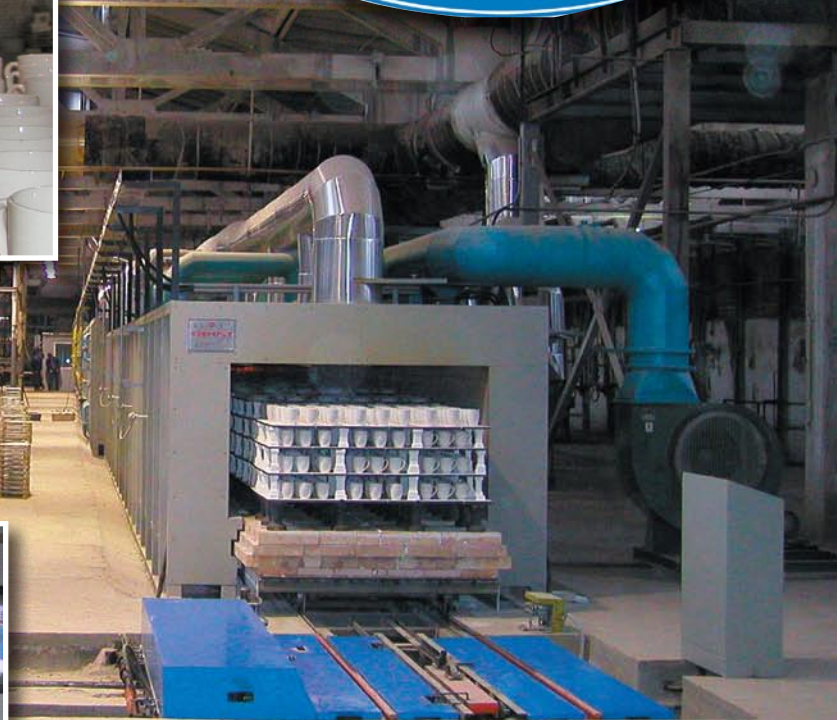


своим клиентам серию бокалов Elixir – прекрасное решение для сервировки любого праздничного стола. Они придадут новогоднему ужину особенную изысканность и подчеркнут торжественность момента. Особые звон и игра света, классическая форма фужеров перенесут вас в уютные зимние вечера вашего детства. Салфетки из ткани кладут, сложив их треугольником, поверх закусочной тарелки. На противоположных сторонах новогоднего стола размещают хлебницы с тонкими ломтиками черного и белого хлеба. Можно использовать модные в этом году металлические хлебницы. В центр новогоднего стола ставят вазу с цветами и фруктами и по всей свободной площади расставляют блюда, тарелки, салатницы, вазочки с холодными закусками, соусники, судки с приправами – уксусом, перцем, горчицей...

Также принято украшать тарелку гостя не только салфеткой. Можно предложить дополнить приглашение на новогодний ужин небольшим сувениром и/или новогодней открыткой с пожеланиями.

Помните, правильное оформление новогоднего стола 2012 не только украсит ваше застолье, но и позволит запомнить этот праздник на долгие годы.





**ГРУППА КОМПАНИЙ  
«ИИС-ПОСУДА»**

**WWW.IISPOSUDA.RU**

**+7 (495) 984-6430/29**



ГК «ИИС-Посуда» закончила первый этап модернизации ЗАО «Первомайский фарфор», запустив новые печи 28 октября 2011 года. Современное оборудование позволяет значительно увеличить объем выпуска и качество продукции, а также создать дополнительные рабочие места.

В ближайших планах завода довести выпуск изделий до 1 200 000 шт. / мес., сократить сроки выполнения заказов клиентов и расширить ассортимент продукции за счет новой линейки наборов в подарочной упаковке и новых актуальных дизайнов.

# SUCCESS MADE BY AMBIENTE\*

## contract business

Полезные контакты, любые решения, полный спектр возможностей. Ambiente не только крупнейшая международная выставка потребительских товаров в мире, но и новые пути развития Вашего бизнеса: обзор рынка, встречи со специализированными оферентами, поиск нужных партнёров для Ваших проектов. Используйте Ambiente для Ваших успехов как важнейшую платформу для контрактного бизнеса.

[www.ambiente.messefrankfurt.com](http://www.ambiente.messefrankfurt.com)

[info@russia.messefrankfurt.com](mailto:info@russia.messefrankfurt.com)

Тел. +7 (495) 649-87-75

# ambiente

10. – 14. 2. 2012

Франкфурт-на-Майне, Германия

\* Ваш успех на Ambiente



messe frankfurt





**RAINSTAHL**  
COOKWARE

PROFIT LTD  
Крупно оптовые поставки  
посуды и бытовой техники  
в Россию и СНГ

**RAINSTAHL - королевский выбор!**

*Отличный выбор  
на долгие годы!*



Капсульное дно  
Ручка из высококачественного пласти  
18/10 Высококачественная хромоникелевая сталь

109428, г. Москва  
2й Вязовский проезд, д. 4А  
info@ltdprofit.ru  
www.ltdprofit.ru

Тел./Факс: (495) 646 80 84  
(499) 171 23 80



ТЕЛЕКАНАЛ

# “PRO Деньги”

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

- ✓ Ваш личный финансовый консультант
- ✓ Мы расскажем Вам, как заработать, сохранить и потратить
- ✓ Программа «Мой Дом» – каждую субботу в 19.00
- ✓ Программа «Недвижимость за рубежом» - каждый четверг и каждую пятницу в 13.30

Он знает,  
как **ЗАРАБОТАТЬ**



Она знает,  
как **ПОТРАТИТЬ**



24  
часа  
в сутки

Представительство завода RONA a.s. (Словакия)  
на территории Российской Федерации и стран СНГ — ООО «РОНА-РУС»  
Россия, г. Москва, ул. Нижегородская, 29-33, стр. 18  
Тел. +7 (495) 232-45-01 (многоканальный). Факс +7 (495) 232-45-02

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

**RONA**

☆☆☆☆☆  
**RONA**



**ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР: «АЛ-Трейд»**  
Россия, г. Москва, ул. 3-я Парковая, 41А. Тел. +7 (495) 234-61-64. E-mail: [info@lafarg.aha.ru](mailto:info@lafarg.aha.ru)  
[www.lafarg.ru](http://www.lafarg.ru)



# *macef* milano

26 – 29 января 2012 г.

international home show



**fieramilano**



[www.macef.it](http://www.macef.it)



Экономьте время и средства! Приобретайте билет онлайн.

## Идеи для сервировки Вашего стола



Бокалы, стаканы и рюмки расставляют в последнюю очередь. Бокалы для красного вина – объемные и слегка пузатые, но их также не следует наливать доверху – чем больше площадь соприкосновения вина с воздухом, тем лучше раскрывается винный букет. Коньяк по той же причине наливают в широкие пузатые бокалы на низкой ножке. Для пива подаются кружки или высокие бокалы, виски наливают в широкие низкие стаканы без ножки. Если на вашем столе стоят красивые бокалы на ножках для вина, то для воды и соков не стоит подавать обычные стаканы – пусть это тоже будут бокалы на длинных ножках. В треугольных бокалах принято подавать мартини и другие вермуты, глинтвейн в высоких кружках с крохотной ручкой, ликер в изящных выгнутой рюмках и пр. Если вы любите коктейли, не забывайте о соло-минках и украшениях – палочках для коктейля, половинках лимонов или других фруктов.

**застольный этикет**



Санкт-Петербург  
т/ф.: +7 812 702 31 09(10)  
факс: доб. 205  
ул. Профессора Качалова д.11



Москва  
т/ф.: +7 495 544 28 28  
+7 499 340 31 90  
г. Королев,  
ул. Силикатная д.10А



Уфа  
т/ф.: +7 347 242 22 53  
ул. Цветочная д.38

# ARC International укрепляет свои позиции



Группа ARC International, мировой лидер в области производства посуды из стекла, подтвердила приобретение мажоритарной части акций ведущего российского стекольного предприятия – Опытного стекольного завода (ОСЗ). Эта сделка заключена в соответствии со стратегией Концерна по развитию и размещению своего промышленного производства в регионе со значительным потенциалом рыночного роста – в России. В связи со столь значимым событием на российском рынке посуды главный редактор журнала Татьяна Ковшова (Т.К.) взяла интервью у генерального директора ARC International по России, СНГ и странам Восточной Европы Франсуа Бонневилья (Ф.Б.), который любезно нашел время для беседы в своем московском представительстве.



**Т.К.:** – Каковы причины, побудившие ARC International приобрести Опытный стекольный завод? Какие ожидания Концерн связывает с этим приобретением?

**Ф.Б.:** – Это решение полностью соответствует стратегии развития компании ARC International. Для более эффективного продвижения на локальных рынках Концерн приобрел в 2003 году завод в Китае, а в 2004-м – в Арабских Эмиратах. И приобретение ведущего российского стекольного производства говорит о том, что мы рассматриваем российский рынок стеклянной посуды как стратегически значимое направление для развития ARC International. Основная цель Концерна – предлагать покупателю технологически совершенную и качественную продукцию, максимально соответствующую его запросам, в том числе по ценовому позиционированию. И чем ближе мы будем к российскому покупателю и к российскому рынку посуды, тем лучшее предложение мы сможем обеспечить. Мы всегда ориентируемся на запросы наших потребителей и поэтому развиваем наши производственные мощности по всему миру. Приобретение ОСЗ позволит нам предлагать российским покупателям еще больше качественной и современной посуды, а также формировать более интересное ценовое предложение в связи с сокращением наших затрат на транспортировку.

ARC International в России занимает лидирующие позиции по продаже столовой посуды, в том числе тарелок. И мы хотим достичь столь же высоких показателей и по продаже питьевого стекла. Покупкой Опытного стекольного завода в Гусь-Хрустальном мы усиливаем наше влияние именно на рынке питьевого стекла. Эта сделка является новым шагом к тому, чтобы через непродолжительное время стать лидером и в этом направлении.

**Т.К.:** – В связи с приобретением этого пакета акций будут ли введены какие-то изменения в управленческий состав ОСЗ, усилится ли контроль за качеством продукции и изменятся ли поставщики сырья? Будет ли расширяться ассортимент производимой продукции?

**Ф.Б.:** – На сегодняшний день Опытный стекольный завод (ОСЗ) – это полноценно функционирующая компания по производству питьевого стекла, выпускающая продукцию под одноименным брендом. К концу 2012 года на заводе также будет выпускаться продукция под брендами Luminaarc и Arcogor. Для обеспечения качества производства, соответствующего уровню этих всемирно известных брендов, на заводе будет усовершенствована система контроля качества, а также в наших планах техническое переоснащение предприятия и совершенствование технологических процессов. Менеджмент завода будет отвечать за качество продукции, выпускаемой под нашими марками в России, так чтобы оно полностью соответствовало уровню качества продукции, выпускаемой на европейских заводах Концерна и заводах других стран. Следуя запланированной маркетинговой стратегией продукция базового ценового сегмента будет выпускаться под брендом ОСЗ, сегмента средний и средний+ под брендом Luminaarc, а под брендом Arcogor будет выпускаться продукция для сегмента

HoReCa. Таким образом, мы в полной мере удовлетворим требованиям различных рынков в этом сегменте.

**Т.К.:** – Продукция, которая будет выпускаться на Опытном стекольном заводе под брендами Luminaarc и Arcogor, будет идентична продукции, выпускаемой под этими марками в других странах?

– Что касается ассортимента ряда, то в разных странах требования покупателей различаются. В каждой стране есть сложившиеся покупательские предпочтения, которые мы всегда внимательно изучаем, и в каждой стране мы производим именно ту посуду, которая будет максимально востребована. Поэтому ассортимент изделий зависит от результатов маркетинговых исследований в каждом регионе, в том числе и в России.

**Т.К.:** – Почему для производства изделий ARC International в России был выбран именно Опытный стекольный завод?

**Ф.Б.:** – После многих лет исследований специалисты Концерна абсолютно убеждены, что Опытный стекольный завод – это на данный момент лучший завод в России по производству изделий из питьевого стекла. Мы высоко оцениваем профессионализм менеджмента ОСЗ. И мы находим, что сложившиеся на этом предприятии традиции производства близки по духу традициям Концерна ARC International – производить качественную продукцию и делать это с высокой эффективностью.

**Т.К.:** – Кого вы считаете главным конкурентом в России?

**Ф.Б.:** – Мы видим основными конкурентами крупные иностранные компании, работающие на рынке стеклянной посуды, в том числе компанию Pasabahce.

**Т.К.:** – В этом году Pasabahce интенсифицировала продвижение своего бренда, каковы планы по продвижению у вашей компании?



**Ф.Б.:** – В наступающем году мы планируем продвигать в среднем и выше среднего ценовом сегменте бренд Luminaс, а в базовом ценовом сегменте бренд ОСЗ. У каждого бренда существует своя стратегия продвижения, сформированная в соответствии с исследованиями российского рынка посуды. Продвижение бренда Luminaс мы достаточно активно проводили и в 2011 году: состоялись широкомасштабные рекламные кампании федерального уровня, также были проведены заметные мероприятия для прессы, активно велось PR-продвижение. В будущем мы планируем еще больше усилий по продвижению наших брендов в России, особенно в среднем ценовом сегменте.

**Т.К.:** – Когда покупатели смогут приобрести изделия, выпущенные на вашем новом российском производстве?

**Ф.Б.:** – Мы только недавно завершили сделку, но работы по переоснащению завода и внедрению передовой системы контроля качества уже активно ведутся. ARC International имеет серьезный уровень экспертизы в производстве стеклянной посуды, благодаря этому, а также огромному опыту и профессионализму наших специалистов мы планируем уже во втором квартале 2012 года начать выпуск продукции под брендами Luminaс и Arcoсog на мощностях Опытного стекольного завода. И уже летом на прилавках появятся новинки, выпущенные на нашем производстве в России!

**Т.К.:** – Будет ли меняться количество дистрибуторов в связи с увеличением объема продукции, производимой в России?

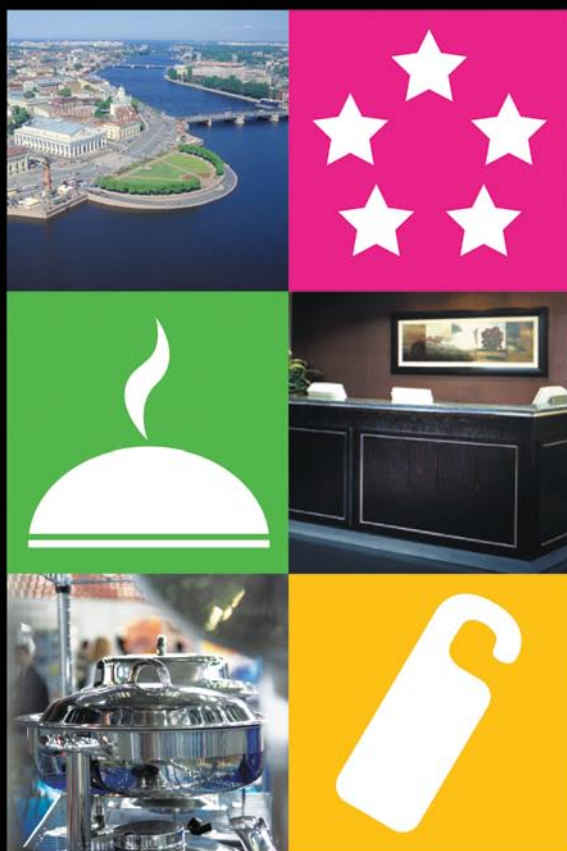
**Ф.Б.:** – Мы не планируем увеличения количества дистри-

буторов. Вот уже много лет мы работаем с одними и теми же проверенными партнерами и очень довольны результатами нашего сотрудничества. На осенних выставках HouseHold Экспо и «ПИР» мы уведомили всех наших дистрибуторов о новой концепции бизнеса Концерна. Сейчас все наши дистрибуторы обновляют схемы поставок, в наступающем году наша продукция будет доставляться как из-за рубежа, так и из Владимирской области, с нашего нового завода.

В заключение можно сказать, что эта инвестиция подчеркивает намерения Группы продолжать укреплять свои позиции в странах с высоким показателем рынка. ARC International предполагает, что в России, с населением более 140 млн человек, рост рынка стеклянных изделий для сервировки стола в течение трех бли-

жайших лет составит порядка 15% в год, и эта тенденция подтверждается цифрами первых месяцев 2011 года.

Гийом де Фужьер, председатель Совета директоров ARC International, заявил: «Эта новая инвестиция позволит нам укрепить наши позиции в таком перспективном регионе, как Россия, и соответствовать растущему спросу российского рынка. Она усиливает в мировом масштабе наши производственные мощности, лидером которых остается завод в г. Арк во Франции, и соответствует глобальной стратегии развития Группы. Нашей целью является завоевание доли рынка, до этого момента нам недоступной по причине высокой себестоимости наших товаров и конкуренции на местном уровне, а также расширение гаммы изделий ARC International, что принесет выгоду всем заводам Группы».



**HOURECA**   
HOTEL · RESTAURANT · CATERING

X специализированная  
выставка индустрии гостеприимства

# ExpoHoReCa

## 1-3 марта 2012

### Санкт-Петербург

Организатор выставки:



тел.: +7 (812) 777-04-07, 718-35-37  
horeca@orticon.com, www.farexpo.ru  
Место проведения: Санкт-Петербург, СКК  
пр. Ю. Гагарина, 8, м. "Парк Победы"

Генеральный  
партнер:



Официальный  
партнер:



Генеральные  
информационные партнеры:



Официальный  
информационный партнер:





# КРАТКО ОБ УКРАИНСКОМ РЫНКЕ ФАРФОРОВОЙ И СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ

По данным операторов посудного рынка в Украине в начале 2010 года насчитывалось около одной тысячи компаний — производителей, импортеров и трейдеров фарфоровой и стеклянной посуды.

Ежегодно темпы роста рынка посуды в 2007-2008 годах оставались стабильными на уровне 30-40%. В 2007 году объем рынка в денежном выражении составил около 50 млн. долларов США, а по оценкам экспертов в 2009 году этот показатель составил 90 млн. долларов США (частично за счет роста цен).

По прогнозам экспертов, в 2011 году объемы украинского рынка посуды должны были составить около 120 млн. долларов США. Однако итоги подводить еще рано. Важно отметить, что в настоящее время, объемы продаж посуды на рынке Украины бьют рекорды в преддверии футбольного чемпионата Евро-2012. Но следует также обратить



внимание, что эта тенденция после Чемпионата по футболу может обернуться резким падением сбыта продукции.

По мнению экспертов, в основном рост украинского рынка посуды достигается за счет импорта. Соотношение импортной продукции и продукции отечественного производства на рынке посуды, в среднем составляет 80% к 20%.

Как отмечают операторы рынка, безусловными лидерами по постав-

кам фарфоровой и стеклянной посуды в Украину все еще остаются производители из Китая. Однако конкурентами отечественных производителей посуды на украинском рынке являются не только компании из Поднебесной. Кроме китайской продукции активно поставляется посуда из Турции, Германии, Польши, Чехии, Италии и других стран. Наиболее известные в Украине иностранные компании — производи-







тели предметов для сервировки стола: **Leonardo** (Германия), **Moser** (Чехия), **Miracle Dynasty** (Китай), **Butterfly** (Великобритания) и т.д. Также пользуются спросом изделия для приготовления и хранения пищи торговых марок **Berghoff** (Бельгия), **Tefal** (Франция), **Röndell** и **Gipfel** (Германия), **Vinzer** (Швейцария), **Hebei Yirun** (Китай), **Eagle Pewter** (Великобритания).

Специалистами отмечено, что в нижнем и среднем ценовых сегментах преобладают китайские производители, которые предлагают «аналоги» продукции французских, итальянских и бельгийских производителей.

Однако, хочется отметить также и украинских производителей, которые продолжают производить стеклянную и фарфоровую посуду в сложных экономических условиях.

### СПРАВКА

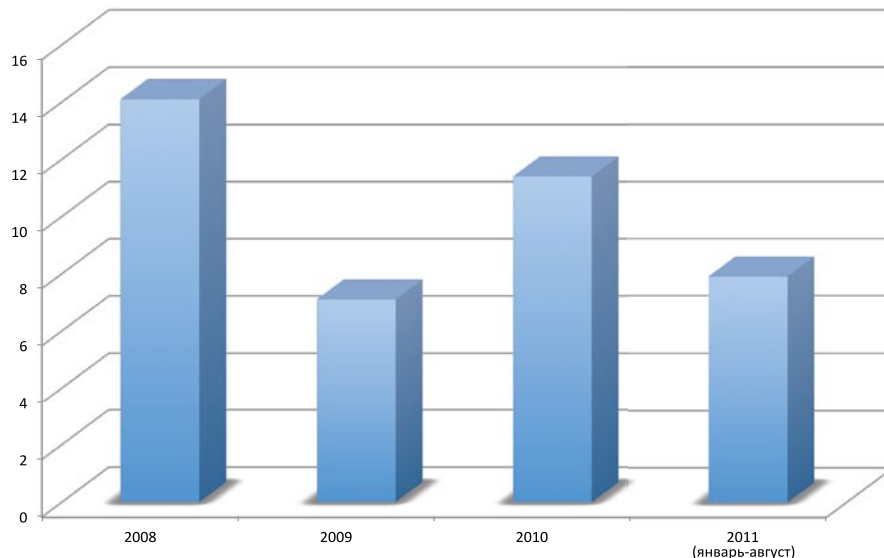
• Основным производителем стеклянной столовой и кухонной посуды в Украине по итогам 2010 г. является ООО «Попаснянский стекольный завод», который был основан в 1917 году. Это современное технически оснащенное предприятие по производству высокохудожественных стеклоизделий из цветного, молочного и прозрачного стекла методом выдувания и прессования, а также ручным изготовлением. На заводе производится более 100 наименований продукции, которая экспортируется в Германию, Голландию, Грецию, Италию, США, Канаду и другие страны ближнего и дальнего зарубежья.

• ОАО «Запорожский завод сварочных флюсов и стеклоизделий» является крупнейшим в Украине производителем стеклопосуды. Сегодня в номенклатуре предприятия более 40 видов стеклоизделий, такие как тарелки декорированные, стаканы, салатники и др.

• ЗАО «Сумской фарфоровый завод» производит порядка 150 наименований фарфоровой продукции. Кроме фарфоровой посуды завод производит также уникальные и эксклюзивные сувениры.

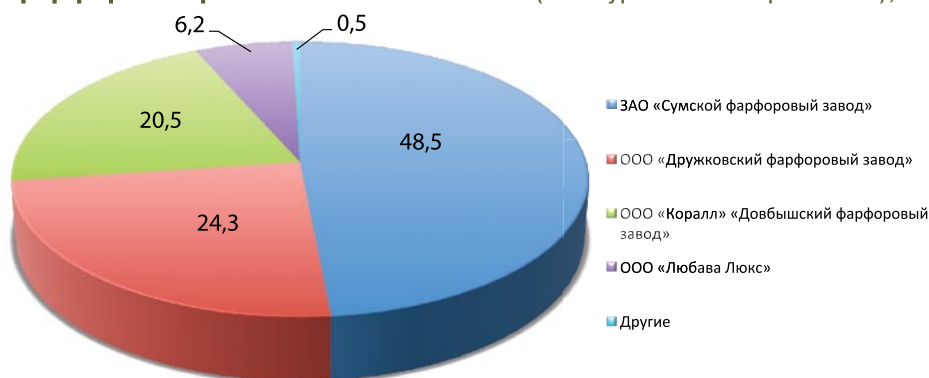
Динамика импорта посуды столовой и кухонной из фарфора в Украину в 2008 -2011 гг., млн. долл. США

Схема 2



Основные производители посуды столовой и кухонной из фарфора в Украине по итогам 2010 г. (в натуральном выражении), %

Схема 3



АОЗТ «Сумской фарфоровый завод» по оценкам потребителей, выпускает продукцию высокого качества, что подтверждено наградами на конкурсах и выставках: 2003 год - финалист всеукраинского конкурса качества продукции «100 лучших товаров Украины» в номинации промышленные товары; 2007 год - победитель всеукраинского конкурса – выставки «Лучший отечественный товар 2007 года» в номинации «Производство фарфора, фаянса и стекла»; 2008 и 2010 годы по итогам регионального этапа всеукраинского конкурса качества продукции «100 лучших товаров Украины», победитель в номинации «Промышленные товары для населения»; 2009 год - лауреат

конкурса «100 лучших товаров» в номинации «Промышленные товары для населения».

Не смотря на непростую экономическую ситуацию, на рынке Украины начали появляться новые производители стеклянной посуды, так в сентябре 2011 года на конференции «Украинский рынок посуды: эффективные стратегии развития», которая прошла в рамках IX международной выставки посуды TableWare успешно было презентовано новое производство Кодрянского стекольного завода.

**Данные предоставлены маркетинговой компанией «Синергия»**



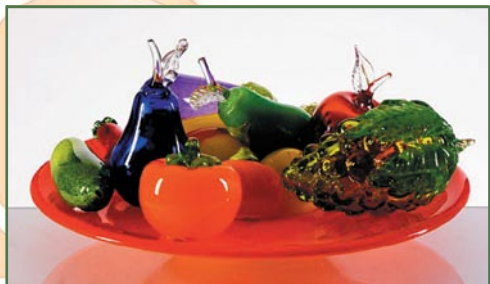


## СЕЗОН НОВОГОДНИХ СКИДОК, ОТКРЫТ!

Украинская компания «Интеркристалл», которая работает на посудном рынке более семи лет объявила акцию сезонных новогодних скидок на ходовой товар.

«Интеркристалл» является официальным представителем белорусского стеклозавода «Неман» в Украине и занимается оптовыми поставками посуды из стекла и хрусталя. За время работы на украинском рынке компании удалось наладить надежные деловые отношения с клиентами из различных регионов Украины. Среди них: «Эпицентр К», «Фирма Вена», «Бармастер», «РЕАЛ ТОРГ», «Юджер», «Проминь», «Спар Луганск» и многие другие.

Быстрая и эффективная работа коллектива компании «Интеркристалл» оставит довольными даже самых требовательных клиентов.



## ЗИМА ОТМЕНЯЕТСЯ!

Компания «Галерея стекла и фарфора» рада представить покупателям новую коллекцию стеклянных кружек ТМ «ОСЗ». Посуда этой торговой марки давно и прочно зарекомендовала себя наилучшим образом на украинском рынке.

Замечательное сочетание «цена плюс качество» позволяет ей активно удерживать лидирующие позиции в продажах. Динамично развивающееся предприятие «ОСЗ» постоянно радуется своих покупателей новинками форм и декора. Новая коллекция цветов: ромашка, георгина, календула, напоминает покупателям о солнечных летних днях и дарит эмоциональную радость.



В выставочном зале компании «Галерея стекла и фарфора» каждый покупатель сможет найти весь ассортимент изделий на любой вкус и цвет.

На международной выставке посуды TableWare в Киеве с 1 по 4 февраля 2012 года «Галерея стекла и фарфора» продемонстрирует покупателям полный ассортимент изделий ТМ «ОСЗ», а также новинки 2012 года. Приглашаем посетить стенд компании!



## ДОЛОЙ СТЕРЕОТИПЫ!

Традиционно антипригарное покрытие имеет черный цвет. Компания «БИОЛ» представила новые цветовые возможности в области антипригарных покрытий — покрытие Eterna в светлом тоне.

Долой стереотипы! Под таким названием ознаменовался выпуск новой линии сковород «Шарм» со светлым трехслойным антипригарным покрытием Eterna.

Eterna имеет низкий коэффициент трения, к нему ничего не прилипает и не пригорает, материал устойчив к высоким температурам, гигиеничен. И главное — он более долговечен, чем полимерные антипригарные покрытия, служит десять и более лет.

Хотите получить все свойства антипригарного покрытия плюс современный дизайн, экологичность, возможность использования металлических предметов — выберите линию сковород «Шарм» компании «Биол»!



## ПРИГЛАШАЕМ В УКРАИНУ!

1-4 февраля 2012 года в Киеве в рамках X Юбилейной выставки посуды TableWare состоится семинар-тренинг на тему «Управление персоналом в сфере ресторанного и гостиничного бизнеса. HoReCa сервис на пути к Евро 2012!» и международный профессиональный форум «Индустрия гостеприимства 2012. ЧИСТОТА И ГИГИЕНА». Место проведения Международный выставочный центр, Броварской пр-т, 15.





**01-04  
ФЕВРАЛЯ  
2012**



Международный выставочный центр, Киев, Украина

**Организатор:**

**PARUS** ExpoMedia

Тел.: +38 (044) 484-68-91  
E-mail: info@pem.com.ua

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

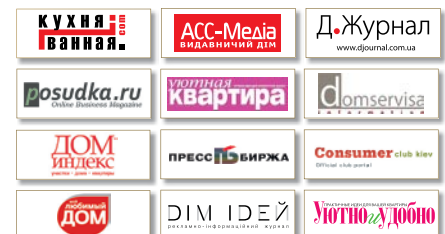
**Генеральные медиа-партнеры:**



**Генеральные информационные спонсоры:**



**Информационная поддержка:**



# international home + housewares show

# 2012

2000 Экспонентов более чем  
из 40 стран

60 000 Профессиональных  
посетителей более чем из  
120 стран

- Новинки и инновационная продукция,  
ещё не представленная на  
европейских и азиатских выставках.
- Экспоненты, способные  
удовлетворить требования по  
ассортименту и логистике закупщиков  
крупнейших розничных сетей.
- Уникальные возможности почерпнуть  
идеи и перенять опыт всемирно  
известных чикагских представителей  
розничной торговли.

10 - 13 марта  
Чикаго, США

Теперь открыты четыре дня!

Суббота 12:30 - 17:30

Воскресенье 8:30 - 17:30

Понедельник 8:30 - 17:30

Вторник 8:30 - 17:00



Информация о выставке и бесплатной  
предварительной регистрации в режиме он-лайн:

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

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

**gia** global  
innovation  
award  
★★★★★  
honoring housewares  
retail+design excellence



INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION®

the home authority

По вопросам посещения выставки обращайтесь:

Demlink Travel, Outgoing Department

Тел.: +7 (495) 6610561, +7 (495) 7976400

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



ILLINOIS. MILE AFTER MAGNIFICENT MILE.

# НЕ ОГЛЯДЫВАЙТЕСЬ, ЛИДЕР ВПЕРЕДИ!

FRESCO  
CERAMICA

VARI



Организовать собственное производство посуды в России – задача не из легких. Компания «Ландскрона» – одна из немногих, кто смог занять свое место на рынке и стал лидером в создании высококачественной литой посуды с керамическим антипригарным покрытием последнего поколения. О том, как удалось реализовать выпуск лучшей кухонной посуды с экологически безопасным и износостойким покрытием, мы попросили рассказать генерального директора компании Игоря Петровича Хмылева.

**Корр.:** – Игорь Петрович, вашу компанию часто называют «технологическим лидером». Что послужило поводом для присвоения такого почетного звания?

**И.Х.:** – Ну, если называют, значит, так оно и есть... Наша компания стремится быть на гребне волны, поэтому, если мы узнаем о новых технологиях и материалах для производства посуды, мы стараемся их использовать. Яркий пример – керамическое антипригарное покрытие третьего и на сегодняшний день последнего поколения от компании Whitford, используемое в наших сковородах марки VARI.

**Корр.:** – Что позволяет «Ландскроне» выпускать посуду с таким инновационным покрытием?

**И.Х.:** – В первую очередь – тесные связи с ведущим поставщиком антипригарных покрытий. Также мы внимательно следим за всеми инновациями в отрасли. Наше предприятие оснащено современным оборудованием, которое помогает минимизировать влияние ошибок рабочего персонала. И тем не менее мы тщательно отбираем наши кадры.

**Корр.:** – В чем преимущество посуды с таким покрытием?

**И.Х.:** – По сравнению с более ранними керамическими покрытиями покрытие Fusion от ведущего мирового производителя Whitford обладает повышенной износостойкостью и дольше сохраняет свои антипригарные качества. При разработке этого покрытия были изучены и учтены все недостатки покрытий предыдущих поколений: это низкие антипригарные качества и быстрая потеря их при использовании.

Внешнее покрытие позволяет применить литую посуду VARI на любых стеклокерамических поверхностях, которые становятся все более и более популярны. Кстати, алюминиевую посуду без внешнего покрытия нельзя ставить на стеклокерамику, поэтому мы и здесь впереди планеты всей.

**Корр.:** – Вы не жалеете, что организовали свое производство в России, а, например, не в Китае?

**И.Х.:** – Причина здесь вполне очевидна: производство на территории России позволяет лучше осуществлять контроль качества материалов и, как следствие, выпускаемых изделий, а кроме того, дает возможность оперативно реагировать на заказы клиентов.

**Корр.:** – Кто является вашим клиентом? К какому ценовому уровню относится ваша продукция?



**И.Х.:** – Наши потребители – это те, кто следит за новинками, ценит качество и надежность. Именно для них мы сегодня выпускаем антипригарную посуду под брендом VARI. Кстати, мы первые в России, кто освоил технологию нанесения керамического покрытия на сковороды и другую посуду.

Что касается второго вопроса, мы работаем с дилерами и крупными федеральными сетями, такими как «Ашан» и «Лента». Там вы можете найти линейки нашей продукции практически во всех ценовых категориях, кроме дешевой. Для нас важно, чтобы покупатели со средним уровнем дохода остались довольными выбором марки VARI.

**Корр.:** – Каковы ваши планы, собираетесь ли вы наращивать выпуск своей продукции?

**И.Х.:** – Безусловно, в скором будущем мы планируем выходить на наиболее перспективные рынки в странах СНГ, более того, наша продукция уже продается в Казахстане и в Украине. Соответственно мы планируем увеличить и производственные мощности. Благодаря нашему принципу – быть первыми во всем – нам удалось увеличить объемы производства на 35% уже в этом году. Надеемся, что и в следующем году наша продукция будет столь же высоко востребована.

ООО «Промышленная компания «Ландскрона»  
196608 Санкт-Петербург, г. Пушкин,  
ул. Автомобильная, 4, лит. К

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



# «АЛЬТЕРНАТИВА» ЕСТЬ ВСЕГДА

**Подходит к концу еще один год. Для любого предприятия, как, впрочем, и для отдельного человека, наступает время делать выводы по результатам проведенной работы, намечать планы на будущее.**

Чтобы двигаться вперед, ставить какие-то серьезные цели, надо четко знать и понимать, на каком этапе развития находится предприятие. В «Альтернативе» несколько последних лет активно шел процесс модернизации производства. И в этом году продолжилось оснащение цехов современными высокопроизводительными станками-автоматами. Увеличивалось количество персонала, шло его обучение. Активно внедрялась «Разумная система Альтернативы», призванная упорядочить и оптимизировать расходы, уменьшить себестоимость продукции и повысить эффективность труда на предприятии.

Компания «Альтернатива» может смело гордиться теми результатами, которых добилась за этот год. Ассортимент продукции увеличился более чем на 200 наименований. Производство невостребованных товаров прекращено. Мы стараемся следить за потребительским спросом, поэтому начали активно расширять линейку детских товаров. Особой популярностью стали пользоваться комоды. В настоящее время ведутся переговоры с такими мировыми компаниями, как Walt Disney, Warner Brothers и другие, по вопросу использования образов их героев на продукции компании «Альтернатива». Помимо этого заключен контракт с производителями спортивного питания на выпуск специальной емкости для фаворки и хранения.

В линейке кухонных изделий также не обошлось без новинок. Дизайнеры постарались при создании салат-



ников, которые отличаются оригинальностью и цветовым решением. Также в этом году нам удалось расширить линейку емкостей для хранения сыпучих продуктов, разнообразив ее дополнительными предметами различной литражности и формы. Компания «Альтернатива» старается удовлетворить требованиям клиентов не только по цвету, но и по форме, а также функциональности. Среди новинок: емкость для обеда, форма для заливного, емкость для миксера, банка для солений. Постоянная работа над ассортиментом позволяет компании быть всегда интересной клиентам.

Расширяя географию поставок, мы понимаем, что перспективы роста наших продаж есть и сегодня. Например, мы никогда не поставляли свой товар в торговые сети, потому что их условия нас не устраивали. А в России таких круп-

ных сетей насчитывается около 30. Сейчас мы на выгодных условиях начали работу и с ними.

Успеха добивается лишь тот, кто прилагает максимум усилий к достижению своей цели. Задача любого производителя, в том числе и «Альтернативы», – продать свой товар. А для этого необходимо, чтобы клиента удовлетворяло и качество изделия, и цена, и условия доставки, и работа менеджеров. Подводя итоги уходящего года, можно сделать вывод, что мы с этой задачей справляемся хорошо, а это значит, все делаем правильно. И в дальнейшем мы будем стараться держать марку.



# КЕРАМИЧЕСКИЕ НОЖИ

Неизменно  
высокое качество  
по доступной цене

**NEOCERAMIC®**  
ADVANCED CERAMIC TECHNOLOGY

КУХОННЫЕ НАБОРЫ  
ИЗ ЦИРКОНИЕВОЙ КЕРАМИКИ  
НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ



**ЦЕНЫ ВАС  
ПРИЯТНО УДИВЯТ!**

- Наборы керамических ножей Neo Ceramic – это эстетическое удовольствие и практическая польза для тех, кто мастерски владеет искусством кулинарии или только осваивает его азы! Это продукт высоких технологий, не знающий себе равных по исключительной эргономичности и максимальной эффективности в работе.
- Набор из трех керамических ножей отличается стильным внешним видом. Белые либо черные лезвия и рукоятки в мягкой термостойкой каучуковой оплетке, а также чеходанчик для хранения этой утвари выглядят роскошно, всем своим видом демонстрируя высокий статус изделия и его владельца!
- Элегантная подставка для ножей будет изящным дополнением кухонного интерьера.
- Лезвия сделаны из керамического материала нового поколения, который по твердости незначительно уступает только алмазам.
- Эти лезвия режут с хирургической точностью и остаются острыми дольше.
- Только эти наборы комплектуются защитными чехлами, которые предохраняют керамическое лезвие от сколов.
- В ассортименте представлены кухонные наборы керамических ножей с белыми либо черными лезвиями, с подставкой либо в удобной коробке, с овощечисткой либо без нее.





9-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»  
павильон 2, залы 10 и 11

**3-6 АПРЕЛЯ**  
**ВЕСНА 2012**

## ДЕЛОВОЙ ФОРУМ

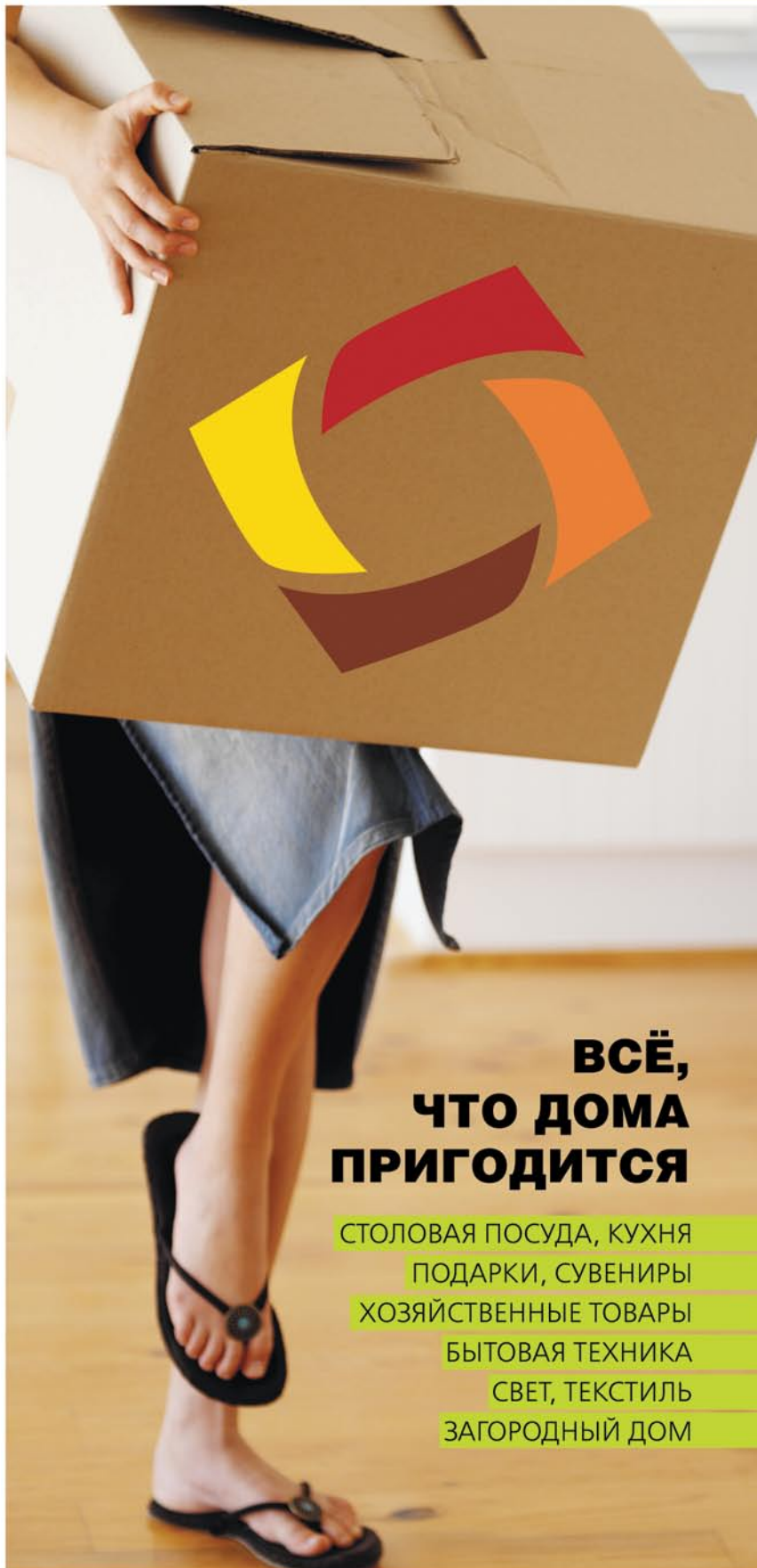
# СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ HOUSEHOLD & OUTDOOR

- Семинары, конференции и мастер-классы «Секреты успешных продаж» от компаний «Супер-розница», Retaility, Retail Training Group, Jos De Vries
- Форум «Всё об интернет-продажах от компании InSales»
- Конференция и круглый стол Ассоциации производителей посуды
- Семинар «Логистика как инструмент повышения эффективности в компании»
- «Лучшая концепция отдыха Outdoor». Мастер-класс, презентации, круглый стол.
- Ежегодная Международная Премия в области товаров для дома «HouseHold Expo-2012 – Новинка»
- Супер-презентация «Посудная мода». «Многоликая керамика. От традиционных гончарных изделий до прогрессивных керамических покрытий»

## HOUSEHOLD OUTDOOR



Экспозиция **HouseHold OUTDOOR** — это широкий спектр разнообразных товаров для загородной жизни и отдыха на природе, который позволит представителям компаний оптовой и розничной торговли обеспечить свой ассортимент всей необходимой продукцией, пользующейся повышенным спросом покупателей в весенне-летний сезон.



## ВСЁ, ЧТО ДОМА ПРИГОДИТСЯ

СТОЛОВАЯ ПОСУДА, КУХНЯ  
ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ  
ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ  
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА  
СВЕТ, ТЕКСТИЛЬ  
ЗАГОРОДНЫЙ ДОМ

### Организаторы

«МОККА Экспо Групп»,  
ГК «Майер Джей Групп»

### Под патронатом

Торгово-промышленной палаты РФ  
Правительства Москвы

Россия, 115093, Москва,  
ул. Люсиновская, 36, стр. 1  
+7 (495) 363-50-32/33  
info@hhexpo.ru www.hhexpo.ru



# ПОСУДА CASTA – сделано на совесть!

## CASTA

«Металлимпорт» – российский производитель алюминиевых сплавов и изделий из них – в 2011 году вывел на рынок новый бренд литой алюминиевой посуды.



Компания «Металлимпорт» начала свою деятельность в 1998 году. Основным направлением в тот момент являлось производство алюминиевых сплавов, в том числе высококачественных пищевых. В 2010 году было освоено производство корпусов литых сковород. Они и сейчас продолжают поставляться российским компаниям для изготовления посуды известных торговых марок. В 2011 году было принято решение о создании собственной марки готовой продукции и появился на свет бренд CASTA, который в настоящее время включает в себя пять линий литой алюминиевой посуды с антипригарным и керамическим покрытием, а также без покрытия.



Вот что рассказал нам **заместитель директора ООО «Металлимпорт» Николай Викторович Ключев:**

– Компания «Металлимпорт» – первый в России производитель литой посуды, контролирующей качество своей продукции еще на этапе получения исходного материала. Изначально являясь производителем высокосортных алюминиевых сплавов, мы проводим лабораторный анализ каждой плавки, чтобы сделать нашу посуду не только красивой и удобной, но и безопасной.

**Корпус** посуды CASTA изготавливается методом ручного литья в кокиль, что дает возможность получить тяжелую качественную заготовку. Мастерство российских литейщиков позволяет придавать корпусам сковород оптимальную форму. Утолщенные борта (4,5 мм) и дно (7 мм) обеспечивают наилучший режим приготовления пищи.

**Современные покрытия** поставляются компанией **Weilburger Coatings GmbH** (Германия), входящей в состав концерна **GREBE GROUP**.

Для разных линий продукции мы используем двух- и трехслойные упороченные антипригарные покрытия, а также новейшие керамические покрытия, которые приобретают все большую популярность у конечного потребителя.

Уникальные терморезистентные свойства внешнего покрытия **GREBLON®-Decor** обеспечивают возможность использовать посуду **CASTA** с покрытием на всех распространенных типах плит, включая стеклокерамические поверхности.

**ООО «Металлимпорт»** договорилось о регулярном контроле качества покрытий специалистами компании **Weilburger Coatings GmbH**, что поможет добиться строжайшего соблюдения технологии и самого высокого качества нанесения покрытий.



*Антипригарные покрытия **GREBLON®** неоднократно подтвердили свое качество при проведении потребительских тестов (Stiftung Warentest, Okotest). Антипригарные покрытия **GREBLON®** продолжают свое время исследования согласно инструкциям (LGA, BfR, FDA, LFGB ...). Новейшие результаты тестовой организации Stiftung Warentest «Сковородки» (01/08) продемонстрировали, что высококачественные покрытия **GREBLON®** показали самые высокие результаты на всех тестируемых поверхностях, в том числе на алюминии.*

[www.weilburger-coatings.ru](http://www.weilburger-coatings.ru)

**Фурнитура** для посуды **CASTA** поставляется из Италии, ведь именно итальянцы являются признанными законодателями в посудном дизайне, соединяя красоту и эргономичность.

В ассортимент торговой марки **CASTA** входят все популярные виды посуды для приготовления пищи – сковороды с высоким и низким бортом, комплекты сковород со стеклянными крышками, блинные сковороды, грили, казаны, кастрюли.

Подробнее об ассортименте продукции под торговой маркой **CASTA** и характеристиках продукции можно узнать у производителя.

**ООО «Металлимпорт»**

Адрес: Россия, Московская область,  
г. Королев, пр. Королева, 3Д  
Тел. +7 (495) 544-24-82



## ВЫСТАВКИ ПО ПОСУДНОЙ ТЕМАТИКЕ

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
<b>«ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА – 2011»</b>	<b>14.12.11 18.12.11</b>
XI Выставка-ярмарка народных художественных промыслов России	Москва Ассоциация «Народные художественные промыслы России»
<b>«НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА – 2011»</b>	<b>14.12.11 17.12.11</b>
Межрегиональная выставка-ярмарка	Белгород БК «Белэкспоцентр»
<b>«НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА – 2011»</b>	<b>14.12.11 19.12.11</b>
Выставка-продажа	Екатеринбург «Уральские выставки»
<b>«НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК – 2011»</b>	<b>15.12.11 18.12.11</b>
Выставка-ярмарка	Санкт-Петербург FarExpo
<b>«РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА – 2011»</b>	<b>15.12.11 19.12.11</b>
Универсальная выставка-ярмарка	Краснодар ВЦ «КраснодарЭКСПО»
<b>«НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА – 2011»</b>	<b>18.12.11 22.12.11</b>
Казахстанская международная ярмарка	Астана (Казахстан) Fair Expo
<b>«НОВОГОДНИЙ СЮРПРИЗ – 2011»</b>	<b>20.12.11 23.12.11</b>
Ярмарка подарков	Архангельск Выставочная компания «КАНТ»
<b>«РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА – 2011»</b>	<b>21.12.11 24.12.11</b>
Универсальная межрегиональная выставка-ярмарка	Пенза Пензенский ЦНТИ

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
<b>«НАКАНУНЕ РОЖДЕСТВА – 2011»</b>	<b>22.12.11 25.12.11</b>
Межрегиональная универсальная выставка-ярмарка	Челябинск ООО «Первое выставочное объединение»
<b>«КОНСУМЭКСПО-2012»</b>	<b>17.01.12 20.01.12</b>
XXIV Международная выставка товаров народного потребления	Москва Экспоцентр
<b>ASIA EXPO</b>	<b>18.01.12 20.01.12</b>
Ярмарка товаров народного потребления	Лондон (Великобритания) Kenfair Exhibition (Hong Kong) Limited
<b>MAISON &amp; OBJET 2012</b>	<b>20.01.12 24.01.12</b>
Международная выставка товаров для дома	Париж (Франция) SAFI
<b>MACEF 2012</b>	<b>26.01.12 29.01.12</b>
Gifts and Houseware Fair Ярмарка подарков и товаров для дома	Милан (Италия) Fiera Milano S.p.A.
<b>TABLEWARE Trade Show</b>	<b>01.02.12 04.02.12</b>
X Международная выставка посуды	Киев ООО «Парус Экспо Медиа»
<b>AMBIENTE 2012</b>	<b>10.02.12 14.02.12</b>
Международная выставка товаров для дома	Франкфурт-на-Майне (Германия) Messe Frankfurt Exhibition GmbH
<b>«ВЕСЕННИЙ САЛОН – 2012»</b>	<b>16.02.12 19.02.12</b>
Специализированная выставка	Тольятти Экспо-Тольятти



**ВЫСТАВКИ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ. ВХОД НА ВЫСТАВКИ БЕСПЛАТНЫЙ ПРИ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ РЕГИСТРАЦИИ НА САЙТЕ WWW.CONSUM-EXPO.RU**



**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:**

**НОМЕСТYLE  
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА**

**СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ**

**ОБУВЬ, КОЖГАЛАНТЕРЕЯ,  
ОДЕЖДА, АКСЕССУАРЫ**

**РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ**

**ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG**



**ЦЕНТР  
ЗАКУПОК  
СЕТЕЙ™**  
forum  
imperia

**17-20 января  
ЗИМА**  
**Е-консум  
ЭКСПО 2012**  
**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ**

Центральный выставочный  
комплекс «Экспоцентр»  
Россия, Москва

**www.consum-expo.ru**

**25-28 сентября  
ОСЕНЬ**



**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:**

**НОМЕСТYLE  
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА**

**СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ**

**РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ**

**ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG**

Организатор:



123100, Россия, Москва, Краснопресненская наб., 14.  
ЦВК «Экспоцентр»

Тел.: (499) 795-26-24, 795-25-74, 795-28-67, (495) 605-75-70  
Факс: (499) 795-25-76, (495) 609-41-68

# «ПАЧЖОУ» ДЛЯ ГУАНЧЖОУ

Chinese Import and Export Fair (Canton Fair), Кантонская ярмарка экспортных товаров, проводится два раза в год в апреле и октябре на юге КНР в городе Гуанчжоу (Guangzhou, или искаженное английское Canton).



**Второй этап выставки** проходил с 23 по 27 октября 2011 года и представил на

длежности и столовая посуда, художественная керамика и фарфор, изделия из стекла, каменные и металлические изделия, подарки – то есть «все, что в доме пригодится».

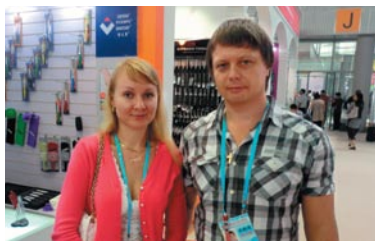
Корреспонденты и представители нашего журнала регулярно посещают эту выставку и отмечают профессиональную работу ее организаторов и руководства. Организаторы выставочного пространства не только заняты зарабатыванием реальных денег от продажи квадратных метров выставочной площади, но и работают на перспективу (в отличие от



Ежегодная выставка в Гуанчжоу (Китай) неизменно остается главным событием на рынке посуды и товаров для дома в Юго-Восточной Азии. История выставки начинается с 1957 года, прошло уже 109 сессий. На выставке-ярмарке представляют свою продукцию компании и производители со всего Китая (количество стендов – свыше 55 000). Сюда ежегодно приезжают деловые люди из более чем 200 стран мира и заключают контракты на суммы в десятки миллиардов долларов. Можно смело утверждать, что сегодня Кантонская ярмарка – крупнейшая выставка в Азиатском регионе (площадь – 1130 тыс. кв. м), а ее сессии в апреле и октябре – важнейшее событие в мире

международного бизнеса. По статистике, в Кантонской ярмарке принимают участие более 20 000 компаний-экспонентов, а количество посетителей превышает 200 000 человек. Последние годы она проводится в выставочном павильоне «Пачжоу» (Pazhou) в три этапа.

обозрение следующие зоны: керамика и фарфор, украшения для дома, предметы для сада и домашнего назначения, кухонные прина-



российских выставок): много времени, денег и сил расходуется на продвижение самой выставки и ее участников. Для этих целей организован официальный брифинг для прессы с подробными докладами руководителей выставки и представителей выставочного комитета и крупных компаний Китая. Все эти мероприятия позволили составить правильное представление о целях, задачах и, конечно, возможностях компаний, которые приняли участие в выставке, а также сработали на дальнейшую перспективу участников выставки приезжать в Поднебесную.



С первых шагов по китайской земле понимаешь, что любой клиент, посетитель выставки, который способен пополнить казну, – самый главный человек в это время. Грамотно выстроенная рекламная кампания встречается нас везде: при прохождении пограничного паспортного контроля, при регистрации на выносных стойках отелей в аэропорту или при посадке во встречающие автобусы мы видим красочные выставочные билборды. Все напоминает о проведении самого главного события этой недели – выставки Chinese Import and Export Fair (Canton Fair). Так что выставка – дело важное и ответственное для

Государственная организация Совет по Развитию Торговли Гонконга – главный организатор выставок, она работает четко и быстро реагирует на все мировые тенденции и выставочные тренды, показывая уверенную положительную динамику развития внутреннего рынка Китая. Экспозиции так систематизированы, что даже впервые попавшие на выставку байеры легко могут найти соответствующую экспозицию.

С каждым годом увеличивается экспозиция, растет количество участников из Ин-

дустрии, Бразилии, Малайзии, Индонезии и Филиппин... К сожалению, российских экспозиций на выставке нет. Мы пока только способны закупать и продавать увеличивающуюся в цене, но достаточно качественную посуду.



Отдельно хотелось бы отметить ударную работу российского представительства Совета по Развитию Торговли Гонконга. Грамотный менеджмент и многолетние устойчивые связи являются за-

логом дальнейшей успешной работы всех участников программы как данной конкретной выставки, так и всего дальнейшего продвижения Гонконга как стратегической торговой площадки в Юго-Восточной Азии.



# ПОСУДНЫЙ РЫНОК В РОССИИ. ОЖИДАТЬ ЛИ ПЕРЕМЕН?

**Конец года всегда сопровождается подведением итогов деятельности участников рынка и построением планов на будущий период. На что же могут рассчитывать представители посудных компаний в 2012 году?**

## В ОБЩЕМ И ЦЕЛОМ

Ожидать кардинальных перемен не приходится. Если не рухнет существующая экономическая модель (форс-мажор), рынок сохранит взятый ранее курс и не уйдет от прежних темпов развития. Такого мнения придерживается большинство оптимистически настроенных представителей компаний. Более того, оптимисты предполагают, что ситуация может улучшиться. В качестве подтверждения своих прогнозов они ссылаются на возможность наступления более благоприятной рыночной конъюнктуры, снижение уровня инфляции (в 2012 году уровень инфляции составит всего 5-7% по сравнению с нынешними 7-8%) и рост средней заработной платы (в Москве она уже, по некоторым подсчетам, составила 46 тыс. руб., а в Подмосковье повысилась на 11% по сравнению с прошлым годом). Кроме того, в их пользу работает и главный критерий экономического со-



стояния – стоимость нефти на мировом рынке. По прогнозам аналитиков, ценовая вилка в 2012 году составит \$45-95 за баррель (в 2011 году ценовой интервал меньше, \$45-87).

Пессимистический прогноз, если можно так выразиться, также не несет в себе явного краха, скорее не радостно настроенные участники рынка ожидают более замедленного роста для самих себя и не хотят рисковать инвестиционными вложениями.

Уместно будет сказать и о компаниях, чьи руководители решили занять нейтральную позицию: и в плане развития собственного бизнеса, и в плане подстраховки своего положения на рынке. Для них важно не то, что произойдет, а то, как оперативно отреагировать на любое изменение. Это довольно интересная модель поведения в условиях равновозможного развития как благоприятного, так и нежелательного сценария.

Вообще, надо отметить, что все участники рынка встречают наступление нового года с настороженностью. Вероятная нестабильность, в том числе связанная с неустойчивостью в банковской сфере, лишает многих игроков возможности прито-

ка заемных средств, необходимых для развития собственного бизнеса. Инвестировать в собственную деятельность без внешней подстраховки рискованно, сегодня предприниматели предпочитают иметь некоторую финансовую подушку на случай внезапного спада. Все это сдерживает развитие рынка, замедляя темпы роста, свойственные более благоприятному экономическому периоду.

## В ЧАСТНОСТИ...

При анализе посудного рынка, как правило, рассматривают основные группы посудных изделий, к которым относятся **предметы из алюминия** (в том числе посуда с антипригарным покрытием), **нержавеющей стали** (включая столовые приборы и кухонные инструменты), **стекла, керамики** (с учетом фарфора, ньюбона, фаянса и пр.), **пластика** (включая одноразовую посуду), а также **эмалированная посуда**.

На все рыночные сегменты (в том числе и на вышеперечисленные группы) повлияют в первую очередь стандартные экономические величины: стоимость барреля нефти, уровень ВВП и национального дохода (НД) и пр. А кроме того, окажут воз-

действие финансовые показатели, среди которых в первую очередь можно отметить: ставку рефинансирования, валютный курс, уровень инфляции и пр.

Надо сказать, что перечисленные индикаторы отражают положение дел на рынке уже в течение многих лет, фактически с момента официального перехода от плановой экономики к рыночной. Мы привыкли следить за этими показателями и строить вполне ожидаемые прогнозы.

Сегодня анализ этих показателей исключает резкие скачки валютного курса, сдвиг позитивной динамики в создании НД и др. Картина происходящего на рынке не предусматривает стихийного падения или роста показателей макроэкономического характера в перспективе.

Другое дело – новые индикаторы! Работа по новым правилам Таможенного союза и изменение налоговой базы в связи со вступлением в ВТО, которое, по всей видимости, произойдет в первой половине будущего года, вполне может внести определенные изменения.

Что ждет и сам рынок, и работу его участников? Дать точный ответ не решается никто. Но традиционное недоверие к проведению го-



сударственных мер по регулированию экономики свидетельствует не о самых позитивных ожиданиях.

Практически во всех товарных группах, где имеется доля отечественного производства, для российских производителей есть риск не выдержать конкуренции по цене. Снижение таможенных пошлин автоматически приведет к снижению цен на импорт, приобретение которого сдерживало цены российских производителей и поставщиков на альтернативную продукцию (все-таки низкие цены российских производителей были привлекательнее для многих закупщиков, чем импортная продукция по более высокой цене).

Понимая возможность наращивания торгового оборота, зарубежные торговцы могут предпринять все меры, чтобы укрепить свои позиции в будущем, проще говоря подыграть на снижении цен своих брендов. Скорее всего, ряд компаний, работающих с импортом, просто-напросто начнут открыто демпинговать, привлекая внимание покупателей. Помимо этого в ход будут пущены все средства агрессивного маркетинга, включающие проведение массовых рекламных акций.

Таким образом, эксперты предсказывают **снижение цен на алюминиевую посуду** с антипригарным покрытием в низком ценовом сегменте в среднем на 10-15%. Что касается среднего ценового уровня и выше среднего, то здесь посуда подешевеет не столь сильно или, точнее, это не будет так заметно (играет роль изначально более высокая ценовая категория), все-таки с ростом качества и показателей износостойкости антипригарной посуды разрыв в конечных ценах разных производителей не так ощутим.

**Эмалированные изделия** вполне могут выдержать вынужденное ценовое соревнование (**цены сохранятся на прежнем уровне**), поскольку альтернативная продукция из других стран находится в тех же финансовых рамках. И надо отметить, что главные российские произ-

водители эмалированной посуды предлагают сегодня изделия очень высокого уровня, не уступающие по качеству и дизайну европейским маркам. При этом в наиболее востребованной средней ценовой категории цены и восточноевропейских и западноевропейских (тем более) производителей заметно выше и вряд ли продемонстрируют падение, даже в случае полного устранения пошлин. Кроме того, в пользу отечественных производителей говорит факт традиционной преимущества территории бывшего СССР покупатели предпочитают приобретать изделия известных производителей из стран СНГ. Это несмотря на то, что Китай «привозит» более низкие цены. Что касается поставок европейской продукции, то конечные потребители уже отдадут себе отчет в том, из какой страны осуществлена поставка (точнее: где реально размещено производство и чьими руками сделан товар), и, наученные горьким опытом приобретения некачественных китайских дешевых, предпочитают не рисковать. Одним словом, в сегменте эмалированной посуды отечественный производитель может продолжать работать спокойно. В качестве показательного примера можно привести опыт украинского бренда «Биол», который, несмотря на ВТО, сохраняет свою конкурентоспособность и пользуется устойчивым спросом у населения.

В секторе посуды из нержавеющей стали ситуация не равнозначная. На сегодня рынок заполнен нержавеющей явно не российского и, уж конечно, не европейского производства. Практически вся сталь приходит из Китая и других азиатских стран, в частности Индии (и эта тенденция будет усиливаться в дальнейшем). Бренд, исполнение на европейский манер и вводящая в заблуждение реклама уже не воздействуют на покупателей, тем более после ряда громких разоблачений. Российская марка «Гурман» и продукция Ашин-

ского завода на фоне такой картины чувствуют себя вполне сносно, даже уверенно, поскольку их продукция полностью соответствует потребностям подавляющей массы покупателей по цене, дизайну, износостойкости и эксплуатационным характеристикам.

Однако некоторое вытеснение отечественных брендов, главным образом из-за неконкурентной цены, вполне возможно. Сегодня рынок нержавеющей посуды, подвержен и структурным сдвигам и ценовыми корректировкам, поскольку это один из самых стабильно развивающихся посудных сегментов! Насколько можно потерять по цене российским производителям, сказать сложно. 12-17 или 7-11% – таков вероятный прогноз некоторых участников рынка. Но скорее всего, ценовые изменения будут носить временный характер: на смену непродолжительному увеличению будет приходиться некоторый спад и так в течение всего года, поэтому суммарное увеличение цены в целом окажется незначительным и не приведет к серьезным поправкам в деятельности отечественных производителей и поставщиков такой продукции.

Что касается изделий из стекла, то здесь у российских производителей достаточно сильные позиции и сместить их вряд ли удастся. Тем более, что два главных гиганта – Опытный стекольный завод и Борский завод находятся в руках зарубежных инвесторов: ARC International (Франция) и Pasabahce (Турция) соответственно. Что касается Васильевского стекольного завода, то он также имеет достаточно сильные позиции и представляет на рынке в том числе уникальные изделия. Поскольку все лидеры стекольной отрасли находятся непосредственно на территории РФ, они имеют конкурентное преимущество по логистике, расходы на которую весьма существенно влияют на цену продукции, особенно в сегментах эконом-класса и среднего.

По керамике и в особенности фарфору грядущее вступление в ВТО чревато еще большим упадком отечественной отрасли, нежели сегодня. И без того обескровленные заводы из числа тех, что еще пытаются держаться на плаву, просто не смогут конкурировать с потоком керамических изделий, который обязательно хлынет на отечественный рынок после снижения цен и открытия таможенных барьеров... К сожалению, отсутствие нормально функционирующего оборудования, не говоря уже о современных высокопроизводительных линиях, утеря производственных навыков (с керамикой работает все меньше и меньше человек), катастрофическое положение потенциально трудоспособного населения и до сих пор продолжающееся обворовывание своих же работников просто не позволят выступить с конкурентоспособной продукцией на мировом рынке.

В отношении пластиковой посуды российским производителям уже сегодня стоит подумать о выпуске более интересной и по качеству, и по дизайну продукции. Дело в том, что в России развитие рынка пластиковой продукции фактически идет вдогонку за европейским рынком. Там давно уже переходят на лучшие формы, энергоемкое производство, высокопроизводительные линии. У нас же обновленное оборудование только появляется, и мы пока лишь приобщаемся к работе с ним. Поэтому и по объемам производимой продукции, и по ее разнообразию, а также долговечности нам есть куда расти. Все компании, получившие в собственность или пользование современное оборудование, говорят о том, что до достижения максимальных объемов выпуска им еще далеко. Пожалуй, имеет смысл увеличивать возможный объем выпуска и при сохранении прежних цен отстаивать свое место на рынке наравне с иностранными компаниями.



# АНТИПРИГАРКА – ВАШ ВЕК ДОЛОГ!

**Рынок кухонной антипригарной посуды стремительно развивается и показывает самые высокие темпы роста по сравнению с другими сегментами кухонной посуды. Что позволяет производителям и поставщикам невзирая на критику со стороны покупателей активно продвигаться вперед?**

*К сожалению, респонденты, с которыми нам удалось обсудить данную тему, попросили не называть их имен в силу соблюдения профессиональной этики, которая не предусматривает раскрытия закулисных «игр».*

Оказывается, рынок «антипригарки» наиболее четко отражает потребности современного потребителя. Все дело в применении высоких технологий, которые сегодня используются во всех сферах жизни нашего общества! Вспомним, с каким благоговением мы встречали на отечественных прилавках первую посуду с антипригарным покрытием. Это была настоящая революция. Космические технологии на службе Ее Величества Домашней Хозяйки! Разумеется, все ува-

жающие себя женщины мечтали, чтобы на их кухнях появилась такая посуда.

Постепенно производители посудных изделий стали расширять свой «антипригарный» ассортимент. Разнообразие, с одной стороны, привело к некоторому замешательству со стороны конечных потребителей, а с другой стороны – к усилению лоббирования коммерческих интересов каждого продавца такой посуды.

На повестке дня встал один главный вопрос: на какой срок службы рассчитана антипригарная посуда (кастрюли, казаны, сотейники и пр.)? Чем дольше этот срок, тем, естественно, лучше, но и цена изделия выше.

Всех потребителей также интересовало: можно ли при эксплуатации предлагаемой антипригарной посуды пользоваться металлическими инструментами, такими как стальная лопаточка, нож, вилка, ложка и подобные им? Тот, кто мог ответить на этот вопрос утвердительно, предсказывая достаточно долгую жизнь своей посуде, мог рассчитывать на повышенное внимание к своему бренду со стороны покупателей. И до сих пор одним из возможных способов продвижения является **соответствие покупательским запросам. Даже если преимуществу собственного бренда приходится изобретать.**

В противовес недорогой, рассчитанной на длительный срок эксплуатации посуде, рынок стал буквально заваливаться низкосортной антипригаркой. Ее привозили из стран Ближнего Востока. Эта посуда, как правило, не проходила сертификацию и санитарный контроль. Но с учетом низкой платежеспособности населения, например в периоды экономических спадов, потребители предпочитали дорогим предметам дешевые изделия.



Требование низких цен было взято на вооружение, тем более что завозить дешевки из Китая было гораздо проще, чем везти достойные антипригарные линейки из Европы.

Сегодня ситуация несколько поменялась. Покупатели поняли: приобретение низкокачественной продукции за маленькие деньги обходится дороже, чем приобретение качественной профессиональной посуды.

В настоящее время, на современном этапе развития «антипригарной» истории, на первый план выходят маркетинговые войны. Здесь, как говорится, все средства хороши. Например, на стыке дорогостоящего качества и

дешевого второсортного слива появился новый тренд – **экология**. Разумеется, его появление произошло не на пустом месте. Почву подгото-

*Уже наметилась тенденция к правильному подходу при покупке того или иного антипригарного продукта. Конечный потребитель все больше интересуется технологическими и потребительскими свойствами товара, и в арсенале продавцов остается все меньше маневров для обмана покупателя или использования его невнимательности. Продавец, чтобы не потерять своего покупателя, просто вынужден говорить правду о своем продукте.*





вили разработчики новых антипригарных покрытий. Они предложили варианты покрытий, которые в отличие от предыдущих не наносят вреда здоровью, а полностью отвечают современным экологическим требованиям. Для подтверждения своих слов эксперты и менеджеры, продвигающие на рынок безопасную химию, стали выставлять на всеобщее обозрение красноречивую статистику, которая свидетельствовала о явном вреде PTFE-покрытий, содержащих PFOA – кислоту, испаряющуюся в процессе сушки изделий.

Однако статистику демонстрировали и компании, занимающиеся традиционными покрытиями. Согласно обнародованным ими фактам небезопасные вещества полностью испарялись в процессе высокотемпературной сушки изделий и не могли нанести вреда своим владельцам!

Вообще по данному вопросу каждая компания, занимающаяся антипригарной продукцией, оперировала собственными статистическими данными. Это не означало, что фирмы выносили на всеобщее обозрение ложные факты (хотя встречалось и такое). Достаточно было продемонстрировать те показатели, которые в выгодном свете представляли продукцию определенного производителя.

И до сих пор не существует единого мнения по данному вопросу (хотя практически повсеместно производство PTFE-покрытий осуществляется без PFOA). Домохозяйки пребывают в растерянности: что можно, а что нельзя или, точнее, что вредно, а что нет?

Оставим на некоторое время этот вопрос без ответа и обратимся к продажным тактикам компаний, реализующих антипригарную продукцию населению.

В арсенале продавцов имеется целый список **хитростей и уловок**, используемых при общении с покупателями. Именно подобные приемы способствуют продвижению продукции, поскольку наилучшим образом

воздействуют на конечного покупателя. Несмотря на то что сами продавцы не всегда разбираются в предлагаемом товаре, им на руку играет то, что отечественные потребители знают о предлагаемой продукции еще меньше. Сказывается общий дилетантский уровень потребителей, не затрудняющих себя изучением предлагаемого товара.

Рассмотрим основные фрагменты антипригарной посуды, на незнании особенностей которых попадают незадачливые покупатели.

### 1. Толщина изделий.

Днище и стенки антипригарной посуды должны быть толстыми! Эту формулировку, как «отче наш», можно услышать от любого продавца более или менее качественного изделия. Но что она означает? Больше половины представителей торговых сетей и небольших торговых точек затрудняются ответить на этот вопрос. Для них и 4, и 5, и 6 мм – являются показателем хорошей толщины. За редким исключением продавцы объясняют, что дно должно быть толще стенок и составлять не менее 5 мм. Главным критерием при выборе антипригарной посуды для покупателя остается вес изделия. Чем сковорода, кастрюля или сотейник тяжелее, тем они лучше.

Может быть, чем больше в них находится вкусной еды, тем они качественнее? Это шутка. Но факт остается фактом: по поводу толщины в большинстве случаев нам вешают лапшу на уши, предлагая все равно только то, что имеется на складе.

Покупателям следует понять, что, если продавец не может показать две-три сковороды разной толщины и объяснить, в чем их отличие, в этом вопросе придется разбираться самому.

Совсем тонкая штампованная посуда толщиной 2-3 мм недолго служит, поскольку температурные изменения нарушают ее геометрию. Отсюда неравномерность нагрева, нарушение прогрева пищи и отслаивание антипригарного слоя. На такой посуде можно только иногда



что-то быстро разогреть, типа готовой тоненькой котлетки или гарнира.

Следует внимательно относиться и к производителю, в арсенале которого много дешевой посуды: здесь можно встретить подделки с неблагоприятным покрытием. Особенно этим грешат производители по папе (без имени).

Толстостенная посуда от 4-6 мм и выше рассчитана на длительную готовку и хорошо подходит для тушения. Посуда с толщиной 3-5 мм – самая ходовая, подходит как для быстрого разогрева, так и для приготовления многих полезных и вкусных блюд.

**2. Днище.** Снаружи (в той части, которая имеет непосредственный контакт с конфоркой) оно может быть гладким, а может иметь перфорацию, обычно в виде спиралевидного рисунка и выемки в центре... Разумеется, каждый продавец трактует наличие или отсутствие таких «деталей» в свою пользу, не понимая, что большинство из них изначально были вызваны технической необходимостью (а не последним веянием дизайнерской мысли). В настоящее время с появлением новых, более совершенных технологий подобные «рисунки» лишены функционального смысла, но многие производители продолжают их наносить исключительно в декоративных целях.

Внутри днище также может иметь перфорацию, например в виде решетки-гриль или иную. Однако ряд производителей создает такое дно лишь только потому, что это модно. Например, сковороды-гриль в этом сезоне пользуются большей популярностью (их продажи растут). На самом деле для гриля важен определенный диаметр, толщина дна и стенок, форма и высота выступающих ребер... Иначе этот гриль не работает!

**3. Внутреннее покрытие.** Самая острая тема на сегодняшний день. И каждый участник рынка играет здесь как может. В результате докопаться до истины крайне сложно.

Антипригарные покрытия могут иметь различную основу и, соответственно, различные технологии производства. Первая группа покрытий – **полимерные** – достаточно длительное время производилась с участием перфтороктановой кислоты (PFOA, или C<sub>8</sub>), которая сама по себе является вредной для человека. И хотя после нанесения полимера политетрафторэтилена (PTFE) эта кислота практически полностью испарялась (в процессе применяемой технологии высоких температур), конкуренты, вступившие на рынок с другим – **керамическим** покрытием, обнародовали данные, свидетельствующие о нанесении серь-





**Время действия антипригарного эффекта у многих керамических покрытий не превышает и полугода!**

езного вреда здоровью пользователей посуды с PTFE-покрытиями в случае перегрева такой посуды, не задумываясь, что устроить перегрев не так-то просто. Температура приготовления или подогрева пищи составляет не более 100-200 °С. Перегрев же происходит только после 280 °С. При такой температуре пища просто сгорает!

Создатели нового покрытия предложили абсолютно безопасный вариант, имеющий в своей основе керамику – экологически безопасный и способный выдерживать температуру более 400 °С (даже 450 °С) материал.

При этом следует сказать, что PTFE может быть не только на кислотной основе, но и на водной, как утверждает известный российский производитель антипригарной посуды. Гораздо серьезнее возможность вредного эффекта может проявляться в других предметах быта, которые также содержат в себе схожие полимеры (катализатором выступает PFOA), например оберточной непромокаемой бумаге, в которую упаковываются продукты, водо- и грязеотталкивающих средствах, которыми обрабатывают ковровые покрытия, и пр. Но эти вопросы на посудном рынке почему-то обсуждают крайне редко.

Разумеется, рынок постепенно стал переключаться на керамическое антипри-

гарное покрытие, так как покупатели сочли его более безопасным. Однако и здесь есть минусы. Как ни стараются производители керамических покрытий повысить их антипригарные свойства, они очень быстро улетучиваются. В среднем сковорода с керамическим покрытием служит пол-года, в редких случаях – год. После этого, возможно сохранив свой первоначальный вид, она полностью утрачивает антипригарный эффект и даже элементарная яичница прилипает к стенкам так, что в конце концов хозяйка просто несет пригоревшее блюдо на помойку вместе с этой посудой!

Довольно часто производители выдают за керамическое покрытие полимерное или комбинированное (керамика + полимер), окрашивая его в светлые цвета, свойственные керамическим покрытиям. Цвет – это, кстати, такой же тренд. Сегодня в моде все светлое: бежевое, серое, голубоватое и пр. Однако за всеми этими цветами может стоять традиционное антипригарное покрытие.

Стоит ли сегодня бояться антипригарных покрытий на полимерной основе? Ответ современных производителей – нет! Все известные бренды практически полностью перешли на технологии изготовления покрытий, в которых не используется PFOA. И об этом регулярно

сообщается в профессиональных источниках и средствах массовой информации.

Но возникает вопрос: а какое вещество тогда используется в качестве заменителя PFOA? Известно, что это другая кислота (например,  $C_6$ ), но о ее влиянии на организм человека ничего не говорят! На различных презентациях можно услышать, что новые полимерные покрытия полностью безвредны и ведущие бренды готовы подтвердить экологическую безопасность своих продуктов.

Что следует из всего этого? Прежде всего, продавцы наблюдают крайнее недоверие со стороны покупателей. Многие покупатели уже стали перепроверять всю информацию непосредственно у производителя, сверять ассортимент с каталогом на официальном сайте и использовать другие способы уточнения имеющейся информации.

Что касается продавцов, то им нужно меньше вводить потребителя в заблуждение. Одновременно с этим продавцы должны работать с производителями, которые также заинтересованы в реализации своей продукции. Продвижение продукции должно быть более честным! Нельзя красить сковороду в зеленый или оранжевый цвет и заявлять о новом покрытии, как о собственной разработке.

**4. Внешнее покрытие.** На самом деле имеет довольно важное значение. Во-первых, каждой хозяйке приятно иметь яркую модную посуду, это вносит разнообразие на кухню. Поэтому новые цвета приветствуются. Во-вторых, важно, чтобы покрытие отталкивало продукты горения, которые со временем скапливаются снаружи. В связи с этим заботливые производители предлагают гладкие покрытия, с которых нетрудно смыть нагар любой губкой. Некоторые производители предлагают и стойкие к истиранию покрытия, способные выдерживать использование жестких щеток и абразивных материалов. Для покупателя крите-

рием стойкости внешнего покрытия (впрочем, и внутреннего тоже) будет возможность использования изделия в посудомоечной машине.

**4. Аксессуары.** Любая антипригарная посуда имеет аксессуары. Это крышки и ручки. Ручки могут быть съемными и несъемными. Последние могут быть рассчитаны на использование посуды в духовом шкафу (см. максимально допустимую для них температуру). Крышки также могут быть разными, но в 99% случаев они выполнены из стекла. При этом часть из них имеет стальной ободок и выпускающее пар отверстие, а другая часть – без ободка и пар выходит снизу (на кромке имеются специальные щели).

Продавцы очень любят расписывать достоинства бакелитовых ручек, силиконовых оплеток и демонстрировать отстегивающиеся элементы. Только покупателю надо помнить, что каждый технический поворот ведет к удорожанию, а вот будете ли вы его использовать – большой вопрос. Например, практика показывает, что сковороды и кастрюли хозяйки редко используют для приготовления блюд в духовом шкафу.

Итак, антипригарная посуда сохраняет ведущие позиции по темпам продаж. Инновационные изделия вызывают неподдельный интерес у покупателей. Удачно выстраивая маркетинговую политику в отношении реализуемых изделий, продавцам удастся завладеть вниманием покупательской аудитории и бесконечно продавать что-то лучшее по сравнению с тем, что было раньше. Особенно наглядно это демонстрирует битва за лучшее антипригарное покрытие! Забота о собственном здоровье, проявляющаяся в любви к экологически безопасной продукции, будет беспрерывно подпитывать эту битву новой энергией! И поэтому вопрос, какое покрытие вредно, а какое не вредно, будет еще долго волновать наших домохозяек.



# ВОСТОЧНАЯ СКАЗКА ОТ КУЗНЕЦОВА



[WWW.IISPOSUDA.RU](http://WWW.IISPOSUDA.RU)  
+7 (495) 984-64-30/29

# СТЕКЛЯННЫЙ ВЕК РОССИИ

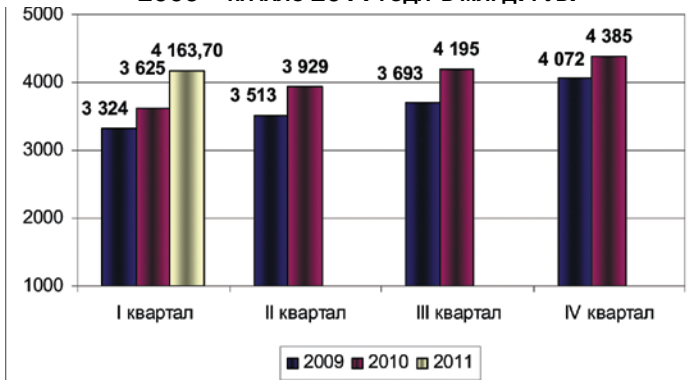
Формирование российского рынка стеклянной посуды, по мнению ряда экспертов, продолжается с XIX века, когда открытие двух хрустальных заводов – Гусевского и Дятьковского определило дальнейшее развитие стекольно-посудной отрасли в рамках государства, живущего в состоянии извечных перемен: то территориальных, то экономических...

Сегодня, после значительного производственного спада, выпуск стекла набирает обороты. Рынок стеклянной посуды развивается в последние годы очень динамично. Особенно это стало заметно в период кризиса 2009-2010 годов. Оказалось, что производить стекло на территории родного государства, в том числе посуду, значительно выгоднее, чем закупать его в Китае и других странах... В настоящее время многие дистрибуторы предпочитают работать именно с отечественными производителями стеклянных изделий.

И предположение, что стекольщики из Китая могут составить серьезную конкуренцию нашим производителям, не оправдалось. Доказательством этого служит уменьшение количества представленных стекольных брендов из Поднебесной на полках российских магазинов. Объем рынка стеклянной посуды к концу 2011 года в денежном выражении составил приблизительно 21,28 млрд руб.

В розничной продаже еще несколько лет назад посудный рынок был достаточно однообразным, почти 80% всей легально продаваемой столовой продукции принадлежало турецкой компании Pasabahce и французской компании ARC International с ее марками Luminarc, Arcopal, Arcoroc. Сегодня же с развитием отечественного производства на российском рынке представлены почти все отечественные бренды. Идет масштабное импорто-замещение на рынке сортовой посуды из стекла.

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ  
2009 – начало 2011 года в млрд. руб.



По оценкам экспертов, российский рынок стекла и стеклотары – один из самых успешно развивающихся рынков России и Европы. Причем наибольший спрос наблюдался в сегменте стеклянной посуды ресторанного типа, продажи которой выросли в третьем квартале 2011 года более чем на 16% по сравнению с предыдущим годом, что обусловлено ростом рынка HoReCa.



С 2008 по 2009 год объем рынка по производству стеклянной посуды сократился до 495 млн шт. Ситуация стабилизировалась лишь в 2010 году. Объем рынка в 2010 году (по оценкам экспертов) составил более 600 млн шт. Прогноз на конец 2011 года – около 700 млн шт. изделий (исключая стеклотару). Суммарный импорт стеклянной посуды по 19 кодам ТН ВЭД в 2009 году составил ориентировочно 270 млн шт., суммарный экспорт – 73 млн шт. То есть более половины российского рынка стеклянной посуды занимает продукция отечественных производителей.

Особенно динамично развивается сегмент профессиональной посуды. За 2009 год продажи посуды в сегменте HoReCa выросли в разных компаниях на 25-75%. Рост связан, в частности, со строительным бумом, охватившим Россию: открываются не только рестораны, но и новые гостиницы, бизнес-центры и торговые комплексы.

Большим, но информационно закрытым сегментом потребления является государственный сектор: школы, детские сады, больницы, государственные учреждения, армейские и другие воинские подразделения. Очевидно, что основные объемы произведенной в РФ стеклянной посуды идут на удовлетворение именно этого сектора рынка.

Сегодня намечается тенденция к замещению фарфоровой посуды стеклянной и, соответственно, некоторое увеличение спроса. В низком ценовом сегменте конкуренцию российским производителям составляет продукция из Китая и Франции, она составляет 65% импорта. В высоком и среднем ценовых сегментах конкуренцию российским товарам составляют производители из Европы, например из Чехии, Франции, Германии, Италии, но в общей сложности на них приходится всего 35,6% импорта. Российская же продукция пользуется достаточно высоким спросом в иностранных государствах, об этом говорят неплохие объемы экспорта (18,3% от общего товарооборота), но основным торговым партнером является Украина, на нее приходится примерно 48% экспорта стеклянной посуды.

Сортовые изделия из стекла классифицируются по четырем направлениям, каждое из которых занимает определенную нишу на рынке (см. табл.). Ежегодные темпы роста рынка стеклянной посуды и стеклотары составляют порядка 15-20%.

Основной объем столового стекла в России производится на нескольких отечественных заводах: ООО «Посуда» (Pasabahce), Опытном стекольном заводе (ОСЗ), заводе «Старьстекло», ЗАО «Никола-Натальинское стекло» и др. Эти заводы стараются придерживаться европейских стандартов качества и дизайна. Конечно, есть Васильевский стандартный завод, ЗАО «Саратовинтерьерстеклозавод», Ростовский стекольный завод и пр., но доля их объемов в столовом питьевом стекле или декорированном стекле незначительна.

В настоящее время ведущим игроком, одним из лидеров рынка является турецкая компания Pasabahce (ООО «Посуда», г. Бор, Нижегородская область). К 2014 году, когда будет введена четвертая очередь производства, доля Pasabahce на российском рынке увеличится. Хотя с созданием совместного предприятия Опытного стекольного завода и концерна ARC International сложно прогнозировать лидерство компании Pasabahce на такой далекий срок. ARC International, один из самых больших в мире заводов по производству посуды из



## КЛАССИФИКАЦИЯ ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА

Сортовые изделия различают по четырем основным направлениям:	
По назначению	- столовая посуда - посуда для вина и напитков - художественно-декоративные изделия - NoReCa (Отель, бар, ресторан)
По способу выработки	- Выдувные - прессованные - прессо-выдувные - свободно-выдувные - скульптура
По способу обработки	- шлифованные - алмазная грань - огненная полировка - декорированные эмалями и силикатными красками - художественно оформленные - гравированные
По виду стекла	- гутное - хрустальное - боросиликатное - бесцветное - окрашенное

стекла и хрусталя, приобрел мажоритарную часть акций Опытного стекольного завода. Уже с 2012 года на заводе планируется начать внедрение в производство новейших технологий. Директор по РФ, СНГ и Восточной Европе Франсуа Бонневиль на пресс-конференции в Гусь-Хрустальном подчеркнул, что «объем инвестиций, который будет вложен в модернизацию производства, составит несколько десятков миллионов евро. Что же касается ассортимента продукции завода, то он будет складываться из изделий, выпускаемых под маркой ОСЗ (в базовом ценовом сегменте), и новых моделей, выпускаемых под маркой ARC International, часть которых будет выходить на рынок под всемирно известным брендом LUMINARC (в среднем и выше среднего ценовом сегменте)».

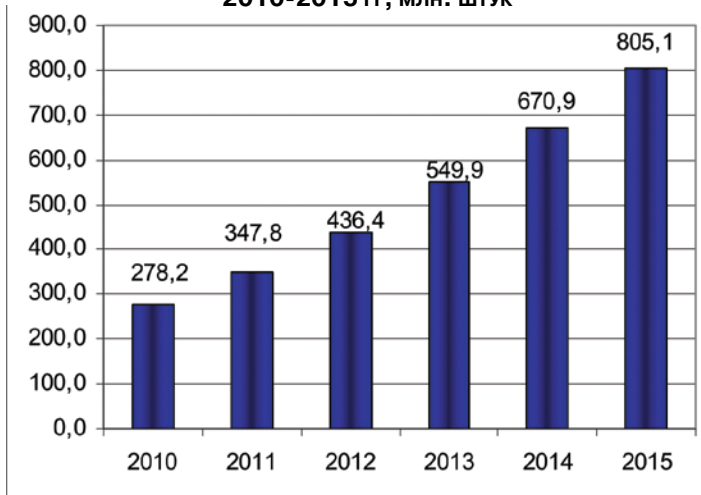
В России возникает большое количество производств декорированного стекла для стола, как отечественных марок, так и мировых брендов.

Объем импорта прозрачного столового стекла в натуральном выражении в 2010-2011 годах уменьшается. В страновой структуре импорта лидируют: Франция – около 22%, Китай – 20%, Чехия – 10%, Турция – 9,6%, Италия – 6,6%, Германия – 4,1%, Индонезия – 3,1% и прочие. Например, посуда торговой марки Brilliant (Индонезия), занимавшая 4-5-е место на рынке России в сезоне 2010-2011 годов, практически исчезла с полок магазинов. Ее успешно заменили такие торговые марки, как ОСЗ, Pasabahce, «Деком», «Гласс Декор», продукция которых по качеству никак не уступает, а цена значительно ниже.

Нельзя не сказать и о том, что рынок стеклянной посуды является лишь малой частью рынка стекольной промышленности в целом и в силу этого обстоятельства в серьезной степени зависит от таких макроэкономических показателей, как уровень ВВП, степень развития промышленного производства, уровень инфляции, соотношение среднего дохода на душу населения и стоимости средней потребительской корзины, инвестиционный климат, степень развития розничной торговли и др.

Согласно официальному прогнозу рост ВВП РФ в 2012 году составит 3,9%. По сравнению с мартом 2010 года рост ВВП, по оценке Минэкономразвития России, составил 3,8%. За первый квартал текущего года в целом ВВП также вырос на 3,5% к соответствующему периоду прошлого года. На рост ВВП в большой степени влияют рост розничной торговли и улучшение внешнеэкономической ситуации. По данным

Прогноз динамики объема  
внутреннего производства стеклянной посуды  
2010-2015 гг, млн. штук



Минэкономразвития, у российской экономики большой потенциал роста за счет увеличения как инвестиционного спроса, так и потребительского. Есть предпосылки в ближайшие три года расти примерно на уровне 4%. Дальнейшее развитие экономики России будет зависеть и от мировых экономических циклов (см. [www.infox.ru](http://www.infox.ru)).

Индекс промышленного производства в первом квартале 2011 года по сравнению с первым кварталом 2010-го составил 105,9%, в марте 2011 года по сравнению с мартом 2010-го – 105,3%.

Увеличение инфляции с конца 2010 года привело к замедлению роста реальных доходов населения. Стагнация доходов, в свою очередь, дала старт замедлению роста оборота розничной торговли (от 6% роста летом до менее чем 5% осенью 2009 года). Это не могло не сказаться на потребительском спросе и замедлило рост розничного оборота. Инфляция в России в 2011 году может достичь 7-8% при официальном прогнозе 6-7%. В январе 2011 года инфляция в России составила 2,4%, что несколько выше, чем изначально ожидало Минэкономразвития.

Среднедушевые доходы россиян в марте 2011 года составляли 18 390 руб., что составило 106,2% к марту 2010 года и 101,2% к февралю 2011 года. В первом квартале 2011 года этот показатель составил 106,5% к первому кварталу 2010 года. Реальные располагаемые денежные доходы (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен) в 2010 году по сравнению с 2009-м увеличились на 4,3%, а в первом квартале 2011 года по сравнению с соответствующим периодом 2010-го уменьшились на 2,9% (по материалам [www.rosbankjournal.ru/news](http://www.rosbankjournal.ru/news) и [www.gks.ru/bgd/free](http://www.gks.ru/bgd/free)).

Говоря о будущем рынка стеклосуды, можно отметить две основные тенденции. Первая – это замещение импортной продукции изделиями российского производства. Вторая – постепенное расширение рынка за счет увеличения спроса на посуду из стекла.

*Подготовлено по материалам компании Step by Step*

## ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ

## Объемы рынка

Ожидается, что объемы рынка будут расти существенными темпами.

## Потребление

Будет и дальше происходить смещение спроса в сторону стеклянной посуды.

## Основные игроки

Состав игроков вряд ли существенно изменится, и, скорее, он сократится в случае начала второй волны кризиса.



# ВСЕ В ИНТЕРНЕТ!

## Для тех, кто хочет, но не знает с чего начать

*У покупателей не хватает времени ходить по магазинам, потому что все свое время они проводят в Интернете!*

**Как правило, через 2-3 года после подключения к всемирной сети пользователи начинают совершать первые покупки в интернет-магазинах! Учитывая этот факт, а также активное проникновение Интернета в регионы России в последние годы, число покупок, совершаемых посредством Интернета в регионах, будет возрастать в геометрической прогрессии.**

Благодаря распространению высокоскоростного Интернета и появлению удобных интернет-магазинов процесс выбора товара и его покупки у многих жителей мегаполисов переместился в сеть, где можно не только найти желаемое изделие по привлекательной

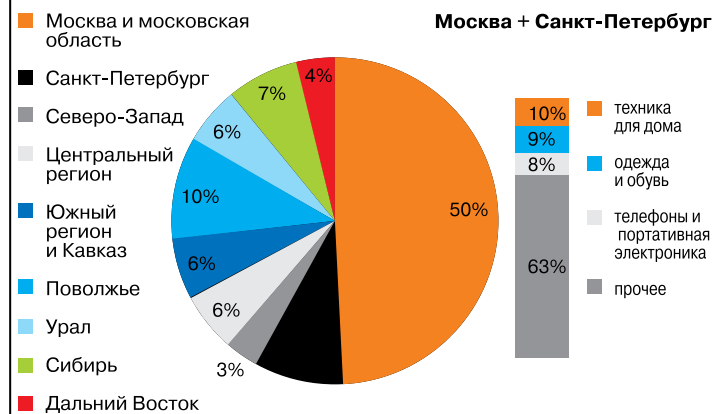
цене, но и узнать о нем много интересного!

По мнению ряда специалистов, рынок онлайн-продаж в обеих столицах и на окружающих их территориях (Московской и Ленинградской областях) близок к насыщению. Дальнейшее развитие маркетинга, ориентированного непосредственно на продвижение продукции в сети, а также появление новых рекламных продуктов позволит сохранить активность электронной коммерции в мегаполисах на высоком уровне, но ожидать прежних темпов роста уже не приходится.

В противоположность этому регионы, наоборот, демонстрируют готовность к интенсивному росту интернет-торговли. Этому способствует не только покрытие сетью новых территорий, но и повышение качества обслуживания со стороны местных провайдеров. Сюда можно отнести и предоставление стабильной связи, и более высокие скорости, и снижение тарифов. Последнее происходит благодаря постепенному появлению конкуренции в среде местных компаний, предоставляющих услуги связи. Если раньше один провайдер-монополист мог диктовать свои условия (далеко не самые выгодные) по оплате подключения, то теперь с появлением других провайдеров ситуация меняется в лучшую сторону для пользователей. Иными словами, в регионах стала доступной более дешевая связь – и число желающих подсоединиться к сети стало расти высокими темпами.

Посудный рынок не отстает от общих тенденций. В настоящее время на многих сайтах можно заказать и кухонные принадлежности, и сервировочные наборы, и

### ГЕОГРАФИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



иную кухонную утварь, а также декоративные предметы посуды. Ряд оффлайн-магазинов имеет выход в сеть и представляет там свою продукцию. Правда, полноценных интернет-магазинов, увы, не много. В основном сайты посудных компаний являют собой пример электронной витрины. Потенциальный покупатель после выбора изделия созванивается с магазином по телефону и заказывает товар. К сожалению, при этом нередко случается, что в данный момент товара либо нет на складе, либо магазин работает по предварительному заказу и только с оптовиками (иногда можно прождать заказ в течение месяца). Получается, что сегодня магазины, реализующие посуду, рассматривают свой сайт как дополнительный прилавок, отводя ему второстепенную роль.

Пора уходить от такой печальной действительности! Уже существуют все условия для создания полноценного онлайн-бизнеса, как отдельного, так и совместного с традиционными формами продаж. Тем более, что в ближайшее время следует ожидать потока заказов от региональных клиентов, осуществляющих закупки в крупных городах.

Благодаря умело постро-

енным сайтам вести выгодную торговлю в удаленных от центра областях (регионах) в будущем будет более выгодно, чем раньше. Вполне возможно, на смену традиционным торговым сетям придут электронные сети, способные обеспечивать привлекательной продукцией самые отдаленные районы нашей необъятной родины. Так что рекомендуем не упустить момент!

### СВОЙ МАГАЗИН БЕЗ ЧУЖИХ ОШИБОК!

На первый взгляд создание интернет-магазина не такое уж хлопотное дело по сравнению с открытием реального магазина! Но это только на первый взгляд! Конечно, на определенном этапе (в основном начальном) владельцам «е-прилавков» не требуется оплачивать арендуемую площадь, не приходится нести серьезных расходов на обустройство помещения, зачастую не нужно выплачивать регулярную зарплату сотрудникам, число которых тоже, кстати, можно свести к минимуму... Но с другой стороны, онлайн-предприятие требует определенных навыков, которым пока еще нигде не обучают, и также определенных вложений, без которых



**ХОРОШИЙ МАГАЗИН – ДОВОЛЬНЫЕ ПОКУПАТЕЛИ**

**Покупателям посудных интернет-магазинов нравится:**

- экономия времени, выбор удобного времени, отсутствие очередей;
- большой ассортимент брендов, товаров, цветов, размеров;
- низкие цены по сравнению с обычными магазинами;
- качественные вещи;
- уникальные вещи;
- отсутствие социального неравенства (никто не наблюдает за выбором);
- постоянные и понятные акции, скидки.

**Покупателям посудных интернет-магазинов не нравится:**

- невозможность увидеть продукцию с разных сторон;
- искажение цвета за счет нарушения цветопередачи при фотосъемке и свойств монитора;
- нарушение пропорций изделий в результате неправильной компоновки предметов при фотомонтаже;
- невозможность приблизить изделие и рассмотреть детали (крепезж ручек, кромки посуды и пр.);
- длительные и непонятные сроки доставки;
- сложности общения со службой доставки (в том числе в ряде случаев размытые обязательства со стороны Почты России и EMS);
- отсутствие онлайн-консультаций (конкретных ответов на интересующие вопросы посредством сайта).

**Признаки хорошего посудного интернет-магазина:**

- низкие цены;
- срок доставки 1-5 дней;
- возможность оплатить покупку курьеру и картой в онлайн;
- удобный интерфейс;
- возможность рассмотреть товар крупным планом (zoom);
- связь со специалистом, консультирование в онлайн, в том числе в реальном времени;
- предложение сопутствующих и похожих товаров.

ваш магазин просто бесследно исчезнет в сети.

К сожалению, в формате одной статьи невозможно описать все тонкости электронной торговли и полностью раскрыть принципы построения и функционирования компании, торгующей посредством Интернета. Однако рассказать о характерных ошибках при создании интернет-магазина и предотвратить попадание на одни и те же грабли вполне возможно.

Изначально следует понять, что интернет-магазин – это не виртуальная затея, а абсолютно реальный бизнес с возможностью экспонирования товара, а также осуществления заказа и проведения консультирования на сайте.

Соответственно интер-

нет-торговля предполагает наличие офиса, склада, службы доставки и непосредственно сайта!

Начнем с дизайна вашей интернет-страницы.

**ПЕРВОЕ.** Если вы не хотите, чтобы ваш сайт сливался со всеми остальными, – подойдите к созданию собственного представительства в сети профессионально. Ваш сайт должен отличаться индивидуальностью и быть узнаваемым, даже если вы смотрите на него сквозь запотевшее стекло.

Ваш покупатель уже пересмотрел множество сайтов в вашем товарном сегменте, и появление сайта-клона вызовет у него недоверие: вполне возмож-

но, здесь торгуют откровенными подделками. Похожие мысли возникнут и при явной схожести вашего сайта с любыми другими сайтами, представляющими известные бренды и подчеркивающими свой фирменный стиль. Кроме того, за копирование дизайна (и информационного наполнения) можно понести ответственность, в том числе материальную, и испортить себе репутацию. Крупной компании не составит труда выиграть судебное разбирательство и перекрыть кислород несведущему новичку.

Свой собственный стиль, грамотно подобранное цветовое решение, дружелюбный (интуитивный) пользовательский интерфейс – это забота о собственном будущем и залог своей сохранности в сети. Если вы не ставите своей целью случайную продажу сезонного товара, вам необходимо воплотить в своем сайте желаемый уровень шоппинга.

**ВТОРОЕ.** Помимо титульной страницы, которая во многих случаях является альтернативой магазинной вывески, привлекающей прохожих, очень важно разработать рабочие полосы с удобной прокруткой и живыми клавишами, без промедления отправляющими покупателя в нужный отдел и именно на ту полку, где хранится вся информация о приобретаемом товаре.

На какую бы страницу вашего сайта ни пришел очередной посетитель, если он не найдет нужной ему информации в пределах 1-2 кликов, он вряд ли будет утруждать себя долгим разглядыванием сайта в надежде отыскать то, что ему нужно, – гораздо проще за эти 1-2 клика перейти на сайт вашего конкурента.

Все страницы должны быть четко структурированными. И еще! Не загромождайте свою страницу чрезмерным количеством информации. Покупатель не будет вчитываться в мелкий шрифт, прокручивать километры текста, разбираться в чересчур подробных инструкциях...

Его задача увидеть товар, оценить его и принять решение о покупке. На все это должно быть потрачено минимум времени.

**ТРЕТЬЕ.** Контент. Под этим скрывается нечто большее, чем просто наполнение сайта текстовой информацией. Контент – это не просто текст, это информация с использованием текста, картинок, схем, ссылок и в случае необходимости аналитической графики (рисунки, диаграммы, блок-схемы, эскизы и пр.)! Благодаря качественному контенту покупатель

**ПАМЯТКА СОЗДАТЕЛЮ САЙТА ДЛЯ ТОРГОВЛИ**

- Придумайте структуру сайта.
- Определите все функциональные элементы, которые должны присутствовать на странице, включая модули и информационное наполнение.
- В идеале нарисуйте, как это должно выглядеть.
- Сайт должен быть рассчитан на пользователей, поэтому не затрудняйте покупателей излишними требованиями (регистрация, анкетирование, многоступенчатые переходы из одного окна в другое и пр.).
- Сайт не должен быть тяжелым (избегайте мегабайтных картинок).
- Создайте внятную навигацию (покупатель должен понимать смысл своих передвижений по сайту).
- Не размещайте чужую рекламу на сайте интернет-магазина: посетитель приходит в магазин, а не на информационный портал.
- Не совмещайте свой официальный сайт со своим интернет-магазином. Это должны быть разные сайты, но с возможностью перехода с одного на другой нажатием одной кнопки.
- Оформите максимально удобный поиск нужной продукции. Для этого максимально расширьте возможности поисковой строки!
- Помните, основное средство конкуренции – это контент, а не только цена!

принимает решение отдать свои деньги именно вам! Грамотный контент держится на трех китах: актуальность, уникальность, «интересность».



**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОКУПОК ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ (МОСКВА И СПБ)**



Другими словами, информация должна быть актуальной для покупателя, не скопированной с другого сайта или иного источника информации и вызывать интерес у посетителя магазина.

Распространенная ошибка создателей контента – написание текста для поисковых систем. В результате получается скучный текст, не ориентированный на широкую аудиторию. Уже после прочтения

Российяне стали чаще делать покупки в Интернете. За последние десять лет рынок удаленной торговли в нашей стране вырос в 20 раз. В 2010 году в сети было продано товаров на общую сумму 394 млрд руб., и это только официальная информация. Но самый высокий уровень продаж через Интернет в 2010 году был отмечен на рынках Западной и Северной Европы. Примечательно, что на некоторых европейских рынках объем интернет-торговли растет на порядок быстрее, чем общий уровень продаж.

Объем розничной электронной торговли в России за 2011 год составит около 310 млрд руб. (рост за год – примерно 30%).

В Москве рост интернет-аудитории 7% в год, а количество онлайн-покупателей растет на 20-25% в год.

Среди новых онлайн-покупателей в Московском регионе почти 60% – женщины (моложе 25 лет или старше 40 лет), большая часть из них живет не в Москве, а в пригородах и имеет средний или ниже среднего уровень дохода (почти у половины из них в семье нет автомобиля).

Количество онлайн-покупателей в регионах растет и будет расти быстрее, чем в столицах, потому что в регионах продолжается рост интернет-аудитории, а также потому что в регионах много пользователей Интернета с небольшим (до 3 лет) стажем, которые пока не покупают в онлайн, но по мере накопления сетевого опыта начнут это делать.

Среди макрорегионов быстрее всех растет Юг – рост аудитории интернет-магазинов составляет 80% в год, рост количества «e-commerce-запросов» около 75%. На втором месте – Дальний Восток, на третьем – Урал. Медленнее всех растет Северо-Запад. Среди отдельных регионов лидеры по темпам роста – Краснодарский, Ставропольский и Хабаровский края (рост аудитории интернет-магазинов здесь 90-120% за год).

2011 год показал, что российский рынок электронной торговли еще далек до стадии насыщения. Согласно прогнозу Data Insight на 2012 год рост количества онлайн-покупателей составит 25%, а рост объема онлайн-продаж будет примерно равен 22% и достигнет 380 млрд руб.

5-10 предложений покупатель покидает сайт, не желая вдумываться в суть написанного. Профессиональный копирайтер использует стиль, ориентированный на целевую аудиторию, кратко излагает суть, привлекая к ней внимание потенциального покупателя.

Если в вашей компании нет людей, профессионально владеющих словом, лучше привлечь к такой работе специалиста.

**ЧЕТВЕРТОЕ.** Движок. Это программа, позволяющая реализовать визуальное исполнение сайта и запустить его в компьютерную сеть при наличии оплаченного домена или хостинга. Выбор движка – личное дело каждого пользователя. Кто-то предпочитает пользоваться Joomla или Wordpress, кто-то создает полностью свою программу.

**ПЯТОЕ.** Маркетинг. Этой теме можно посвятить не одну книгу. Поэтому кратко перечислим моменты, в которых обязан разбираться начинающий создатель сайта, ориентированного на продажу. К ним относятся: **постоянное обновление сайта; обеспечение высокого уровня доверия посетителей; участие в листингах и партнерских программах; регулярные акции, скидки; связь с социальными сетями, блог компании; PR-мероприятия; использование контекстной рекламы; e-mail маркетинг; постоянное обучение продающего персонала.**

**ШЕСТОЕ.** Домен и хостинг. Выбирая свой хостинг, следует ориентироваться на требования вашего движка и ожидаемую нагрузку на сайт. Изначально следует опреде-

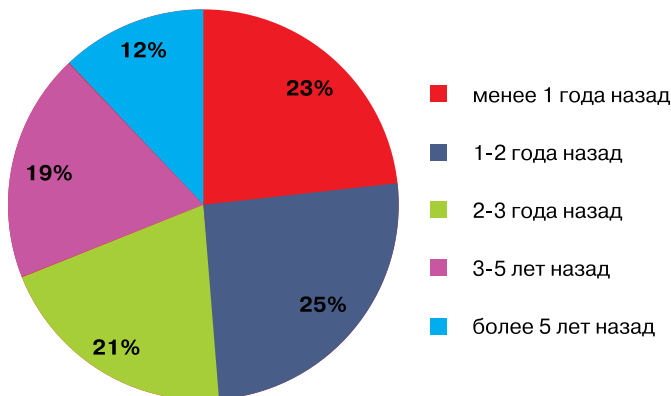
**ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗНЫХ ДВИЖКОВ**

	Преимущества	Недостатки
Готовые движки	- быстрый запуск; - при низких требованиях могут быть дешевле; - низкая стоимость старта	- управление может оказаться сложным; - любая доработка будет стоить отдельных денег, иногда значительных; - для реализации некоторых функций придется затратить значительное время; - некоторые функции и эффекты невозможно реализовать в принципе
Собственная разработка	- присутствуют только те функции, которые вам нужны; - понятное и простое управление; - безграничные возможности по наращиванию функционала	- программист на зарплате; - необходимо время для разработки; - требуется время и финансовые затраты руководителя





**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛЕЙ ПО ВРЕМЕНИ НАЧАЛА ИНТЕРНЕТ-ПОКУПОК**



литься с масштабируемостью предлагаемого вам тарифа и дополнительными полезными услугами (например, автоматическим регулярным резервным копированием).

Теперь перейдем из виртуального пространства в реальное. Любой магазин, включая и интернет-магазин, имеет офис (пусть и не самый презентабельный и порой совмещенный со складом), где в том числе проводится работа с поставщиками. Без поставщиков – нет товара и нет торговли.

Если вы только начинаете работать в Интернете, лучшее решение – когда **поставщик готов** отпускать любой товар в количестве от одного изделия, находится в разумной транспортной доступности (чтобы можно было забирать товар курьерами), готов принимать обратно не выкупленные у вас товары, предоставляет подробную информацию о товарах и качественные изображения для выкладки на сайт.

А если он еще и работает без выходных – это идеальный вариант.

Что касается менеджеров, находящихся в офисе, то очень часто они делятся на постоянных и находящихся на аутсорсинге (то есть работающих в call-центре специализированной компании и обслуживающих одновременно целый ряд интернет-магазинов). В ряде случаев работа с последними выгодна, так как оплата происходит только за выполненные заказы.

Третьим важным звеном (после сайта и менеджеров) является курьерская служба, или, проще говоря, доставка. Здесь также можно прибегнуть к услугам сторонних компаний, но некоторое количество собственных курьеров может значительно помочь при организации оперативной доставки или реализации дополнительных услуг (выбор из нескольких вариантов товара, прием оплаты по пластиковым картам, консульта-

**РАБОТА С КАНАЛАМИ ВОСПРИЯТИЯ**

**В США:** визуалы – 45%; аудиалы – 5%; кинестетики – 45%; дигиталы – 5%.

**В России:** визуалы – 35%; аудиалы – 5%; кинестетики – 35%; дигиталы – 25%.

**Визуалы + Кинестетики = 70%!!!**

**Визуал** – человек, воспринимающий большую часть информации с помощью зрения.

**Аудиал** – тот, кто получает основную информацию через слух.

**Кинестетик** – тот, кто воспринимает информацию через другие ощущения (обоняние, осязание) и с помощью движений.

**Дигитал** – человек, у которого восприятие информации происходит через логическое осмысление с помощью цифр, знаков, логических доводов.

**Как с ними работать:**

**Визуал** – картинки, картинки, картинки!

**Аудиал** – он будет вам звонить.

**Кинестетик** – важно «потрогать» товар, может приехать сам.

**Дигитал** – перекопает Интернет, прочитает все отзывы о товаре и о вас.

Выбирая между местными и федеральными онлайн-магазинами, многие потребители не хотят покупать там, где «поближе». Только 7% респондентов из Новосибирска и Барнаула, опрошенных компанией «Умный кит», обращались к интернет-торговцам из своего города. Основные причины отказа от покупки – «кривые» сайты и некачественное обслуживание.

По мнению **Ильи Кайгородова, директора онлайн-агентства «Умный кит»**, многие региональные онлайн-магазины сделаны «на скорую руку», из-за чего их посетителям непросто найти нужный товар и совершить покупку. Получается своеобразный «замкнутый круг»: сэкономив на создании и развитии сайта, продавец не получает достаточно средств, чтобы улучшить свой веб-ресурс и увеличить доходы. При этом 51% опрошенных уже имеет опыт покупок в Интернете. Помимо плохого дизайна, нехватки информации о товаре, неудобного каталога и других причин, препятствующих хорошим продажам, участники онлайн-опроса недовольны уровнем обслуживания (каждый третий респондент жалуется на отсутствие обратной связи, оповещений о статусе заказа и т.д.). Кроме этого, 30% опрошенных говорят об отсутствии подходящих вариантов оплаты или доставки заказа (вышеуказанные данные получены по результатам соцопросов, в которых приняли участие 100 интернет-пользователей, 2 эксперта, 52 онлайн-торговца из Новосибирска и 18 из Барнаула).

**ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ**

	Преимущества	Недостатки
Постоянные менеджеры	- лучше знают товар; - легче обучаются; - их проще контролировать; - всегда могут обратиться за советом	- требуют ежемесячной зарплаты; - требуют наличия рабочих мест
Менеджеры на аутсорсинге	- оплачиваются только по количеству исполненных заказов; - могут помочь минимизировать расходы на начальном этапе	- для заключения договора необходимо юридическое лицо; - их работу сложнее контролировать; - эффективность, как правило, ниже, чем у постоянных менеджеров

ции по использованию, специфическая настройка или установка товара).

Грамотное создание и управление всеми тремя звеньями обеспечивает успешную деятельность в выбранном рыночном сегменте.

Прежде чем приступить к созданию интернет-магазина, необходимо выбрать себе товарную нишу и целевую аудиторию, которые будут

обеспечивать основной рынок сбыта... Это некий локомотив, к которому впоследствии можно будет «цеплять» иные товары, расширяя свою товарную линейку.

Выполнение вышеуказанных рекомендаций позволит всем начинающим свое собственное дело в сети избежать неприятных неожиданностей и не потерпеть фиаско, едва только взяв старт.



# tescoma®

## РАЗНООБРАЗИЕ УДОВОЛЬСТВИЙ!

В преддверии зимнего отдыха так хочется подготовиться к радостным встречам в кругу семьи, где будет весело не только детям, но и взрослым! Оказывается, для этого вполне достаточно разнообразить свой праздничный стол вкусными блюдами, приготовить которые помогут удобные приспособления от Tescoma.

### НАПИТОК ВДОХНОВЕНИЯ!



Для начала выпьем чашечку кофе и подумаем о том, что приготовить. Для этих целей идеально подходит капсулированный кофе Nespresso или Dolce Gusto. Чтобы ваши капсулы находились в полном порядке, Tescoma предлагает воспользоваться разнообразными подставками и раздатчиками (в том числе вращающимися) из пластика и первосортного алюминия серии **myDRINK**. Такие подставки удобно иметь не только дома, но и на работе, например в офисе, где мы часто обсуждаем деловые проекты с коллегами. Заложив капсулы сверху, вы без труда достаете их снизу. Просто и элегантно! Гарантия на продукцию составляет 3 года.

### ОСНОВНОЕ МЕНЮ: МЯСО И ОВОЩИ!

Нетрудно придерживаться здорового и вкусного питания, если комбинировать мясные блюда с овощными гарнирами. Приготовить аппетитные стейки или кусочки тушеного мяса поможет тендерайзер (tenderizer), или размягчитель для мяса, линии **Presto** от Tescoma. Важным достоинством тендерайзера является то, что разрыхленное с его помощью мясо лучше сохраняет свои вкусовые качества, оставаясь при жарке мягким и сочным. При обработке таким инструментом волокна продукта травмируются меньше, чем при обработке тяпкой или молотком для мяса, а соединительные ткани в значительной степени разрушаются. В результате тепловые волны про-



ходят гораздо легче сквозь ткани разрыхленного продукта, поэтому любое мясо без костей после обработки размягчителем прожаривается и быстрее, и равномернее. Принцип работы с размягчителем достаточно прост: при помощи параллельных лезвий на поверхность куска мяса наносятся насечки в виде бороздок. Надрезы разрушают соединительную ткань и увеличивают площадь продукта.

Установите размягчитель сверху на сырое мясо и нажмите несколько раз. Результат превзойдет ожидания. После обработки мяса вымойте прибор с мылом под струей теплой воды.

Подготовив предварительно мясные продукты, воспользуйтесь сковородой **Vitapan** с экологически безопасным керамическим антипригарным покрытием. Данная сковорода является воплощением всех последних достижений технической мысли! Благодаря своему покрытию она позволяет без хлопот приготовить румяные стейки или кусочки тушеного мяса, которые никогда не пригорят! Кроме того, данная посуда выполнена из нержавеющей стали и подходит для использования на всех известных типах кухонных плит, включая индукционные. Не каждая антипригарная посуда может продемонстрировать такие способности! О качестве посуды говорит и длительный гарантийный срок от производителя – 5 лет!

Сковороды Vitapan благодаря своему покрытию легко и быстро моются под струей теплой воды без использования агрессивных моющих средств. Для сохранности антипригарного покрытия в течение долгих лет производитель рекомендует во время приготовления пищи пользоваться деревянными или пластиковыми лопатками и не использовать металлические инструменты, в частности ножи, царапающие внутреннюю поверхность.

Но какое же мясо без гарнира, например салата?! Подготовить овощи и зелень для вторых блюд будет намного проще, если воспользоваться специальными щетками и овощечистками, также выходящими в линейке **Presto**.

Картофель, фрукты, грибы, любые корнеплоды будут в момент очищены от земли или пыли удобными щеточками. В случае особо въедливой грязи у щеточек имеется специальный скребок, освобождающий плод и от этой напасти.

Для более быстрой и оперативной очистки тонкой кожицы или плотной кожуры овощей выберите подходящую овощечистку. **Богатый арсенал овощечисток от Tescoma способен удовлетворить вкусам каждой хозяйки! Благодаря специальным лезвиям** эти инструменты позволяют добиться фантастических результатов в подготовке овощных и фруктовых блюд! Так, с помощью двойных лезвий одного из приспособлений вы без труда очистите от кожуры спаржу, которую крайне неудобно чистить обычным ножом! То же самое можно сказать и о других корнеплодах, например моркови, редьке или корне петрушки. Все инструменты рассчитаны для мытья в посудомоечной машине и имеют гарантию 3 года!



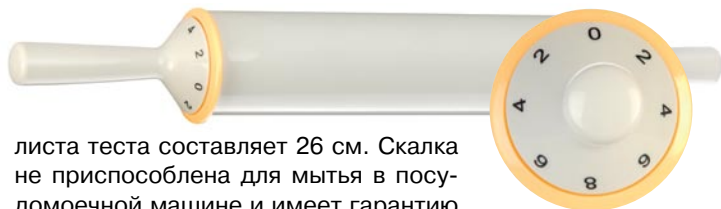
А ЧТО У НАС НА ДЕСЕРТ?

Разумеется, без десерта не обходится ни одно праздничное застолье! Но как приготовить оригинальное блюдо, которое надолго запомнится гостям? Нет ничего проще! Воспользуйтесь силиконовыми формами марки **Delicia** для конфет, которые вы без труда сможете приготовить в домашних условиях! Шоколадные угощения вызовут настоящий восторг у всех, кто окажется с вами за одним столом!



Приготовление не займет много времени и будет под силу даже ребенку. Растопите шоколад и залейте в формочки, каждая из которых рассчитана на 12 конфет. Если заливать в два захода, то можно поместить внутрь формочки на первый слой шоколада начинку: орех, кокосовую стружку, цукат или джем. После создания начинки формочку заливают шоколадом полностью. Заполненную форму охлаждают в прохладном помещении, после чего легко снимают силиконовую форму, а конфеты раскладывают в вазочку!

Помимо конфет нелишним будет поставить на стол выпечку. Благодаря множеству специальных формочек, о которых мы уже писали в прошлых номерах нашего издания, вы можете приготовить немало количество привлекательного печенья и иных угощений! Но прежде чем воспользоваться формочками, рекомендуем попробовать раскатать тесто с помощью суперскалки! Ее особенность состоит в том что вы можете раскатать ей тесто заданной толщины от 2 до 8 мм. Цифры на ручке скалки соответствуют необходимой толщине теста в миллиметрах. Максимальная ширина раскатного



листа теста составляет 26 см. Скалка не приспособлена для мытья в посудомоечной машине и имеет гарантию 3 года.

КОЕ-ЧТО НАПОСЛЕДОК!

Несмотря на то что семейные застолья проводятся дома, вы можете принести свои кулинарные творения или ингредиенты к друзьям или коллегам. Для этого вам будет удобно воспользоваться миской из термостойкого пластика **Neoterm** от Tescoma. Эта уникальная вещь идеально подходит не только для хранения пищи и ее



разогрева в микроволновой печи, но и для приготовления блюд в духовом шкафу. Контейнер способен выдерживать температуру 200 °С, а его крышка – 100 °С. Кстати, крышка имеет этикетку для обозначения хранимых продуктов. Узнать рецепты блюд, которые готовятся в миске Neoterm, можно в прилагаемом блокноте с рецептами!



В качестве переносной столовой посуды так же удобно воспользоваться мисками без крышек от Delicia. Цветные миски не только позволяют создать интересную сервировку на вашем столе, но и пригодятся для разогрева продуктов в микроволновой печи!



Ряд приготовленных продуктов, например домашние конфеты, удобно переносить в обычном пакете. Его можно закрыть с помощью специального зажима-прищепки **President**, который в отличие от узелка легко и элегантно снимается, что немало важно в присутствии гостей!

Среди удобных приспособлений нельзя не отметить также ручку для коробочных напитков. Сколько раз, беря в руки пакет с соком или молоком, мы брызгали содержимым на стол! Согласитесь, не самая приятная ситуация в тот момент, когда все



собрались за общим столом. Теперь этого не случится. Специальная ручка одевается на пакет и не позволяет ему деформироваться во время разлива напитка!

Благодаря заботливым специалистам Tescoma наша жизнь изменится к лучшему!



WWW.TESCOMA.COM





**Один из лидеров на посудном рынке России бренд Vitesse продолжает радовать своих клиентов гармоничным сочетанием современных разработок и традиционным подходом к приготовлению здоровой и вкусной пищи.**

#### ИСКУССТВО ВАРКИ

Как известно, варить можно по-разному. Одни просто кипятят воду с ингредиентами до тех пор, пока продукты не станут мягкими... Другие создают условия для приготовления изысканных блюд с помощью стильной, высококачественной посуды, отвечающей всем требованиям

заботливых хозяек. К последним относятся очаровательные хозяйки и их достойные спутники, предпочитающие иметь у себя дома кастрюли из качественной нержавеющей стали.

Компания Vitesse рекомендует всем своим почитателям, а также тем, кто только знакомится с данной маркой, испытать новинки модельного ряда из стали 18/10 с **бакелитовыми ручками и металлическими ручками, покрытыми силиконом!** Данные изделия прекрасно сочетаются как с дизайном уже сформированных кухонных зон, так и с интерьером вновь создаваемого кухонного пространства.

Одним из важных преимуществ предлагаемых кастрюль является многослойное термоаккумулирующее дно, а также возможность использовать данную посуду на всех типах кухонных плит.

Кастрюли, ручки которых покрыты высококачественным силиконом, отличаются современным дизайном (се-

# VITESSE:

## КУХНЯ В ЛУЧШЕМ ВИДЕ

рии **VS-2000 – VS-2006**), оптимальным соотношением диаметра и объема, имеют внутреннюю шкалу литража и комбинированную полировку внешней поверхности (низ матирован, верх – гляцевый). Благодаря термостойкому силикону ручки кастрюль практически не нагреваются, надежно защищают руки от воздействия высокой температуры даже при длительном приготовлении пищи.

Бакелитовые ручки на кастрюлях серий **VS-2018, VS-2022 и VS-2026** соответствуют традиционному классическому дизайну и давно зарекомендовали себя с самой лучшей стороны. Кстати, наборы этих серий комплектуются дополнительными аксессуарами в качестве подарка: ножом с длиной лезвия 10 см, или 4', и складным дуршлагом диаметром 25 см, или 10'.

Следует отметить, что обе линейки включают в себя как наборы (в комплект также входят бакелитовые подставки), так и отдельные предметы. Все изделия имеют стеклянные крышки, выполненные из жаропрочного стекла, позволяющие наблюдать за процессом приготовления пищи.

Приобретая готовый набор кастрюль, вы гарантированно получаете стильное решение для кухонной зоны и решаете целый комплекс задач, стоящих перед каждой хозяйкой. Кастрюли на и более востребованных объемов и сотейник, входящие в один набор, позволяют наслаждаться приготовлением самых разнообразных блюд. Однако, приобретая посудные предметы по отдельности, каждая хозяйка формирует свой набор самостоятельно, исходя из личных предпочтений. При этом, каким бы ни был ваш выбор, одно остается неизменным – высокое

качество и яркий стиль приобретаемой посуды!

#### НОЖ – НА ВАШ ВКУС!

Всем известно, что главный инструмент на кухне – нож. Если обратить внимание на то, каким ножом пользуется повар, то сразу станет понятно, кто перед вами: профессионал или новичок.

Если вы хотите почувствовать себя на высоте, познать последние модели ножей, представленными в коллекциях от Vitesse. Забота о гигиене и сохранности вкусов свежих овощей и фруктов стоит сегодня на первом месте, поэтому Vitesse предлагает воспользоваться двумя типами ножей – **керамическими** и стальными с покрытием **Non-Stick**.

Керамические ножи уже успели завоевать популярность во всем мире. Благодаря своим уникальным качествам они, в отличие от обычных ножей, дольше сохраняют свою остроту, имеют высокую износостойкость режущей кромки, не подвержены коррозии, не восприимчивы к царапинам, устойчивы к действию пищевых кислот и агрессивной среды, не окисляются и не оставляют запаха на продуктах, легки и просты в эксплуатации. Керамические ножи от Vitesse выполнены из абсолютно гигиеничного материала и имеют удобную, эргономичную прорезиненную ручку.

Что касается покрытия Non-Stick, то оно создает защитную пленку, препятствующую прилипанию и облегчающую нарезку продуктов. Это покрытие также предотвращает контакт стали с пищей, предохраняя нарезанную пищу от привкуса металла. Ручки этих ножей выполнены из эластичного пластика с прорезиненным покрытием.



Покупатели имеют возможность приобрести ножи как в наборе, так и по отдельности. Единичные керамические ножи **VS-2701** и **VS-2702** комплектуются специальными ножнами, предохраняющими их лезвия от нежелательных сколов.

Достоинства наборов (например, **VS-1756** или **VS-2700**) заключены в удачном сочетании наиболее востребованных на кухне ножей: поварского, разделочного, хлебного, универсального, а также для чистки и резки. Все они имеют особую форму и разный размер режущей поверхности. Наборы размещаются в удобных стильных подставках, подчеркивающих неравнодушное отношение к дизайну собственной кухни. Здесь уместно обратить внимание покупателей на подставку набора **VS-1757**, кото-

деталь и т.д. Компания Vitesse, учитывая желания своих покупателей, предлагает подобную посуду. Это модели кастрюль из алюминия с инновационным внутренним покрытием **Eco-cera**, выполненные в виде натуральной тыквы. Толщина стенок кастрюль составляет 2,5 мм, а их объемы равны 3 и 5 л (модели **VS-2255** и **VS-2256** соответственно). Особый колорит, создаваемый такой посудой, никого не оставит равнодушным! Учитывая, что кастрюля покрыта изнутри оригинальным антипригарным керамическим покрытием Eco-cera, вы сможете приготовить самые изысканные блюда без всяких хлопот!

Главное преимущество покрытия Eco-cera в его абсолютной экологической безопасности, поскольку оно не содер-



рая может складываться наподобие дамского веера, что в ряде случаев позволяет сэкономить место на кухонном столе. В качестве подарка покупатели набора получают кухонные разделочные ножницы – необходимый инструмент на каждой кухне!

**УМЕНИЕ ВЫДЕЛИТЬСЯ!**

У каждого из нас найдется посуда, которую отличает что-то особенное: форма, материал, инновационная

покрытия PFOA и PTFE и позволяет готовить пищу с минимальным добавлением масла. Особо гладкая, скользкая внутренняя поверхность лишена пор, в которых могли бы скапливаться остатки пищи. Поэтому уход за такой посудой не составляет особого труда: кастрюля очень легко моется. Кроме того, данное покрытие обладает повышенной стойкостью к царапинам и микротрещинам, поэтому вы можете использовать металлическую лопатку.

Также для всех, кто не равнодушен к стильным износостойким предметам, компания



Vitesse подготовила уникальный стильный **сотейник из высококачественного алюминия с антидеформационным диском**, вплавленным в дно. Благодаря такому диску сотейник не только сохраняет первоначальную форму дна в течение долгих лет службы, но и позволяет использовать его на любых типах кухонных плит. Кроме того, внутренняя часть сотейника покрыта стойким антипригарным керамическим покрытием Eco-cera. Ручка сотейника легко снимается, что позволяет компактно хранить его в кухонном шкафчике. Покупателям предлагаются сотейники трех диаметров: 24, 26 и 28 см (соответс-

твенно: **VS-2263**, **VS-2264**, **VS-2265**).

К разряду особых изделий можно отнести и жаровню-вок (модели: **VS-2330**, **VS-2331** и **VS-2332**), отличающуюся ярким современным дизайном и повышенной износостойкостью, поскольку она выполнена из чугуна. При этом **чугунная основа изнутри и снаружи покрыта эмалью**, которая обладает высокими гигиеническими свойствами, устойчива к воздействию пищевых кислот, не образует соединений с компонентами пищи и значительно облегчает уход. Толщина стенок жаровни-вок составляет 3 мм, а ее ручки выполнены из стали, покрытой силиконом! Каждая жаровня-вок комплектуется стеклянной жаропрочной крышкой и подходит для всех типов плит.

[WWW.VITESSE.RU](http://WWW.VITESSE.RU)  
[WWW.VITESSEHOME.RU](http://WWW.VITESSEHOME.RU)



# VI ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ

Эффективный поставщик non-food.  
Стратегия-2012



**В ПРОГРАММЕ ФОРУМА**  
5 тематических секций  
**25 выступлений**  
и мастер-классов

## ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™

Переговоры о поставках  
с участием коммерческих директоров  
и руководителей отделов закупок  
**30 РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ**

**18-19**  
**ЯНВАРЯ**  
Москва, Экспоцентр

**КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ:**  
Тел: (495) 730-79-06, (812) 327-49-18  
E-mail: [imperia@imperiaforum.ru](mailto:imperia@imperiaforum.ru)  
<http://consumexpo.imperiaforum.ru>

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ

**КОНСУМЭКСПО-2012. ЗИМА**

Организатор



Генеральный партнер



# ДИЗАЙН, ВДОХНОВЛЕННЫЙ ПРИРОДОЙ



Компания «Комплекс-Бар» продолжает рассказ об известном английском фарфоре Steelite International. Продукция Steelite занимает лидирующие позиции на профессиональном рынке, а ее продажи на российском рынке за последние несколько лет увеличились в пятнадцать раз. Такой интерес не случаен.

Продукция соответствует мировым стандартам качества, подтвержденным сертификатами ISO 9001 и ISO 14001. Для производства применяют только высококачественные материалы. Вся продукция проходит до 53 видов различных проверок качества. Инновационный низкотемпературный обжиг гарантирует превосходное качество продукции, а специальная высококачественная глазурь покрывает поверхность изделия полностью, что позволяет использовать данную продукцию в различных условиях от микроволновой печи до морозильника. Оксид алюминия, входящий в состав фарфора, способствует наилучшему соединению частиц глиняной массы на молекулярном уровне, что делает изделие максимально прочным.

Фабрика дает пожизненную гарантию на скол по краю изделия. Компания «Комплекс-Бар», являясь официальным дистрибутором Steelite International на российском рынке, поддерживает условия выполнения данной гарантии на территории России.

Сегодня мы расскажем о серии Organics, которая входит в коллекцию Distinction. Эта оригинальная серия не похожа ни на одну из тех, о которых мы рассказывали ранее. Необычные формы являются воплощением элегантности и стиля, представляя собой новый, нетрадиционный подход к оформлению стола.

**Эта серия не для классической сервировки, а скорее для идеального дополнения к таким современным сериям, как Sheer, Float, Quadro, Neo. Вдохновленный самой природой дизайн, плавность линий и белоснежная чистота изделий сделают подачу любого блюда оригинальной и запоминающейся.**

Предметы серии Organics, дизайн которых был навеян формами самой природы, попросту великолепны. Их плавные линии и изгибы исполнены неповторимой красоты, а белоснежная чистота и утонченность украсят самый изысканный ресторанный стол.

*Подготовлено по материалам компании «Комплекс-Бар»*

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



# КРЕДИТ: МНОГО ШУМА ИЗ-ЗА ЧЕГО?

**Несмотря на то что предпринимательство на отечественном посудном рынке существует в среднем двадцать лет, тема кредитования вызывает бесконечную волну вопросов как со стороны предпринимателей, так и со стороны финансовых структур. Неужели ничего не изменилось за последнее время?**

## ДЕФИЦИТ РОЖДАЕТ НЕОФИЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Громогласные заявления о поддержке малого бизнеса, специальных программах кредитования, льготных процентах и субсидировании уже не вызывают живого отклика в глазах российских бизнесменов. Причина проста: сегодня все понимают, что рынок создан не для нуждающихся в поддержке, а для сильных и преуспевающих компаний... И все-таки без использования заемных средств раскрутиться или увеличить обороты крайне сложно. Поэтому компании и частные предприниматели пользуются кредитами, хотя их получение вызывает порой целую плеяду разочарований. С чем это связано? По мнению предпринимателей, **стоимость кредита высока, а условия погашения неудобны. Кроме того, рассмотрение заявки длится слишком долго, а получение кредита для начала своего дела «с нуля» нереально (банки боятся иметь дело с фирмами, работающими меньше года и не способными предоставить ликвидный залог).** Стоит к этому добавить и «заградительные» банковские программы кредитования, которые вроде бы предлагают кредиты на выгодных условиях, но на деле получить такой кредит утопично.

Конечно, можно понять и банкиров. Для них не выгодно подвергать риску свой кошелек, ведь в подавляющем большинстве **малый и средний бизнес не имеет залога, не пользуется средствами государственной поддержки. Риск невозврата банковской ссуды в этом случае резко возрастает.**

По мнению многих бизнесменов, добиться получения кредита в банке возможно, но как минимум это будет стоить значительной потери времени, что в коммерческой деятельности просто недопустимо. Торговые взаимоотношения не могут ожидать длительное время, потому что существует конкуренция, существует определенная скорость оборота средств и пр. Кроме того, кредит подразумевает предоставление финансовой и бухгалтерской отчетности, которая в большинстве случаев не отражает реального объема деятельности, поскольку создается специально для учета в налоговых органах. Не секрет, что в лице нелегальных кредиторов выступают и вполне солидные финансовые структуры, чьи истинные имена прикриты фирмами-однодневками (или хитроумными схемами), поэтому значительное число официально выданных кредитов – лишь условная величина, скрывающая реальный масштаб подлинного объема средств, находящихся в обороте. Не случайно многие банки имеют свои собственные каналы проверок платежеспособности клиента и работают по скрытым от общественных глаз схемам.

## КРЕДИТНАЯ ИГЛА: ОЧЕРЕДНАЯ ДОЗА МОЖЕТ БЫТЬ ПОСЛЕДНЕЙ

Одним из больных вопросов предпринимателя также является опасность сесть «на кредитную иглу» или, что еще хуже, невозможность слезть с этой «иглы». Большинство торговых предприятий работают за счет постоянной кредитной поддержки. Простая схема: закупка товара на одной из китайских фабрик – продажа в России – расплата по кредитам – еще больший заем – увеличение оборота – вновь оплата банковского долга и вновь закупка... Без банковской ссуды закупка новой партии товара просто невозможна. Во-первых, в силу временного фактора, требующегося на транспортировку и реализацию товара. Во-вторых, из-за растущих цен, вызванных, в частности, бесконечной инфляцией.

## КРЕДИТ – ОПАСНО, А БЕЗ КРЕДИТА?

Возможно ли обойтись без кредита? На самом деле только теоретически. Да, формально существует господдержка и субсидии (можно обратиться в Фонд содействия кредитованию малого бизнеса), но реально получить деньги на развитие частного бизнеса у государства утопично. Простой пример – с умирающими керамическими и фарфоровыми заводами. Энтузиасты, решившие возродить традиционную российскую отрасль, не могут получить средства на приобретение современного оборудования и льготы на энергоносители... Известен не один пример, когда желание поднять свое собственное производство завершилось очередным падением.

## ТАК ЛИ ВСЕ ПЛОХО?

В целом да. С кредитованием малого и среднего предпринимательства у нас действительно скверно, хотя согласно статистике сегодня значительно лучше, чем еще год назад. Сегодня уже реально найти кредиты под 15-18% годовых и даже 13% годовых. За последние 4 месяца в России предприятиям выдано 1,67 трлн руб. кредитных средств, что примерно на 34,2% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Лидерами остаются Москва (выдано 396,4 млрд руб.), Санкт-Петербург (выдано 102,1 млрд руб.) и Московская область (выдано 74,8 млрд руб.).

Но если мы будем сравнивать свою ситуацию с ситуацией в европейских государствах, то, как говорят в Одессе, – это две большие разницы. Например, в Чехии кредит для организатора частного бизнеса должен быть погашен... только после оплаты всех расходов и получения прибыли, а не через 3 месяца или год, да еще с драконовскими процентами.

ПРЕГРАДЫ КРЕДИТОВАНИЮ		
	Для предпринимателей	Для кредиторов (банков)
1	Высокие процентные ставки	Повышенный риск невозврата кредита
2	Завышенные требования по обеспечению ссуды	Отсутствие подлинной информации о деятельности и доходности компании
3	Длительность рассмотрения заявок и проверки кредитоспособности	Юридическая безграмотность представителей малого бизнеса
4	Слабая поддержка малого и среднего бизнеса со стороны государства	
5	Отсутствие реальных программ банковского кредитования развивающегося бизнеса	Невозможность предоставления соответствующего размеру кредита обеспечения (залога, заклада, гарантии, поручительства)
2	Невозможность получения кредита компаниям, работающим менее 1 года	Высокая вероятность убытков в связи с торговой деятельностью

Но все-таки выходы у отечественного предпринимателя есть. Подтверждением тому могут служить растущие объемы продаж. Посудный рынок в этом году показал восстановление докризисного уровня спроса и предложения, правда без особо резких амбиций на будущее. Существенные темпы развития показала розница, в которой задействовано немало представителей мелкого частного предпринимательства. Также наметилась тенденция объединения ряда частных и захват целых посудных сегментов в широко представленных сетях. Разумеется, без заемных средств вход в мир большого сетевого ритейла практически невозможен, но обидно, что цена такого входа не соответствует правилам нормального развития бизнеса.





ГРУППА КОМПАНИЙ «ИИС-ПОСУДА»

МОСКВА РОСТОВ КАЗАНЬ ЕКАТЕРИНБУРГ ЧЕЛЯБИНСК КРАСНОДАР СТАВРОПОЛЬ ТЮМЕНЬ ПЕРМЬ ИЖЕВСК

[WWW.IISPOSUDA.RU](http://WWW.IISPOSUDA.RU)

+7 (495) 984-64-30/29



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## ЗАВАРИ КРАСИВО!

Чаепитие должно приносить удовольствие и вдохновение. Не случайно на Востоке принято посещать чайные церемонии. Компания **Schonhuber** предлагает сделать заваривание чая более интересным и приятным, чтобы время, проведенное за чашечкой известного издревле напитка, подарило новые ощущения и интересные идеи. С ситечками для заваривания от Schonhuber мир ваших впечатлений от жизни будет богаче!



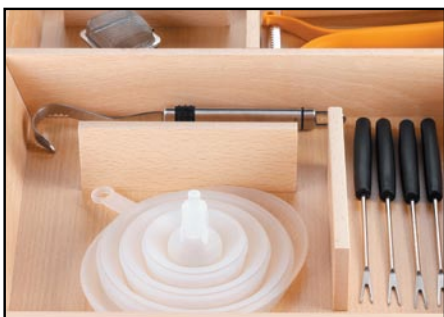
## SWEET LILAC OT LUMINARC!

Новинка 2012 года от Luminarc, соответствующая самым актуальным дизайн-трендам, – линейка питьевого стекла **Sweet Lilac**. Нежный лиловый цвет ножки изысканно оттеняет кристальную чистоту стекла чаши бокала. Эта линейка в чем-то перекликается с уже ставшей классической серией бокалов Black Domino, выпущенной Luminarc в 80-х годах и до сих пор пользующейся несомненным успехом на рынке. В 2011 году, следуя последним модным тенденциям, Luminarc вновь обращается к этой популярной серии, но выпускает ее в обновленном дизайне и новом модном цвете – лиловом. Коллекция позволяет подобрать подходящий бокал для любого напитка, в нее входят: бокал для воды 250 мл, бокал для вина 190 мл, фужер для шампанского 170 мл и маленький бокал для ликера 60 мл. Покупателей, без сомнения,

порадует отличная возможность сочетания этой привлекательной коллекции с одной из самых популярных линеек обеденной посуды этого сезона – Kashima Purple (Color Vibrance), что позволяет изысканно декорировать стол в одной цветовой гамме. Стойкий однородный и насыщенный цвет стекла позволяет без опасений мыть фужеры и бокалы Sweet Lilac в посудомоечной машине, что добавляет удобства при использовании этой посуды. Бокалы упакованы по 4 штуки и изготовлены из стопроцентно перерабатываемых материалов, что отвечает экологическим тенденциям. Не упустите прекрасную возможность – прикоснитесь к самым модным трендам сезона. Доставьте себе истинное удовольствие – разливайте напитки праздничного стола в эти прекрасные бокалы! Кстати, наборы Sweet Lilac могут послужить отличным подарком для друзей и близких.



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## ФУНКЦИОНАЛЬНО И КОМПАКТНО!

Экономия места и максимальная функциональность – этот принцип лег в основу создания силиконовой воронки **Silikomart**, которая позволит измерить объем жидкости и сыпучих продуктов, а также без потерь перелить их или пересыпать. При этом многофункциональная воронка легко складывается и занимает минимум пространства в кухонном ящике.

## ЗАЙМИ СВОЕ МЕСТО!

Чтобы не создавать вокруг себя беспорядок во время приготовления обеда или ужина, стоит воспользоваться контейнерами для консервов и стойкой для тарелок и мисок от **Сорсо**. Такие полочки занимают мало места и позволяют вам лучше организовать свое рабочее пространство на кухне.



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

## БЫСТРО, УДОБНО, ЭКОНОМИЧНО!

Оказывается, мыть посуду не так уж и нудно! Главное – обустроить свое рабочее пространство, сделав место возле раковины более удобным. Можете не верить, но это действительно так! **Garbath** предлагает свои решения для тех, кто еще сомневается в правильности вышесказанного! Простые в применении предметы обустройства вашей кухонной зоны выполняют свою работу с достоинством. Попробуйте – и вы не пожалеете!



## ЦВЕТНОЙ ПРАЗДНИК!

Настоящий праздник цвета в новых бокалах серии **Diamond** от **Pasabahce**.

*Pasabahce*



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## БОЛЬШЕ КРАСОК!

Пусть приготовление пищи принесет еще больше хорошего настроения! С такой целью была создана коллекция ярких цветных кастрюлек от **Papilla**. Теперь ваш супчик станет еще вкуснее, вот увидите!

## И У ТЕРМОКРУЖЕК ЕСТЬ ЛИДЕР!

Разумеется, один из лидеров в сегменте термокружек – **Corco**. Каждая из представленных компанией моделей прошла специальное тестирование и готова к любым испытаниям в самых суровых условиях. Специалисты компании уверены: вы не останетесь равнодушными к этой кружке и в следующий раз возьмете с собой именно ее.



## ТАЙМЕР НЕ ПОДВЕДЕТ!



Вовремя вынуть пирог из духовки или прикрутить конфорку – не с этими ли задачами мы сталкиваемся каждый день на кухне?! Так почему же у нас так часто пригорает омлет или сбегает молоко? Вместо поиска ответа на вопрос, воспользуйтесь таймером от **WestBend**, который не только сэкономит ваше время при приготовлении различных блюд, но и не допустит отмывания плиты и посуды от пригоревших продуктов.

# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## ВОТ ЭТО ТЕРОЧКА!



Украшение многих блюд, а также приготовление цукатов не обходится без натертой цедры наших любимых citrusовых: лимона, лайма, апельсина и других. Подготовить нужное количество хлопьев кожи вышеперечисленных фруктов в считанные секунды, одновременно разместив их в компактное хранилище, призваны терки для цедры от **BeaterBlade**. Быстро и компактно! То, что нужно современной хозяйке!



## ЛОВКОСТЬ РУК - ОБЕСПЕЧЕНА!

Уникальность лопатки от **Jokari** очевидна, а удобство при ее использовании не требует подтверждений! Переворачивать кусочки готовящегося или разогреваемого блюда теперь не составляет труда. Больше не придется сокрушаться по поводу развалившихся котлет или рыбы, разбрызганного вокруг плиты масла или неравномерного обжаривания различных блюд! Просто возьмите нужную порцию щипцами и переверните на другую сторону. Ловкость ваших рук не вызывает сомнений! И вокруг все чисто.



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## НАТРИ! РАЗЛОЖИ! И... НАЖМИ НА КНОПКУ!

Аппетитные натуральные чипсы, приготовленные дома с соблюдением правил здорового питания, – что может быть лучше? Трудно ответить. Но доподлинно известно, что их приготовление занимает минуты и не требует непрерывного внимания. Благодаря специальной шинковочной машинке от **Evriholder** и обычной микроволновке блюдо появляется на столе без промедления!



## ТЕПЕРЬ ТОЛЬКО ТАКАЯ КЕРАМИКА!

Керамические лезвия ножей и кухонная посуда с антипригарным керамическим внутренним покрытием уже давно завоевали сердца современных хозяек. Однако **Fagor** представляет не просто такую продукцию. Неповторимый дизайн и разнообразие расцветок предлагаемых инновационных моделей выделяют их из общего числа аналогичных изделий!



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## ПАЛЬЧИКИ ОБЛИЖЕТЕ!

Румяная корочка и сочное мясо птицы, приготовленное на специальной подставке от **Farbeware**, вызывают аппетит даже после сытного обеда. Идеальная конструкция для запекания курицы, утки или индейки дополнена удобным подносом, на котором удобно одновременно с мясом приготовить сочный гарнир.



## И КУСОЧЕК ПРЕВРАЩАЕТСЯ... В БАБОЧКУ!



Пришло время новых идей для тех, кто больше не желает довольствоваться принятыми когда-то нормами. Поэтому даже обыкновенный кусок хлеба может перевоплотиться в «хлебную» бабочку с большими крылышками! Благодаря специальным шаблонам от **Evriholder** вы можете создать десятки бабочек и других представителей животного мира! Но главное, что теперь ваш хлеб не будет состоять только из одинаково нарезанных кусков!





# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



## ЗАВАРИ!

Элегантные заварники для разных сортов чая подготовила компания **Rosle**! Засыпьте заварку в резервуар и окуните в чашку с кипятком. Добившись нужной крепости напитка, выньте заварник и поставьте его на специальную подставку. Благодаря разной расцветке вы никогда не перепутаете, какой чай у вас заложен внутрь резервуара!



## УЛЫБАЙТЕСЬ С НАМИ, УЛЫБАЙТЕСЬ ШИРЕ НАС!

Задорные улыбки на каждом предмете от **Kizmos Get Happy** позволят получить удовольствие даже от таких простых приспособлений, как лопатки, шумовки, прищепки или дуршлаг!



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

## ВИШНЯ БЕЗ КОСТОЧЕК!

Подготовить вишню для компота, освободив ягоды от косточек, совсем не просто, если вы не имеете прибора от **Rosle**. И наоборот: благодаря механизму Rosle ваши ягоды в считанные минуты освобождаются от косточек простым нажатием ручки.



## ПАЛОЧКА-ВЫРУЧАЛОЧКА!

Освободить мясо от костей и не вымазать руки жиром? Пожалуйста! С палочкой-выручалочкой от **Jokari** это так же просто, как... наколоть кусочек мяса на вилку! Только возьмите в руки изображенный на фотографии инструмент – и вы поймете все его достоинства! Мясо сохранит свою форму, оставшись без костей, а из-под ногтей больше не придется вынимать остатки жирной пищи!



## ИНСТРУМЕНТ – ЭТО ГЛАВНОЕ!

Когда мы говорим «натереть на терке» или «снять тонкую кожицу», то не указываем, каким именно инструментом при этом воспользоваться. И только знатоки понимают, что речь идет о **Pedrini**. Во-первых, это удобно и быстро, а во-вторых, это стильно! Достаточно веские доводы, не правда ли?



# СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

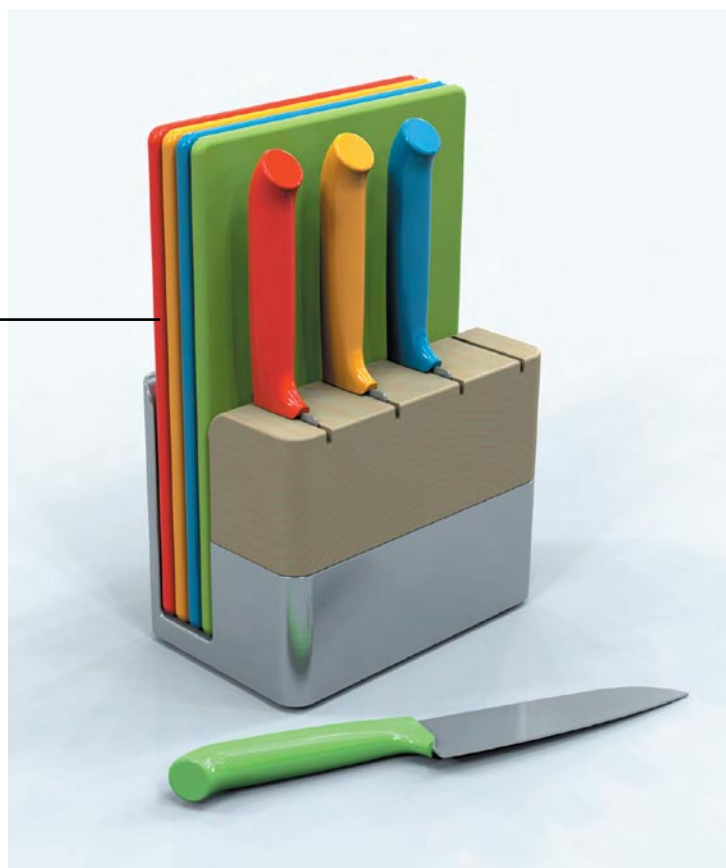


## СОЗДАЙ СВОЙ АРОМАТ!

Сдабривание свежеприготовленного салата маслом известно с незапамятных времен. Но современные хозяйки предпочитают создавать собственные ароматы, добавляя в растительные масла всевозможные пряности. Воспользуйтесь для этих целей бутылочкой с пульверизатором от **Misto** – и вы равномерно распределите любимый аромат над приготовленным салатиком, который автоматически станет вашим фирменным блюдом!

## РАДУГА НА ВАШЕЙ КУХНЕ!

Больше нет необходимости нарезать все одним ножом! Для каждого блюда или продукта используйте свой нож и соответствующую ему по цвету дощечку из набора **Hamptot**! Это и стильно, и гигиенично! Например, желтый цвет – для фруктов, красный – для мясных блюд, голубой для сыра, а зеленый – для пирога! Впрочем, выбор цвета зависит только от ваших желаний. Доставляйте себе удовольствие от собственного выбора!



eternum   
created 1924

Ведущий европейский производитель столовых приборов и предметов сервировки стола из нержавеющей стали **Eternum**, представляет серию **Anser**.

**Anser** — это столовые приборы класса «люкс», изготовлены из нержавеющей стали 18/10, толщина ручки 4,0 мм. Специальная полировка позволяет достигнуть безупречной блестящей поверхности. Серия **Anser** — это элегантное воплощение красоты и стиля!

## Компания «Комплекс-Бар»

предлагает барное и ресторанное стекло, фарфор, столовые приборы, профессиональный барный, кухонный и кондитерский инвентарь, предметы сервировки стола, безалкогольные сиропы, топпинги и фруктовые пюре Monin.



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

**«Комплекс-Бар» Москва**  
129085, ул. Годовикова, 9, стр. 31, этаж 4  
тел./факс: (495) 411-90-60  
эл. почта: [sale@complexbar.ru](mailto:sale@complexbar.ru)  
**«Комплекс-Бар» Санкт-Петербург**  
198080, Набережная Обводного канала, 223  
тел./факс: (812) 251-89-91  
эл. почта: [mail@complexbar.ru](mailto:mail@complexbar.ru)

