

2012/6

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

НОВОСТИ

С НОВЫМ ГОДОМ!

ИННОВАЦИИ

Dupont – взгляд в будущее

СОБЫТИЯ

Александровский зал
встречал гостей

Из Марсеньи с любовью!

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Рынок посуды к концу года:
возможности и ожидания

НАШ РЫНОК

Предновогодний маркетинг

ПЛАСТИК

Пластик: и это все о нем

МЕТАЛЛ

Металлическая посуда:
То, что мы любим!

ХРУСТАЛЬ

Хрустальная посуда.
Тонкости выбора

РЫНОК УКРАИНЫ

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



workshop
serenade





 *Paşabahçe*

www.pasabahce.ru



www.green-pan.ru www.greenpan.ru

Новинка от GreenPan!

Коллекция «Stockholm» для индукционных плит

- Стильный дизайн, практичность и экологическая безопасность – еще не все достоинства новой бельгийской эко посуды
- Широкий ассортимент: впервые в коллекциях посуды для индукционных плит - кастрюля, соусник и блинница с керамическим покрытием Thermolon™
- Массивные стенки и утолщенное дно с впрессованным стальным диском, крышки и ручки из полированной нержавеющей стали - все продуманно до мелочей
- Лучшее керамическое покрытие Thermolon™ - непревзойденные антипригарные свойства.



реклама

С GreenPan™ экологически чистые продукты становятся стандартом, а не модным течением!

Вкусная забота о ваших близких!

Главный секрет ризотто

Когда-то ризотто было популярным блюдом «бедной» северо-итальянской кухни, сегодня это блюдо для гурманов. Для ризотто достаточно немного риса, бульон и чуть-чуть овощей или рыбы.

Главное отличие от плова - «сухой», но кремовый вкус, недаром ризотто называют «рисом на вилке». При приготовлении ризотто есть несколько секретов. И главный из них – посуда.

Кастрюля для ризотто от старейшего французского производителя керамической посуды Emile Henry – идеальна именно для этого блюда. У нее округлое дно, позволяющее легко перемешивать ингредиенты. Как вся посуда серии Flame, она изготовлена из первоклассной бургундской глины, что обеспечивает натуральное здоровое приготовление пищи.

Кастрюля не боится термического шока, острых ножей и металлических ложек, легко моется, отлично распределяет тепло.

Продукты не пригорают и сохраняют естественный вкус, аромат и витамины.

Вся продукция серии Flame может быть использована как в духовке, так и на плите (электрической, газовой и стеклокерамической).



Emile Henry
FRANCE



серия Flame -
для естественного
приготовления
Ваших блюд
с великолепным вкусом
и ароматом



Эксклюзивный дистрибьютор на розничном рынке в России - компания «Антарес Трейд»
Тел.: +7 (495) 956 47 55, www.emilehenry.com, интернет-магазин emile-henry.ru

MADE IN FRANCE SINCE 1850

НОВОСТИ**С НОВЫМ ГОДОМ!****НАШИ ПАРТНЕРЫ**

Новинки от Steelite

ВЕКА: новые технологии экологичности

Фарфор «ПИЛЛИВИТ» — «белое золото» Франции

ДИСТРИБУТОРЫ**Tesco**ma – настоящий Новый год**Domino** – твой следующий шаг!

- 10 Компромисс между качеством и скоростью приготовления
24 Серия uniQ от vitesse – уникальность и простота 41

ИННОВАЦИИ

- Dupont – взгляд в будущее 42

СОБЫТИЯ

- 34
35
36 Александровский зал встречал гостей 44

«Сегодня выставочная площадь составляет более 88 футбольных полей, – дополнил Томас Кастрл. – Количество российских посетителей ежегодно увеличивается на 30%. Например, в прошлом году количество визитеров составило более 2 000 человек. Высокий показатель уровня переговоров и заключенных контрактов говорит о важности посещения и участия в выставке гостей из России».

- Из Марсиньи с любовью! 46

- «...Не мода, а образ жизни» 47

- ТАБЛИЦА ВЫСТАВОК** 48

ВЫСТАВКИ

- ИНА: это нужно видеть! 50

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

- Готовим экологично. Керамические сковороды на рынке 52

На европейском рынке спрос на экологичные сковороды заметно варьируется, – такие сковороды далеко не везде одинаково востребованы. Европейский покупатель более сдержан в отношении новых трендов. В России же, наоборот, эта новинка прижилась, в настоящее время такая продукция пользуется сравнительно высокой популярностью и демонстрирует наиболее уверенные темпы прироста.

- 38
40 Рынок посуды к концу года: возможности и ожидания 54



МАЛЬЦОВ

1790

ручная работа
www.dcrystal.ru

Россия, 242600, Брянская обл., г. Дятьково, пр-т. Доброславина д 2
факс: (48333) 3-26-98 тел.(48333) 3-27-44;3-25-83

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

Татьяна Толмачева – PR-менеджер

Наталья Соленкова – PR-менеджер

Подписка: Рита Гардива**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**ПОДПИСКА-2013**

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 я «ПОСУДА» обязательна.

НАШ РЫНОК**Предновогодний маркетинг**

Период маркетинговой активности начинается с конца ноября и заканчивается в середине января, пик приходится на декабрь. Практика показывает, что в это время уровень розничных продаж возрастает в 2,53 раза, а на некоторые товарные категории и того больше – в 45 раз. В США на уцененные товары приходится более 60% продаж универмагов и сетей специализированных магазинов.

ПЛАСТИК**Пластик: и это все о нем** 59**МЕТАЛЛ****Металлическая посуда: То, что мы любим!** 62

Сегодня рынок кухонной посуды из нержавеющей стали достаточно стабилен. Так, традиционно рост спроса приходится на период с августа по апрель. Покупатель в среднем предпочитает покупать посуду из стали марки 18/10, что свидетельствует о популярности этой недешевой стали.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА**ХРУСТАЛЬ****Хрустальная посуда. Тонкости выбора** 66

Процентное содержание оксида свинца может варьироваться и зависит от производителя (от 1 до 40%). Но, по негласному закону в центре хрустального производства – Чехии, хрусталь должен содержать не менее 24% оксида свинца. Помимо традиционного оттенка, свойственного прозрачному хрустальному стеклу, к которому привыкло большинство покупателей, хрусталь может иметь и другие цветовые решения. Гамма оттенков зависит от специальных добавок, применяемых в процессе приготовления стекло-массы, например борной кислоты, соединений мышьяка и сурьмы.

РЫНОК УКРАИНЫ 70**СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ** 74

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)**

ХОРОШИЙ БРЕНД И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО – ЭТО НЕ ВСЕГДА ДОРОГО!

Красивая и качественная посуда белого цвета. Наружное лаковое покрытие надёжно защищает её от внешних воздействий, а внутри керамика делает её более экологичной и приятной в использовании.

Всегда лучшее

WINNER[®]
GERMANY



Ножи WR-7321



WWW.WINNER-POSUDA.RU

Доска-поднос Mesin

Итальянская дизайн-студия **Soup studio** придумала оригинальную разделочную доску-поднос Mesin для одновременной подачи еды и бокалов вина. Доска изготовлена из дуба. Круглое отверстие для пальца позволяет держать доску подобно палитре художника.

Источник: www.soupstudio.eu



Новое приобретение Huhtamaki

Компания **Huhtamaki** приобрела американского производителя бумажной одноразовой посуды **Winterfield, LLC**. Данная сделка совершена в рамках стратегии по повышению прибыльности и усилению позиций **Huhtamaki** на розничном рынке Северной Америки, в том числе на рынке упаковки для общественного питания.

Питер и «джентльмены»

Оригинальную коллекцию керамических кружек-«джентльменов» **Moustache mugs** разработал дизайнер **Питер Ибрюггер (Peter Ibruegger)** из Лондона. С аккуратными, ухоженными усами и в шляпах-котелках, неуловимо напоминающие доктора Ватсона, они объединяют в себе сразу два полезных на кухне предмета: собственно кружку и сахарницу с крышкой.

По материалам www.novate.ru



Улучшения от Pyrex

Производитель жаропрочной посуды – компания **Pyrex** улучшила функциональность линейки контейнеров с крышкой **No-Leak Clear**. Над улучшениями поработали дизайнеры американской студии **Streng**. Они раскрасили крышки в разные цвета и добавили механизм для выпуска пара.

По материалам www.unipack.ru

PASABAHCE ОБНОВЛЯЕТ СВОЙ 77-ЛЕТНИЙ ЛОГОТИП

Компания **Pasabahce** – лидер турецкой индустрии и всемирно известный производитель стеклянной посуды – обновила свой фирменный образ и внедрила современный логотип, заменяющий 77-летнюю эмблему.

Новый логотип призван отразить силу **Pasabahce**, исходящую из устойчивого развития бренда и опыта длиной в три четверти века.

Одна капля логотипа олицетворяет каплю воды, указывая на элегантность, чистоту и прозрачность изделий, производимых компанией; другая капля символизирует стекло в жидком состоянии, указывая на его экологичность в связи с возможностью переработки для повторного использования.



www.pasabahce.ru

ГИБКАЯ ТЕРКА FLEXITA

Дизайнер **Ely Rozenberg** разработал концепт гибкой терки **Flexita**, которую удобно хранить и мыть. Терка выполнена из тонкой «гармонической» стали (толщиной 0,2 мм), поэтому после изгиба изделие легко возвращается в плоское положение. Удобный захват и устойчивость на поверхности обеспечивают эргономичные ручки и окантовка из силикона и полиэтилена. Концепт был отмечен наградой **Red Dot Award 2012**.

По материалам www.yankodesign.com



ЧУГУН И ФАРФОР В STW

Торговая фирма **STW** представила новинки – посуду из чугуна торговой марки **König** и сервизы из костяного фарфора **Noritake**. Кроме того, ассортимент компании постоянно пополняется посудой для сервировки стола от **Regent Silverware** (менажицы, блюда, кастрюли из стекла и металла с серебряным напылением), а также сувенирной продукцией от европейских производителей **RCR, Eagle Pewter, Hi-Si, Linea Argenti, Firmstock, Watra, Sarri, C&S, Credansa**.





СТОЛОВОЕ СЕРЕБРО

СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ ИЗ МЕЛЬХИОРА
С ПОСЕРЕБРЕНИЕМ

С 1896 года Кольчугинский завод производит предметы сервировки стола из посеребренного нейзильбера (мельхиора) и из чистого серебра 925 пробы.

Разнообразие рисунка столовых приборов удовлетворит любого эстета. Возможно разместить на поверхности изделий свой семейный герб или логотип компании, а также — создать совершенно уникальные модели по собственному эскизу.

www.zio.ru

*Кольчугинский мельхиор
для праздничной трапезы*

Кружева Veroni

Компания «Милый Дом» сообщила о поступлении на склад новой коллекции фарфора «Амелия» польской торговой марки Veroni. Коллекция выполнена в классическом стиле с объемным, кружевным дизайном узоров.



С блинницей «Жить здорово»!

Компания «Ангарес Трейд» представила новое изделие из коллекции «Жить здорово с Green+Life»: блинную сковородку с керамическим антипригарным покрытием «Термолон» (диаметр 24 см). Ненагревающаяся бакелитовая ручка soft touch сделает процесс приготовления пищи наиболее комфортным.



КОРОТКО...

Компания «Топ Стиль» представила наборы столовых приборов Vecchetti (Италия) и WNK (Гонконг). Приборы выполнены из нержавеющей стали высокого качества.

ООО «Компания «Уютный дом» приглашает на работу менеджера по работе с клиентами. Основные требования: опыт работы в посудной сфере. Контактная информация: +7 (495) 505-63-50 (Ирина Голубова).

Сеть магазинов товаров для дома «Уютerra» открыла новые гипермаркеты в Тюмени и Сургуте.

Компания «Чистый Домик» пополнила ассортимент новыми сериями стеклянных стаканов итальянской марки Serve с изображениями животных.

ЗАО «Гжельский фарфоровый завод» стало официальным лицензиатом XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи в категории «Народные промыслы».

Торговый Дом «Башкирский фарфор» заключил первые договоры по продвижению новой торговой марки Seiler Porcelain. Продукция позиционируется как «первый немецкий профессиональный ресторанный фарфор, производимый в России».

ФАРФОР WILMAX



Компания «Сухаревка» представила широкий ассортимент фарфоровой посуды торговой марки Wilmax England. Продукция соответствует всем европейским стандартам, регулирующим производство профессионального фарфора (SGS test). Изделия от Wilmax тонкие и легкие и при этом отличаются высокой прочностью. Тарелки, блюда, блюдца имеют утолщенный край, что придает им дополнительную устойчивость к

сколам и трещинам. Особый состав глазури обеспечивает гладкость и блеск поверхности изделий. Вся посуда подходит для использования в духовых и микроволновых печах (выдерживает температуру до 300 °C), ее можно мыть в посудомоечных машинах. В ассортименте представлены штабелируемые и нештабелируемые формы.

Также компания возобновила поставку на склад фарфора Seltmann (Германия) для свободной продажи.

РЕЙТИНГ СЕТЕЙ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА

На основании исследования «Рынок DIY & Household России», проведенного компанией INFOLine, определены лидеры розничных сетей магазинов товаров для дома, ранжированных по показателю выручки. Порог вхождения в десятку лидеров рынка Household по итогам 2011 года составил 1,2 млрд руб. Исследование показало, что на российском рынке товаров для дома продолжает уверенно лидировать по выручке сеть IKEA с показателем 9,7 млрд руб.

По подсчетам, в прошлом году выручка 10 крупнейших сетей рынка Household увеличилась на 37,3%, что на 12,4% больше аналогичного показателя за 2010 год. Наибольший прирост выручки в размере 47% показали межрегиональные сети. Доля 10 лидеров рынка Household России по итогам 2011 года превысила 5% рынка.

Тройка лидеров по итогам 2011 года осталась неизменной – это сети IKEA, «Уютerra» и «Ларес». К последней, правда, вплотную подобралась сеть «Посуда-Центр», увеличившая выручку почти на 70%.

Источник: www.finam.info

ФОНДЮ ОТ «МАНУФАКТУР ГАРДНЕРЪ В ВЕРБИЛКАХ»



«Мануфактуры Гарднеръ в Вербилках» представили новое изделие для приготовления фондю. В переводе с французского слово fondre означает «растопить», что характеризует способ его приготовления. Для приготовления фондю необходима специальная посуда – фондюшница, состоящая из менажницы с отделениями для кусочков хлеба, фруктов и т.п., подсвечника и чаши, в которой на огне от свечи плавится сыр или шоколад. Фондю как нельзя лучше подходит для приема

самых близких друзей или гостей, которых вы хотите удивить, угостив чем-то вкусным и необычным.



СЕРИЯ COLORANT

ПРИВНЕСЕТ ОРИГИНАЛЬНОСТИ В КАЖДОДНЕВНОЕ
ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИЦЦЫ



BERGNER[®]

THE PEOPLE'S BRAND



КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ ОТ BERGNER
ЭЛЕГАНТНО ВПИШЕТСЯ В ИНТЕРЬЕР ВАШЕЙ КУХНИ

WWW.BERGNER.RU

Новинки в компании «Коралл»

Ассортимент компании «Коралл» пополнился новинками – коллекцией посуды из рельефного доломита «Смелые фантазии» и коллекцией чайников из высококачественного жаропрочного стекла. Чайник подходит как для кипячения воды на газовых, электрических и стеклокерамических плитах, так и для заваривания чая. Изделия выдерживают температуру до +170 °С. В данной модели использована огнеупорная фурнитура из прочного бакелита с применением фиксирующего металлического кольца из нержавеющей стали.



Рождественская коллекция в компании «ГенЛекс»

Компания «ГенЛекс» представила рождественскую коллекцию **Christmas Tree** от английского производителя **Spoode**. В ассортименте – тарелки различных форм, кружки, наборы ложек, салатники, блюда, чайнички, креманки и многое другое.



«Гибридная» коллекция от Seletti в Москве

Московский «Магазин интерьеров» включил в свой ассортимент коллекцию оригинальной фарфоровой посуды **Hybrid** от компании **Seletti**. Коллекцию отличает «двойной» дизайн – почти в двух десятках предметов сервировки сошлись традиции Востока и Запада.



СЕРИЯ ПОСУДЫ SPECTACULAR



Компания «Роялтон Групп» представила новую серию посуды Spectacular. Посуда изготовлена из литого алюминия, имеет керамическое антипригарное покрытие, жаропрочное внешнее покрытие, индукционное дно, ручки с силиконовой накладкой. Изделия представлены в фиолетовом и сером цветах.

ЛИКВИДАЦИЯ!

Хозяйственный суд Автономной Республики Крым открыл процедуру ликвидации ПАО «Керченский металлургический комбинат» (КМК). Ликвидация комбината была начата по ходатайству управляющего санацией КМК Александра Зимницы. Согласно решению суда, процедура ликвидации продлится с 18 октября 2012 года по 18 октября 2013 года. Стоимость чистых активов предприятия за 2011 год составляла 30,442 млн грн. Сумма обязательств – 55,662 млн грн, размер собственного капитала – 30,442 млн грн. О наличии средств для расчета по обязательствам предприятия не сообщается.

Источник: www.kommersant.ua

НОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ «ИМПАКТ»



Компания «Импакт» представила новые коллекции хрустальных бокалов формы «Сафари». В ассортименте 3 вида бокалов: гладкие, с золотой декорацией и с платиновой декорацией. Ассортимент также пополнила новая серия столового фарфора формы «Лилиен», которая была разработана дизайн-бюро «Импакт» совместно с фабрикой «Стара Роле».

НЕРЖАВЕЮЩАЯ СЕРИЯ SELENA



Компания «Пилот МС» пополнила ассортимент нержавеющей посуды ТМ **Appetite** новой серией **Selena**. Посуда выполнена из высококачественной нержавеющей стали марки 202 (D11). Толщина стенок – 0,5 мм, толщина капсулированного дна – 3 мм. Матовая полировка внутри и снаружи придает изделию эффектный внешний вид.

ЕЩЕ ТЕПЛЕЕ, ЕЩЕ ЯРЧЕ!



Производитель термосов – компания «Биосталь» расширила ассортимент термокружек. Теперь кружки представлены в новых, ярких цветах и в новой цветной упаковке серии **Flör**.

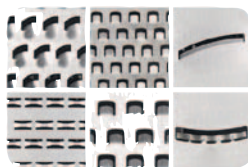
КОМПАНИЯ Taller ВНЕДРИЛА НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА



Марка Taller выпустила терки по новой технологии производства лезвий – фототравление.

Более острые лезвия позволяют нарезать как твердые, так и мягкие продукты аккуратно, без сминания.

Терки выполнены из высококачественной нержавеющей стали толщиной 0,3 мм, они прочны и устойчивы к деформации. Силиконовая ручка удобной формы даже при намокании не выскальзывает из рук. Силиконовый протектор на основании терки предотвращает скольжение во время использования и защищает поверхность от повреждений.



Терка TR-1912 имеет 4 вида лезвий: крупная терка, средняя терка, мелкая терка, шинковка. Терка TR-1913 имеет 6 видов лезвий: к уже перечисленным добавлены фигурная шинковка и шредер.

Терки пригодны для мойки в посудомоечной машине.

ООО «ТЕХБАЛТ ТАЛЛЕР»
Тел.: +7 (812) 290-66-83, 290-66-84

www.taller.ru

Посуду для IKEA будут производить в Португалии

Предприятие RiaStone, входящее в Группу VistaAlegreAtlantis (VAA), намерено построить в Португалии фабрику по производству фаянсовой столовой посуды для мультинациональной компании IKEA. Планируется, что новое предприятие будет выпускать 30 млн единиц посуды в год, при этом проект ориентирован на экспорт – 85-90% продукции будет поставляться на внешний рынок. Инвестиции в проект составят 19,5 млн евро, финансирование будет совместным – как со стороны шведской IKEA, так и со стороны португальского государства.

Проект был признан правительством «имеющим стратегический интерес» для получения инвестиций в рамках Системы стимулирования инноваций. На новом предприятии будут использоваться современные процессы и методы, созданные специалистами VAA, а также новейшие технологические инновации на уровне фабричного оборудования. Кроме того, ключевым фактором всего производственного процесса является достижение установленных эталонов качества с наименьшими затратами, а также с наименьшим вредом для окружающей среды.

Источник: www.gazetaslovo.com



(812) 290 66 83

www.taller.ru

Taller – высококачественная посуда из нержавеющей стали, алюминия, чугуна, цинкового сплава, бамбука и силикона.

Каждый найдет в ассортименте Taller идеальную посуду для приготовления любимого блюда.

С посудой Taller готовить вкусную и здоровую пищу легко и приятно.



«Полная чашка» детской посуды

В России открылся первый специализированный интернет-магазин детской посуды «Полная чашка». В ассортименте магазина – продукция только из натуральных материалов, таких как фарфор, керамика, стекло, нержавеющая сталь. Преимущественно представлены европейские производители: **Reutter Porzellan** и **Auerhahn** (Германия), **Thun** (Чехия), **Royal Doulton**, **Roy Kirkham** и **Spode** (Великобритания), **Cerve** (Италия) и **Luminarc** (Франция).

По материалам www.polnayachashka.ru

Складская автоматизация

Компания «Богемия Люкс Посуда» автоматизировала свой складской комплекс при помощи системы управления **Lead WMS**. «Мы получили ожидаемый результат в виде повышения производительности склада на 30%, а также снижение числа ошибок почти вдвое», – отметила **Ольга Деняк**, генеральный директор компании «Богемия Люкс Посуда». Общая площадь автоматизированного складского комплекса составляет около 6 тыс. кв. м. На сегодняшний день система управления складом адаптирована под отраслевую специфику работы компании «Богемия Люкс Посуда» и осуществляет полный контроль процессов приемки товаров, их размещения на складе (с учетом параметров совместимости и условий хранения продукции), пополнения, набора и ряда других задач.

По материалам www.mskit.ru

Новая коллекция ножей от RÖndell

Бренд RÖndell расширил ассортимент коллекцией ножей в блистере **Anatomie**. Изделия выполнены из высококачественной нержавеющей стали X30Cr13, которая позволяет длительно сохранять заточку клинка. Эргономичная рукоятка выполнена из специальной резины. В набор входит актуальный для любого кулинара комплект ножей для работы на кухне.



ЛИНИЯ ПОСУДЫ KREMONA SCOVO



TM Scovo расширяет свой ассортимент новой линией посуды **Kremona**. В ассортименте линии – сковороды различного диаметра, ковш и блинница. Толщина стенок и дна изделий обеспечивает быстрый и равномерный нагрев, внутреннее покрытие дает возможность готовить с минимальным количеством масла, а удобная термостойкая ручка делает процесс готовки более комфортным.

НОВИНКИ ОТ «MAXWELL: МОЯ ЛЮБИМАЯ КУХНЯ»



Бренд Maxwell представил новые серии посуды **Apple** и **Cherry**. Сковорода Maxwell Apple изготовлена из штампованного алюминия, снаружи покрыта огнеупорной цветной эмалью, внутри нанесено биокерамическое антипригарное покрытие **Excilon** в бежевом цвете. Ручка сковороды выполнена из термостойкого бакелита с термостойким покрытием soft touch.

Френч-пресс имеет термостойкое пластиковое основание, жаропрочную стеклянную колбу и пресс из нержавеющей стали 18/10.

Сотейник изготовлен из штампованного алюминия, покрытого снаружи термостойкой цветной эмалью. Внутреннее антипригарное покрытие **Whitford Xylan Plus** усилено третьим дополнительным слоем **HoneyComb** «медовые соты». Ручки выполнены из термостойкого бакелита и покрыты огнеупорным лаком в тон общего цветового решения. Диаметр сотейника – 26 см.

Круглая рельефная форма для запекания Maxwell Cherry изготовлена из углеродистой стали с двусторонним антипригарным покрытием Whitford Xylan.

Вся продукция Maxwell имеет международные сертификаты **LFGB**, подтверждающие безопасность материалов, из которых она изготовлена.





СКОВОРОДЫ DIANA С АЛМАЗНЫМ ПОКРЫТИЕМ



устойчиво к царапинам

газовая плита

электрическая плита

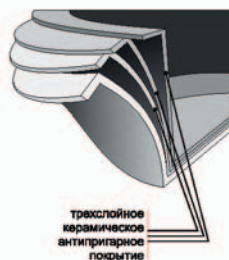
стеклокерамическая плита

индукционная плита

миль в посудомоечной машине

Какой должна быть посуда будущего? Прежде всего это пятислойное антипригарное покрытие на основе нанокompозитных материалов. Главная особенность – верхний слой, усиленный кристаллами алмазов. Срок службы алмазного покрытия считается самым длительным. Новая технология изготовления дна методом плазменного напыления магнитного слоя качественно отличает ее от другой антипригарной посуды. Посуда серии Diana может использоваться на всех типах плит, включая индукционные.

СКОВОРОДЫ CEROLINE С КЕРАМИЧЕСКИМ ПОКРЫТИЕМ



устойчиво к царапинам

газовая плита

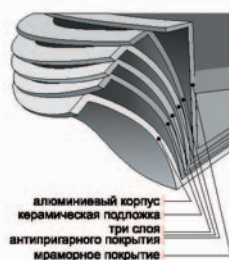
электрическая плита

стеклокерамическая плита

миль в посудомоечной машине

Сковороды изготовлены из литого алюминия и имеют трехслойное керамическое покрытие последнего поколения. Сковорода выдерживает температуру до 400 °C (что гораздо больше, чем температура кипения растительного масла и жиров) и служит значительно дольше, чем сковороды с традиционным антипригарным покрытием. Ручка не нагревается даже при длительном использовании. Особая конструкция дна обеспечивает равномерный нагрев. Готовить можно с минимальным количеством масла или вообще без него. Пригорание исключено! Посуда подходит для всех типов плит, за исключением индукционных.

СКОВОРОДЫ И КАСТРЮЛИ MARTINA С МРАМОРНЫМ ПОКРЫТИЕМ



устойчиво к царапинам

газовая плита

электрическая плита

стеклокерамическая плита

миль в посудомоечной машине

Сковороды и кастрюли имеют усиленное пятислойное мраморное нанокompозитное покрытие. За счет особого способа нанесения такого покрытия оно становится более стойким, дольше служит и приобретает превосходные антипригарные качества. В результате пища не пригорает даже без масла, а время приготовления сокращается. На покрытии не остается царапин от столовых приборов, и, кроме того, оно легко моется. Превосходное качество посуды серии Martina уже успело зарекомендовать себя у потребителей. Посуда подходит для газовых, электрических и керамических плит.

В возбуждении дела отказано

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) отказала в возбуждении уголовного дела о нарушении антимонопольного законодательства ООО «Антарес Трейд» и его контрагентом ООО «Интернет Ритейл Групп».

Для принятия решения о наличии либо отсутствии в действиях ООО «Антарес Трейд» и ООО «Интернет Ритейл Групп» признаков недобросовестной конкуренции ФАС России были направлены запросы о предоставлении необходимой информации ЗАО «Группа СЕБ-Восток», ЗАО «Нева-Металл посуда», ООО «Торговый дом «Сково», компании DuPont de Nemours (Belgium) V.V.V.A, а также ООО «Антарес Трейд» и ООО «Интернет Ритейл Групп».

Анализ представленных по запросу ФАС России документов показывает, что ООО «Антарес Трейд» осуществляет продвижение и реализацию на территории Российской Федерации посуды с керамическим антипригарным покрытием «Термолон» под торговой маркой GreenPan и действительно употребляет термин «Тефлон» или «Тефлоновые покрытия». Последние являются продуктом DuPont de Nemours (Belgium) V.V.V.A. При этом ООО «Антарес Трейд» утверждает, что посуда с покрытием на основе PTFE является опасной для здоровья человека и может приводить к различным заболеваниям (в том числе к раку). Однако в своих высказываниях ООО «Антарес Трейд» основывается на публикациях официальных научных исследований, подтверждающих опасность PFOA для здоровья человека и окружающей среды. Также важным аргументом в пользу ООО «Антарес Трейд» является заключение эксперта ООН по химической безопасности заслуженного профессора МГУ, академика, председателя Секции химии РАЕН, президента Центра «Экология и здоровье», ректора открытого экологического университета МГУ В.С. Петросяна, в котором говорится о том, что Агентство по охране окружающей среды США начало работу с крупнейшими в мире производителями покрытий из PTFE по реализации программы, нацеленной на снижение возможных негативных эффектов на здоровье людей. В соответствии с этой программой производители взяли на себя обязательства сократить к 2010 году выбросы PFOA на 95%, а к 2015 году прекратить их вообще.

Таким образом, нет оснований утверждать, что информация о вреде для здоровья человека антипригарного покрытия из PTFE с использованием PFOA является не соответствующей действительности, поскольку имеются научные исследования, подтверждающие данные сведения.

В итоге, руководствуясь пунктом 2 части 8 статьи 44 Закона «О защите конкуренции», ФАС России отказывает ЗАО «Группа СЕБ-Восток», ЗАО «Нева-Металл посуда», ООО «Торговый дом «Сково», компании DuPont de Nemours (Belgium) V.V.V.A. в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ООО «Антарес Трейд» и ООО «Интернет Ритейл Групп».

СТАЛЬ & СТИЛЬ



Компания **BeGret** является эксклюзивным дистрибутором ведущего производителя посуды из Нидерландов – компании **BLUEMAERT**. Посуда **BLUEMAERT** предназначена для приготовления пищи, долговечна и неприхотлива в эксплуатации.

Посуда **BLUEMAERT** отвечает стандартам европейского качества, обладает улучшенными физическими свойствами благодаря новейшей технологии производства.

Предметом особой гордости **BLUEMAERT** являются дизайнерские решения формы посуды.

Подчеркнуто изысканный стиль коллекций **ASTON** и **CAESAR**, изящная **EVA**, современный и практичный **SMART** – разнообразие коллекций позволяет максимально удовлетворить потребности любого покупателя и оправдать ожидания по стилю, качеству и цене.

Тел. +7 (495) 748-69-11
www.begret.ru



ФАРФОРОВЫЕ НОВИНКИ



ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» (Беларусь) представляет серию новинок:

- детские наборы из трех предметов: «Поиграем!» и «Пчелки». Веселое оформление и эргономичный дизайн подходит для обучения взрослеющего малыша.

Наборы выпускаются в 2 комплектациях:

- тарелка десертная (диаметр 175 мм), тарелка глубокая (диаметр 200 мм), кружка (объем 200 мл);

- тарелка десертная (диаметр 175 мм), кружка (объем 200 мл), салатник (объем 360 мл) – его можно использовать как тарелку для супа, каш.

Наборы упакованы в индивидуальную коробку.

Кроме того, завод предлагает:

- чайные сервизы формы «Кирмаш» с деколью «Корзинка»;

- набор из 18 мелких тарелок с деколью «Ягода» трех диаметров: 175, 200 и 240 мм (каждого диаметра 6 предметов);

- кружки с деколями «Ассорти» и «Джинс».

Все изделия можно мыть в посудомоечной машине.

ЗАО «Добрушский фарфоровый завод»
Республика Беларусь, 247050, Гомельская область, г. Добруш,
ул. Лесная, 8, Тел. 8 (10 375 2333) 7-12-12
E-mail: dobrush.farfor@gmail.com,
www.dfz.by



Elan gallery



*Красота и уют
вашего дома!*

Теперь по новому адресу:
г. Москва, ул. Академика Капицы, 32а
(495) 228-03-19 (многоканальный)



E-mail: info@elangal.ru | www.elangal.ru

Амбициозные планы национальных брендов Китая

Китайское агентство «Чжунсинь» сделало оптимистичный прогноз, что в последующие 30 лет национальные китайские бренды в результате инновационного развития смогут занять достойную нишу в мировом производстве. Об этом сообщает Международное радио Китая. По мнению известного в Китае ученого Ай Фэна, в истекшем 30-лети в стране осуществлялась политика реформы и открытости, соответственно, возросли и амбиции Китая. Теперь главная цель брендов – переломить слепое подражание и склонность к зарубежному, завоевать популярность за счет высокого качества, за счет признания сначала у соотечественников. Если удастся успешно внедрять инновации в технологии, дизайн, маркетинг и методы хозяйствования, последующие 30 лет вполне могут стать успешными для национальных брендов, считает ученый.

По материалам www.1prime.ru

«Хуторок» от ТМ «Метрот»

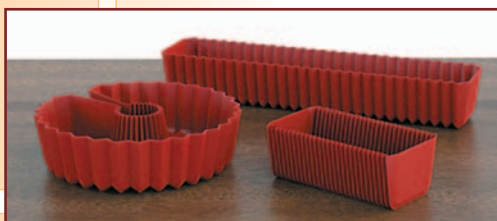
Торговая марка «Метрот» представила новую серию эмалированной посуды с рисунком «Хуторок». Кастриулы выполнены в форме «Эксклюзив», форма металлической крышки плоская. Внешнее и внутреннее покрытия молочно-кремового цвета. Ручки и крышки изделий металлические, фурнитура (бобышка) бакелитовая. Комплектация серии: кастрюли 2,2/4/5,3/7,5 л, чайник 2,5 л, набор из 6 предметов (кастрюли 2,2/4/5,3/7,5 л).



Форма-гармошка для выпечки

Немецкий дизайнер Simon Michel предложил оригинальный вариант форм для выпечки Flexu. Пластичная конструкция «гармошкой» позволяет выпекать кулинарные шедевры разных форм – круглые, квадратные, а также задавать им необходимый размер. По словам автора, форма изготовлена из безопасного пищевого пластика, однако температура выпекания не должна быть слишком высокой.

По материалам www.yankodesign.com



УТРО ЦВЕТА КАПУЧИНО



Доброе утро начинается с чашки ароматного кофе. Добавить в начало дня еще больше положительных эмоций поможет коллекция **Capuchino** от **Esprado®**, ведь завтрак – самая важная трапеза, с которой начинаются отношения и где рожда-

ется теплая семейная атмосфера.

Эта коллекция пробуждает аппетит и привносит в приготовление любого блюда новые краски и эмоции, которые вы сможете разделить со своими любимыми.

Посуда изготовлена из кованого алюминия и имеет утолщенное дно (4,5 мм). Благодаря этому она отличается хорошим теплораспределением и равномерным прогревом – свойствами, позволяющими готовить быстро, качественно и с высоким уровнем комфорта. В посуде используется экологичное швейцарское антипригарное керамическое покрытие **Ceralon**, чей натуральный состав гарантирует безопасность посуды для здоровья. Ручки изготовлены из бакелита с покрытием soft touch – он не нагревается при приготовлении на плите, приятен на ощупь и не скользит в руке.

www.esprado.eu

«ХРУСТАЛЬНАЯ КОМПАНИЯ» ОТКРЫЛА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО!



Мы рады сообщить, что в Московской области открылось представительство немецкой компании Handelshaus Anro – ООО «Хрустальная компания»! Теперь качественные хрустальные изделия будут доступны и в России. Приглашаем оптовые организации и бутики посуды посетить нас и ознакомиться с ассортиментом по адресу:

www.crystal24.ru
142102, Московская обл.,
Подольский р-н, п/о Подольск-2,
пос. Ерино, 10,
склад «ИИС-ПОСУДА»

Наши телефоны в Москве:

+7 (495) 984-64-30 доб. 290, моб. +7 (905) 596-88-26



Крупнейшая в Азии выставка товаров для дома



Hong Kong Houseware Fair

20-23 апреля 2013 • Hong Kong Convention and Exhibition Centre

- Расположение в центре города
- Более 2 000 экспонентов из 32 стран и регионов
- Специальные тематические зоны: Павильон элегантности; Праздничный обед; Экология и жизнь; Ваш дом; Жизнь на открытом воздухе; выбор ACEAN
- Специальный раздел выставки - «В мире животных» представляет товары для домашних питомцев, включая корма и пищевые добавки
- Проводится одновременно с выставкой домашнего текстиля и интерьерных тканей

www.hktdc.com/ex/hkhousewarefair/07

Программа компенсаций затрат на отель в размере HK\$2100 (около 198EUR) предлагается компаниям, посещающим выставку впервые. Обращайтесь в Московское представительство организатора (HKTDC) по тел: (852) 2584 4333, факс: (852) 2824 0026, email: exhibitions@hktdc.org

Получите пропуск на выставку БЕСПЛАТНО!

Зарегистрируйтесь сейчас одним из следующих способов и получите БЕСПЛАТНО пропуск на выставку:



При помощи мобильного телефона – посетите сайт www.hktdc.com/wap/houseware/T119;

При помощи Смартфона – загрузите приложение HKTDC Mobile на сайтах -iPhone App Store, BlackBerry App World или Google Play

Официальный перевозчик:



Your business · Our mission |



ИФЗ приглашает на «Новогодний вернисаж»!

С 3 декабря по 21 января Императорский фарфоровый завод приглашает в Галерею современного искусства фарфора на Кутузовском проспекте, 17, на выставку-продажу, где можно найти более 100 идей новогодних сюрпризов для друзей и близких. В экспозиции представлены оригинальные фарфоровые композиции, живописные копии, выполненные ограниченным тиражом, авторские елочные украшения и сувениры, а также традиционные подарочные чайные и кофейные пары, блюда, сервизы и предметы интерьера в исполнении ведущих художников Императорского фарфорового завода Татьяны Афанасьевой, Инны Олевской, Нелли Петровой, Татьяны Чапургиной, Галины Шуляк, Марии Матвеевой, Юлии Жуковой, Веры Бакастовой.

Браш-подставка от Samura

ТМ Samura представила новинку – универсальную металлическую браш-подставку BAMBOO. Браш-подставка предназначена для бережного совместного хранения стальных и керамических ножей. Диаметр подставки всего 10,5 см, а вмещает она до 9 ножей. Легкий корпус выполнен из нержавеющей стали, внутренняя часть в виде пластиковой щетки легко вынимается. Корпус и щетку можно мыть под проточной водой и в посудомоечной машине. Лезвия ножей при хранении не касаются друг друга, тем самым максимально сохраняя свою остроту.



Кухонные помощники Presto

Компания REGENT inox представила новинки товарной линии Presto: механические кухонные принадлежности из нержавеющей стали и пищевого пластика.



ИННОВАЦИИ ТМ VARI – 2013

Компания «Ландскрона» (ТМ VARI) создает посуду уже более 10 лет. В ее ассортименте есть продукция как с традиционным антипригарным, так и с актуальным керамическим покрытием. В процессе производства исключительное значение уделяется качеству, безопасности, применению новейших разработок в области материалов и технологий. В начале 2013 года «Ландскрона» приступает к производству посуды с покрытием, разработанным на принципиально новой основе (не PTFE и не керамика).

Детальная информация пока не сообщается. Известно лишь то, что качественные характеристики нового покрытия – устойчивость к истиранию и адгезионная прочность – на порядок выше, чем у аналогичных покрытий, при этом антипригарные качества сохранены на высочайшем уровне.



НОВОГОДНИЕ НОВИНКИ ОТ «ДЖИ-ЛИАН»

Компания «Джи-Лиан» представляет вашему вниманию свои новые коллекции посуды торговой марки Ji-Lian. Высокое качество, конкурентная цена, классические рисунки, стильная упаковка, широкая линейка с акцентом на отдельные предметы. Уже в продаже!

Тел.: +7 (495) 617-41-53, 671-41-59
www.ji-lian.ru

СПАСИБО ОТ СБЕРБАНКА



Часто ли вам говорят «спасибо» за то, что вы сходили в магазин? Или за то, что вы заправили машину, позвонили по телефону, выпили кофе в любимом кафе или оплатили покупку кредитной картой? Теперь это будет происходить всегда! И даже более того – теперь любая ваша повседневная покупка будет вырастать в нечто большее.

В сентябре 2012 года компания ООО «Антарес Трейд» начала сотрудничество с накопительной программой «Малина», а в октябре 2012 года – стала участником программы «Спасибо от СБЕРБАНКА».

Эти проекты дают уникальную возможность по-новому взглянуть на повседневные расходы. Теперь каждый держатель пластиковых карт Сбербанка России и «Малины» может обменять накопленные бонусные баллы на продукцию ТМ GreenPan.

Чем обусловлено такое сотрудничество?

Конечно же стремлением быть ближе к потребителю. И который год подряд ООО «Антарес Трейд» это, безусловно, удается.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ШВЕДСКОГО СТОЛА ОТ ТМ FRILICH



Компания Resterra стала эксклюзивным представителем торговой марки Frilich (Германия) на территории России. Ассортимент продукции Frilich включает диспенсеры для сока и молока, различные охлаждающие подносы, блюда и емкости, диспенсерные smart-системы для сахарного песка и рафинада, меда, сливок и сиропа.



ЛИНЕЙКА ГЕЙЗЕРНЫХ КОФЕВАРОК CAFÉ SI



ТМ Pensofal представила новую линейку гейзерных кофеварок Café Si. Принцип работы гейзерной кофеварки – приготовление напитка путем многократного прохождения горячей воды или пара через слой молотого кофе. Новые модели Café Si имеют компактный размер, что позволяет установить такую кофеварку и на малогабаритной кухне. Внешнее покрытие кофеварок от Pensofal стало более устойчиво к высоким температурам (выдерживает до 280 °С) и к повреждениям.

Новинка от компании «Борисовская керамика»

Производственная компания «Борисовская керамика» ввела в ассортимент новое изделие под брендом «НоваРусса». Это кастрюля-сотейник объемом 1,0 л. Продукция выпускается в индивидуальной красочной упаковке. Сейчас на предприятии разрабатывается следующая позиция в линейке сотейников – кастрюля объемом 2 л, которая планируется к продаже в середине следующего года.

Посуда SUPRA – лауреат премии «Здоровое питание»

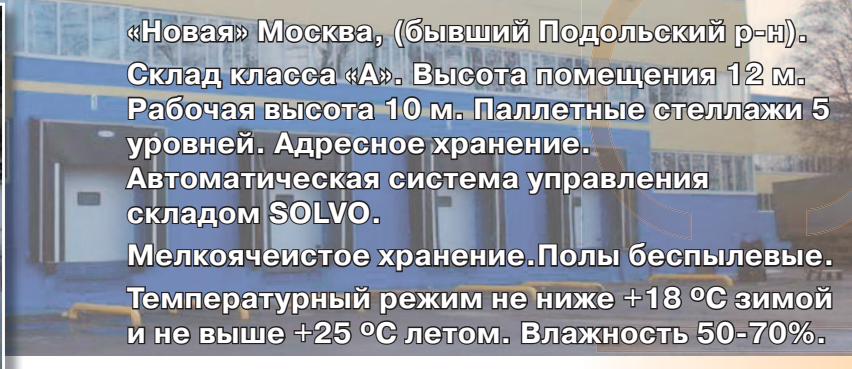
Посуда торговой марки SUPRA (Япония) стала лауреатом премии «Здоровое питание» в номинации «За продвижение идей здорового питания». Церемония награждения лауреатов прошла в конце ноября в рамках московского бизнес-форума Fresh Food Russia 2012. Кроме того, недавно безопасность посуды SUPRA подтверждена сертификатами НИИ Токсикологии. В ассортименте марки SUPRA – стальные и алюминиевые кастрюли и сковороды, а также керамические и титановые ножи.

Услуги ОТВЕТСТВЕННОГО хранения

**ЭФФЕКТИВНОЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО –
УСПЕХ ВАШЕГО
БИЗНЕСА!**

**Профессиональное хранение на юге Москвы!
Максимально БЫСТРАЯ обработка товаров!**

**НАДЁЖНОЕ ОТВЕТСТВЕННОЕ ХРАНЕНИЕ
ваших грузов!**



«Новая» Москва, (бывший Подольский р-н). Склад класса «А». Высота помещения 12 м. Рабочая высота 10 м. Паллетные стеллажи 5 уровней. Адресное хранение. Автоматическая система управления складом SOLVO. Мелкоячеистое хранение. Полы беспылевые. Температурный режим не ниже +18 °С зимой и не выше +25 °С летом. Влажность 50-70%.

Система вентиляции. Система пожаротушения автоматическая сплинкерная.

Отопление от собственной котельной. Возможно хранение контейнеров на территории. Система безопасности.

Ценовые услуги: от 10 рублей/сутки

**Контактный телефон:
+7 (495) 984-64-30; +7 (903)-679-25-11**





Дорогие друзья, партнеры и коллеги!

К нашей совместной истории добавился еще один год. С одной стороны, все мы стали немного мудрее, но с другой, наш багаж пополнился новыми впечатлениями и профессиональными достижениями. Благодаря полученному опыту, мы продвигаемся дальше и, сохраняя любовь к своему делу, совсем скоро будем встречать новый, 2013 год. Согласно гороскопу, этот год может принести и желанное богатство, и большие успехи, и удачу. Поэтому, поверим в счастливое совпадение звезд и сделаем все, чтобы планы осуществились как можно скорее. Что касается нас, то мы с удовольствием расскажем об успехах и достижениях, которые принесет вам наступающий 2013 год. И пусть змея сохранит все хорошее, что было в вашей жизни и подскажет, как преуспеть в будущем.

С Новым годом!

**Главный редактор журнала «Посуда»
Татьяна Валерьевна Ковшова**



Дорогие клиенты и партнеры,

От имени всех сотрудников Московского Представительства компании «Пашабахче Джам Санайиве Тиджарет А.Ш.» и ООО «Посуда» хотела бы сердечно поздравить вас с наступающим Новым 2013 годом! Желаю вам огромных успехов в бизнесе, дальнейшего процветания, гармонии, счастья и здоровья в ваших семьях! Также желаю вам приятно и весело проводить уходящий год, встретить Новый год, исполнения всех желаний! Уходящий год был сложным, но совместными усилиями мы достигли существенного роста на рынке посуды и еще больше укрепили свои позиции. В Новом году мы планируем вырасти еще больше вместе с вами и упрочить нашу лидирующую позицию. Еще раз желаю вам успешного воплощения бизнес-стратегий, мира, любви и здоровья в ваших семьях!

**С уважением, Виолетта Лапинг,
менеджер по работе с ключевыми клиентами Московского Представительства компании
«ПАШАБАХЧЕ ДЖАМ САНАЙИВЕ ТИДЖАРЕТ А.Ш.»**

Уважаемые коллеги, дорогие партнеры и любимые клиенты! Дружный коллектив компании «Джи-Лиан» поздравляет вас с Новым годом! Пусть он принесет успех и процветание бизнесу, увеличение доходов, над которым мы все так усердно трудились в уходящем году! Пусть наступающий год будет насыщен новыми планами, творческими идеями и хорошими новостями! А первые строчки всех информационных программ займут не новости шоу-бизнеса, а известия о ваших сенсационных успехах!

Удачи и с праздником!

Инна Григорьева, генеральный директор компании «Джи-Лиан»



Дорогие партнеры, коллеги и друзья!

Мы от всей души поздравляем вас с наступающим Новым годом! Искренне надеемся, что в уходящем 2012 году вам удалось воплотить в жизнь все загаданные мечты и желания, а предстоящий 2013 год непременно порадует новыми удачами и свершениями! Желаем вам и вашим близким крепкого здоровья, огромного счастья, праздничного настроения, чтобы ваш дом всегда был полон смеха и веселья!

Ждем вас на выставочном проекте «ПОДАРКИ 2013» – «HOUSEWARE EXPO 2013 / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА» 18-21 марта и 17-20 сентября 2013 года в Москве, в выставочном комплексе «ГОСТИНЫЙ ДВОР».

Компания «ПОДАРКИ ЭКСПО» благодарит редакцию журнала «Посуда» за активное продвижение компаний на российском и зарубежных рынках, информирование читателей о выставочных проектах посудной тематики! С наступающим Новым 2013 годом!

С наилучшими пожеланиями, Римма Евгеньевна Багирова, директор выставок

Ji-Lian®



Дорогие друзья!

Примите самые искренние поздравления с наступающим Новым годом! Пусть 2013 год станет воплощением новых надежд, оправдает ваши самые смелые ожидания, откроет безграничные возможности для постоянного развития и неустанного движения вперед.

Хочется поблагодарить наших партнеров за успешное продвижение посуды ТМ КУКМАРА и пожелать всем стабильности и процветания! Мы же, в свою очередь, постараемся порадовать вас новыми изделиями от ТМ КУКМАРА!

Желаем вам, вашим родным и близким семейного благополучия, взаимопонимания, гармонии, счастливых перемен, любви, удачи и везения.

С Новым годом! С новым счастьем!

С наилучшими пожеланиями, Азат Ясавиевич Загидуллин, генеральный директор ОАО «Кукморский завод Металлопосуды»



Уважаемые коллеги, партнеры! Всем, с кем мы активно сотрудничаем и общаемся в плане продвижения лысьвенской эмалированной посуды, выражаю искреннюю признательность за совместный труд, за ваш высокий профессионализм и творческий подход к делу.

Сердечно поздравляю с Новым годом! Новое зачастую ассоциируется с малоизвестным и непредсказуемым. Я же надеюсь, что грядущий год, если и готовит нам неожиданные сюрпризы, то исключительно хорошие, позитивные, которые будут содействовать нашей дальнейшей деятельности, развитию бизнеса. Пусть новый год обернется добрыми новостями, благоприятными событиями!

Одной событийной новостью рад с вами поделиться. В 2013 году исполняется 100 лет со дня образования на Лысьвенском металлургическом заводе цеха по производству эмалированной посуды. Эта дата примечательна тем, что открыла первую страницу в истории отечественной эмалированной посуды. Став первопроходцем в России, наше предприятие успешно развивается в этой сфере деятельности, имея на рынке прочные позиции благодаря широкому ассортименту и высокому качеству изделий.

Дорогие коллеги! Желаю вам уверенной поступи в новом году. Пусть в пути сопутствует удача! Пусть будет крепким здоровье и полным счастье!

Олег Гусев, генеральный директор ОАО «АК «ЛМЗ»

Новый год – это время зимних сказок и счастливый стук сердец, пора таинственная и всегда радостная. Желаем вам в Новом году осуществления задуманного, успеха и процветания вашему делу! Пусть коллеги, друзья и близкие радуют вас пониманием и поддержкой. Пусть новый год учится у старого только хорошему! Пусть всегда теплым уютом встречает вас ваш дом! Пусть тепло вашей души согревает как можно больше достойных людей.

**С Новым годом, друзья!
А.П. Шереметьев, исполнительный директор
ЗАО «Нева-Металл посуда»**



Kukmara®

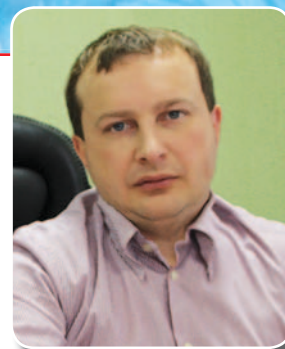
*Удобная посуда -
вкусная еда*





Уважаемые партнеры и коллеги! ООО «ДЕКОМ» сердечно поздравляет вас с Новым 2013 годом и Рождеством Христовым! Пусть наступающий год принесет много приятных событий и счастливых моментов. Пусть появятся новые перспективы и воплотятся в жизнь поставленные задачи! Желаем крепкого здоровья, удачи и любви вам и вашим близким! Хорошего настроения и исполнения самых заветных желаний в канун Нового года!

С уважением, Алексей Мусатов, директор ООО «ДЕКОМ»



Дорогие друзья!

В эти любимые всеми праздники от лица группы компаний SKL group и бренда Esprado® желаю вам только самого лучшего: гармонии в доме, крепкого здоровья, счастья, удачи во всех начинаниях, побольше хороших событий и профессиональных достижений!

Пусть 2013 год будет бодрым, энергичным, наполненным весельем и радостью – таким, как яркое настроение новогодних праздников!

Игорь Валерьевич Рыжий, генеральный директор группы компаний SKL group

Уважаемые коллеги и партнеры!

Если вы читаете эти строки, значит конец света не произошел и запланированные на 2013 год задачи все-таки придется выполнять. Я желаю всем достижения намеченных результатов, несмотря на неизбежные трудности и мрачные прогнозы аналитиков. Пусть следующий год принесет вам новые интересные идеи и проекты. И пусть у потребителей нашей продукции желание и возможность купить новую посуду всегда совпадают.

Всего наилучшего вам и вашим близким! С Новым годом!

Сергей Мусельян, коммерческий директор ООО «ПКФ «Кубаньфарфор»



Дорогие друзья! От имени компании «Ландскрона» и от себя лично поздравляю вас с наступающим Новым годом!

Искренне благодарю всех тех, кто сотрудничал с нами в 2012 году. Пусть наступающий год станет годом ярких событий, новых достижений и плодотворной совместной работы.

От всей души желаю крепкого здоровья, бодрости духа и неиссякаемого оптимизма, благополучия и удачи вам и вашим близким!

И.П. Хмылев, генеральный директор ООО «Промышленная компания «Ландскрона»

ТМ «Добрыня» поздравляет своих партнеров с наступающим самым ярким и красочным праздником, Новым годом! Наша компания желает вам многих достижений и длительного сотрудничества. В будущем году мы, как всегда, порадуем вас новинками, а в систему работы привнесем все необходимое для приятной совместной организации дел. Но, самое главное, в 2013 году «Добрыня» желает вам душевного тепла, настоящих друзей, любви, домашнего уюта и незабываемой новогодней ночи.

Яков Александрович Косюк, директор ООО «СибТэкс»



creo

macef = CASA HOME
milano

INTERNATIONAL HOME SHOW

24-27 ЯНВАРЯ 2013
www.macef.it/en



23 ЯНВАРЯ 2013 Предварительное открытие - праздники, Рождественские украшения и игрушки

Macef worldwide: BRASIL Sao Paulo 27-29 May 2013 - RUSSIA Moscow 29-31 May 2013



fieramilano



Хотим поздравить вас, коллеги,
Мы с Новым годом! Пожелать
Печалей и проблем не ведать,
А главное – не унывать.
Пускай работа вам доходы
И удовольствие несет,
Желаем радостного года!
Пускай по жизни вам везет!



Наступающий год будет для нашей
компании юбилейным! Нам 15 лет и
вы – приглашены!!!

**С любовью к вам, Йосеф Шеда,
генеральный директор ООО «РОНЭКС»**



Дорогие партнеры, коллеги, читатели журнала «Посуда»!
Компания «Пилот МС» поздравляет вас с Новым годом и Рождеством!
Искренне желаем вам безмерного счастья, отменного здоровья, отличного настроения и улыбок! Пусть рядом с вами всегда будут верные друзья, любимые люди и надежные партнеры! Желаем вам не терять бодрости духа, огонька в глазах, всегда стремиться вперед и никогда не сдаваться! Всего самого доброго и светлого вашим семьям и близким! Процветания и успехов вашему бизнесу!

**Александр Шлемович Штейнпресс,
генеральный директор ООО «Пилот МС»**

Уважаемые коллеги! Я поздравляю вас с наступающим Новым годом и Рождеством. Мы ценим ваш выбор и надеемся, что в новом году продолжим наше взаимовыгодное сотрудничество. Прошедший год был очень продуктивным. Мы сталкивались с трудностями, но успешно их преодолевали. Мы старались удивить вас интересными новинками, обещаем не сбавлять темп и впредь держать марку!

Желаю здоровья и процветания в новом году, достижения поставленных целей.

**С наилучшими пожеланиями, Ирина Владимировна Алькова,
генеральный директор ООО «Элан Галерея»**



С Новым годом вас, дорогие партнеры!
Позвольте пожелать вам здоровья, личного счастья, любви, процветания и стабильного роста вашего бизнеса!

А «Милый Дом», как и прежде, будет радовать вас интересными новинками из ассортимента кухонных товаров.

**С наилучшими пожеланиями,
Надежда Владимировна Комиссарова, генеральный директор компании «Милый Дом»**

Дорогие друзья, партнеры, коллеги! Компания «Техбалт Таллер» поздравляет вас с наступающим Новым годом и Рождеством!

Желаем вам в новом году крепкого здоровья, неиссякаемой жизненной энергии, финансовой стабильности, успехов в реализации всех задуманных планов.

Пусть все неудачи и проблемы останутся в уходящем году, а Новый год встретит вас радостными событиями и перспективными проектами!

С.В. Зимирев, генеральный директор ООО «Техбалт Таллер»





Пилот МС

посуда и кухонные аксессуары

ООО «Пилот МС»

Тел.: +7 (495) 231-24-44, 660-61-92

www.pilotms.ru



MYRON
COOK

Посуда из чугуна – это лучший вариант для приготовления блюд, требующих длительного томления на огне: вкуснейшего плова, нежного тушеного мяса и птицы, сочного рагу. Каждая хозяйка оценит ее по достоинству!

Самое главное преимущество чугунной посуды, ради которого она и покупается, – это неповторимый вкус, который приобретают блюда, приготовленные в такой посуде. Секрет в так называемом «эффекте русской печи»: чугун долго сохраняет тепло, медленно отдавая его пище, сохраняя при этом натуральный вкус продуктов, витамины и минеральные вещества.

Компания «Пилот МС» представляет инновационную новинку в мире чугунной посуды – **посуду из облегченного чугуна с керамическим покрытием**, которая имеет массу достоинств:

- невероятно прочная и долговечная;
- произведена из экологически чистых материалов, без PFOA и PTFE;
- не боится ржавчины;
- не требует особого ухода;
- идеально гладкая поверхность легко моется;
- обладает отличными антипригарными свойствами;
- подходит для всех типов плит;
- выдерживает нагрев до 300 °С.



Но главная особенность посуды из облегченного чугуна в том, что ее вес гораздо меньше традиционного чугуна! А значит, чугунная посуда станет более удобной для женщин и не повредит поверхность современных плит, не приспособленных для тяжелой посуды! Хозяйкам больше не придется поднимать тяжести на кухне, готовить в такой посуде будет легко и приятно!



Уважаемые партнеры и коллеги, читатели журнала «Посуда»! Коллектив ООО «ТитанАльянс» («Полная Чаша») поздравляет вас с Новым годом!

Пусть весь грядущий год будет полон приятных событий, радостных встреч, новых открытий. Пусть новости будут хорошими, знакомства приятными, дела удачными, а неприятности мелкими.

Строя планы на грядущий год, мы всегда надеемся на лучшее, мечтаем, загадываем желания. Планы нашей компании нацелены на расширение и развитие нового ассортимента, вывод на российский рынок новых брендов. Мы благодарим партнеров за плодотворное сотрудничество и надеемся на успешные взаимоотношения в будущем.

Пусть наступающий год будет полон сбывшихся надежд, достигнутых целей и приятных открытий! С Новым годом!

Эльвира Вердиева, административный директор ООО «ТитанАльянс»



Уважаемые друзья и коллеги, партнеры!

Вот и наступил новый, 2013 год взамен ушедшего високосного. Как и водится, високосный год принес нам много изменений и потерь. И в момент этих изменений любой человек расстраивается и огорчается, и только по прошествии некоторого времени человек может адекватно оценить происходящее. Оказывается, потери все восполнимы, а изменения только к лучшему. Не избежал этого и я в этом 2012 году. Хочу развеять все сомнения и сказать, что все, что ни делается в этом мире, к лучшему.

Позвольте всех поздравить с Новым годом, пожелать, чтобы все ваши потери были восполнимы, а изменения были непременно к лучшему, а также крепкого здоровья, счастья вам и всем вашим близким!

Игорь Вячеславович Дементьев, директор направления Household ТК «Мастергласс»

Прошедший 2012 год, Год Движения, Суеты и Беспокойства позади.

Он принес рост организуемых нами выставок, много приятных впечатлений, новых партнеров и интересных встреч. Компания «Парус Экспо Медиа» поздравляет всех читателей журнала «Посуда» и коллектив издательства с Новым 2013 Годом!

Желаем всем вам мудрости и терпения, взвешенных и удачных бизнес-проектов, здоровья и благополучия Вам и Вашим семьям в Новом Году!

Валерий Целинский, Директор компании «Парус Экспо Медиа» (Киев, Украина).



Новый год – это праздник, которого с нетерпением ждет каждый из нас. И я счастлива передать самые теплые поздравления с Новым годом от бельгийской компании GreenPan и французской компании Emile Henry!

Представляя на рынке современную ЭКО-посуду, мы каждый день заботимся о том, чтобы здоровье самых важных в вашей жизни людей было в безопасности. Ведь улыбки друзей и радостный смех детей – пожалуй, самый дорогой подарок, который мы можем получить.

Еще я хочу пожелать, чтобы не только наш дом, но и наша голубая Планета оставалась здоровой. Выбирая продукты и вещи, сделанные по ЭКО-технологиям, мы заботимся не только о своем здоровье, но и о том, на какой Планете мы будем жить в будущем (через 5, 10, 20 лет). Поэтому берегите себя и свою планету.

Новый год – это новые встречи и события, эмоции и взгляды на жизнь, новые покупки. В новом году GreenPan и Emile Henry будут, как и раньше, радовать вас своими новинками и удивлять приятными сюрпризами.

Существует примета: как новый год встретишь, так его и проведешь. Так пусть наступающий год будет для вас ярким, счастливым, удачным и конечно же Здоровым!

С наилучшими пожеланиями, Галина Быкова, директор по продажам и маркетингу ООО «Антарес Трейд»

Уважаемые читатели журнала «Посуда»! Дорогие друзья! Уважаемые коллеги!

От себя лично и от лица организаторов международных выставок сердечно поздравляю вас с наступающим Новым годом и Рождеством! Желаю процветания, здоровья, творческой удачи и благополучия! Пусть наступающий год будет насыщен новыми планами, творческими идеями, хорошими новостями и финансовыми успехами!

Пользуясь случаем, приглашаю всех специалистов отрасли на Международные специализированные выставки HouseHold Expo – весна, Outdoor Dacha, Horeca Leto, Stylish Home. Object & Tableware (21-24 марта 2013 года).

Весна – время новых обновлений и начинаний. Встречайтесь на выставках и пользуйтесь уникальной возможностью заключить договора, изучить рынок, получить новые контакты.

Виктор Михайлович Левченко,
заместитель директора выставки HouseHold Expo



На пороге новый, 2013 год. Новый год – это любимый праздник в России; в нем есть волшебство и предвкушение новых свершений.

Для «Мессе Франкфурт РУС» уходящий 2012 год в первую очередь отмечен новыми колоссальными партнерскими проектами. Мы очень гордимся этим, так как уверены, что объединение усилий организаторов во многом и есть будущее выставочного рынка. Так, впервые в этом году мы провели совместно с Американской ассоциацией музыкальных производителей NAMM выставки NAMM Musikmesse Russia и Prolight+Sound NAMM Russia. Кроме того, впервые стартовал проект Interlight Moscow powered by Light+Building – лидирующий в области световых технологий и светотехники, права на который с января 2012 года принадлежат нашей компании.

Отраден тот факт, что в 2012 году выставки «Мессе Франкфурт РУС» оправдали наши ожидания и усилия, о чем свидетельствует результат. Как технические выставки, так и текстильные выставки и выставки потребительских товаров продолжают свой рост, привлекая с каждым годом все больше профессиональной посетительской аудитории, иностранных участников, спонсоров и официальной поддержки. Подводя итоги уходящего года, мы уверены, что проделанная работа и полученные результаты – признак нашего развития в правильном направлении. Наша молодая и энергичная команда нацелена на успех и высокую эффективность, что объясняет амбициозность наших планов на 2013 год.

Того же мы хотим пожелать журналу «Посуда» и его читателям! Успехов, движения вперед и новых свершений! И конечно же благополучия вам и вашим близким!

Ойген Аллес, генеральный директор Messe Frankfurt RUS



Уважаемые дамы и господа!

Примите искренние поздравления с самым теплым и светлым праздником – с Новым годом!

Новый год – самый любимый и долгожданный праздник. Его называют волшебным, загадочным, удивительным, неповторимым, чарующим. От всей души желаем вам, чтобы эти праздничные дни стали добрыми и радостными, чтобы осуществились ваши мечты и исполнились желания, а дорогие вам люди неизменно были рядом!

Пусть новый, 2013 год подарит благополучие, укрепит веру в будущее, а всем начинаниям всегда и во всем сопутствует успех.

Удачи и вдохновения в будущем году! Ждем вас на выставке «Консумэкспо-2013. Зима» 21.01-24.01 в Экспоцентре на Красной Пресне.

Ольга Викторовна Дубовик, руководитель проекта «Консумэкспо»



НОВИНКИ ОТ Steelite



Активное развитие ресторанного бизнеса в России предполагает здоровую конкуренцию, которая, в свою очередь, дает возможность лучшим мировым производителям укрепить свои позиции на российском рынке. Компания «Комплекс-Бар» представляет на российском рынке все ведущие мировые бренды столовой посуды. Но особого внимания со стороны профессионалов заслуживает продукция английской компании Steelite International. За последний год объем продаж фарфора Steelite увеличился в двадцать раз. Такой спрос не случаен. Steelite International является одним из ведущих мировых производителей высококачественной посуды для международной индустрии гостеприимства.

Продукция выпускается исключительно в Великобритании, на заводе, имеющем более чем вековую историю производства. Фарфор Steelite соответствует мировым стандартам качества, подтвержденным сертификатами ISO 9001 и ISO 14001. Для производства фарфора используют только высококачественные ингредиенты. Фарфор проходит до 53 видов различных проверок качества в процессе производства. Продукция изготовлена с использованием высокой доли оксида алюминия путем инновационного низкотемпературно-

го обжига с применением эксклюзивной формулы глазури. Все это значительно повышает прочность посуды, именно поэтому фабрика дает пожизненную гарантию от образования сколов и трещин по краю изделия. Изделия Steelite отличают такие функциональные качества, как: возможность штабелирования, использования в микроволновой печи, термостойкость, надежное крепление ручек, способность к удерживанию тепла и холода, устойчивость глазури к образованию пятен и повреждениям. Дизайнеры компании ведут постоянный поиск новых форм. Асимметричные формы тарелок, салатники со скошенным краем, тарелки геометрической формы, сочетание стекла, дерева и фарфора, оригинальные цветовые гаммы и рисунок – это не полный перечень последних достижений производителя.

Новинка последних лет – великолепная классическая серия Antoinette. Изящная и нежная, она придаст вашему заведению атмосферу романтики и сделает подачу блюд торжественной и праздничной. Серии Craft и Koto идеально подходят для нашей страны, так как они предназначены для кухни, любимых и популярных в России. Koto – восточная и азиатская кухня, Craft – этнические заведения, пивные рестораны и бары с простой,



Antoinette Nouveau Bowl

сытной едой. Эта новая концепция неформального оформления стола сделает сервировку разнообразной и демократичной, предоставляя массу возможностей для подачи блюд.

Весь вышеперечисленный ассортимент вы всегда сможете найти в компании «Комплекс-Бар». Компания поддерживает складскую программу, линейки ведущих производителей всегда есть

в наличии или на заказ. Главный принцип работы компании «Комплекс-Бар» – наиболее полное комплексное обслуживание и удовлетворение всех потребностей Клиента.

«Комплекс-Бар»
Москва, ул. Годовикова, 9,
стр. 31, этаж 4
Тел. +7 (495) 411-90-60
www.complexbar.ru



Koto



Craft Main



Koto



Craft Squarer



ВЕКА: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЭКОЛОГИЧНОСТИ

ВЕКА – классика кухонной утвари. Этой знаменитой бельгийской марке посуды больше ста лет. Оставаясь верными собственным традициям качества, разработчики посуды ВЕКА берут на вооружение все технологические новшества, применяя их для усовершенствования продукции бренда.

Так, одно из главных направлений ВЕКА – работа с экологически чистыми и долговечными материалами. Бренд разработал и запатентовал необыкновенно прочное и на 100% безвредное антипригарное керамическое покрытие для сковород и сотейников – Bekadur Ceramica. ВЕКА была первой маркой, которая отреагировала на сигналы врачей, начавших говорить о возможном вреде

антипригарных покрытий другого типа. Именно сотрудники этой компании стали первопроходцами в разработке керамических антипригарных покрытий, и именно они создали лучшее из них – Bekadur Ceramica. Одна из основных серий посуды ВЕКА называется Chef Eco-logic, входящие в нее предметы снабжены тем самым запатентованным керамическим покрытием Bekadur Ceramica. Это покрытие создано на основе натуральных компонентов. Такие сковородки и кастрюли не только не токсичные, но и сверхпрочные. Алюминий, закаленный по уникальной экологически чистой технологии (без использования вредных кислот), в 5 раз превосходит по прочности нержавеющую сталь. Керамическое покрытие Bekadur Ceramica выдерживает температуру до 400 °С, оно не сгорит, даже если случайно оставить на плите пустую посуду. Утяжеленное дно посуды Chef Eco-logic быстро и равномерно нагревается и долго сохраняет тепло, а удобные эргономичные ручки не дадут сковородке выскользнуть из рук.

Создавая коллекцию ВЕКА, специалисты компании стремятся сделать ее максимально



обширной – в ней найдется необходимое для кулинаров всех мастей. Помимо посуды, в коллекции ВЕКА множество аксессуаров и необычных приспособлений для приготовления самых разных блюд.

Так, ВЕКА разработала необычную сковородку, на которой, даже если она закрыта крышкой, можно приготовить еду с аппетитной поджаристой корочкой. Называется эта сковородка Clean Cooking. Ее крышка не полностью прилегает к сковороде, а оставляет значительный зазор по всей окружности. У крышки есть специальные ножки, которые опираются на бортик сковороды и держат крышку немного приподнятой. При такой конструкции крышка абсолютно защи-

щает плиту и кухню от масляных брызг, не препятствуя при этом циркуляции воздуха.



Это только некоторые из необычных продуктов ВЕКА, с полным ассортиментом товаров старейшего бельгийского бренда можно познакомиться здесь:

www.beka.domos.ru

Эксклюзивный дистрибутор ВЕКА в России – компания «Домострой».

Тел. +7 (812) 334-96-34



Фарфор «ПИЛЛИВИТ» — «белое золото» Франции



ПРЕЗИДЕНТ Франции **Николя Саркози** на заводе «ПИЛЛИВИТ», апрель 2011 года

Группа компаний «Топ Стиль» представляет на российском рынке всемирно известный французский фарфор премиум-класса «ПИЛЛИВИТ».

Одним из старейших, насчитывающих почти два столетия, и престижнейших французских брендов фарфора по праву является «ПИЛЛИВИТ». Основатель компании Жан Луи Ришар Пилливит открыл свою фабрику фарфора в 1818 году в самом центре Франции, на родине Жанны д'Арк, в небольшом городке Меен-сюр-Йевр. К концу XIX века компания достигла апогея своей славы. На Всемирных выставках в Париже, Филадельфии, Лондоне, Нью-Йорке было получено множество золотых медалей, в самых престижных заведениях во Франции и за ее пределами шеф-повара работают с фарфором «ПИЛЛИВИТ». В это время на «ПИЛЛИВИТ» созданы знаковые изделия, такие как супница «голова льва» и знаменитый столовый сервиз «бистро», которые до сих пор производятся и украшают трапезы по всему миру. Королевы Великобритании, Голландии, суверены Египта предпочитали на торжественных приемах изысканные сервизы «ПИЛЛИВИТ».

В 2002 году компания была преобразована из «САС Нувель ПИЛЛИВИТ» и в настоящее время является лидером на французском рынке «белого золота», как иногда называют фарфор. Завод производит более 60 млн готовых изделий в год, производственная линейка насчитывает 1 500 изделий с множеством вариантов размеров и форм. Свою продукцию «ПИЛЛИВИТ» экспортирует в более чем 50 стран мира. Красота, изящество, благородство и разнообразие форм и декоров фарфора «ПИЛЛИВИТ» удовлетворяет самые взыскательные вкусы профессионалов гостинично-ресторанного бизнеса. Именно поэтому выбор в пользу фарфора «ПИЛЛИВИТ» сделали всемирно известные легендарные французские шефы Ален Дюкасс и Поль Бокюз, Мишель Герард и Кристоф Пау, Жиль Грасто и Эмиль Юнг и целая плеяда других знаменитых волшебников кухни. С посудой «ПИЛЛИВИТ» работают самые знаменитые отели и рестораны мира: Le First (Париж), Café de la Paix (Париж), Le Martinez (Канны), Carlton Hôtel (Канны), Hôtel du Louvre, The Dorchester Hotel (Лондон), Royal Lancaster Hotel (Лондон), Hilton (Джедда), Méridien (Дубай), Inter-continental (Дубай) и множество других. Фарфором «ПИЛЛИВИТ» оснащены казино, заграничные клубы класса люкс, международные торговые центры, лайнеры круизных компаний Princess Cruises и Club Méditerranée.

Компания сохранила и преумножила богатые традиции предыдущих поколений «ПИЛЛИВИТ» благодаря высочайшим стандартам качества и бережному отношению к наследию прошлого в сочетании с использованием самых современных технологий производства профессионального фарфора. Фарфоровый завод фирмы оборудован современными туннельными и камерными обжигowymi печами, робототехническими комплексами, системами автоматизированного управления отдельными технологическими процессами. В то же время немало операций осуществляется с использованием ручного труда высококвалифицированных мастеров, так как изготовление фарфора – это не только производство, но и особая отрасль искусства, где важную роль играют еще живые вековые традиции старых мастеров.

«ПИЛЛИВИТ» выпускает собственную фарфоровую массу «ПИЛЛЕНИУМ» (PILLENIUM), которая в 2004 году на салоне SIREST получила Гран-при за инновацию в категории «Материалы». Изделия из этой смеси имеют более высокую механическую прочность и выдерживают более высокие температурные нагрузки, включая перепады температур. Применение этой смеси позволяет уменьшить толщину стенок изделий при сохранении их прочностных характеристик. Выигрыш в термической устойчивости изделий составляет 117%, а выигрыш в механической прочности 250%. Для придания формы сложным по конфигурации предметам применяются три вида литья: ручное – в гипсовые матрицы, автоматическое – в формы, представляющие собой гибкие мембраны на металлическом основании, и литье под давлением в матрицы из пористых смол. Формование предметов, называемых телами вращения (тарелки, блюда, чашки, горшки, салатницы и т.д.), производится при помощи вращающейся нагреваемой стальной головки, которая вдавливая фарфоровую массу в гипсовую матрицу, придает предмету нужную форму.

Посуда «ПИЛЛИВИТ» имеет абсолютно белый цвет и характеризуется полным отсутствием пор (пористость менее 0,5%). Она выдерживает резкий перепад температур в диапазоне от -30 до $+350$ °C. Такую посуду, извлекая из морозильника, можно помещать непосредственно в духовку. Она подходит для морозильной камеры, прекрасно удерживает как холод, так и те-

пло. Ее можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине. Она легко моется, механически устойчива к сколам и царапинам, в ней отсутствует кадмий и свинец. Уникальной характеристикой посуды компании, изготовленной из смеси «ПИЛЛЕНИУМ», является возможность ее использования для гриля и барбекю на открытом огне. Из классических фарфоровых смесей на заводе «ПИЛЛИВИТ» изготавливаются такие серии, как Sancerge (пользуется наибольшим успехом у рестораторов), Bourges (для школ, госпиталей, столовых), Europe (простая и прочная), Paris (коллекция для бистро), Plissé («ностальгическая» коллекция). С использованием смеси «ПИЛЛЕНИУМ» за короткое время с 2006 года компанией было создано значительное число новых коллекций прочного фарфора. В их числе оригинальная коллекция ALIZEE (создана в сотрудничестве со знаменитым шеф-поваром и дизайнером Бабеттой де Розьер). Появилась кулинарная коллекция EDEN («ЭДЕН»), гастрономические серии Incidence («Энциданс»), Grand Chef («Гран Шеф»), Marianne («Марианна»).

Компания «ПИЛЛИВИТ» через российского дистрибутора «Топ Стиль» предлагает на российский рынок широкую линейку изделий из фарфора самого высокого качества. Эта посуда, созданная настоящими мастерами своего дела, благодаря своей красоте, элегантности и благородству форм и декора способна украсить любую трапезу и подчеркнуть высокий статус любого дома или заведения.



ЗНАМЕНИТЫЙ ШЕФ-ПОВАР И ДИЗАЙНЕР КОЛЛЕКЦИИ ALIZEE БАБЕТТА ДЕ РОЗЬЕР



www.topposuda.ru



Группа компаний *Мои Стили*

121351, Москва, ул. Молодогвардейская д.57

Тел/факс (495) 980-76-44, E-mail: info@topposuda.ru

tescoma.

НАСТОЯЩИЙ НОВЫЙ ГОД!

Празднование Рождества и Нового года не обходится без семейного застолья.

Так приятно, когда все собираются вместе и радуются тому хорошему, что ждет нас впереди. А рядом стоит нарядная елочка, вкусные игрушки для которой можно сделать всем вместе. Благодаря аксессуарам от Tescoma это совсем не сложно и довольно быстро.

ВЕСЕЛЫЕ ФОРМОЧКИ



Елочки, звезды, снеговики и многое другое могут быть в виде печенья, которое очень просто получить из раскатанного теста. Для этого Tescoma предлагает специальные пластиковые формочки, собранные в трех наборах Delicia. В каждом наборе подобрана рождественская тематика. Вы можете воспользоваться набором с теми контурами, которые пришлись вам по душе больше всего, а можете приобрести все представленные наборы и наслаждаться многообразием собственноручно испеченных фигурок.



В любом случае вы получите массу удовольствия, особенно если разделите это занятие с детьми, которым всегда нравится создавать что-то новое.

Стоит сказать, что разработчики новогодних формочек позаботились об удобстве их хранения, снабдив наборы специальным кольцом, которое удерживает все предметы вместе, не давая им растеряться в кухонном ящике. Кроме того, в комплект входят ленточка для украшения приготовленного печенья и крючки для его развешивания на елку.

Украшение вечнозеленой лесной красавицы увлекает и маленьких, и взрослых, позволяя окунуться в сказку, где, как в стародавние времена, елку наряжали конфетами, пряниками и прочими сладостями...

А как приятно после боя курантов на протяжении рождественских каникул снимать с хвойных веточек собственноручно приготовленные украшения и пить с ними чай!



ВОЛШЕБНЫЙ КАРАНДАШ



Чтобы создать поистине красочный десерт или придать красок жизни приготовленному печеню, Tescoma подготовила специальный кулинарный карандаш, способный удовлетворить даже профессионального кондитера. Вы больше не будете с завистью смотреть на печенье с цветной глазурью на прилавках магазина и не захотите тайком забраться за витрину с разноцветными кексами, расписанными шоколадом. Теперь все это вы можете иметь у себя дома. Благодаря специальному кулинарному карандашу вам под силу раскрасить любое кушанье из теста.

Силиконовый корпус карандаша и разнообразные насадки позволяют одним нажатием руки создать на поверхности любимого десерта пышный цветок, изящный контур или написать послание тому, кого вы любите и хотите видеть рядом с собой.



С помощью карандаша вам под силу создать и прекрасную бабочку, и снежинку с тончайшими нитями, и снеговика, и зонтик, и самолет, да что угодно! Заправьте карандаш растопленным шоколадом и продемонстрируйте свой собственный почерк и безграничную фантазию. Вы можете делать надписи и рисунки как горьким, так и молочным шоколадом, а также темным и светлым! Выполните рисунок на лощеной пищевой бумаге шоколадом, подождите, пока он остынет, и получите отдельное изделие-украшение! Творите на радость себе и всем окружающим!

Вы можете создать фантастический орнамент, поставить фирменный знак или просто раскрасить пирожное или печенье любимым цветом! Представляете, сколько возможностей таит в себе кулинарный карандаш для ваших детей, готовых на все ради создания такого лакомства?

Главное – при пользовании карандашом застаться кремом и цветной глазурью и не забывать подкручивать поршень карандаша, чтобы емкость с наполнителем всегда была плотной!

Собираясь за таким занятием вместе с друзьями и детьми, вы проведете одни из самых веселых и счастливых минут в своей жизни.

Не стоит откладывать это на потом! Живите сейчас и готовьтесь к ближайшим праздникам вместе с кулинарными аксессуарами от Tescoma!



WWW.TESCOMA.COM

DOMINO – ТВОЙ СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ!

Известная на посудном рынке компания «Ландскрона» представила долгожданную новинку – коллекцию кухонной посуды Domino собственной марки VARI со стойким керамическим покрытием Fusion от ведущего разработчика антипригарных покрытий – концерна Whitford.

Индустрия антипригарных покрытий не стоит на месте, поэтому сегодня важно учитывать пожелания покупателей иметь в своей кухне действительно последние поколения экологически благоприятной антипригарной посуды.

Конкурентная борьба, не на шутку разыгравшаяся в последние годы между разработчиками и дистрибуторами покрытий для посуды, словно расколола покупателей на два лагеря: тех, кто выбирает экологическую безопасность, и тех, кто предпочитает высокую износостойкость. Сегодняшнее предложение от отечественной компании «Ландскрона» – новая линия кухонной посуды **Domino** фактически возвратила мир и спокойствие как профессионалам рынка, так и конечным потребителям.

Fusion, запомните это название, вовсе не очередной маркетинговый ход, столь часто встречаемый на рынке. Это не просто керамическое покрытие, а покрытие с повышенным ресурсом устойчивости к истиранию. Новая структура покрытия типа «матрица» демонстрирует феноменальные показатели – до 80 тыс. циклов работы испытательной машины против 30 тыс. циклов у посуды с покрытием на основе PTFE.

Еще одной отличительной особенностью **Fusion** является практически нулевая пористость, которая обеспечивает улучшенные экологические свойства посуде **Domino**. Светлый оттенок покрытия облегчает процесс наблюдения за готовящимся блюдом.

Вся продукция данной линии выполнена в соответствии со всеми требованиями к высококачественной кухонной посуде. Корпус сковород изготовлен из пищевого алюминия марки А5 и имеет утолщенные дно и стенки, способствующие более равномерному распределению тепла. Итальянская фурнитура эргономичной формы придает изделиям элегантный вид и обеспечивает удобство в использовании. Заслуженные награды за качество и очевидные покупательские симпатии, бесспорно, выделяют такую посуду среди другой антипригарной посуды, стоящей на магазинных полках.

Стоит также отметить и внешнее уникальное термостойкое покрытие, разработанное для разного вида



плит, в том числе и популярных стеклокерамических варочных панелей (в частности, Schott AG), для которых важны: низкая отражающая способность, плотность прилегания и отсутствие прямого контакта алюминия с нагревательной поверхностью. Все эти условия в точности соблюдаются у посуды Domino.

Немаловажным дополнением Domino стала и оригинальная упаковка, подчеркивающая отличительные признаки новой посудной коллекции и выгодно отличающая ее от продукции конкурентов.

Посуда линии Domino отмечена АНО «Союзэкспертиза» ТПП РФ дипломом первой степени «За высокие потребительские свойства» с присвоением золотой медали «За качество».

DOMINO – единство стиля, функциональности и новых технологий!

www.vari.ru



КОМПРОМИСС МЕЖДУ КАЧЕСТВОМ И СКОРОСТЬЮ ПРИГОТОВЛЕНИЯ



Мы все хотим, чтобы наше питание было сбалансированным и здоровым, а времени на приготовление вкусных обедов и ужинов уходило как можно меньше. Забудьте о том, что создание гастрономических изысков требует большого количества времени и вашего обязательного присутствия на кухне! Компромисс между качеством и скоростью найден – новая помощница мультиварка VITESSE VS-520 имеет стильный дизайн и 16 программ и режимов.

Мультиварка VS-520 полностью автоматизирована. У нее есть удобная панель управления со светодиодным дисплеем и сенсорными кнопками, при помощи которых вы можете управлять процессом приготовления. Режим «Подогрев» позволит сохранить вкус и температуру свежеприготовленной пищи, а с функцией «Отложенный старт» можно доверить мультиварке приготовление еды к назначенному времени! Полезная каша на завтрак, наваристый суп на обед или аппетитное жаркое на ужин – выбирайте сами! С мультиваркой VS-520 также возможно готовить еду паровым способом – огромный плюс для приверженцев здоровой пищи и диетического питания!

Мультиварка VS-520 – это компактный прибор нового поколения с огромными возможностями! Мультиварка VS-520 экономит ваше время и принесет в вашу жизнь еще капельку комфорта!



СЕРИЯ UNIQ ОТ VITESSE – УНИКАЛЬНОСТЬ И ПРОСТОТА

Дорогие гурманы! Посуда UniQ от VITESSE является несомненным эталоном качества, изысканного дизайна и удобства в использовании. Функциональные прочные кастрюли и сотейники серии UniQ надолго станут вашими надежными партнерами в приготовлении еды на любой вкус. Кроме того, посуда UniQ – это шикарный подарок для любой хозяйки! Истинная хранительница домашнего очага обязательно обрадуется столь приятному презенту и оценит высокое качество хорошей посуды.

Отличительная черта кастрюль и сотейников из набора UniQ состоит в том, что посуда имеет уникальную техноло-

гию слива жидкости. Благодаря ей можно сливать воду, не используя дуршлаг. У посуды есть носик для слива, а крышку можно расположить в четырех различных позициях.

Это помогает сливать воду через фильтр с абсолютно закрытой крышкой. Для наибольшего комфорта хозяек на ручках посуды предусмотрены силиконовые выступы.

В ассортименте серии посуды UniQ можно легко отыскать модели классических кастрюль объемами 2,4 л (VS-2113), 3,3 л (VS-2114), 4,3 л (VS-2115), 5,7 л (VS-2116), низких кастрюль-сотейников объемами 3,8 и 4,5 л (VS-2117 и VS-2119), набор из двух кастрюль с крышками VS-2120 и сотейник VS-2112. Если вы – любитель полезных тушеных блюд, овощных, мясных, рыбных соте, плова, рагу, жаркого или гуляша, то эти модели созданы для вас!



WWW.VITESSE.RU



DUPONT – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Компания DuPont обогащает мировой рынок научными и высокотехнологичными достижениями в виде инновационных материалов, изделий и услуг с 1802 года.

15 ноября 2012 года в московском офисе мирового лидера по производству антипригарных PTFE-покрытий – компании DuPont состоялось открытие первого Инновационного центра DuPont в России и регионе EMEA. Подобные площадки были недавно открыты на Тайване, в Японии, Корее, Таиланде, Индии, Бразилии, Мексике и США. На начало 2013 года запланировано открытие Инновационных центров в Швейцарии и Турции.

Инновационный центр DuPont в Москве является девятым центром компании в мире и первым в регионе EMEA. Особенно приятно, что для этого события компания выбрала Москву.

– На развивающихся рынках значительно увеличивается темп исследований и разработок, – сообщил на церемонии открытия Центра г-н **Дуглас Музыка**, старший вице-президент и директор по науке и технологиям DuPont.

– Мы уверены, более тесная связь клиентов в России с учеными DuPont позволит находить новое применение нашим продуктам и решениям, расширять сегменты рынка и повышать наш общий уровень инноваций.

В своей деятельности, которая ведется в соответствии со стратегией DuPont по созданию продуктов и решений, удовлетворяющих потребностям растущего населения планеты, Инновационный центр DuPont в России ориентирован на пищевую



промышленность, строительство, нефтегазовый сектор, железнодорожное машиностроение и автомобилестроение. Эта площадка позволяет создать уникальную среду для совместной работы с клиентами, правительствами, научными и деловыми партнерами.

Новый московский Инновационный центр предоставляет клиентам и партнерам дополнительные преимущества за счет сотрудничества с 9 500 учеными и инженерами компании по всему миру. Возможности работы обеспечены как на самой площадке, так и посредством видеоконференций.

Инновационный центр DuPont в России – это ульт-



расовременное пространство, состоящее из двух зон: экспозиционной зоны и зоны сотрудничества. В первой из них демонстрируются новейшие технологии компании и различные способы их применения. Вторая зона оснащена необходимым оборудованием для проведения встреч клиентов и партнеров DuPont с представителями

компании по всему миру.

– Россия сегодня – один из наиболее быстро растущих рынков в мире с большим потенциалом для инноваций, – комментирует г-н **Иржи Ланг**, генеральный директор DuPont в России. – Не важно, планируют ли наши клиенты реализацию исследовательских проектов или создание продуктов, способных кардинально изменить ситуацию на рынке. Наша задача – помочь им в этом с тем, чтобы как можно быстрее коммерциализировать подобные инновационные концептуальные разработки. Мы хотим поделиться с клиентами и партнерами знанием различных рынков, тенденциями их развития, что поможет соответствовать новым требованиям глобальной экономики.

Уже 38 лет компания DuPont применяет свои мировые научные достижения в России в целях создания продуктов, которые помогают улучшить качество жизни, сделать ее более здоровой и безопасной. Более 500 сотрудников работают в компании DuPont в России. 350 ученых кооперируются с DuPont и содействуют внедрению новых инновационных разработок и технологий в различных областях экономики в России. DuPont представляет в России продукты и решения для различных отраслей: в области сельского хозяйства и пищевой промышленности, промышленного, дорожного и гражданского строительства, сотрудничает с компаниями нефтегазового сектора, текстильной, лакокрасочной, полиграфической промышленности, железнодорожного машиностроения, автомобилестроения.

На открытии Центра прессой задавались различные вопросы, которые касались деятельности компании в России. Было интересно узнать о представленном в Москве проекте DuPont «Changing the face –





ревитализация архитектурного облика типовых зданий», проводимом в различных странах Европы. Новый облик жилых домов архитекторы создавали с помощью строительных материалов DuPont: композит-

ного камня Corian®, нетканых паропроницаемых мембран Tyvek®, порошковой краски Alesta®, безопасного стекла SentryGlas® и других новых разработок. С их помощью типовые дома приобретают индивидуальность

и дополнительную функциональность.

Журнал «Сельская жизнь» интересовался инновациями в сельское хозяйство и масштабом сотрудничества с Академией Народного Хозяйства России. Вопрос о повышении продаж при внедрении инновационных решений в различные области народного хозяйства прокомментировал г-н **Симоне Ариззи**, директор по глобальному технологическому развитию компании DuPont. Несомненно, внедрение инновационных технологий и материалов, разработанных компанией DuPont, в различные сферы промышленности несет за собой рост объемов и продаж этой продукции.

Руководитель московского Инновационного центра **Геннадий Артамонов** провел небольшую презентацию разработок, представленных в Центре.

Сельскохозяйственной отрасли и пищевой промышленности DuPont предложила новые технологии, способствующие более эффективному решению проблем, с которыми сегодня и в будущем могут столкнуться фермеры. Миссия DuPont заключается в предоставлении сельскохозяйственных продуктов из семян,

более богатых питательными ингредиентами. С помощью предложенных инноваций повышается урожайность, качество и экологическая безопасность продуктов питания в мире.

Для автомобильной промышленности ученые DuPont разрабатывают технологии, способные, во-первых, повысить производительность и уровень безопасности, во-вторых, снизить затраты за счет уменьшения износа шин, экономии топлива и пр., в-третьих, сократить выбросы в окружающую среду и дать свободу новым автодизайнам.

Также ведутся разработки перехода к альтернативным источникам энергии.

С учетом новых достижений компанией DuPont разрабатывается проект строительства дорог в России. В железнодорожной индустрии компания борется за безопасность, скорость и комфорт. В химической индустрии DuPont тесно сотрудничает с Химпромом. В строительстве, в нефтегазовую промышленность, в электронику, в упаковку, в сферу персональной безопасности DuPont вносит свои инновационные директивы. Пожалуй, нет такого сектора, в котором так или иначе не участвовали инновационные разработки компании.

Российские производители посуды с антипригарным покрытием давно знакомы с деятельностью DuPont. Уже несколько заводов по производству посуды с антипригарным покрытием в России используют технологии, предлагаемые компанией DuPont. Открывшийся в Москве Центр позволит в самые минимальные сроки получать подробную информацию об инновациях, наладить коммуникации с разработчиками технологий, обмениваться опытом с инженерами DuPont по всему миру.

Официальные сайты
www.dupont.com и
www.dupont.ru.

Официальный сайт
Инновационного центра
DuPont в России – www.innovationcenter.dupont.ru



АЛЕКСАНДРОВСКИЙ ЗАЛ ВСТРЕЧАЛ ГОСТЕЙ

26 ноября 2012 года в Москве в гостинице Renaissance Monarch Hotel (Александровский зал) состоялась пресс-конференция, посвященная международной выставке высококачественных потребительских товаров Ambiente 2013, которая пройдет во Франкфурте-на-Майне с 15 по 19 февраля 2013 года.

Ambiente традиционно объединяет в себе три крупных направления:

Dining – обворожительный мир кухонной утвари, столовой посуды и сервировки стола;

Giving – творческий мир идей подарков и сувениров;

Living – эксклюзивный мир дизайна и декорирования интерьеров, мебели и аксессуаров.

На пресс-конференции выступил Томас Кастрл – директор потребительских выставок Ambiente, Tendance.

На пресс-конференции Томас Кастрл напомнил участникам историю франкфуртской выставки.



2013 будут отличаться оптимальной павильонной структурой и небольшими расстояниями до стендов. На 27 павильонных уровнях выставки Ambiente свою новейшую продукцию продемонстрируют около 4 500 участников со всего мира. В феврале 2013 года на франкфуртской выставке Ambiente соберутся все основные участники глобального рынка потребительских товаров.

– В сфере подбора торгового ассортимента Ambiente не знает себе равных. Это идеальная платформа для размещения торговых заказов – так прокомментировал предстоящую выставку Томас Кастрл, директор раздела Dining. Четко структурированное предложение различных групп продукции позволяет закупщикам легко ориентироваться на выставке, целенаправленно подыскивать деловых партнеров и размещать заказы в непосредственном контакте с производителями.

ОБЗОР ГРУПП ПРОДУКЦИИ

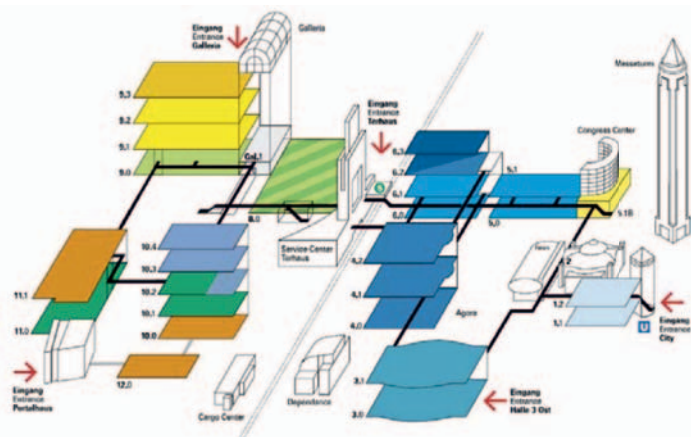
Kitchen Trends (павильон 1.1/1.2)

В павильонах 1.1 и 1.2 можно будет увидеть современные кухонные и настольные товары оригинального высококачественного дизайна. Все изделия этой группы продукции независимо от того, идет ли речь о кухонных аксессуарах, настольном текстиле или барных принадлежностях, отличаются своей инновационностью, а также свежим, трендовым дизайном. Здесь будут представлены такие производители, как, например, Guzzini, LotusGrill, Joseph Joseph, Peugeot, Salt & Pepper и SodaStream.

Kitchen (павильон 3.0/3.1)

В павильоне №3 можно будет увидеть обширное предложение продукции для кухонных профессионалов: кастрюли, сковородки, печные формы, настольные и режущие приборы и кухонную технику. Здесь будут представлены прежде всего изделия ведущих брендов, производящих продукцию премиум-сегмента. Посетители смогут найти здесь предложение компаний Alfi, Ballarini, Cristel, Emile Henry, Fissler, Küchenprofi, Le Creuset, Silit, WMF и Zwilling. Со своими трендовыми новинками для будущего грильного сезона посетители ознакомят такие производители, как Big Green Egg, Rösle и Weber Grill. Таким образом, грильное оборудование станет одной из новых важных тем выставки. Так, например, производители небольших электроприборов продемонстрируют на выставке свои электрические и контактные грили, а также значительное количество других видов продукции. Среди экспонентов небольших электроприборов можно будет уви-

1150 год – первое упоминание ярмарки;
1240 год – предоставление кайзером Фридрихом II привилегии на проведение во Франкфурте-на-Майне осенней ярмарки;
1330 год – предоставление кайзером Людвигом IV привилегии на проведение во Франкфурте-на-Майне весенней ярмарки;
1585 год – основание Франкфуртской биржи;
1907 год – основание выставочной компании Ausstellungs & Festhallen Gesellschaft GmbH;
1982 год – основание выставочной компании Messe Frankfurt GmbH.



Сегодня франкфуртская выставка – это глобальный игрок выставочной отрасли: номер один в Германии и ведущий международный организатор с оборотом в 2012 году более 500 млн евро, имеющий 1 800 сотрудников, около 69 000 участников выставок, около 3,4 млн посетителей. «Сегодня выставочная площадь составляет более 88 футбольных полей, – дополнил Томас Кастрл. – Количество российских посетителей ежегодно увеличивается на 30%. Например, в прошлом году количество визитеров составило более 2 000 человек. Высокий показатель уровня переговоров и заключенных контрактов говорит о важности посещения и участия в выставке гостей из России».

Ambiente – это важнейшее международное событие всей отрасли потребительских товаров. Все разделы настольной, кухонной, хозяйственной и интерьерной продукции Ambiente



деть такие известные компании, как Gastroback, Kenwood и KitchenAid.

Вновь после краткого перерыва в выставке примет участие премиум-бренд Braun.

Table (павильоны 4, 6.2 и 6.3)

Все многообразие настольной продукции посетители смогут найти на трех уровнях павильона 4, а также на уровнях 6.2 и 6.3. Здесь будут выставляться изделия из стекла, фарфора, керамики, хрусталя, серебра, а также высококачественного металла и пластмассы. В павильоне 4.0, в подразделе Table Contemporary Design, можно будет увидеть впечатляющее предложение ведущих дизайнерских брендов, в том числе компаний Alessi, Blomus, Iittala, Kosta Boda, Koziol, Leonardo, Ritzenhoff, Stelton и Rosendahl. Одним уровнем выше – в павильоне 4.1 – в подразделе Table Prestige свою премиум-продукцию будут выставлять такие производители и фабрики, как Dibbern, Lladró, Moser, Robbe & Berking, Villeroy & Boch и Zwiesel Kristall Glas. Франция, которая в следующем году будет являться страной-партнером выставки Ambiente, будет представлена здесь такими компаниями, как, например, Deshoulières, Ercuis, Raynaud, Royal Limoges и Jacques Pergay. В подразделе Table Daily Life (павильоны 4.2 и 6.2) свои новейшие изделия из стекла, фарфора и керамики будут демонстрировать такие ведущие международные бренды, как Argosor, Bohemia Cristal, Bormioli Luigi, Bormioli Rocco, Libbey, Paşabahçe, Ritzenhoff & Breker и Seltmann Weiden. Закупщики больших партий товаров найдут необходимую им продукцию в подразделе Table Top Trade, который разместится в павильонах 6.2 и 6.3.

Houseware & Storage (павильоны 5.0/5.1/6.0/6.1)

В этом подразделе будут демонстрироваться хозяйственные приборы и приспособления, в том числе измерительные и чистящие приборы, а также изделия из пластмассы. Специалисты по закупке найдут здесь всю палитру предложения хозяйственных товаров. Среди участников этого подраздела будут такие известные компании, как Brabantia, Curver, Fackelmann, Hailo, Koopman, Leifheit, Mepal, Metaltex, Rotho, Wesco и Westmark.

Предложение крупных партий товаров (павильоны 10.2/10.3/10.4)

Выставка Ambiente является самой большой платформой для заказа крупных партий товаров за пределами Китая. Четкая структура построения подраздела Passage – одна из предпосылок, облегчающих совершение сделок в этой сфере бизнеса. Короткие расстояния между всеми группами продукции этого подраздела позволят осуществить быстрый и эффективный поиск и заказ товаров самых различных видов продукции. Производителей крупных партий товаров, обладающих большим опытом в экспорте, можно будет найти в группах продукции Passage Table & Decoration, Passage Table & Kitchen Select и Passage Dining & Houseware.

Более 200 фирм-экспонентов продемонстрируют на Ambiente 2013 свои решения в области контрактного бизнеса. Вот уже во второй раз выставка Ambiente предложит в этой сфере бизнеса уникальные деловые возможности, которые сделают ее еще более интересной для дизайнеров и оформителей, а также владельцев и менеджеров гастрономических и гостиничных предприятий.

ПОДВОДЯ ИТОГИ:

Ambiente – это ведущая в мире выставка настольных, кухонных и хозяйственных изделий, а также продукции для оснащения интерьеров. В начале делового года на 27 павильонных уровнях этой пятидневной выставки свои новейшие изделия продемонстрируют более 4 500 производителей со всего мира. Уже много лет эта ярмарка является глобальным ежегодным событием в мире посуды, интерьера, аксессуаров, подарков, художественных изделий и дизайна, не посетить которую невозможно!



ИЗ МАРСИНЬИ С ЛЮБОВЬЮ!

Процесс производства любой посуды начинается с идеи, воплощенной в рисунке, создания на его основе гипсовой формы и образца, вернее, множества образцов, из которых выбирается совершеннейший, – конечный продукт должен быть безупречен, ведь на его основе будет сделана «мать всех форм» – «вечная» каучуковая форма.

С ее помощью можно создать неограниченное количество форм, каждая из которых используется для изготовления примерно 60 изделий.

В молды (так называются эти формы) заливается специальный раствор бургундской глины, в состав которой входит, кроме тщательно очищенной глины, специальный песок и очищенная вода. Позднее нам показали, как выглядит глина до и после очистки, размешивания и прочих манипуляций, которые составляют отдельный процесс. Цикл создания глины – замкнутый, абсолютно экологичный: вода и все отходы отправляются во вторичную переработку, а не выбрасываются в окружающую среду. Вокруг завода – удивительная чистота, зелень...

Когда глина застывает в молдах, получается своего рода прообраз изделия – еще необычайно пластичный и хрупкий. Поэтому каждую вещь вынимают и бережно, как новорожденного ребенка, очищают от «пуповины»,

связывающей с «молдами». Один сотрудник на этом участке может за смену сделать до 500 изделий и каждое (!) из них осторожно достать своими руками. Качество гарантировано личным клеймом мастера, которое ставится на все изделия именно в этот момент.

За кажущейся легкостью работы на самом деле стоит опыт и труд. Попытка повторить процесс собственными руками закончилась деформацией формы...

Немного о красителях. Наши партнеры часто задают вопрос: «Насколько безопасны красители, используемые для создания посуды Emile Henry?»

Абсолютно безопасны. В качестве красителей используются натуральные минеральные оксиды. На их основе создаются самые различные оттенки. Мы смогли убедиться в невозможности определить на глазок,



каким будет цвет изделия после обжига. Бледный, какой-то неопределенный во время окраски, он может стать чуть ли не своей противоположностью после высокотемпературной обработки. В специальной лаборатории апробируются сотни составов, прежде чем выбирается один конкретный оттенок. Все цвета уникальны и созданы именно в этой лаборатории, так же как уникальны все формы,

Уже 162 года в небольшом городке Марсиньи под Лионом делают керамическую посуду, соединяя традиции и современность. Здесь органично слились творческий ручной труд с машинным, и получилась удивительная по красоте и элегантности французская керамика, которую сегодня продают в 50 странах и которая вносит в наш дом совершенство стиля и удивительно теплую атмосферу Франции.

В начале ноября состоялась поездка сотрудников «Антарес Трейд» (эксклюзивного представителя ТМ в России) в Марсиньи на завод Emile Henry. Мы вернулись из Франции переполненные впечатлениями от завода, людей, которые там работают, и, конечно, от прекрасной посуды Emile Henry. Хотим поделиться впечатлениями от организации старейшего французского производства керамики.



Но в любом случае даже там, где работают механизмы, – нужны чуткие рабочие руки.

Бледная и невыразительная только что окрашенная посуда становится прекрасной после обжига. Высокотемпературная печь, работающая день и ночь, – зрелище завораживающее. Каждая формочка должна провести в ней не менее 3,5 часов. А в некоторых случаях требуется несколько таких циклов, после каждого из которых посуда преобразуется и хорошеет.

Следующий этап – то, что когда-то называли ОТК – контроль качества.

Именно на этой стадии посуда получает еще один индивидуальный знак – контролера. Сначала визуальный контроль, затем достаточно жесткая проверка на прочность – удар металлическим шариком на цепочке по посуде. При малейших сомнениях в качестве – посу-





да уходит или в стоковый магазин, или в брак. Настоящего брака немного – около 2%.

О магазине хочется сказать отдельно. Первоклассная выкладка, множество

идей для оформления торговых точек, вся цветовая гамма посуды, огромное количество книг с рецептами для приготовления в различных видах посуды Emile Henry.

Мы уже начали работу над частью этих книг, и в ближайшее время в продаже появятся рецепты для тажина и формы для пиццы на русском языке.

Возвращаясь к качеству, хочется сказать, что проверка его идет на всех этапах и мы смогли в этом убедиться. Впечатляюще выглядели испытания, которые нам продемонстрировали в лаборатории, где в посуду из раскаленной до 250 °С печи бросали кусочки льда. Не советуем это делать каждый день, тем не менее, в лабораторных условиях посуда выдержала это испытание отлично, так же как испытание на прочность на специальном аппарате, где обычная керамика раскололась бы при меньших нагрузках.

Сегодня мы знаем ответ

на вопрос покупателя: «Почему посуда стоит так дорого?» Большое количество ручной работы, первоклассное качество, десятилетняя гарантия на всю продукцию, сертификат ISO, производство во Франции – это далеко не все слагаемые стоимости посуды Emile Henry.

Поездка на завод позволила нам взглянуть на Emile Henry с несколько другой точки зрения, почувствовать свою причастность к созданию прекрасного бренда, новый стимул к продвижению его в России.

Мы надеемся, что и вы полюбите французскую керамику, как любим ее мы.

Поделилась впечатлениями Лариса Зимневич, «Антарес Групп»

«...НЕ МОДА, А ОБРАЗ ЖИЗНИ»

ИНТЕРВЬЮ С ВЛАДЕЛЬЦЕМ БИЗНЕСА EMILE HENRY – ЖАНОМ БАТИСТОМ



– Расскажите историю создания марки. Почему ваши предки решили заняться именно посудой?

– Когда в 1850 году мой предок Жак начал делать гончарные изделия, бизнес еще не был семейным, он работал один. Гончарному мастерству Жак научился у своего наставника. Я не думаю, что он решил основать именно такой бизнес, я полагаю, он выбрал это направление случайно. Затем шесть поколений моих предков развивали компанию, каждое поколение вносило свои дополнения, как технические, так и коммерческие. Но одно оставалось неизменным – место производства: Марсиньи.

– Изначально это была элитная посуда? Или со временем было принято решение перевести ее в разряд таковых?

– Emile Henry имеет долгую историю, и многие люди из поколения моей матери или бабушки знают нашу посуду. У них есть один или несколько предметов дома, и они используют их каждый день. Они так долго «тестируют» качество продукции, что давно поняли – посуда стоит своей цены.

– Существует ли понятие моды в посуде?

– Удивительно, но в том, что касается форм и цвета, мы влияния моды не ощущаем. Однако меняются привычки, образ жизни, влияет Интернет и растущая тенденция (по крайней мере в Европе) объединить кухню и столовую в одну комнату. Все это отражается на нашем бизнесе. Именно поэтому мы развиваем наши продукты таким образом, чтобы один предмет можно было бы использовать и для приготовления, и для сервировки.

– **Сегодня Emile Henry**

Свыше полутора веков в небольшом городке Марсиньи под Лионом делают керамическую посуду, соединяющую сегодня традиции и современность, творческий ручной труд с компьютерными технологиями. Наш корреспондент встретилась с владельцем бизнеса Жаном Батистом, чтобы узнать, как развивается бизнес сегодня и что делает посуду Emile Henry такой популярной во Франции.

производит 5 коллекций посуды. А какая коллекция нравится лично вам?

– У меня много любимых коллекций и предметов. Я постоянно создаю все новые продукты, все они – мои дети! Кроме того, мне нравится традиционная посуда, такая как тарелки или салатники. Что касается более современных продуктов, должен признаться, что влюблен в новый продукт, который мы запустим в 2013 году. У себя дома я использую много предметов из коллекции «Урбан Колор». Мне нравится лаконичный дизайн, который красиво сочетается с цветами этой коллекции.

– Расскажите, что именно вы привнесли в семейный бизнес?

– Хороший вопрос! Я не совершил революции за те 2 года, что стою у руля компа-

нии. Это скорее мягкая эволюция, и я считаю, что это правильный путь развития для бренда с таким историческим наследием. Основами компании всегда были инновации и страстное увлечение. Помимо новых продуктов, я бы отметил обновление имиджа бренда, логотипа и упаковки.

– Были ли у вас сомнения относительно вашей профессии или вы с детства знали, что продолжите семейное дело?

– Решение продолжить семейное дело я принял не в детстве. Я по образованию инженер-конструктор. И начал свою карьеру в другой компании. Я здесь, в Марсиньи, потому что я очень люблю то, чем занимаюсь сейчас. Если бы не было семейного бизнеса, я бы в любом случае был предпринимателем.



ВЫСТАВКИ ПО ПОСУДНОЙ ТЕМАТИКЕ

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
«НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК – 2012»	13.12.12 16.12.12
Выставка-ярмарка Санкт-Петербург	FarExpo
CHRISTMAS & GIFT SHOW	17.12.12 20.12.12
Рождественская ярмарка подарков Харрогейт (Великобритания)	Harrogate Fair
«ЯРОСЛАВЛЬ НОВОГОДНИЙ – 2012»	17.12.12 20.12.12
Универсальная ярмарка Ярославль	МУП «Старый город»
«НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК НА ВВЦ – 2012»	19.12.12 26.12.12
2-я Выставка-ярмарка Москва	ГУП МЦВДНТ «МОСКВА»
«НОВОГОДНЯЯ-2012»	19.12.12 22.12.12
Специализированная выставка-ярмарка Волгоград	ВВЦ «Регион»
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА – 2012	19.12.12 22.12.12
7-я Специализированная ярмарка Екатеринбург	ООО «Агентство бизнес-контактов»
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА – 2012	19.12.12 23.12.12
Универсальная ярмарка Калининград	Балтик-Экспо
CHRISTMAS FAIR MOLDOVA 2012	19.12.12 23.12.12
Ярмарка рождественских подарков Чизинау (Молдова)	Moldexpo
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА – 2012	20.12.12 23.12.12
13-я Универсальная выставка-ярмарка Краснодар	ООО «Краснодар ЭКСПО»
«НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК – 2013»	20.12.12 23.12.12
Универсальная ярмарка Хабаровск	Хабаровская международная ярмарка
«НОВОГОДНИЙ ПЕРЕПОЛОХ – 2012»	21.12.12 23.12.12
2-я Выставка-ярмарка Красноярск	MixMax
GIVING & LIVING 2013	13.01.13 16.01.13
Выставка товаров для дома, подарков и туризма Эксетер (Великобритания)	Hale Events Ltd
SEATTLE GIFT SHOW 2013	17.01.13 20.01.13
Выставка подарков Сиэтл (США)	Urban Expositions

Название выставки / экспоненты	Время и место проведения
MAISON & OBJET – 2013	18.01.13 22.01.13
Выставка товаров для дома и подарков Париж (Франция)	Paris Nord Villepinte Parc d'Expositions
ORLANDO GIFT SHOW AND ORLANDO CASH & CARRY SHOW 2013	19.01.13 21.01.13
Выставка подарков и потребительских товаров Орландо (США)	Urban Expositions
IRELAND'S CREATIVE EXPO 2013	20.01.13 23.01.13
Международная ярмарка потребительских товаров Дублин (Ирландия)	Showcase Ireland Events Ltd
«КОНСУМЭКСПО-2013»	21.01.13 24.01.13
Международная выставка товаров народного потребления Москва	Экспоцентр
MACEF	24.01.13 27.01.13
Международная выставка товаров для дома и подарков Милан (Италия)	Fiera Milano International SpA
CALIFORNIA GIFT SHOW. WINTER 2013	25.01.13 28.01.13
Калифорнийская выставка подарков Лос-Анджелес (США)	Urban Expositions
CHRISTMASWORLD	25.01.13 29.01.13
Рождественская ярмарка Франкфурт-на-Майне (Германия)	Messe Frankfurt GmbH
NEW YORK INTERNATIONAL GIFT FAIR 2013	26.01.13 31.01.13
Международная выставка товаров для дома Нью-Йорк (США)	George Little Management, LLC
SPRING FAIR INTERNATIONAL 2013	03.02.13 07.02.13
Европейская международная выставка подарков и аксессуаров Бирмингем (Великобритания)	Emap
TABLEWARE Trade Show	06.02.13 09.02.13
12-я Международная выставка посуды Киев (Украина)	ООО «Парус Экспо Медиа»
WORLD OF GIFTS Trade Show	06.02.13 09.02.13
12-я Международная выставка подарков Киев (Украина)	ООО «Парус Экспо Медиа»
AMBIENTE 2013	15.02.13 19.02.13
Международная выставка товаров для дома, подарков и драгоценностей Франкфурт-на-Майне (Германия)	Messe Frankfurt Exhibition GmbH
HUISHOUDBEURS 2013	16.02.13 24.02.13
Выставка товаров для дома Амстердам (Нидерланды)	Amsterdam RAI



be ambitious* ambiente

Вы ориентированы на будущее? Самая важная международная выставка потребительских товаров откроет новые границы. Участники из разных стран мира, идеи знаменитых дизайнеров и видения креативных начинающих дизайнеров. Вы получите яркое впечатление от наших специальных презентаций, мероприятий, в рамках которых пройдёт вручение премий. Вдохновляйтесь новейшими трендами.

info@russia.messefrankfurt.com
Тел. +7 (495) 649-87-75

15. – 19. 2. 2013

www.ambiente.messefrankfurt.com

Франкфурт-на-
Майне, Германия

* Будь амбициозным Ambiente.



messe frankfurt

ІНА: ЭТО НУЖНО ВИДЕТЬ!

Одно из важнейших выставочных событий мирового масштаба в области товаров для дома, традиционно открывающее двери с первыми весенними деньками, пройдет в следующем году со 2 по 5 марта в уже знакомом нашим читателям масштабном выставочном комплексе McCormick Place на берегу озера Мичиган в Чикаго.

Говоря о событии, которое ежегодно объединяет поставщиков и ритейлеров со всего мира, нельзя не отметить широкомасштабность подобной акции. Для участников и посетителей выставки это не только Показ с большой буквы, но и настоящее реали-шоу, где каждому из присутствующих отводится определенная роль. Огромные холлы, определенные под выставочное пространство, вмещают в себя не только стенды, но и специализированные площадки, где проводятся лекции, мастер-классы и различные специализированные мероприятия. Отдельные зоны посвящены работам молодых дизайнеров и мастерам в области применения различных цветовых решений. Кроме того, в рамках выставочного мероприятия проходят всевозможные конкурсы и торжественные награждения участников. Среди последних нельзя не отметить соревнования в области инновационных и высокотехнологичных решений, а также в области креативного дизайна, включая не только признанные дизайнерские новшества реализуемых изделий, но и яркие примеры



витринных решений, которые относятся к сфере визуального мерчандайзинга.

Ознакомьтесь с программой мероприятий предстоящей выставки можно на сайте www.housewares.org (отослать вопрос можно на электронный адрес E-mail: housewares@onpeakevents.com). Здесь удобно составить предварительную заявку на участие, а также ознакомиться с условиями проведения мероприятия и при желании узнать о возможности комфортного проживания в местных гостиницах.

Несмотря на ежегодное освещение чикагской выставки на страницах нашего издания, а также всевозможные публикации, связанные с данным мероприятием, в каждом номере, вы не получите целостного представления о нем, не увидев это своими глазами! Поэтому мы советуем всем заинтересованным обязательно побывать на этой выставке.

Помимо самого выставочного шоу в это же время проводится награждение ритейлеров – участников серьезного международного конкурса, проходящего на двух уровнях: первый – в рамках страны, где работает ритейлер, второй – в рамках чикагского соревнования, где в качестве жюри выступают признанные специалисты в области ритейлерской деятельности и визуального мерчандайзинга. Каждого претендента для конкурса представляет специализи-

рованное издание, которое и является организатором конкурса первого уровня.

За вторым этапом конкурса, получившим название GIA, следят ведущие представители розничной торговли во всех странах мира.

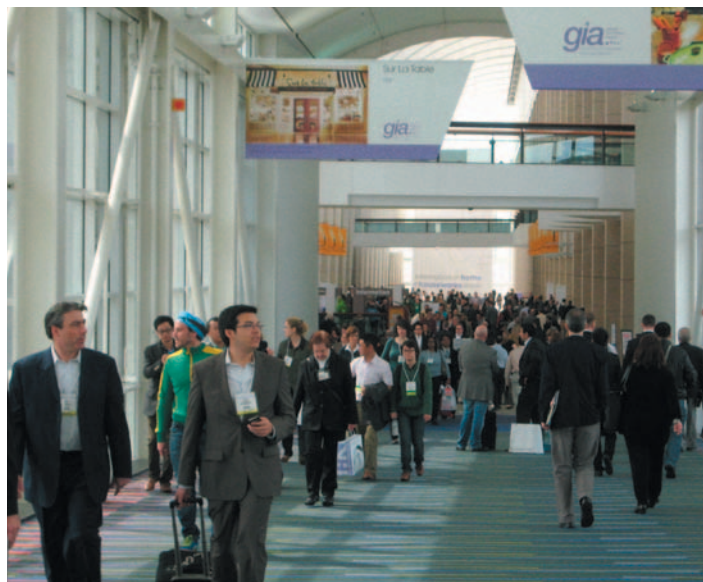
На протяжении двух последних лет среди конкурсантов-победителей первого этапа состязания GIA, продемонстрировавших достойный уровень в области работы с конечными покупателями, находятся и российские магазины, о которых подробнее можно узнать в №3, 2011-го и №3, 2012 года.

В этом году известный на российском посудном рынке ритейлер также примет участие в данном праздновании и, мы уверены, получит достойную награду. Его имя станет широко известным всем, кто прочитает №3, 2013 года.

Именно наш журнал отбирает на данный конкурс представителя отечественного ритейла в области посуды.

Благодаря прессе, имеющей непосредственное отношение к конкурсу, информацию о конкурсе GIA, а также основных победителей узнают во всех странах. Таким образом, популярность ритейлеров-победителей возрастает уже в международном масштабе.

Помимо деловых вопросов, которые вы сможете решить в рамках выставки в случае поездки, рекомендуем задержаться здесь еще на некоторое количество дней и позволить себе насладиться необыкновенной архитектурой, известными во всем мире произведениями искусства, а также легендарными местами и уникальными экспонатами чикагских музеев.



2100 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.

2 - 5 марта, Чикаго, США

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

Посетители: www.housewares.org/attend

Экспоненты: www.housewares.org/exhibit



  www.housewares.org/networking  



INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION®

the home authority

По вопросам посещения выставки обращайтесь:

onPeak, Housewares Official Housing Partner

Tel: +1 312 5277300

Email: housewares@onpeakevents.com



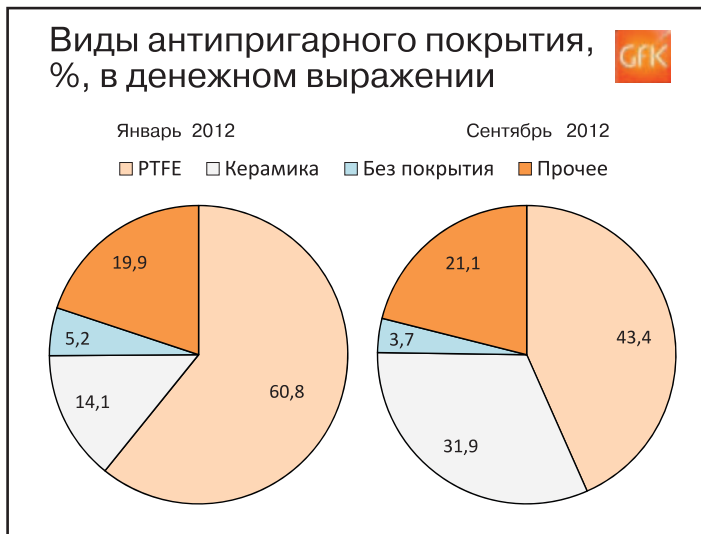
ILLINOIS. MILE AFTER MAGNIFICENT MILE.

ГОТОВИМ ЭКОЛОГИЧНО. КЕРАМИЧЕСКИЕ СКОВОРОДЫ НА РЫНКЕ¹

В современном мире очень важно качество жизни. Безопасность стала одной из главных составляющих здорового образа жизни. Сковороды с керамическим антипригарным покрытием часто позиционируются как экологичный продукт, не выделяющий вредные вещества, в том числе при нагревании. Сегодня, когда российский потребитель все более склонен заботиться о своем здоровье, такие характеристики могут оказаться востребованными на рынке. Так ли это?

В Западной Европе наблюдаются противоречивые тенденции. К примеру, во Франции сковороды с керамическим покрытием играют заметную роль на рынке: за период с января по сентябрь 2012 года их продажи составляют около 13% рын-

Виды антипригарного покрытия, %, в денежном выражении



ка в денежном выражении. В Великобритании же, напротив, этот показатель не превышает одного процента. Так же заметно различается ситуация и в странах Восточной Европы. Для Чехии рассматриваемый показатель составляет чуть меньше 20%, для Польши около 12% в тот же период. Таким образом, спрос на сковороды с керамическим покрытием меняется от страны к стране. Какова роль экологичной посуды на российском рынке?

С точки зрения доли продаж в денежном выражении, приходящихся на сковороды с керамическим антипригарным покрытием, Россия лидирует среди всех рассмотренных стран: в период с января по сентябрь этот показатель составил более 25%. Кроме того, имеет место положительная динамика: в начале года продукция с керамическим покрытием занимала менее 15% в стоимостном выражении, летом и в начале осени – уже более 30%.

Также необходимо отметить, что ежемесячные темпы прироста принимали положительные значения по сравнению с предыдущим месяцем с начала 2012 года

за исключением апреля, когда имело место снижение объемов рынка в целом. Прирост продаж данной категории опережает темпы

род с некерамическим покрытием составляет чуть менее 700 руб.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на европейском рынке спрос на экологичные сковороды заметно варьируется, – такие сковороды далеко не везде одинаково востребованы. Европейский покупатель более сдержан в отношении новых трендов. В России же, наоборот, эта новинка прижилась, в настоящее время такая продукция пользуется сравнительно высокой популярностью и демонстрирует наиболее уверенные темпы прироста, что вместе с высокой ценой таких сковород говорит о наличии перспектив развития рассматриваемого направления.

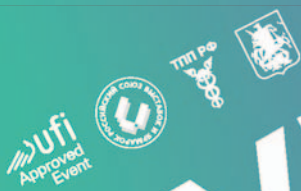


прироста по рынку – сковородам с антипригарным керамическим покрытием явно удалось заинтересовать потребителя. Более того, покупатели готовы платить больше, в среднем до 1 000 руб., за рассматриваемую продукцию, притом что средняя стоимость сковоро-

Наталья Демьяненко,
консультант по
исследованиям
Международного
института
маркетинговых
исследований ГФК
(www.gfkr.com)
специально
для журнала «Посуда»

¹ В исследование входят данные по продажам в магазинах электроники и магазинах смешанного ассортимента.





Экспозум ЭКСПО

27-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

21—24 января
2013
ЗИМА

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НОМЕСТYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

ОБУВЬ, КОЖГАЛАНТЕРЕЯ,
ОДЕЖДА, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»
Россия, Москва

www.consum-expo.ru

16+

РЫНОК ПОСУДЫ К КОНЦУ ГОДА: ВОЗМОЖНОСТИ И ОЖИДАНИЯ

Несмотря на некоторое напряжение, присутствующее на мировом рынке, и ряд существенных изменений со стороны управленческого сектора, посудный сегмент показал неплохую устойчивость в течение текущего года. Не происходило скачкообразных изменений цены, структурных сдвигов, нарушения устоявшихся связей между поставщиками и закупщиками.

Уже через несколько месяцев трудно будет сказать, чем запомнился именно этот год представителям посудного рынка, не считая ярких событий корпоративного характера: юбилеев, выпуска новых линеек, открытия новых направлений, ярких эпизодов в рамках выставочных мероприятий. Тем не менее стоит отметить вялотекущее повышение цен практически на все виды изделий, условно смягчаемое обновленными линейками, дополнительным сервисом и конечно же ростом стоимости энергоносителей и услуг ЖКХ.

В среднем с начала года повышение цен по различным группам столовой и кухонной посуды составило 3-10% (по некоторым позициям цена увеличилась на 15% и более).

Первым ценовым сюрпризом стало повышение цен на стеклянную посуду, взявшее старт еще в конце

2011 года и сохранявшееся до февраля 2012-го (затем ситуация сравнялась в связи с подтягиванием цен на посуду из других материалов). Однако это не снизило экспортных поставок стеклянной утвари за рубеж. Как и в прошлые годы, экспорт стеклянной посуды, выпущенной на территории России, превышает экспорт по другим категориям посудных товаров и составляет более 87% в общей товарной массе.

При этом покупатель в абсолютном большинстве остался верен своему ассортименту. Спрос на традиционные позиции не упал, а ряд новинок и эксклюзивных изделий даже вырос. Кстати, стоит отдельно сказать о люксовом товаре: покупатели посудной продукции премиум-класса израсходовали на сервисы и ценные наборы гораздо больше средств, чем за аналогичный период прошлого года. Так, оборот дорогостоящего фарфора и авторского хрустала заметно вырос. Об этом можно судить по увеличению числа покупок стоимостью от 30-50 тыс. руб. до 200 тыс. руб. и выше. Еще в прошлом году, отмечают продавцы, число продаж в данной ценовой категории было существенно ниже. В связи с этим ряд компаний уже дробят высокую ценовую категорию художественной продукции на «под-» или «субкатегории».

В сфере кухонной утвари, как и прежде, сохраняется конкуренция в сегменте антипригарной посуды, а конкретнее, между сковородами и жаровнями различных марок. Изобилие видов антипригарных покрытий не дает покоя маркетологам, стремящимся выдвинуть свою продукцию на почетные места лидеров. Термины «суперстойкость», «экологическая безопасность», «инновации», «проверка испытаниями», «многоступенчатый контроль» и тому

подобные, кажется, уже навсегда слились с совре-

нный округ. За последний отчетный период там было произведено 92,2% всей



менной сковородой, которая, если задуматься, создана в первую очередь не для почетных званий, порой абсолютно необоснованных, а для ежедневного приготовления пищи.

Надо отметить, что в «пространство кухонной утвари» стали активнее входить керамические изделия. Что касается российского производства, то если еще несколько лет назад отечественные керамические фабрики находились практически в безжизненном состоянии, то в этом году положение несколько изменилось в лучшую сторону. И последние специализированные выставки тому подтверждение. К сожалению, статистической отчетности по этому вопросу нет, компании не раскрывают этой информации, но обновленные линейки, в частности «Борисовской керамики», свидетельствуют о некотором оживлении ряда керамических компаний.

Наибольшие объемы производства отечественной керамической посуды приходятся на Южный федераль-

российской керамической посуды, в то время как в Центральном федеральном округе было произведено лишь 5% такой посуды. Если говорить о фабриках-гигантах (или, точнее, бывших гигантах) в европейской части России, которые являлись, по сути, градообразующими предприятиями в советский и ранний постсоветский периоды, то здесь картина более чем печальная. Попытки возродить безвременно угаснувшие производства ведут только к колоссальным финансовым потерям и смене ответственных лиц. Отсутствие ощутимой государственной поддержки приводит к еще большему росту долговых обязательств.

И все же керамика у всех на слуху. Это связано в том числе и с широким распространением так называемых керамических антипригарных покрытий, разумеется, не имеющих ничего общего с керамической посудой, кроме родственного сырья. О «маркетинговых войнах» поставщиков такой посуды сегодня упоминать излишне. А вот о новой волне жаростойкой ке-



рамической посуды, приспособленной к использованию в том числе и на открытых источниках тепла, сказать стоит. На рынке жаропрочной керамики твердо обосновались такие бренды, как Emile Henry, LeCreuset, Dekok. В этом сегменте резонанс вызвала недавно появившаяся французская марка высокой ценовой категории Emile Henry. Безусловно, высококлассная посуда вызвала неподдельный интерес со стороны участников рынка и как новинка (такой посуды не много представлено на мировом рынке), и как высокофункциональная антипригарная посуда, не требующая специального ухода. Надо отметить, что в ответ на такое новшество некоторые представители отечественных керамических фабрик задумались о жаростойких качествах своей посуды, а также о возможности использования выпускаемой продукции на открытых конфорках. Если бы российские производители нашли возможным для себя выставить на рынок аналогичную продукцию, ее цена была бы намного ниже. Разумеется, пока это выглядит как неофициальная беседа в узких кругах, и гарантировать появление достойного аналога невозможно. Но все-таки вероятность есть, что в следующем году конкуренция в сегменте такой посуды сменит массовое удивление новинкой. Кстати, вполне вероятно, что в первую очередь аналоги появятся из-за рубежа.

Стоит отметить и некоторое развитие рынка одноразовой посуды (рост в преде-

лах 5-7% за год), на котором в последнее время все большую популярность набирает бумажная посуда. За счет новых небольших компаний, охватывающих локальные рынки, выпуск одноразовой посуды медленно и постепенно увеличивается с каждым годом. Однако основным звеном, наполняющим отечественный рынок одноразовой посуды, являются зарубежные компании, среди которых лидирует транс-национальная компания Huhtamaki (ее доля экспорта на российском рынке составляет более 40%), среди отечественных компаний хочется отметить ЗПИ «Альтернатива». Самой массовой товарной позицией остаются стаканчики, объем их выпуска составляет почти половину от всего объема выпускаемых изделий в данном сегменте, затем идут тарелки (менее 0,75 всего производства) и столовые приборы (менее 0,25 всего выпуска в натуральном выражении). 3-5% от всего объема выпускаемой одноразовой продукции приходится на фужеры для шампанского и кофейные чашки. Годовой экспорт одноразовой посуды отечественного производства осуществляется в незначительных объемах (в среднем не более 300 т) в страны СНГ.

Рынок металлической посуды развивается наиболее динамично в последние годы. Его условно можно поделить на несколько сегментов: посуда с антипригарным покрытием, непокрытая посуда из чугуна и алюминия, посуда из нержавеющей стали и эмалированная посуда. «Антипри-

гарка» переживает настоящий бум и, пожалуй, лидирует по обороту и объемам продаж. В антипригарном сегменте главным действующим лицом стала сковорода, без упоминания о которой не обходится ни одно событие на посудном рынке. В противовес «антипригарке», основу которой в 95% случаев изготавливают из алюминия, посуда из непокрытого, а также анодированного алюминия остается в тени. Данная утварь – не популярна и используется только заведениями общественного питания. Подобного нельзя сказать о посуде из чугуна. Создается впечатление, что чугун снова востребован нашими покупателями, особенно представителями старшего и среднего поколений. Несмотря на то что знаний и опыта продвижения чугуна не достаточно, ассортимент ряда компаний стал пополняться именно чугунной посудой, причем не только ведущими европейскими, но и отечественными брендами. Рынок посуды из нержавеющей стали также демонстрирует устойчивый рост. Причем покупатели, совершая покупки такой посуды, ориентируются на среднюю и выше средней ценовые категории, предпочитая пользоваться высококачественной и долговечной продукцией. Что касается эмалированной посуды, то ее рынок сбыта распределен неравномерно и напрямую зависит от региона. В мегаполисах и городах-миллионниках получили распространение наборы зарубежных и отечественных брендов спо-

койных расцветок среднего и выше ценового сегмента. Периферия в основном заказывает недорогую отечественную однотонную или с ярким рисунком (в основном южные районы) посуду.

Говоря о прогнозах, а точнее, ожиданиях представителей посудного рынка, нельзя не отметить некоторого напряжения, основанного на происходящих изменениях в политической сфере. Кроме того, опасение вызывает и нависающая угроза затянувшегося мирового кризиса. Есть все основания предполагать снижение уровня доходности в силу снижения потенциального спроса конечных потребителей, основную долю которых составляют наиболее уязвимые в финансовом плане группы населения.

Несмотря на вступление России в ВТО, закупщикам не приходится ожидать финансового послабления от ведущих брендов. Что же касается сравнительно недорогих альтернатив, происходящих из Поднебесной, то и здесь повышение цен в последнее время ощущается чуть ли не ежеквартально.

В связи с этим специалисты отечественного рынка предполагают постоянное преодоление рыночных препятствий, которое, с одной стороны, должно привести к выживанию сильнейших, а с другой – к возможной завуалированной монополизации, а также еще более трудным условиям выживания отечественных производителей.



ПРЕДНОВОГОДНИЙ МАРКЕТИНГ

На носу Новый 2013 год, и всем известно, что ноябрь и декабрь — месяцы больших и быстрых денег в бизнесе. Многие умудряются за эти месяцы заработать больше, чем зарабатывают за год. Рождественские продажи могут быть особенно успешны: на конец года многие люди планируют глобальные покупки, в конце года люди более расположены тратить свои сбережения, ну а кроме того — Новый год традиционно является праздником, в преддверии которого покупается много подарков. Все это дает хорошую возможность производителям, оптовикам, магазинам, торговым центрам воспользоваться «покупочным бумом» и распродать множество товаров. Ну и, само собой, к этому сезонному заработку нужно готовиться заранее.

Пора зимних праздников (Новый год и Рождество) — традиционно самое активное время на рынке товаров народного потребления, к которому относится и посуда. Весь рынок, включая потребителей и продавцов из крупных городов и регионов, готовится к новогодней лихорадке. Значительные скидки и подарки, свойственные этому периоду времени, покупатель давно воспринимает как должное, и игрокам рынка все труднее находить действенные альтернативные методы влияния на потребительский спрос.

Период маркетинговой активности начинается с конца ноября и заканчивается в середине января, пик приходится на декабрь. Практика показывает, что в это время уровень розничных продаж возрастает в 2,5-3 раза, а на некоторые товарные категории и того больше — в 4-5 раз. Как правило, это зависит от того, на какие товары и торговые марки приходится предпраздничные маркетинговые акции, к самым действенным из которых можно отнести: скидки, подарки, розыгрыши, распродажи.

ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ

Одним из интересных предложений является продажа так называемых подарочных сертификатов или карт на определенную сумму, в обмен на которые можно приобретать любой товар. Например: продав в ноябре-декабре товар на определенную сумму, вам дарят подарочный сертификат на приобретение изделия от популярного бренда. Этот сертификат имеет определенный срок действия (обычно предлагается невыгодный, с точки зрения продавца, месяц), оформлен на предъявителя и дает возможность доплаты, если стоимость покупаемого товара превышает сумму, начислен-

По данным Торгово-промышленной палаты РФ, декабрьские сборы в розничной торговле вырастают в 1,5-4 раза по отношению к среднемесячным. Например, в парфюмерных сетях («Л'Этуаль», «Арбат-Престиж» и др.) декабрьский оборот достигает повышения в 2-2,5 раза от средних ежемесячных показателей.

В IKEA отмечают, что декабрьский спрос превышает среднемесячный на 50%.



ную на карту. Исследования показали, что компания, торгующая несколькими брендами или имеющая несколько крупных партнеров (не обязательно в смежных областях), имеет наибольший масштаб действия подарочных сертификатов. Компания может предложить покупку товара по сертификату из различных сезонных, удобных для нее позиций.

СКИДКИ

Нельзя обойти такой инструмент, как скидки. Скидки для продавцов являются одним из самых действенных

методов привлечения покупателей. Скидки бывают разные: накопительные, бонусные, сезонные и т.д. Чтобы привлечь покупателя, надо регулярно проводить скидочные акции, особенно во время праздников (и во время предшествующее общепринятым торжествам). Также в последнее время многие компании запустили у себя программу накопительных скидок. Скидки рассчитываются от совокупной стоимости товаров, приобретенных за последние 365 дней (12 месяцев). Скидки являются накопительными,

КУПОН

Получи скидку

на СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ





то есть при достижении соответствующей границы отпускная цена товаров уменьшается.

ПОДАРКИ

Что касается аукционов и аукционных подарков, всегда надо держать покупателя на коротком поводке, объявляя, что количество подарков ограничено. Однако нельзя не упомянуть о том, что в качестве подарков надо предлагать не совсем востребованный на рынке товар (возможно, даже из складских остатков). Он все равно подарок, а российским покупателям внушали с детства, что «дареному» коню в зубы не смотрят.

Основная покупка по стоимости должна сильно перевешивать подарочную часть. То есть покупатель, покупая дорогой товар, за ниточку вытаскивает и складские остатки. Подобные акции – достаточно стандартный ход ритейлеров. Обычно цена подарка уже изначально закладывается в стоимость покупки.

РОЗЫГРЫШИ

Если говорить о розыгры-

шах, то здесь компании использовали одинаковый набор акций с небольшими вариациями.

Условия проводимых розыгрышей типичны: отправьте штрихкод купленной кастрюли/набора/чашки определенной торговой марки и выиграйте приз. В качестве последнего разыгрываются различные товары и предложения: от бокала до поездки за границу.

РАСПРОДАЖА & SALE & REBAJAS & AUSVERKAUF

В США на уцененные товары приходится более 60% продаж универмагов и сетей специализированных магазинов. А российские люди долгие годы про «сейлы» знали в основном из рождественских репортажей журналистов, работающих на Западе, и все дружно смеялись над историями, как покупатели в распродажном ажиотаже хватили по 2-3 свадебных платья, не глядя на размер. Это было забавно, но совершенно не актуально для советского потребителя.

Но вот уже и в России с конца октября начинают сверкать со всех витрин елочные игрушки и мишура,

петь игрушечные Деда Морозы, привлекая внимание к буквам «Распродажа» или Sale, и анекдоты об ажиотаже на распродажах уже звучат. Распродажи стали нашей реальностью. И не только... Это еще и инструмент эффективных продаж!

Распродажи для покупателя – это возможность купить хорошие вещи за меньшую стоимость.

Распродажи для продавца – это:

I. Очистка склада:

- очистка склада от малоликвидных товаров на сумму, например, \$1 000, а при стоимости хранения 35% в год потеря составляет \$350 и далее в геометрической прогрессии;

- избавление от сезонного товара в конце сезона;

- освобождение от остатков сложно продаваемого товара для заполнения места на складе более ликвидным товаром;

- высвобождение денежных средств, вложенных в товар. На Западе, например, магазины, торгующие модной одеждой, после первых 8 недель снижают цены на 15%, после 12 недель – еще на 30%, пока не распродадут

весь товар. Некоторые продавцы начинают снижать цены на медленно продающийся товар уже в начале сезона, когда спрос на него еще высок, избегая проведения распродажи по его окончании. Этим они высвобождают место под новый товар и увеличивают денежные потоки.

II. Средство стимулирования сбыта:

- привязка малоликвидного товара в виде бонуса;

- продажа определенных коллекций, выпущенных к определенному празднику. Праздник закончился, но товар качественный, и необходимо его сбыть в кратчайшие сроки даже с учетом падения цены.

- изменение покупательского потока, траектория движения которого пролегает через секции трудно продаваемого товара. Данный способ наименее затратный и эффективнее перепланировки торгового оборудования.

Предпраздничная распродажа – это реальная возможность заработать денег путем снижения величины наценки на необходимые праздничные товары и повысить объемы продаж. Правильная организация предпраздничной распродажи даст реальную возможность прокормить этим доходом и летние отпуска, причем не следует понимать под праздниками только Новый год и Рождество. Надо проанализировать все большие существующие праздники.

АНАЛИЗ РАСПРОДАЖ

Сначала подумайте, для какой категории граждан (возраст, пол, социальное положение) какой день является праздником и почему. Потом, оценив результаты, надо определить, какое изделие может оказаться полезным именно в этот праздничный день для каждой категории покупателей. После чего необходимо выделить группы потенциальных покупателей, продумать разумное понижение цен, организовать распродажу и задействовать все информационные возмож-





ности, чтобы донести информацию о распродаже. Таким образом, как говорится в народной шутке, «на халяву и уксус сладкий» – все покупатели любят акции типа «продукт недели, месяца, года». В результате не только получается повышение объема продаж и объема прибыли, но и возникает возможность для дополнительной рекламы определенных товаров.

СРОКИ РАСПРОДАЖ

В распродажах специальных праздничных товаров всегда существует опасность, что они не продадутся, поэтому акция распродажи должна пройти в кратчайшие сроки, чтобы распродать все на волне подогретого спроса, – как говорится, «дорого яичко ко Христову дню». И кружки с Дедами Морозами, и сервизы с елками – товар, пользующийся спросом только до 7 января, а то и до первого.

ПРЕДПОДГОТОВКА

Естественно, чтобы все шло как по маслу, к распродаже надо хорошо подготовиться. Вся организацию надо продумать до мелочей.

1. Необходимо проследить, чтобы штат мерчендайзеров был максимально укомплектован, подстраховаться на случай выхода из строя кого-то из них.

2. Не стоит думать, что «во время распродажи и так все раскупят», – это опасная

иллюзия. Во время предпраздничных распродаж у покупателя все равно есть выбор.

3. Надо учить продавцов работать с возможными рекламациями и претензиями – к сожалению, в распродажной спешке они встречаются достаточно часто. Помните: главная забота в предпраздничные дни – не испортить настроение потенциального покупателя.

4. Следует обратить внимание на музыку, оформление зала, даже запахи, которые будут в дни предпраздничной распродажи украшать ваш магазин или «шоу рум».

5. Не следует забывать о дополнительной услуге, например красивой упаковке приобретенных товаров.

6. Имеет смысл продумать отдельные маркетинговые ходы. Например, можно дать скидки различным категориям покупателей в определенные часы.

7. Очень важно организовать специальное демонстрационное место – место для распродажи. При этом товар должен быть представлен и в типичном для него месте, и на специальной вы-

кладке, где он оформлен соответствующим образом под акцию распродажи. Например, можно сделать палетную выкладку: на специальные декоративные помосты, в прямом доступе к покупателю, выставляется в большом количестве продукция нескольких видов частично в товарной упаковке, частично без нее. Важно только, что для такой выкладки надо брать не более 2-4 видов товара однородной продукции (например, 4 разных набора бокалов или 4 вида «сувенирки» к празднику).

8. Нельзя забывать о главном – рекламе. Любому человеку понятно, что для того, чтобы распродажа прошла, о ней должны знать те, кого на нее ждут, – покупатели. Для этого существуют пять зон размещения материалов, сообщающих покупателям о том, что и где распродается, и стимулирующих покупателей участвовать в распродаже:

- наружная реклама – специальное оформление витрин, вывески, рекламные перетяжки и вывески-штендеры, которые выставляются рядом с магазином и на которых написан призыв участ-

вовать в распродаже;

- входная – соответствующее объявление на двери;
- внутренняя реклама – оформление торгового зала. Задача – показать, в какой именно секции идет распродажа, или даже «начертить пути» прохода к этой зоне;
- особое выделение зон, где демонстрируется скидочная продукция;
- зона «импульсной покупки» – перед кассой. Это – последний шанс зацепить покупателя, напомнить, что он еще не сделал удачную покупку.

ИТОГ

В этом году отмечается невысокая маркетинговая активность игроков посудного рынка.

Политика предпраздничных маркетинговых акций однотипна: одинаковые инструменты влияния на потребительский спрос, пересекающиеся акции, проводимые совместно с вендорами (компаниями-поставщиками бренд-продуктов, сервисов и услуг, под чьей торговой маркой выпускается продукция). Это приводит к тому, что покупатель не покупает «импульсно», на него нет давления, он безынициативен и расслаблен. Дистрибуторская активность сейчас характеризуется в большей степени только сезонным увеличением продаж. Получается хорошо только у того, кто предлагает что-то необычное и новое и постоянно совершенствуется, чтобы продать свой товар.

Хотя нельзя не отметить интересные маркетинговые игры.

Вендоры более серьезно готовятся к предпраздничному периоду, чем дистрибуторы, ведь подобные акции в первую очередь для них – инструмент расширения доли рынка. Однако активная часть игроков не велика.

Удачных вам продаж, удачных покупок, удачных праздников!



ПЛАСТИК: И ЭТО ВСЕ О НЕМ

Пластик прочно вошел в нашу жизнь. И сегодня мы наблюдаем первое по-настоящему «пластиковое» поколение. Пластик востребован везде: на природе, даче и конечно же в секторе быстрого питания. Эта посуда не бьется и при многократном использовании легко моется. Небольшой вес, удобство хранения, стойкость к высоким и низким температурам и многое другое – все под силу современным пластиковым изделиям. Но, к сожалению, многие поставщики предлагают не всегда качественную продукцию, привлекая покупателей невысокой ценой. Насколько вредна такая посуда для здоровья человека и окружающей среды? Что думают об этом специалисты?



НЕМНОГО ХИМИИ

Технический и пищевой пластик производят из поливинилхлорида (ПВХ), полипропилена, полиэтилена, полистирола и поликарбоната. Сами по себе полимеры инертны и нетоксичны. Но технологические добавки, растворители, продукты химического распада, попав в пищу, оказывают токсическое воздействие на человека. Миграция вредных компонентов из пластикового изделия может происходить при нарушении правил его использования. Так, далеко не все посудные изделия (или столовые приборы) предназначены для горячих блюд или для длительного хранения продуктов, например, по причине быстрого старения ряда пластиков, а следовательно, изменения их свойств. В качестве частного примера можно указать на поливинилхлорид (ПВХ) – часто используемый полимер на основе хлора. Он распространен во всем мире, так как чрезвычайно дешев. Из него делают бутылки для напитков, коробочки для косметики, тару, одноразовую посуду и пр. Со временем ПВХ начинает выделять вредное канцерогенное веще-

ство – винилхлорид. Из бутылки оно попадает в напиток, из тарелки – в пищу, а с пищей и в наш организм.

НЕЛЬЗЯ!..

В бутылки для воды ничего, кроме воды, повторно наливать нельзя. Многократное использование возможно только для PET-бутылок. Из PVC-бутылок выделяется токсичный хлорвинил. Добросовестные производители ставят на дне опасных бутылок значок – тройку в треугольнике или PVC, т.е. ПВХ.

Одноразовые стаканчики можно использовать только для воды. Кислые соки, газировку, горячие и горячительные напитки из них лучше не пить!

Не рекомендуется класть в полистироловые тарелки горячие продукты. Не запасайтесь пластиковой посудой. Пластик – материал нежный (на свету трескается, а от жары плавится). Для прочности в него добавляют вещества-стабилизаторы. Пластмасса становится крепче и... токсичнее.

Полистирол (обозначен буквами PS) к холодной жидкостям равнодушен. Но от горячей жидкости или алкоголя стаканчик начинает выделять токсичное соединение (стирол).

Полипропиленовый стакан (маркировка – PP) выдерживает температуру до +100 °С. Но если пить из такого стаканчика водку, страдает здоровье: начинает выделяться фенол и формальдегид (канцерогенное вещество).

ОДНОРАЗОВАЯ УПАКОВКА – НА РАЗ

Чтобы пластиковая посуда была безопасна, использовать ее надо строго по назначению.

Пищевой пластик разных марок обладает разными свойствами. Одна марка предназначена для производства бутылок для воды, другая – для газированных напитков.

Стаканчики для йогурта делают из пластика такой марки, которая нейтральна по отношению к молочному жиру и кислотам. Нельзя использовать упаковку как контейнер для хранения пищи, а одноразовую посуду – многократно, поэтому она и называется одноразовой.

ПОСУДА ИЗ МЕЛАМИНА

Когда в 1843 году немецкий химик Юстус Либих впервые синтезировал меламин, он и представить себе не мог, что люди будут думать из делать из него тарелки. Меламин – это кристаллическое химическое вещество без цвета и запаха, имеющее органическую основу. Сам по себе меламин не так страшен, но в сочетании с циануровой кислотой он раскрывает всю свою губительную сущность. К сожалению, они практически неразлучны. США и европейские страны поспешили запретить использование меламин в кормах, удобрениях и посуде. Китай – это единственная страна, где объемы производства меламин с каждым годом только растут.

В России посуда – это самый распространенный источник отравления меламином. Меламиновая посуда запрещена во всем мире, и Роспотребнадзор, надеемся,



также пойдет по европейскому пути. А пока ее используют в дешевых кафе, ресторанах (особенно японских) и большинстве российских семей.

Не покупайте посуду из меламин! Отличить ее можно по внешнему виду: тонкая, легкая, небьющаяся и похожая на фарфор, чаще всего с ярким рисунком, в котором кроется другая опасность – свинец, марганец и кадмий. Рисунок на тарелке тоже не безопасен. На меламин нельзя нанести безвредный краситель – держаться не будет. Поэтому используют краски, содержащие тяжелые металлы, прежде всего свинец.

Для прочности посуды в нее добавляют асбест. А асбест запрещен даже в строительстве, не то что в посуде. Наш отечественный фарфор хоть и уступает в яркости, зато по цене на том же уровне и не токсичен.

Пластиковая посуда поступает в Россию из Турции, Иордании и Китая – для российского рынка ее расписывают привычными российскому обывателю цветами. У себя на родине производители продавать такую посуду не рискуют. И в Европе меламин не жалуют, некоторые страны пишут на маркировке: на территории ЕЭС нельзя, на экспорт пожалуйста. Так зарубежные производители и продавцы заботятся о здоровье своих граждан.

СОВРЕМЕННАЯ ПЛАСТМАССОВАЯ ПОСУДА И ПЛАСТИКОВЫЕ ЕМКОСТИ

Пластмассовая посуда для микроволновой печи должна быть жаропрочной. Специальная маркировка на дне этой посуды

скажет о ее пригодности для СВЧ или о термостойкости.

Если маркировка говорит о том, что посуду можно мыть в посудомоечной машине, значит она устойчива и к нагреванию, но готовить в ней нельзя.

Если посуда, в которой заморожен продукт, выдерживает нагревание до 95 °С, значит она пригодна и для использования в СВЧ. В настоящее время выпускается посуда, специально предназначенная для использования в микроволновых печах. Такая посуда выдерживает температуру от -40 до +230 °С и более.

Пластмассовая посуда используется в основном для хранения продуктов (сыр, мясо) или готовых блюд.

Покупая, необходимо обратить внимание на маркировку на дне посуды.

Если есть надпись «для технических целей» – даже на короткое время ее нельзя использовать для еды.

И, покупая посуду из пластика, надо разбираться в маркировке и выбирать надежно поставщика.

«АЛЬТЕРНАТИВА» НА СТРАЖЕ БЕЗОПАСНОСТИ

На протяжении 25 лет ЗПИ «Альтернатива» успешно производит изделия из пластмассы. В производстве выпускаемой продукции используется только высококачественное, с хорошими потребительскими свойствами, экологически чистое сырье известных российских и европейских производителей. Сотрудники ЗПИ «Альтернатива» уверены, что использование экологически чистого сырья при производстве изделий из пластмассы, тем более посуды – это норма для каждого предприятия, находящегося на территории нашей страны. При изготовлении изделий от этой компании используются такие виды сырья, как полипропилен, полистирол, полиэтилен и ПЭТ-сырье.

Сегодня при производстве пластмасс ЗПИ «Альтернатива» пользуется современными, высокоскоростными, высокоточными и экономичными литьевыми машинами от лучших мировых производителей. Дизайнеры предприятия, учитывая, что выпускаемая посуда из пластмассы используется практически в каждой современной семье, работают над созданием интересных дизайнов для широкого круга покупателей. Яркие, модные и благородные цвета способны привлечь внимание даже самого искушенного покупателя. В связи с последними веяниями моды в мире пластмассы на предприятии было внедрено «ноу-хау» – декорирование пластмассовых изделий разнообразными картинками, применение двухкомпонентного литья. Это позволило преобразить изделия из пластмассы и придать им неповторимую индивидуальность, создать совершенно новую, роскошную атмосферу при оформлении любого интерьера, не прибегая к большим затратам. Можно сказать, что удалось предложить потребителю довольно простой и бюджетный способ преобразить привычный интерьер кухни и добавить в него свою изюминку.

За последний период времени было уделено много внимания оптимизации производства. Внедрение на предприятии «Разумной системы» привело к созданию механизма управления, при котором работникам

стало выгодно повышать качество производимой продукции, а также поспособствовало повышению ответственности, дисциплинированности и компетентности заводского персонала. Кроме того, в сегодняшнем, стремительно меняющемся и зачастую нестабильном мире бизнеса очень важна предсказуемость предприятия в вопросах качества оказываемых услуг и выпускаемой продукции. Дело в том, что эти факторы воспринимаются клиентами как элементы стабильности.

На всю производимую предприятием продукцию имеются санитарно-гигиенические заключения о пригодности для контакта с пищевыми продуктами, паспорта и сертификаты качества. Что касается цены, то у ООО «Альтернатива» она доступна для любого потребителя. Среди всех достоинств предлагаемой продукции потребитель выделяет такие, как неприхотливость в использовании, лояльные цены и высокое качество.

Говоря о преимуществах пластиковой посуды, необходимо помнить, что все же она изготовлена из пластика, который способен выделять вредные вещества при высоких температурах... Это общепризнанный факт, но в этом вопросе необходимо всегда учитывать назначение того или иного предмета. В любом случае важную роль играет производственный цикл, отвечающий за качество продукции. Существуют компании-изготовители, не соблюдающие надлежащий производственный цикл. Поэтому на рынке появляются товары низкого качества и даже выделяющие вредные вещества.

МНЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ КОМПАНИИ ЗПИ «АЛЬТЕРНАТИВА»

Одним из достаточно широко распространенных веществ, на основе которых производится пластмасса (пластик), является меламин. Он широко используется в строительной индустрии, например при производстве лаков, клея, ионообменных смол. Благодаря уникальным свойствам меламин, а именно прочности, устойчивости к влаге и термостойкости, его потребление выросло в несколько раз. Меламиновый пластик начали применять при производстве различных строительных материалов и предметов обихода. Из него начали делать ламинат, различные сувениры, подносы и так далее. Меламиновый пластик очень удобен и практичен, изделия из него получают красивыми, имеющими высокую твердость поверхности, не бьющимися при достаточно сильных ударах и не относящимися к легковоспламеняющимся изделиям. Однако при использовании его не по назначению, а именно для производства посуды, он может представлять серьезную опасность.

О КИТАЕ

Основным производителем посуды из меламинового пластика является Китай. К сожалению, в России такую посуду можно встретить в продаже в любом регионе. При контакте с жидкостями, в особенности в горячем виде, этот пластик начинает достаточно активно выделять формальдегид. При наличии трещин и царапин выделение этого вредного вещества усиливается. Формальдегид токсичен и способен вызвать ряд серьезных заболеваний у человека. Известно,

что он обладает аллергенным, мутагенным и канцерогенным действием, может провоцировать кожные заболевания, а также заболевания внутренних органов.

О РОССИИ

В России формально меламиновая посуда не запрещена, так как считается, что при соблюдении технологии производства она безопасна. Однако меламин не входит в перечень материалов, разрешенных Минздравом России для контакта с пищей. Существует требование, согласно которому любая посуда и столовые принадлежности из меламина должны маркироваться штампом melamine.

Некоторые продавцы утверждают, что продаваемая ими меламиновая посуда безопасна, так как благодаря специальной технологии производства не выделяет формальдегид в опасных для здоровья дозах даже при нагревании. На сегодняшний день в России не существует каких бы то ни было норм, регулирующих и контролирующих содержание меламина во ввозимой в нашу страну продукции.

СТРАНЫ ЕВРОПЫ И США

Страны Европы и Соединенные Штаты Америки давно разработали и внедрили формы контроля за содержанием меламина в любых продуктах. Хотелось бы надеяться на то, что их опыт последует и наша страна. Из вышесказанного становится ясно, почему и как попадают некачественные изделия на наши российские прилавки. Избежать этого можно только за счет четкого контроля на ввозимый товар и при поступлении на торговые точки соответствующими государственными структурами. А пока этого не произошло, лучше запрашивать сертификаты качества на понравившийся товар или покупать такого рода продукцию у отечественного производителя.

ЗПИ «АЛЬТЕРНАТИВА»

Безусловно, в планы ЗПИ «Альтернатива» входит производство только качественного товара с применением современных технологий. Однако совсем скоро потребителям будут предложены новые изделия, выполненные в соответствии с тенденциями моды в мире пластмассы. Цены при этом останутся доступными каждому покупателю, тем более что посуду этого производителя можно использовать в совершенно разных целях, например на даче или рыбалке. Она легковесна и неприхотлива в эксплуатации. Таким образом, совсем скоро наш рынок дополнят новые, качественные товары от «Альтернативы».

Контроль качества – кредо ЗПИ «Альтернатива», сотрудники которого гарантируют это своим клиентам.

В статье использованы материалы

<http://meduzhastiki.ru/sploshnaya-ximiya/beregis-v-tarelke-melamin/.html>

<http://ru.wikipedia.org/wiki/Меламин>

<http://www.maminaeda.ru/recipe/vsya-pravda-o-plastikovoi-posude>

<http://exlyziv.ru/melaminovaya-posuda.html>

Журнал «Посуда» благодарит за помощь в подготовке этого материала Фанию Гафарову, промоутера ЗПИ «Альтернатива»



**БОЛЕЕ 1000
НАИМЕНОВАНИЙ ИЗДЕЛИЙ**



АЛЬТЕРНАТИВА
ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПЛАСТМАСС

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

МЕТАЛЛИЧЕСКАЯ ПОСУДА: ТО, ЧТО МЫ ЛЮБИМ!

В период бурного развития анти-пригарной посуды не мешает вспомнить и о другой металлической посуде, роль которой на современной кухне еще более возросла за последние годы.

НЕРЖАВЕЙКА

Кухонная посуда из нержавеющей (коррозионностойкой) стали применяется достаточно давно и зарекомендовала себя как очень практичная и долговечная. Согласно установленному в России ГОСТу 27002-86, гарантийный срок эксплуатации составляет не менее 2 лет, а заявленный срок службы – не менее 6 лет, но в действительности

он намного больше.

Посуда из нержавеющей подходит для любых видов плит, не боится царапин, ее можно до блеска начистить любой щеткой и абразивным чистящим средством. Сегодня посуда из нержавеющей может комплектоваться аксессуарами из других материалов, например стеклянными крышками и силиконовыми ручками, что выгодно выделяет ее на любой кухне.

Самой лучшей маркой стали для изготовления посуды считается так называемая медицинская сталь, или сталь марки 18/10, из которой производят хирургические инструменты. Она наиболее эластичная и жесткая. Эту сталь также справедливо называют хромоникелевой, согласно маркировке сталь марки 18/10 содержит 18% хрома и 10% никеля. Но на практике производители используют и другие марки нержавеющей, например марку 18/0.

Так же часто посуду изготавливают из коррозионностойкой стали следующих

СТАЛЬ: МАРКА МАРКЕ РОЗНЬ!

Оказывается, не каждая нержавеющая сталь может похвастаться образцовой коррозионной стойкостью. Например, если в стали содержится не более 12% хрома, она будет только сопротивляться окислению (ржавчине) и при первом же «удобном» случае (провокации) продемонстрирует свою несостоятельность. Если хрома от 12-13% и выше, сталь не заржавеет в условиях нормальной окружающей среды и даже в условиях слабоагрессивной среды. А вот если доля хрома от 17% и выше, то такая сталь будет сохранять свою коррозионную стойкость и в более агрессивных средах.

Большое значение имеет процентное содержание углерода. Чем оно ниже, тем сталь менее подвержена межкристалльной коррозии.

Сталь марки 18/10 оптимальна по плотности и твердости для использования, на этой стали меньше всего образуется царапин и трещин, где могут скапливаться грязь и различные бактерии, микробы. Она устойчива к воздействию кислот и щелочей, в том числе при высоких температурах.

Кстати, в посуде из стали марки 18/10 (и других марок стали, соответственно) хорошо только готовить пищу, а вот хранить приготовленное блюдо лучше в эмалированной, керамической или стеклянной посуде. Нержавеяка все-таки не является абсолютно инертным материалом, не случайно пища после длительного пребывания в посуде из пищевой стали приобретает металлический привкус.

марок: 12/18, 08/13, 12/13. Это также допустимые и практичные виды стали, и если

производитель указывает на одну из них в сопроводительной документации (паспорте изделия), то он поступает честно. Однако ряд недобросовестных производителей умышленно маркируют более дешевую сталь номером 18/10, заведомо вводя покупателя в заблуждение. При этом покупателю определить на глаз марку стали практически не реально.

Применение других марок стали в изделии обусловлено несколькими факторами. Например, сталь 18/10 является не магнитной, что вызывает сложности при использовании данной посуды в домах с индукционными плитами. Поэтому ряд компаний использует несколько марок стали в изделии. Например, корпус – из марки 18/10, а дно – из марки 18/0 (магнитная сталь). Для ручек же используется другая марка – с меньшей теплопроводностью.



ПРОЦЕСС УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НЕРЖАВЕЙКИ

Современные технологии позволяют увеличить выпуск качественной посуды из нержавеющей стали в единицу времени и создать максимально эффективную конструкцию, главным звеном которой будет составное днище.

Для того чтобы скорректировать основной недостаток нержавеющей стали – низкую теплопроводность, производитель посуды усовершенствовал ее днище, а затем и стенки. Сначала для повышения теплопроводности и более равномерного распределения тепла, исходящего от конфорки, производитель присоединил ко дну ТРС (теплораспределительный слой из алюминия), затем разработал систему капсулированного трехслойного дна, в котором алюминиевая вставка закрыта пластиной из нержавеющей стали. То есть днище посуды из нержавеющей стали изготавливают по принципу бутерброда, где между внутренним и внешним слоем нержавеющей стали заложена вставка из алюминия или меди – материалов, обладающих высоким коэффициентом теплопроводности. Это изобретение позволило нержавеющей посуде быть более функциональной с точки зрения энергопотребления. Более высокая теплопроводность у меди, поэтому, согласно вышеуказанному ГОСТу, медная вставка должна быть толщиной не менее 1,5 мм, а алюминиевая – не менее 3 мм. Поскольку алюминий значительно дешевле меди, в 99% случаев используют именно его, при этом на практике толщина алюминиевого слоя в среднем составляет от 4 до 6 мм. Кстати, нижний слой, закрывающий термоаккумуляторную вставку, может быть изготовлен из стали 18/0 или 03/17.

В отношении толщины стенок можно отметить следующее. Оптимальной считается толщина 0,6-0,8 мм. Некоторые производители предлагают посуду со стен-

ками 1 мм. С одной стороны, это практичнее, но, с другой – и вес и цена такой кастрюли выше.

Что касается крепления ручек, то используется два способа – точечная сварка и заклепки. При соблюдении всех технологических требований и тот, и другой способы рассчитаны на длительный срок использования. Случается, что производитель не удается выполнить качественную точечную сварку, в этом случае соединение служит не долго. Именно из-за этого среди потребителей бытует мнение, что заклепки – более надежный вариант крепления.

Цена на посуду из нержавеющей стали во многом зависит от технических характеристик изделия: толщины металла, алюминиевого слоя, вида полировки, марки используемой стали, типа и способа крепления ручек.

Кроме того, цена, впрочем, как и функциональные качества, зависит от того, какую индивидуальную спецификацию имеет каждое конкретное изделие. Имеется в виду не расплывчатое рекламное описание товара, а четкое указание страны изготовления, указание конкретной марки стали, из которой изготовлены отдельные части посуды, в системе действующих стандартов (AISI, JIS, EN, ГОСТы и т.д.) и пр. Например, ГОСТ 27002-86 говорит о действительно качественной посуде. Дело в том, что в этом ГОСТе ограничена минимальная толщина алюминиевого слоя. Несоблюдение этого стандарта приводит к удушению посуды за счет утоньшения стенок. Но при этом она теряет много своих функциональных свойств. Так, несоблюдение толщины слоя приводит к деформации емкости в процессе приготовления пищи, изменению ее формы. Ее дно становится неровным, площадка дна – выпукло-вогнутой (в результате посуда шатается на горизонтальной поверхности), крышка – неплотно прилегает. Если происходит замена марки стали, то можно ожидать возникновения скрытых дефектов, которые могут проявиться

ся со временем. Если есть указание по правильному использованию данной посуды, то это дополнительная гарантия добросовестного продавца. В производстве посуды не бывает мелочей. Но иногда производитель «искусственно» усовершенствует конструкцию и покупатель переплачивает за бесполезное новшество. Характерный пример – термодатчики. К сожалению, они часто выходят из строя, не точно отражают температуру.

Сегодня рынок кухонной посуды из нержавеющей стали достаточно стабилен в рамках присутствующей сезонности. Так, традиционно рост спроса приходится на период с августа по апрель. Покупатель в среднем предпочитает покупать посуду из стали марки 18/10, что свидетельствует о популярности этой недешевой стали. Дешевая посуда из нержавеющей стали изготавливается из других марок стали.

МЕДНАЯ ПОСУДА

Посуда из меди вновь завоевывает популярность. И это не случайно. Несмотря на то что медь достаточно капризный материал, она обладает лучшей теплопроводностью (в десять раз выше нержавеющей стали и в два раза – алюминия). Это означает, что ее поверхность нагревается в считанные секунды и моментально передает тепло готовящемуся блюду. Кроме того, в медной посуде тепло идеально распределяется по всей поверхности в отличие, например, от стали. Кроме этого, нельзя не отметить эффектный

внешний вид начищенной до блеска медной посуды.

Главное преимущество посуды из меди в том, что она позволяет готовить на слабом и умеренном огне. Но медь – мягкий металл, поэтому качественная медная посуда должна быть чеканной или ковальной, что увеличивает срок службы металла.

Недостатком меди является ее высокая окислительная способность. К сожалению, в процессе окисления выделяются вредные для организма человека компоненты, поэтому медную посуду принято изнутри покрывать другим металлом. Например, оловом. Олово плавится при температуре 232 °С, и для кастрюль этого вполне достаточно. Ведь закипание жидкости происходит примерно при 100 °С. Другое дело – сковороды и сотейники. Процесс жарки может происходить и при более высоких температурах. Поэтому олово в этом случае не допустимо. Приходится обрабатывать медь изнутри сталью или никелем. Это более дорогостоящая и трудоемкая работа. Однако профессиональные повара уверены, что это того стоит, потому что именно в медной посуде удастся приготовить то, что очень сложно выполнить в посуде из другого материала. Кстати, сладкие блюда не окисляют медь, поэтому для приготовления различных десертов повара используют непокрытую медную посуду! При этом желательно при ее использовании пользоваться деревянными или термостойкими пластиковыми инструментами, так как металлические приборы царапают медь.



Будущим покупателям и продавцам необходимо помнить, что медная посуда не рассчитана на индукционные конфорки, которые дают очень высокую температуру, способную расплавить медь.

Для ухода за медными изделиями следует приобрести специальные моющие составы, которые помогут без лишних хлопот поддерживать медную посуду в идеальном состоянии.

Рынок медной посуды пока достаточно ограничен как со стороны предлагаемой продукции, так и спроса. Отечественные покупатели не спешат делать ставку на медь, в отличие от приезжих из тех районов, где исторически принято пользоваться медной посудой. Широкую популярность кухонной утвари из меди сдерживает и ценовой фактор. Настоящая медная посуда подразумевает ручную работу, которая стоит не дешево. Кроме того, за медной посудой требуется уход, что далеко не всегда по душе покупателей.

АЛЮМИНИЕВАЯ ПОСУДА

Сегодня алюминий востребован на посудном рынке как никогда благодаря своим высоким теплопроводным свойствам, эксплуатационной неприхотливости и относительно невысокой стоимости. И только сообщения о вреде непокрытого алюминия несколько снизили ажиотаж вокруг алюминиевой посуды в последние десятилетия.

Действительно, в процессе эксплуатации при контакте с различными средами алюминий окисляется – по сути образует на своей поверхности тоненькую пленку. Если не нарушать целостность этой пленки, то она предохраняет посуду от дальнейшего прямого контакта алюминия с продуктами. Но, к сожалению, при мытье и особенно оттирании кастрюли от приставших во время готовки продуктов сохранить естественную защитную пленку не удается.

Впрочем, избежать попадания в пищу оксида алюминия, который образуется вследствие реакции окисления при соприкосновении с пищевыми кислотами и различными агрессивными средами (которых немало присутствует на каждой кухне), можно довольно просто.

Один из выходов – использовать анодированный алюминий. По сути это уже окисленный алюминий, поверхность которого не вступает в реакцию с различными продуктами, как это случается у непокрытого алюминия (в данном случае образуется гораздо более стойкая «защитная пленка»).

Следующий выход – пользоваться покрытым алюминием. Наиболее известное и часто употребляемое покрытие – антипригарное. Но о такой посуде мы поговорим подробнее в следующий раз.

Рынок непокрытой и анодированной кухонной посуды сконцентрирован у целевой аудитории, а именно у организаций общест-

венного питания. Представители домохозяйств стараются не приобретать такую посуду.

ЭМАЛИРОВАННАЯ ПОСУДА

Трудно найти семью, которая бы не пользовалась эмалированной посудой. Этот факт красноречиво остальных подтверждает высокую популярность «эмали» у всех слоев населения. Один только вид эмалированных кастрюль напоминает об аромате домашнего супа, гарнира из картофеля или ароматного компота, на которых выросло не одно поколение наших соотечественников.

Помимо кастрюлек в арсенале хозяек, как правило, присутствуют эмалированные судки для хранения готовых блюд, а также эмалированные сотейники, сковороды, кокотницы (утятницы), гусятницы) и иная утварь.

Преимущества эмалированной кухонной посуды в том, что в ней не только готовят, но и хранят самые разнообразные блюда. Эмаль является прекрасным изолирующим и абсолютно инертным слоем. То есть пища, находящаяся внутри эмалированной емкости, не вступает в контакт с посудой. Исключения возможны лишь в тех ситуациях, когда у посуды отбита эмаль. Но на этот случай имеется один ответ – такой посудой лучше не пользоваться. Металлическая основа под эмалью не является экологически благоприятной, это вовсе не нержавеющая сталь марки 18/10!

Сегодня производители эмалированной посуды готовы предложить дизайны, разнообразные как по форме, так и по рисунку. Как известно, эмалированную посуду принято расписывать. Хотя известен отечественный производитель, который до сих пор предлагает однотонную



эмалированную посуду единственного оттенка, выпускаемую уже на протяжении нескольких десятилетий... Но это скорее исключение.

К слову сказать, первосортная эмалированная посуда оценивается не дешево и зачастую при прочих равных условиях эмалированная и стальная кастрюли входят в одну и ту же ценовую категорию.

Единственным недостатком эмалированной посуды может считаться отсутствие



у нее антипригарных качеств. Однако, если говорить о кастрюлях, на которые приходится абсолютное большинство эмалированной кухонной утвари, то учитывая, что в них готовят жидкие блюда, задумываться о пригорании не приходится. Вот ковшики, сотейники, сковороды – это другой разговор. Дело в том, что эмалированная посуда, предназначенная для тушения или томления блюд на медленном огне, а также приготовления пищи с учетом некоторого поджаривания, изготавливается не из тонкостенного металла (стали), а, наоборот, – толстостенного, что препятствует пригоранию пищи, при использовании правил эксплуатации, разумеется. Толстостенной основой может служить алюминий или сплав на основе алюминия, а также чугун. О последнем стоит поговорить отдельно, ибо посуда из чугуна представляет собой отдельное направление.

При рассмотрении эмалированной посуды с точки зрения рыночной ситуации можно отметить некоторое снижение позиций в последнее десятилетие, когда часть рынка отошла к посуде из нержавеющей стали. Однако очевидные достоинства эмалированной посуды, включая последние дизайнерские разработки, постепенно помогают навести утраченные позиции. Конечно, полного переключения покупателя на эмальпосуду не произойдет, но некоторый «откат» от нержавеющей уже заметен. Прежде всего восстанавливается популярность эмалированных кастрюль как наиболее благоприятных для приготовления и хранения жидких блюд (все-таки в них можно хранить приготовленное блюдо неограниченное количество времени).

ЧУГУННАЯ ПОСУДА

Если говорить о традиционной металлической посуде, то чугунная посуда займет одно из первых мест (наряду с медной и латунной). Удиви-



тельное качество чугунной посуды равномерно аккумулировать тепло в своем теле принесло ей повсеместную популярность. Однако это не единственное достоинство. Второе не менее актуальное для любой хозяйки качество – антипригарный эффект, который со временем только усиливается. В данном случае речь идет о непокрытой чугунной посуде.

Чугунные сковороды как нельзя лучше подходят для длительного приготовления, то есть тушения мясных и овощных блюд на медленном огне. Благодаря пористой структуре чугуна пища томится в таких сковородах, как и в керамических горшках, приобретая необыкновенный насыщенный вкус.

Сегодня начался процесс возвращения к чугунной посуде и наряду с дорогостоящими зарубежными брендами на отечественном рынке стали появляться отечественные марки, правда, изготовленные в своем большинстве на китайских заводах. Производство чугунной посуды в России и странах СНГ практически сошло на нет. Редкие экземпляры за исключением уличных казанов или котлов (к ним предъявляются отдельные требования) не выдерживают конкуренции по качеству обработки чугунной поверхности.

Возврат к прежней «роскоши» не случаен. Пользователи устали бесконечно обновлять свою утварь и, кроме того, ратуют за восстановление традиционной кухни, поняв и оценив все ее

неоспоримые достоинства.

По мнению **Льва Гришина, специалиста отечественного посудного рынка**, активизация продаж на рынке чугунной посуды приходится в основном на летние месяцы.

– Если говорить о будущем, то ждать существенно увеличения спроса на чугунную посуду в ближайшее время не приходится. Это вызвано несколькими причинами, среди которых можно отметить специфичность товара, а именно обслуживание и существенный вес. Несмотря на то что чугунная утварь практически не изменилась с 50-70-х годов прошлого века, за исключением покрытий, информации о ней не так много. Молодежь сегодня неохотно приобретает чугун. Что касается людей старшего поколения, то здесь тормозит продажи ценовой фактор. Порой производители и продавцы необоснованно завышают цены на кухонную продукцию из чугуна, – говорит Лев Гришин.

Если сравнивать непокрытую и покрытую чугунную посуду, то первая в большей степени подходит для жарки, а вторая для тушения. Также за эмалированным чугуном ухаживать проще (не нужно протирать насухо и смазывать маслом при длительном хранении). Однако сама эмаль требует бережного отношения, нельзя допускать ударов такой посуды во избежание сколов.

Активизация продаж чугунной посуды связана в первую очередь с появлением не

самого дорогого чугуна приземленного качества, произведенного в Китае по сохранившимся эскизам той посуды, к которой привыкло поколение 60-70-х годов. Разумеется, известные мировые бренды по-прежнему присутствуют на рынке, но в силу ценового фактора не являются товаром массового спроса.

ПОДВОДЯ ИТОГ

Сравнивая разнообразную металлическую посуду по ряду показателей, можно с уверенностью сказать, что любая из рассмотренных категорий занимает достойное место на каждой кухне, включая профессиональные заведения общепита. Все зависит от вкусовых наклонностей и специфики меню. Если говорить о цене, то любая посуда вне зависимости от материала, из которого она выполнена, может быть отнесена к любому ценовому сегменту: низкому, среднему или высокому. Цена зависит от таких факторов, как качество сырья, стоимость производства (включая стоимость рабочей силы), месторасположение завода (на европейском заводе изделия будут дороже, чем на азиатском, при прочих равных условиях), контроль качества на различных стадиях производства, транспортные расходы, таможенные сборы и пр. Кроме того, важным критерием, влияющим на цену, является бренд. Правда, доплачивая за бренд, покупатель оплачивает не только его рекламную поддержку, но и строгое соблюдение всех технологических шагов, обеспечивающих заявленные качества приобретаемой посуды и исполнение гарантийных обязательств.



ХРУСТАЛЬНАЯ ПОСУДА. ТОНКОСТИ ВЫБОРА

Покупка красиво-го и изящного хрустала может доставить радость, сравнить которую можно, пожалуй что, с женским «шопингом» в Милане или Париже. Элегантный хрустальный бокал станет приятным дополнением к сервировке праздничного стола или романтического ужина на двоих. Однако так ли он хорош и что такое хрусталь на самом деле? Как продавцам ответить на эти вопросы, а покупателям совершить безошибочную покупку? Попробуем разобраться.

ИСТОРИЯ НЕ УМАЛЧИВАЕТ О ТОМ, ЧТО...

Хрусталь появился на свет в XVII веке, а уже в XIX веке приобрел популярность в Европе. Идея создания хрустала из стекла принадлежит англичанам: это они для улучшения качества стекла добавили в него окислы свинца, после чего оно приобрело необычный «голос»,

прозрачность и сверкание гранями. От процентного содержания оксида свинца зависят «вокальные» способности хрустала, а также светопропускаемость, прочность, вес, блеск и другие свойства.

Процентное содержание оксида свинца может варьироваться и зависит от производителя (от 1 до 40%). Но, по негласному закону в центре хрустального производства – Чехии, хрусталь должен содержать не менее 24% оксида свинца. Помимо традиционного оттенка, свойственного прозрачному хрустальному стеклу, к которому привыкло большинство покупателей, хрусталь может иметь и другие цветовые решения. Гамма оттенков зависит от специальных добавок, применяемых в процессе приготовления стекломассы, например борной кислоты, соединений мышьяка и сурьмы.

В отличие от обычного стекла хрусталь радует волшебным блеском и чистым продолжительным мелодичным звоном, который особенно ценится у рюмок, бокалов и фужеров. Именно эти качества дают ощущение присутствия волшебства и дарят надежду на исполнение заветных желаний. Употребление благородных напитков из хрустальной посуды, скрепленное таким звоном, подчеркивает сплоченность собравшихся за одним столом.

До сих пор производство хрустала может включать ручной труд, а ряд фабрик, особенно на территории СНГ (сохранившиеся с советских времен), занимаются только ручным производством хрустала. Данный процесс производства трудоемок и требует определенных навыков, которые часто передаются от поколения к поколению. Технология создания хрустала включает несколько этапов:

- разогревание стекломассы (шихты) до раскаленного жидкого (тягучего) состояния (около 1 500 °C);



ТАКОЙ РАЗНЫЙ ХРУСТАЛЬ...

Рассказывает Елена Распопова, маркетолог компании «Матео»

– Стандарта по процентному содержанию оксида свинца в хрустале не существует! Например, в США хрусталем считается стекло с любым содержанием оксида свинца (даже если его доля составляет всего 1%). В большинстве стран хрусталем считается стекло с содержанием оксида свинца в среднем 14-15%.

В Европе настоящим хрусталем признают стекло с добавлением 24% оксида свинца. Считается, что при таком соотношении хрусталь в наибольшей мере раскрывает свои свойства: блеск, преломление света, звучание, пластичность.

Процентное содержание оксида свинца напрямую влияет на стоимость хрустала: чем больше добавка, тем цена выше. Однако следует отметить, что хрусталь с содержанием оксида свинца свыше 30% сейчас используется редко (это связано с токсичными свойствами свинца), а свыше 36% практически не производится, так как настолько высокое содержание оксида свинца делает хрусталь хрупким.

Иногда «хрусталем» называют даже стекло, которое не содержит оксид свинца, вместо него в стекло добавляют оксид бария. Однако для бариевого стекла чаще используют термин «хрусталин».



ИЗ ИСТОРИИ ХРУСТАЛЯ...

Хрустальное стекло – это свинцово-силикатное стекло, содержащее до 17% окислов калия и более 13-30% окислов свинца, который и придает ему особый блеск и мелодичный звон. Из хрустального стекла производят высококачественную посуду и декоративные изделия. Оно обладает повышенными плотностью, прозрачностью, лучепреломляемостью и блеском, но меньшей термостойкостью по сравнению с другими видами стекол. Благодаря содержанию свинца и определенному подбору углов, образуемых гранями, изделия из хрустала отличаются необыкновенно яркой, многоцветной игрой света. Обладают красивым звоном. Хрусталем называется также высококачественное венецианское и чешское стекло. Стиль художественного стекла (хрустала) – торжественно-парадный, сувенирно-подарочный. Способы обработки изделий из хрустала: гравировка, огранка, резьба, шлифовка. Добавление оксида свинца к стеклянной массе практиковалось еще на заре стеклоделия, в Древнем Египте и Месопотамии. «Хрустальная история» началась в 1615 году, когда король Англии Якоб Первый запретил использование древесины в каком-либо производстве, кроме судостроения. Тем не менее хрусталь в более или менее современной форме был получен только в 1676 году английским мастером Джорджем Рейвенскрофтом (George Ravenscroft).

- забор раскаленной массы специальной трубкой стеклотрубой и выдувание предварительного баллона;

- последующее придание формы изделию во влажной деревянной форме или формование под прессом;

- длительный отжиг (остывание в течение 1,5 часов с 700 до 40-50 °С);

- декоративное оформление: огранка, нарезка рисунка, нанесение позолоты, гравировка, полировка и пр.

Стоит отметить, что ручное производство хрустала не только трудоемкое, но и дорогостоящее занятие, не говоря уже о вредности самого производства. Правда, в России и Белоруссии из-за крайне низкой заработной платы рабочих и некоторых государственных субсидий цена хрустального изделия, изготовленного вручную, намного ниже, чем на Западе.

Сегодня многие современные, в особенности европейские, фабрики перехо-

дят на полуавтоматическое и автоматическое производство, по большинству параметров ничуть не уступающее ручному.

Специалисты различают дорогой элитный хрусталь и хрусталь эконом-класса. Однако приносить наслаждение могут и тот, и другой. Все зависит от вкусовых предпочтений и сложности изготовления конкретного изделия.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ХРУСТАЛЯ

Потребителя, не обремененного специальными знаниями, но слышавшего о том, что свинец вреден для здоровья, может напугать наличие его в хрустале. Вопрос о негативном влиянии оксидов, используемых в производстве хрустала и хрустального стекла, часто возникает и адресуется ученым-химикам. Авторитетные специалисты заявляют,

ДОСТОИНСТВО ГОРНОГО ХРУСТАЛЯ

К горному хрусталу предъявляются особые требования. Например, если в рукотворном хрустале пузыри в толще хрустальной массы являются браком, то в куске горного хрустала пузыри и прочие естественные включения лишь приветствуются.

НЕМНОГО О СВЕРКАЮЩИХ ГРЯНЯХ

Добавление оксида свинца улучшает оптические свойства хрустала: дисперсию и преломление света. Наиболее ярко эти свойства проявляются как раз на гранях. Отказаться от огранки хрустала – все равно что отказаться от огранки алмаза.

Однако современных покупателей немного утомила чрезмерная огранка хрустала, когда хрустальное изделие покрыто огранкой практически полностью. В последнее время идет отход от такой «богатой» огранки; дизайн последней становится более сдержанным и элегантным.

Раскрыть блеск хрустала помогают и неровные, словно мятые, поверхности. Однако следует отметить, что данный способ в плане блеска уступает огранке.

Что касается производства изделий из хрустала с абсолютно ровными поверхностями, то особого смысла в этом нет. Полностью гладкий хрусталь внешне не будет отличаться от обычного стекла.

ШТАМПОВКА ИЛИ HAND MADE

что свинец, связанный в оксиде, практически не активен. Впрочем, некоторые сомелье считают, что свинец портит вкус вина, влияя на органолептические свойства красного вина. Но вряд ли это остановит любителей эстетики: мизерное изменение вкуса (кстати, это чисто субъективная точка зрения) за секунды или даже минуты, проведенные в бокале, вряд ли почувствует кто-то, кроме профессиональных дегустаторов. Утверждение, что хранение вина в хрустале может испортить его вкус, совершенно абсурдно. Ведь сколько бы стоило вино, разлитое в хрустальные бутылки?

Бытует мнение, что прессованный хрусталь очень сильно отличается от хрустала «ручного» изготовления. И звенит-то он хуже, и непрозрачный, и вообще «не комильфо». На самом деле только специалист может отличить качественно исполненный прессованный (его еще называют штампованным) хрусталь от ручной работы. Прессовку выдаст только цена: она в 5-10 раз ниже, чем у hand made. С промышленными масштабами изготовления хрустальных бокалов, рюмок, стаканов может справиться только машина. По мнению знато-

ЦЕНА НА ХРУСТАЛЬ

Роман Яковлев, исполнительный директор компании «Хрустальная компания»



– На стоимость хрустального изделия влияет немало факторов, среди которых стоимость производства (18-20% от оптовой цены), затраты маркетологов, транспортные расходы, популярность самого бренда, а также таможенные расходы. В частности, несмотря на вступление России в ВТО, Федеральная таможенная служба задним числом внесла хрусталь в список «дефицитных» товаров в РФ, поэтому теперь при прохождении таможни происходит корректировка таможенной стоимости из расчета \$21 за 1 кг хрустала. То есть хрусталь должен стоить при импорте не менее \$21 за 1 кг продукции. Если у кого меньше, то применяется корректировка до \$21. Если говорить о стоимости самого производства, то на него в первую очередь влияют вид производства (ручное, полуавтоматическое, автоматическое), форма и вес изделия, уровень прозрачности, нарезка рисунка и упаковка.



КАКОЙ ХРУСТАЛЬ БЫВАЕТ?

Стекло имеет право носить гордое имя «хрусталь», если содержит в себе от 6 до 36% оксида свинца.

Мировой стандарт равен 24%.

В нашей стране существует государственный стандарт ГОСТ 24315-80: если стекло содержит не менее 10% оксида свинца (бария, цинка), то оно считается хрустальным стеклом; если содержание оксида свинца от 18 до 24%, то перед нами малосвинцовый хрусталь; если же оксида свинца от 24 до 30%, то мы имеем дело с дорогим свинцовым хрусталем, присутствие в составе более 30% оксида свинца характерно для самого дорогого высокосвинцового хрусталя.

Этим же ГОСТом определена норма содержания оксида бария в бариевом хрустале – 18%.

В Европе приняты свои стандарты относительно состава хрустальной массы. При покупке европейского хрусталя или хрустального стекла следует опознать надписи на упаковке: слово «кристаллин» (Crystalline) говорит о содержании 1-15% оксида свинца, «хрусталь» (Crystal) – 16-23%, «свинцовый хрусталь» (Full Lead Crystal) – от 24 до 30%.

ков хрусталя, изделия, изготовленные машинным способом, похожи друг на друга как две капли воды – в этом главный недостаток прессовки. В сервизе, сделанном вручную, каждое изделие имеет едва заметные отличия, что является признаком качества, а не недостатком. Предметы же в отштампованном комплекте не имеют ни единого отличия, а вот блестят, переливаются и звенят не хуже hand made.

Если изделие сложной формы, то при покупке обязательно надо смотреть на соединение деталей, например на крепление ножки к чаше бокала. Некачественное изделие выдаст себя наплывами хрусталя. Ручное литье изделий – достаточно дорогое удовольствие и не может стоить ниже определенного уровня.

Также не допускается наличие пузырьков, а тем более посторонних частиц в теле бокала. Звон бокала должен длиться примерно 4 секунды, а края бокалов должны быть несколько заострены.

К сожалению, после распада СССР многие отечественные предприятия перестали заниматься выпуском хрусталя. Сегодня на постсоветском пространстве можно увидеть лишь изделия российского производства от Гусевского и Дятьковского заводов и продукцию белорусского завода «Неман». К слову сказать, только «Неману» удалось сохранить свою производственную базу и выпускать достойные объемы продукции, которая экспортируется во многие страны мира. Од-

нако современные темпы обновления дизайна уже подталкивают потенциальных покупателей все чаще обращать внимание на продукцию европейских производителей, которая хоть и дороже, но выглядит более современно. Так, особой популярностью пользуется итальянский и чешский хрусталь, коллекционные предметы этих производителей могут стоить десятки тысяч рублей, а наборы, соответственно, намного выше.

ПРОДАВЦЫ ЗНАЮТ, ЧТО...

На современном рынке хрустальной продукции представлены марки самых разных ценовых категорий – от не очень дорогих отечественных до элитных, ориентированных на взыскательного и обеспеченного потребителя.

Спрос на хрустальную посуду средней ценовой категории традиционно усиливается в период праздников (например, в Европе сезон продаж приходится на период с октября до католической Пасхи и часто еще сохраняется в течение 2-3 недель после последней, а самый пик приходится на Ро-

ра было событием, сегодня покупатель более избирателен. Его интересует оригинальный дизайн, рисунок и оттенок хрустальных бокалов или вазочек. В последнее время особую популярность получил гладкий хрусталь с минимумом огранки. Ценность таких изделий в чистоте хрустального стекла, нежном оттенке и оригинальной форме.

К сожалению, отечественные производители предлагают устаревший дизайн, который был популярен 20-30 лет назад. Это приводит к снижению спроса на такую продукцию. В отличие от российских, европейские заводы предоставляют большую свободу для выбора покупателей. В хрустале представлены почти все дизайнерские направления, при этом постоянно происходит обновление линеек.

Цена на хрустальные изделия зависит как от производственных, так и от экономических факторов. К производственным факторам относят чистоту используемых компонентов, содержание оксида свинца, способ литья (ручное литье или штамповка), тираж. Цветной

СИТУАЦИЯ С ПРОИЗВОДСТВОМ ХРУСТАЛЯ В РОССИИ**Действующие заводы:**

- Дятьковский хрустальный завод, г. Дятьково;
- Таганрогский металлургический завод (хрустальный участок), г. Таганрог.

Закрытые заводы:

- Ленинградский завод художественного стекла (производство закрыто 29 января 1997 года);
- Завод «Красный Гигант», г. Никольск (производство закрыто с конца 2008 года);
- Гусевской хрустальный завод, г. Гусь-Хрустальный (производство закрыто 19 января 2012 года).

По материалам Википедии



ждественские праздники). Все-таки наличие в сервировке хрустальных емкостей для благородных и прохладительных напитков создает особую атмосферу для застолья. Важным фактором, воздействующим на покупателя, стала сегодняшняя доступность хрустальной посуды. Для поколения 50-70-х годов прошлого века приобретение хрустального набо-

хрусталь стоит дороже бесцветного, поскольку требует в процессе производства добавления в стеклянную массу различных минеральных компонентов, а иногда и драгоценных металлов (к примеру, для получения насыщенного красного цвета в расплавленную хрустальную массу добавляют мелкодисперсный порошок золота).

К экономическим факто-





рам относится раскрученность бренда, позиционирование хрустальных изделий. На цену импортной продукции существенно влияет стоимость доставки (транспортные расходы) и оплата таможенных пошлин. Сложение всех этих факторов приводит к тому, что цены на хрустальные изделия могут отличаться на порядок.

Сегодня растет спрос на авторский хрусталь.

По мнению **Елены Распоповой, маркетолога компании «Матео»**, покупателей авторского хрусталя можно разделить на три группы. К первой относятся люди многого добившиеся в жизни и обеспечившие себе стабильно высокий уровень проживания. Им важно, какие предметы их окружают в повседневной жизни: из чего они едят, пьют, в какие вазы ставят цветы или в каких подсвечниках зажигают свечи. Во вторую группу входят люди которые превыше всего ценят дизайн и уникальность и стараются не приобретать изделий мас-

сового производства. Им приятно осознание того, что авторские работы выпускают либо малым тиражом, либо вообще в единственном экземпляре. К третьей группе относится группа покупателей, чьи ряды растут в последнее время. Это корпоративные клиенты. Среди них отдельно стоит выделить рестораторов, заботящихся об уровне своих заведений; они не станут наливать дорогое вино в штампованный бокал! Также к корпоративным клиентам относятся представители крупного и среднего бизнеса, для которых авторский хрусталь становится элементом корпоративного стиля и в части создания и поддержания собственного интерьера, и в части выпуска корпоративных подарков своим деловым партнерам.

– При этом, – добавляет Елена Распопова, – выходить на рынок с авторскими работами, а тем более с новой маркой отнюдь не просто. Основной проблемой является то, что большинство по-

купателей не знают, как отличить качественный хрусталь от некачественного, штамповку от ручного литья, и редко кто разбирается в дизайне. В связи с этим для большинства покупателей непонятна цена на авторский хрусталь, особенно если им не известен бренд.

По этой причине в последнее время мы в своей компании поменяли политику продвижения. Если раньше мы старались заинтересовать магазины нашей продукцией, то сейчас основной упор делаем на популяризацию нашего бренда среди конечных потребителей, активно используя для этого социальные сети, участвуя в выставках, а также устраивая различные мероприятия.

Знаток сразу определяет, насколько ценен тот или иной предмет из хрусталя. Решающее значение имеет вес и игра света в гранях или нарезке. Чем тяжелее хрустальный предмет, тем больший процент свинца в нем содержится. Под прямым потоком солнечного света хрустальные грани, словно призмы, должны расщепить световой поток на различные оттенки.

К сожалению, недобросовестные производители или продавцы, которых нередко можно встретить в местах стихийных продаж, зачастую предлагают несведущему потребителю бракованные изделия. То же самое можно сказать и о некоторых внезапно и ненадолго появляющихся интернет-магазинах,



ПРОВЕРКА КАЧЕСТВА И ПОКУПКА

Под видом достойного хрустального бокала или иной сервировочной посуды на столе может оказаться обыкновенное стекло, не представляющее особой ценности. Чтобы избежать неприятного разочарования, покупателю следует тщательно отбирать хрусталь. Настоящий хрустальный сосуд должен быть безукоризненно чистым, прозрачным и абсолютно бесцветным. Лишь в некоторых случаях допускается небольшой розоватый оттенок. Если хрусталь отдает зеленоватым оттенком – этот хрусталь низкого качества.

предлагающих продукцию из хрусталя. Сайты интернет-магазинов, специализирующихся на хрустальной посуде, конечно более сведущи в «хрустальном деле». В отличие от специализированных интернет-магазинов, интернет-магазины широкого профиля далеко не всегда могут удовлетворить покупательскую потребность в высококачественной продукции и дать исчерпывающую информацию относительно предлагаемых предметов из хрусталя.

Хочется дать совет: покупайте в специализированных магазинах или сами интересуйтесь и внимательно подходите к покупке, если хотите выбрать достойную продукцию.



«БЕРЛИКА» — УКРАИНСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ЧУГУННОЙ ПОСУДЫ

ООО «ПП «БЕРЛИКА» начало свою деятельность с апреля 2011 г. На базе предприятия были разработаны новые запатентованные технологии производства чугунной посуды. Сегодня ассортимент компании составляют: сковороды, сотейники, блинницы, грили, а также сковороды для пиццы. В ближайшее время в производство будут запущены кастрюли и жаровни.

Чугунная посуда ООО «ПП «БЕРЛИКА» производится только из экологически чистых материалов без химикатов или вредных покрытий, сделана вручную с использованием сырья, которое было тщательно проверено и отвечает экологическим требованиям, прошла предварительную термическую обработку и может использоваться на любых видах плит.

Приобретая изделия производства ООО «ПП «Берлика», Вы получаете сертифицированную продукцию от производителя высокого качества и стандарта!

ОРИГИНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ОТ ТМ «БИОЛ»

Ассортимент посуды с керамическим покрытием компании «БИОЛ» пополнился еще одной линией кастрюль. Литая кастрюля с керамическим покрытием имеет утолщенное дно, позволяя продуктам готовиться быстрее и сохранять при этом все витамины. Прочное керамическое покрытие, состоящее только из натуральных компонентов, делает допустимым использование неострых металлических предметов в процессе приготовления пищи.

Оригинальное сочетание цветов, которое используется в оформлении кастрюли, напоминает скорлупу перепелиного яйца и достигается путем применения уникальной технологии нанесения покрытия, что является новым модным трендом на рынке посуды и станет изюминкой любой кухни.

При неизменно высоком качестве создаваемой посуды, используя только лучшие покрытия мировых производителей, компания «БИОЛ» постоянно удивляет своих покупателей оригинальными решениями.

«БИОЛ» в очередной раз доказала, что экологичность, надежность и безопасность для компании — это не просто слова!



ИЗЫСКАННЫЕ ФАРФОРОВЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Представляем ПАО «Галант» — прямого импортера на украинский рынок продукции с мировым именем (Императорский фарфоровый завод (Россия), Goebel (Германия)).

Ассортиментный ряд продукции Императорского Фарфорового завода — сервизы, комплекты, жанровая и анималистическая скульптура, вазочки — постоянно расширяется и обновляется, а изделия завоевывают все большую популярность у знатоков и ценителей прекрасного.

Все изделия Goebel выпускаются в ограниченном количестве и имеют свой собственный номер. Эксклюзивность продукции подтверждает паспорт на каждую единицу изделия.



«ЕВРОСТИЛЬ» ПРЕДСТАВЛЯЕТ ЧУГУННУЮ ПОСУДУ STAUB

Ярким примером соединения опыта прошлых столетий и современных технологий является продукция французской компании STAUB — одного из крупнейших производителей эмалированного чугуна, признанного и популярного среди профессионалов всего мира.

Основными преимуществами чугуна являются: равномерное накаливание, распределение и длительное удержание тепла. Все эти качества посуды позволяют готовить бережно, сохраняя все полезные свойства продуктов. Каждое изделие STAUB 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 и привкусов приготовленных блюд. Чугунная крышка идеально прилегает к краям посуды, таким образом достигается паровая конвекция, придающая приготовляемой пище удивительный вкус и аромат!

Посуда STAUB пригодна для использования на всех видах плит нового поколения: газовых, электрических, стеклокерамических, индукционных и галогеновых, а также в духовке и на гриле. Разнообразная цветовая палитра продукции STAUB позволяет реализовать интересные дизайнерские задумки и проекты.

Вся продукция представлена в выставочных залах компании «Евростиль-2000».



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ

ПОСУДЫ • ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ



06-09
ФЕВРАЛЯ
2013



Международный выставочный центр, Киев, Украина

Организатор:

PARUS ExpoMedia

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

www.pem.com.ua

Генеральные информационные спонсоры:



Информационная поддержка:





ОТМЕТЬТЕ В СВОЕМ БИЗНЕС-КАЛЕНДАРЕ!

Приглашаем посетить деловую программу в рамках международных выставок посуды, хозяйственных товаров, подарков, декора, садово-паркового благоустройства, а также выставки ресторанного и отельного бизнеса

06–09 ФЕВРАЛЯ 2013 ГОДА

Место проведения: Украина, Киев, МВЦ, Броварской пр-т, 15, павильон № 1, конференц-залы

6 февраля 2013 года

ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР

«Успешное управление розничным магазином»

Тема: «Умелое использование современных инструментов управления розничным магазином»: ассортимент: качество ассортимента; запасы: обеспечение, оборачиваемость, качество поставщиков; цены: результаты продаж, конкуренция; мерчандайзинг: централизованное управление.

Докладчик: Андрей Максимов — эксперт компании «АСТОР-Украина» по построению бизнес-процессов в розничных магазинах.

ДИСКУССИЯ НА ТЕМУ:

«Нематериальные мотивации продавцов работают! Если...»

Дискуссия будет построена на примерах «внутрибрендинговых» мотиваций компаний с разных рынков. У участников будет возможность получить экспертные рекомендации и ответы на вопросы, разобрать реальные проблемы, связанные с мотивацией персонала в магазинах.

Докладчик: Ольга Кучмеева — заместитель директора бренд-консалтинговой компании «Следопыт», специалист по внутреннему брендингу.

7 февраля 2013 года

СЕМИНАР-ПРАКТИКУМ

«Современные методы продвижения ресторана»

Для сектора HoReCa

1. С чего начинать — экспресс-диагностика.
2. Атмосфера и интерьер как «средства раскрутки».
3. Методы продвижения. Что работает сегодня?
4. Концепция продвижения. Как создать?
5. PR-акции — самый эффективный на сегодня способ продвижения ресторанов.

Тренер: Олег Назаров — директор Агентства событийных коммуникаций «Назаров & Партнер.шн»; автор лучших на сегодняшний день бестселлеров — настольных книг ресторатора «Как «раскрутить» ресторан», «Как загубить ресторан», «Ресторанные «фишки», «Как воруют в ресторане. 100 способов обмануть владельца». PR-специалист и промоутер в ресторанном бизнесе.

МАСТЕР-КЛАСС ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕСА

«Формирование торгового персонала в розничных магазинах. Моя команда и Я»

1-й БЛОК

Тема: «Руководитель розничного магазина как мотиватор. VIP-уровень управления персоналом».

Бизнес-тренер: Ирина Головнева — организационный консультант, коуч тренинг центра BRAIN, кандидат психологических наук.

2-й БЛОК

Тема: «Внешняя и внутренняя коммуникация: когда слова приносят прибыль. Выверенные временем и практикой подходы».

Бизнес-тренер: Наталья Лозийчук — основатель и руководитель первой в Украине Школы ораторского и переговорного мастерства «СПИКЕР».

Бизнес-тренер: Ирина Баранова — бизнес-тренер по эффективной коммуникации и ораторскому мастерству тренинг центра «СПИКЕР».

ПРАКТИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ-СЕМИНАР: «Практические решения для малого сувенирно-подарочного бизнеса, или Большие возможности для малой розницы»

Практический тренинг-семинар, посвященный проблемам и тенденциям малой сувенирной розницы и практическим решениям по созданию успешного малого розничного формата.

На тренинге участники ознакомятся с тенденциями и прогнозами развития рынка сувениров, а также получат практические решения и рекомендации по эффективной подготовке к новому туристическому сезону 2013.

Докладчик: Александр Сергеев — собственник и директор Киевского завода сувенирной керамики, бизнес-тренер, консультант, бывший топ-менеджер крупных розничных и дистрибьюторских компаний в России и Украине.

8 февраля 2013 года

СЕМИНАР

«Рецепты по быстрому, экономному и эффективному обучению персонала гостиниц и ресторанов»

Для сектора HoReCa

Самообразование и саморазвитие персонала — голубая мечта каждого руководителя. Как сделать, чтобы сотрудники хотели применять полученные знания, умения и навыки — Вы узнаете на семинаре.

Бизнес-тренер: коуч, управленческий консультант, управляющий партнер консалтинговой компании «Окрыляем Успехом» — Ольга Сергеева.

ПРАКТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС-СЕМИНАР «Управление знаниями интернет-маркетинга»

«Управление знаниями интернет-маркетинга» — это практический семинар о продвижении бизнеса в Интернете, который состоит из двух частей — докладов и практики. В течение одного дня ведущие специалисты-практики Уанета разберут успешные кейсы повышения и продаж для вашего бизнеса, раскроют секреты эффективности сайтов, поделятся опытом и дадут практические советы и рекомендации.

При регистрации до 1 февраля 2013 г. специалисты компании «ADLABS Украина» и партнеры предварительно проанализируют сайт каждого участника и **сделают практические выводы и предметные рекомендации**, важные для руководителей и маркетологов, работающих в Сети сегодня.

Модератор: Анна Христюк — директор по маркетингу «ADLABS Украина».



Международный
выставочный центр
г.Киев, Украина
Броварской пр-т, 15

6-9
февраля
2013

ЛЕТО

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
РЕСТОРАННОГО И ОТЕЛЬНОГО
БИЗНЕСА**

InHoReCa FE



RESTAURANT

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

- Оборудование для HoReCa
- Профессиональная посуда и инвентарь
- Мебель и предметы интерьера
- Профессиональный текстиль
- Клининг и гигиена
- Автоматизация, безопасность
- Свет, звук, мультимедиа
- Услуги для HoReCa

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ:

Семинар-практикум
Олега Назарова
«Современные методы
продвижения ресторана»

Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел./факс: +38 (044) 484 68 91

e-mail: expo@pem.com.ua

www.pem.com.ua

Генеральный
информационный
партнер

Журнал
АКАДЕМИЯ
ГОСТЕПРИИМСТВА

Официальный
медиа-партнер

Гостиничный
& Ресторанный
БИЗНЕС

Информационные
партнеры

Дегустатор

HORECA HOUSE

HOTEL · RESTAURANT · CAFE
HO RE CA
WWW.HORECA.RU

PRO HOTEL
HOTEL AND RESTAURANT GROUP

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ПРИОДЕНЕМСЯ ДЛЯ ДЕЛА!

С **Microdry** – вы в безопасности! Стильные аксессуары защитят ваши руки от раскаленной кухонной посуды, а также от непредвиденных брызг!

Microdry
www.microdry.com.cn



ИЗЯЦЕСТВО ВНЕ ВРЕМЕНИ

Выдержанные в деревенском стиле предметы из дерева и керамики от **T&G** как нельзя лучше подчеркивают стремление избавиться от экологически неблагоприятных материалов, которыми изобилует современное жилье! Благодаря стильному решению посуда и кухонная утварь смотрятся особенно эффектно.

T&G
www.tg-woodware.com
E-mail: marketing@td-woodware.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



С ПЕЧИ НА СТОЛ!

Легендарный бренд **Denby** традиционно радует своих поклонников обновленными коллекциями! Кухонная посуда из керамики и чугуна этой марки идеально подходит для приготовления различных блюд и сервировки стола. Еда в такой посуде приобретает сочность и незабываемый аромат.

Denby

www.denby.co.uk

E-mail: linda.salt@denby.co.uk

СКОЛЬКО ВЕСИТ ПОЛ-ЛИТРА?

Ответить на простые вопросы: сколько весит стакан муки или 300 мл молока, а также сколько граммов сахара помещается в столовой ложке – поможет незаменимое приспособление от **Schonhuber**, представляющее собой мерный стакан с ручкой, в которую вмонтирован дисплей электронных весов! Очень полезно и очень удобно!

Schonhuber

www.schonhuberfranchi.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ВКУСНЕЕ И БЫСТРЕЕ!

Приготовить сочный поджаренный бекон в микроволновой печи поможет простое и оригинальное приспособление от **Evrholder**! Жир стекает в поддон, над которым размещается достаточное количество нарезанного бекона. Пусть вкусное готовится быстро!

Evrholder
www.evrholder.com
 E-mail: dlmoore11@triad.rr.com



РАЗНООБРАЗИЕ ЛАКОМСТВ!

Создать сразу несколько любимых десертов поможет силиконовая форма от **Lekue**. Благодаря ее независимым сегментам можно испечь одновременно восемь разнообразных тортиков или пирожных!

Lekue
www.lekue.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



morphy richards
housewares

ПРАВИЛЬНЫЙ ОБЪЕМ И ТОЧНЫЙ ВЕС!

Теперь решена главная проблема всех, кто не желает отмерять ингредиенты на глаз! С помощью мерного ковшика, одновременно указывающего вес продукта, можно безукоризненно следовать любому рецепту!

Morphy Richards
www.morphyrichards.com

E-mail: jstedman@urbantelegraphpr.com



ЗАВАРИВАЕМ С УДОВОЛЬСТВИЕМ!

Любители чая понимают всю важность правильного заваривания этого ценного напитка! С новыми заварными ситечками **QdO** вы сможете раскрыть для себя новый аромат чайного листа, а также насладиться эстетикой оригинального дизайнерского гаджета. Экспериментируйте и получайте удовольствие!

QdO
www.qdo.dk
E-mail: op@qdo.dk



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

СОХРАНЯЕМ СО ВКУСОМ!

Емкости для хранения специй могут стать прекрасным украшением кухонного стола, особенно если это керамические изделия от **QdO**! Их символическая семейственность идеально подходит для домашней кухни, на которой собираются все члены семьи. Удобство и изящество контейнеров будет всеми оценено по достоинству!

QDO | www.qdo.dk
E-mail: op@qdo.dk



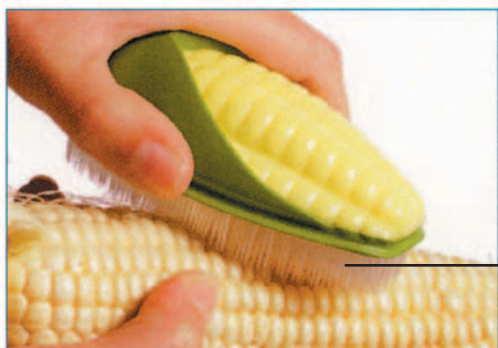
СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ВАШЕГО СЫРА!

Нарезать и натереть сыр художественно и элегантно, не прибегая к различным ухищрениям, поможет всего один прибор от **Microplane**, который включает в себя не только специальное лезвие, но и мини-терку. Красивая нарезка одним движением руки – вот что вам действительно нужно!

Microplane International
www.microplaneintl.com
E-mail: info@microplaneintl.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



ЧИСТОТА - КРАСОТА!

– Освободим от грязи любимые овощи или грибы красиво! – так и хочется произнести лозунг, видя столь элегантные щеточки от **Chef'n**. Их щетина подобрана специально для кукурузы, картофеля или нежной кожицы грибов. Декоративная ручка щеточек исключит ошибку при выборе весьма полезного аксессуара и придаст настроения при использовании!

Chef'n | www.chefn.com
E-mail: echristensen@chefn.com

ПРАВИЛЬНАЯ ТЕМПЕРАТУРА!

Для ценителей настоящего чая важен не только способ его заваривания, но и поддержание оптимальной температуры на протяжении всего чаепития. Поэтому **Qdo** изготовила специальный заварочный чайник с колбой из термостойкого стекла, под которой может гореть фитилек свечи, не позволяя заварке остывать!

QDO | www.qdo.dk
E-mail: op@qdo.dk



Qdo

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

ЭЛЕГАНТНО И ФУНКЦИОНАЛЬНО!

«Разнообразие добавляет вкус жизни», – именно под таким девизом создают товары дизайнеры компании **Adhoc**. Их цель – разработать стильные предметы, которые сочетают в себе высокое качество и функциональный дизайн.

Adhoc | www.adhoc-designshop.de



МОДНАЯ ОДЕЖДА!

Дизайнерский наряд для емкостей с прохладительными напитками или чайников от **Eva Solo** призван не только радовать глаз, но и сохранить необходимую температуру содержимого как можно дольше!

Eva Solo | www.evasolo.dk



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



НЕУТОМИМОЕ ТОПЛЕНИЕ

Для приготовления по-настоящему сочного и ароматного блюда, будь то овощи или мясо, необходима толстостенная посуда, желательно из чугуна. Именно в такой посуде пища может томиться на конфорке длительное время и приобретать незабываемый вкус. Помня об этом, **Fissler** подготовила целую линейку чугунной посуды для создания первоклассного меню на вашей кухне!

Fissler | www.fissler.com

СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



СПРЕЙ ДЛЯ ЦИТРУСОВЫХ

С помощью гаджета от **Lekue** можно не только выжать сочный цитрусовый плод, например лимон, но и сбрызнуть его соком любимое блюдо. По задумке создателей приспособления такой способ добытия сока сохраняет витамины и предотвращает процесс окисления.

Lekue | www.lekue.com



ВСЕ ГЕНИАЛЬНОЕ – ПРОСТО!

Благодаря **Evriholder** есть любимую кукурузу стало удобнее. Достаточно надеть эластичные наконечники на початок перед варкой – и больше не придется обжигать пальцы, наслаждаясь любимым лакомством!

Evriholder | www.evriholder.com
E-mail: dlmoore11@triad.rr.com



СТИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ



РАСКОЛЕТ ВСЕХ!

Специальный прибор для колки орехов от **Gefu** призван не только безукоризненно выполнять свою функциональную задачу, но и дарить приятные эмоции своим обладателям. Стильное дизайнерское решение делает использование приспособления весьма комфортным.

Gefu | www.gefu.com



РАЙ СЛАДКОЕЖЕК!

Кулинарные приспособления для росписи изделий из теста от **Kuchenprofi** позволят без труда украсить любое блюдо из теста! Вы можете разрисовать печенье или торт различными цветными кремами, а также создать рисунок из шоколада, который, застыв, превратится в отдельное изделие!

Kuchenprofi | www.kuechenprofi.de

Более 15000 наименований профессиональных товаров для гостиничного и ресторанного бизнеса со склада в Москве и под заказ, напрямую от производителя.



eternum
created 1924



steelite
INTERNATIONAL



isi



MATFER



ILSA



RONA
3 Star Glass



«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

- барное и ресторанное стекло
- столовый фарфор • столовые приборы
- профессиональный барный инвентарь
- кухонный и кондитерский инвентарь
- предметы сервировки стола
- сиропы, топпинги и фруктовые пюре Monin

«КОМПЛЕКС-БАР» МОСКВА

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

www.complexbar.ru

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ