

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2022-1

Wilmax
ENGLAND



Новости

Традиции

Маркетинг

Эффективно

**Ситуация
на рынке**

#ЦветнойБум_от_Wilmax



Paşabahçe Casablanca



Содержание

Обложка предоставлена
компанией WILMAX

8 Слово редактора

Дистрибьюторы



10 WALMER. Гурманам посвящается:
коллекция предметов для сыра и вина

Выставки

38 Таблица выставок

40 Мировые цепочки и связи
восстанавливаются

THE
INSPIRED
HOME
SHOW.

Ситуация на рынке

42 Посудный сегмент. Развитие в русле
макроэкономических тенденций

4  ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ | ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ | О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

Посуда

2022-1

Традиции



44 Масленица в дом приходит

Эффективно

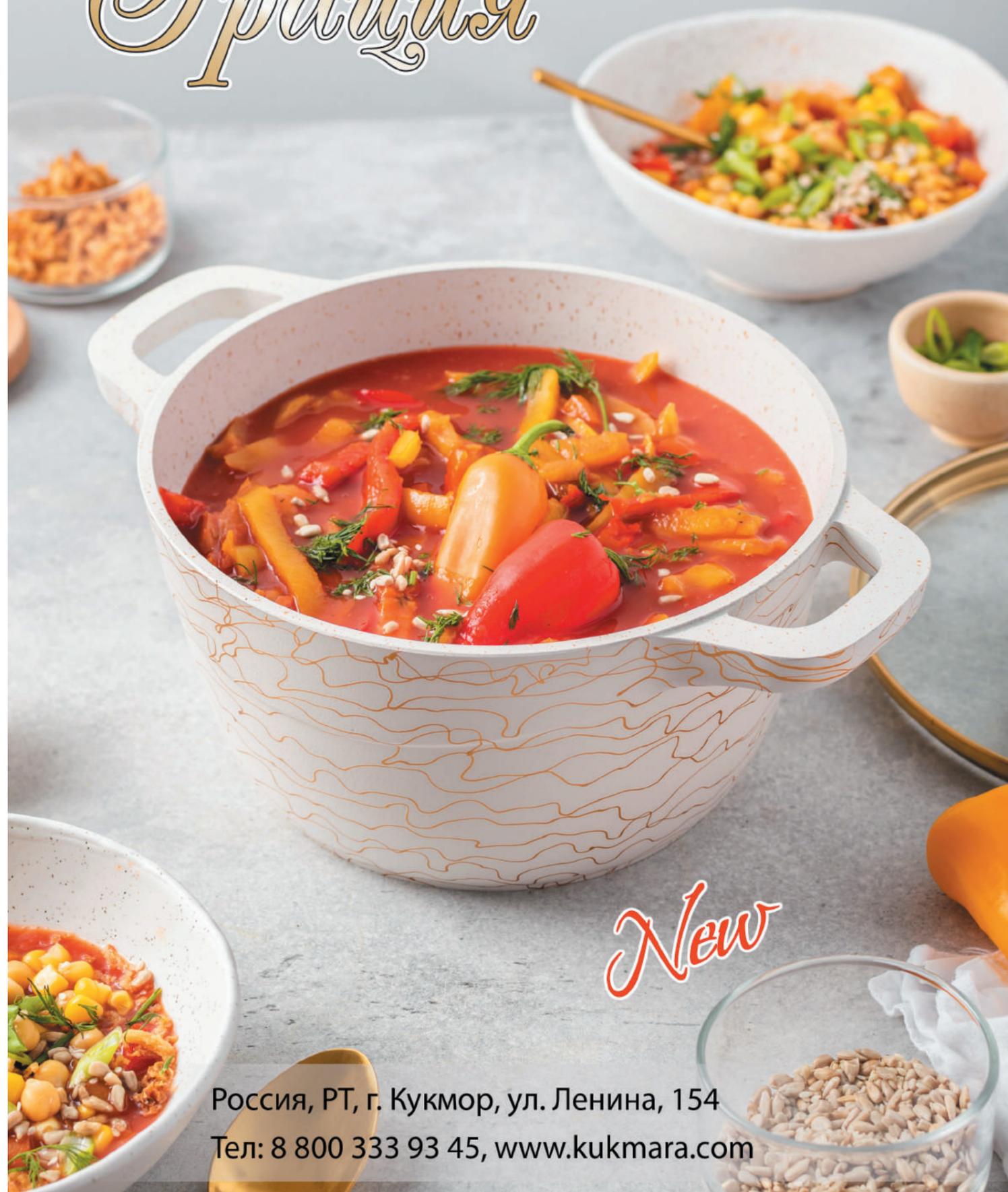


46 Формат для рекламодателя: выбор есть!

Kukmara[®]

Сделано в России
Основан в 1950

Трация



New

Россия, РТ, г. Кукмор, ул. Ленина, 154

Тел: 8 800 333 93 45, www.kukmara.com

Маркетинг



50 Выбираем хлебницу

53 Оригинально и актуально.
Прогнозы продаж



56 Сырный тренд

Подписка-2022

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. Подписка осуществляется на сайте журнала: www.posudainfo.ru. Для оплаты зайдите на сайт, кликните «Подписка», заполните заявку, которую получит отдел подписки. После получения заявки отдел подписки пришлет вам счет, который оплачивается как по безналичному расчету, так и наличными средствами в любом отделении Сбербанка.

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

Стоимость одного номера – 400 рублей для подписчиков из РФ. Для жителей ближнего и дальнего зарубежья стоимость одного номера рассчитывается исходя из валютного курса на день оплаты. Оплата производится в рублях, доставка наложенным платежом.

59 Сладкая посуда



62 Масленка для вашего стола



Этикет

66 Подарки. Что, когда и как?

68 Стильные штучки

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

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 №ФС 77 – 67969 от 13 декабря 2016 года.

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

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

+7 (903) 768-12-30

*На правах рекламы

Узнайте: о цветах и потребительских тенденциях и трендах, передовых методах розничной торговли, дизайне и новейших технологиях продаж



THE INSPIRED HOME SHOW.

Долгожданная масштабная выставка The Inspired Home Show откроет свои двери с **5-7 марта 2022 года** в Чикаго, штат Иллинойс, McCormick Place.

Выставка покажет тысячи новых и инновационных продуктов для дома, предметов быта и декора.



Откройте для себя: вдохновляющие концепции розничной торговли и ресторанного бизнеса, мерчандайзинг и брендинг

Посетите: розничные торговые точки и сети мирового уровня, смотрите, берите самое ценное – положительный опыт





ДОБРЫЙ ДЕНЬ, ДОРОГОЙ ЧИТАТЕЛЬ!

От имени редакции поздравляю с началом года наших бизнес-партнеров, коллег, участников рынка Houseware & Tableware, друзей и читателей журнала.

Прошел еще один год работы в сложный период ограничений и санкций. Год – это много или мало? Сколько событий происходит за год, какие изменения он повлек за собой? Номер журнала «Посуда» 1/2022 выходит в начале года, в это время мы анализируем прошедший год и строим планы на следующий период. Конечно, 2021 год – не простой, в мире происходят изменения, на которые повлиять очень сложно, почти невозможно. Все приспосабливаются и учатся работать в новых условиях, в условиях мирового коллапса. Несмотря на трудности, рынок не стоит на месте, он приспособился к экономически нестабильным условиям и развивается.

Рынок посуды достаточно объемный, поэтому в этот раз хотелось сделать акцент на узкопрофильных позициях, на которые прежде всего стоит обратить внимание маркетологов и мерчандайзеров. Это различные виды посуды, например, хлебницы, масленки, сахарницы. Общаясь с представителями посудного сообщества, видим, что появилось

много новинок в ассортименте, интересные гаджеты, дистрибьюторы приумножили свои коллекции новыми стильными изделиями и пополнили ассортиментный ряд новыми брендами. В новостной рубрике мы стараемся разместить наиболее удачные варианты.

Конечно, рассчитывать на огромные объемы продаж 2000-х годов вряд ли представляется возможным, но информационное поле СМИ необходимо. Для дискуссии потребителей и поставщиков, для выявления проблемных мест, для обозначения трендов и актуальных тенденций, для анализа рынка, для коммуникации с дизайнерами, для обмена опытом торговли и удачными кейсами производства и продаж. Будет не верным утверждение, что «бумага» стала уходить из оборота. Бумажные носители никогда не исчезнут, как не могут исчезнуть театральные постановки, опера и балет, хотя отчасти многие заменили свою информационную загрузку через онлайн-пространство. Да, несомненно, цифровой формат также развивается гигантскими темпами и пользуется высоким спросом. Сегодня читатель имеет возможность выбора между электронным и бумажным форматом. Более того, читатель, как правило, совмещает эти форматы, поскольку, как ни странно, но их симбиоз дает наибольший эффект для всех заинтересованных в издании: самому издателю, рекламодателям и читателям. Мнение о способах продвижения можно прочитать в текущем номере.

Многие читатели спрашивают о стильных штучках, информацию о которых мы постоянно публикуем. Да, это интересные, стильные, модные, «умные» и полезные вещи на кухонном пространстве и в доме. К сожалению, многие из них пока недоступны на российском рынке, здесь мы обращаемся к закупщикам и маркетологам: изучайте, смотрите, читайте, заказывайте.

Мы продолжаем рассылать новости посудного рынка по нашей клиентской базе. Если кого-то мы еще не включили, подписывайтесь на рассылку на нашем сайте или пишите свои комментарии на почту. Желаем ярких профессиональных контактов, интересных проектов и личного благополучия. И многочисленных встреч с вами на страницах нашего издания, дорогие наши читатели!

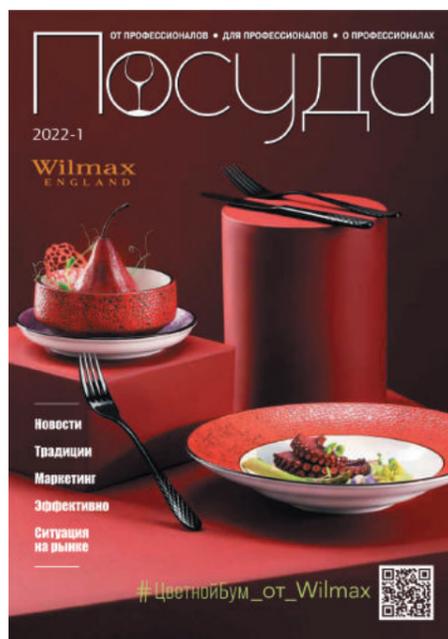
С уважением, главный редактор

Татьяна Ковшова

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.
 Подписка: Маргарита Гардева.
 Корректор: Татьяна Беляева.
 Корреспонденты: Мария Ков, Женья Максимова, Алексей Усачев, Анна Коньшина, Алексей Трембицкий.
 Перевод: Мария Ковшова.
 Дизайн и верстка: Алексей Барсуков.

Телефоны:
 +7 (903) 768-12-30
 E-mail: reklamaposuda@mail.ru
 rochtaposuda@mail.ru
www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере:

- БРАК**
Уголок потребителя
- ПРОИЗВОДИТЕЛИ**
- ВТОРИЧНАЯ ПЕРЕРАБОТКА**
- ЭТИКЕТ**



Тотовься к весне со Scovo!

Серия посуды
Stone Pan

Гурманам посвящается: КОЛЛЕКЦИЯ ПРЕДМЕТОВ ДЛЯ СЫРА И ВИНА

WALMER

Коллекция английского бренда WALMER пополнилась поистине гурманскими новинками: серией красивых досок Cheesy для сервировки сыра и закусок, а также винными аксессуарами.

С такой посудой создать стильную сервировку стола – проще простого.

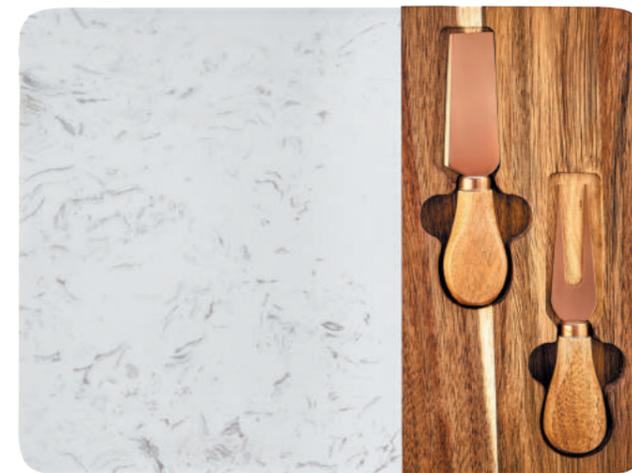


ИСКУССТВЕННЫЙ МРАМОР

Для сервировочных досок Cheesy использованы два материала – акация и искусственный мрамор. Последний выбран не случайно.

В отличие от натурального мрамора, искусственный не впитывает жиры и не окрашивается от контакта с вином или другими продуктами, содержащими яркий пигмент. Кроме того, искусственный мрамор – это материал, который сохраняет заточку ножей при нарезке.

Сервировочные доски со вставками из искусственного мрамора – это практично, уход за ними не потребует хлопот.



АКАЦИЯ

Древесина акации уникальна. Она обладает превосходной влагостойкостью. Посуду из акации можно мыть вручную под проточной водой, она прекрасно теряет привлекательного блеска. Кроме того, акация – это плотная древесина, которая не впитывает запахи и прекрасно служит на кухне годами.

НОЖИ В КОМПЛЕКТЕ

В комплекте с сервировочными досками Cheesy – специальные сырные ножи и вилки! Одни из них предназначены для твердых сыров, другие – специально созданы для мягких, а с помощью изящной вилки легко переложить отрезанный кусочек с сервировочной доски на тарелку!

КОМПЛЕКТ С ТАБЛИЧКОЙ

Для тех, кто сервирует сразу несколько видов сыров и хочет указать их сорта, WALMER предлагает стильный комплект с грифельной табличкой и мелком для письма. В этот комплект также входит две миниатюрных фарфоровых емкости для закусок, в которые можно положить фрукты, орехи или джемы и соусы к сыру.

НАБОР ГУРМАНА

А для тех, кто хочет иметь все самое необходимое для сыров и вина под рукой, WALMER выпустил настоящий набор гурмана. Он называется Wine Time и включает 4 предмета: нож и лопатку для нарезки сыра, штопор и пробку-стоппер для винных бутылок. Красивая упаковка, в которой продается этот набор, делает его отличным подарком.



<https://walmer-cookware.com>
 [walmer_cookware](https://www.instagram.com/walmer_cookware)



Glamour – новая коллекция посуды от Frybest

Компания Frybest представила новую коллекцию посуды Glamour. При производстве этой серии использовано керамическое покрытие последнего поколения **Hardlon** цвета «какао». Внешнее покрытие бирюзового оттенка «**Тиффани**». Ручка и бобышка имеют покрытие Soft-touch. Коллекция отличается оригинальными формами. В нее вошли кастрюли, сковороды, жаровня и сотейник.

www.frybest.ru



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
GLAMOUR

FRYBEST

Весенняя новинка от Serax

Компания Serax представила весеннюю новинку 2022 года – коллекцию керамической посуды **Japanese Kimonos** от художника-керамиста Бельи Сильвы (Bela Silva). В коллекцию вошли миски и тарелки, выполненные в сине-зеленой цветовой гамме. Посуду можно использовать в микроволновой печи и посудомоечной машине.

www.serax.com



«Ирисы и Герберы» от «Мануфактуры Гарднерь в Вербилках»

Фабрика «Мануфактуры Гарднерь в Вербилках» представила новое изделие – кофейную пару «Ирисы и Герберы» из серии «**Кофейные пары XIX века**». Объем чашки – 125 мл. Яркий цветочный мотив выполнен ручной росписью с золотой отводкой.

www.farforverbilki.ru



Огромный ассортимент изделий

Pasabahce
LIVE BEAUTIFUL

Одно из главных преимуществ заказов продукции в компании Pasabahce – это огромный ассортимент изделий. Бренд покорила сердца потребителей благодаря высокому качеству, надежности и оригинальному дизайну. Новая серия «Ресто» представлена бокалами для красного и белого вина, бокалом для шампанского, мартини, коньяка, а также рюмкой. Изящные линии, длинная утонченная ножка и классическая форма приводят пользователей в восхищение, а прозрачность и тонкость стекла поражает воображение. Серия представлена в подарочной упаковке по 6 штук, для опта и профессионального использования – по 12 изделий. Средний ценовой сегмент позволит увеличить армию почитателей и расширить спектр покупателей этой серии. Доступно к продаже весной 2022 года.

www.pasabahce.com/ru



«Стокманн» станет частью маркетплейса «Сбермегамаркет»

«Сбер» договорился о приобретении 100% акций в АО «Стокманн». После закрытия сделки «Стокманн» будет интегрирован в маркетплейс «Сбермегамаркет». Сейчас на площадке «Стокманн» представлено свыше 3,5 млн товаров, включая одежду, электронную и бытовую технику, товары для дома и ремонта.

www.vedomosti.ru

«Букингем» – эмалированная новинка в компании «Анна Лафарг»

Коллекция эмалированной посуды «Букингем» от ТМ EJIRYполнила ассортимент компании «Анна Лафарг». В нее вошли три кастрюли разных объемом в набор из трех мисок и чайник 2,6 л. Изделия украшены детализированным цветочным рисунком. Крышки имеют аккуратную фарфоровую ручку. Посуда подходит для использования на всех видах плит и в духовых шкафах. Упакована в подарочные коробки.

www.annalafarg.ru

Сковорода-садж от компании «Биол»

Компания «Биол» выпустила новинку – чугунную сковороду-садж. Сковорода доступна в двух размерах: 400 и 450 мм в диаметре. Толщина дна – 3,3 мм. Садж предназначен для приготовления мяса и овощей на открытом огне.

www.biol.com.ua



Liberty Jones – новый бренд в каталоге FineDesignGroup

Ассортимент компании FineDesignGroup пополнился коллекциями нового бренда Liberty Jones. Изделия выполнены из высококачественного фарфора, в некоторых линейках для создания неповторимой текстуры использовано покрытие реактивной глазурью.

На коллекцию **Cosmic Kitchen** дизайнеров вдохновила простота и лаконичность стиля loft. Его знаковая черта – необработанные шероховатые стены – угадывается в глазурованной поверхности всех изделий. В линейке банки для хранения сыпучих продуктов с бамбуковыми крышками, сервировочное блюдо, салатники, сахарница. А также наборы кружек, тарелок и чайных пар.

Линейка **Antique** в духе старинного английского дома выполнена в приглушенных оттенках и украшена декоративным рельефом с эффектом золотистой патины. Она будет особенно хороша в столовой в стиле ар-деко, неоклассики и других современных направлениях. В коллекции представлены салатник, чаша, а также наборы кружек, чайных пар и тарелок.

В линейке **Marble** предметы сервировки стилизованы под мрамор. Круглая и прямоугольная фарфоровые сервировочные доски, сервировочное блюдо, чаша, салатник, а также наборы тарелок хорошо подойдут для торжественных случаев.

Посуду Liberty Jones можно мыть в посудомоечной машине, ставить в микроволновую печь и морозильную камеру, использовать в духовке при температуре не выше 220 °С.

Помимо перечисленных новинок компания FineDesign сообщила о поступлении на склад продукции американского бренда **Lodge**. Производитель со 125-летней историей выпускает качественную посуду из чугуна в широком ассортименте форм и размеров: сковороды, жаровни, вок, формы для запекания, посуда и аксессуары для гриля. На производстве изделия смазывают растительным маслом и прокаливают для создания естественного антипригарного слоя.

С полным ассортиментом бренда Liberty Jones можно в любое время познакомиться на сайте www.finedesigngroup.ru.



Фарфоровая новинка от Gipfel

Компания Gipfel представила новый набор столовой посуды **Blu Lagoon**. Изделия выполнены из фарфора. Набор состоит из 12 предметов (на 4 персоны): тарелки обеденной 27 см, закусочной 20,5 см и пиалы 16 см. Каждое изделие дополняет друг друга за счет вариаций элементов декора.

www.gipfel.ru



SCOVO

InDay

ПОДХОДИТ ДЛЯ ИНДУКЦИОННЫХ ПЛИТ

Бакелитовая ручка
Не нагревается, удобно лежит в руке

Розничная цена от 750 руб
Привлекательная стоимость

Подходит для индукционной плиты

Надежное антипригарное покрытие от Greblon
Безопасное покрытие от мирового лидера рынка

GREBLON
NON-STICK TECHNOLOGY

Толщина стенок 2,2 мм
Обеспечивает равномерный прогрев

ГРАНДИОЗНАЯ РАСПРОДАЖА

до 70%

Скидка до **70%**

На серии «Stone Pan», «Discovery» и посуду без покрытия

На все остальные серии посуды Scovo

Скидка до **50%**

Акция проходит только в магазинах Scovo, с 07.02 - 08.03.2022 г. По адресам: Москва, ТРК Мозаика - ул. 7-я Кожуховская 9, 1 этаж, ТРК РИО - ул. Большая Черемушкинская 1, 1 этаж. Подробности акции уточняйте у продавцов - консультантов.



Презентация термоустойчивого стекла WILMAX

Компания WILMAX презентует пиалы из прозрачного боросиликатного термоустойчивого стекла. Благодаря двойным стенкам такая посуда отлично сохраняет температуру и свежесть продукта. Поэтому ее можно использовать для подачи салатов, мороженого и охлажденных многослойных десертов, красивые ингредиенты которых скрывать просто неразумно! Кроме того, продуманный и лаконичный дизайн делает пиалы универсальными – они оптимально впишутся в сервировку любого типа.

Посуда из термостекла подходит для интенсивного использования и мытья в посудомоечной машине. На дно изделий нанесен фирменный логотип WILMAX и указана коллекция.

wilmax.ru | @wilmax.ru



Новинки фарфора в компании «Клен»

Компания «Клен» представила новую серию фарфоровой посуды **By Bone Supreme**. Фарфор с увеличенным содержанием оксида алюминия отличается высокой прочностью, устойчивостью к истиранию и царапинам. Посуда выполнена с ручным нанесением декоративных элементов. Серия представлена в нескольких цветах: сочном голубом, классическом белом, актуальном сером и яркой охры.

www.klenmarket.ru

Пополнение серии фарфора в магазине IKEA

Серия посуды **Entusiasm** от IKEA пополнилась десертными тарелками диаметром 18 см. Изделия выполнены из фарфора, украшены 4 разными рисунками в синем цвете. Посуду можно использовать в СВЧ-печи и мыть в посудомоечной машине.

www.ikea.com



Горница®



Бриллиант

Грани Вашего превосходства!

Компания «Горница» меняет представления, бросает вызов всему, что вы могли сказать о своей посуде. И только теперь вы можете гордо заявить, что она – БРИЛЛИАНТОВАЯ! Уникальная структура бортов новой серии придаёт им эксклюзивную форму, а декоративное покрытие раскрывает грани этой эксклюзивности.

Серия БРИЛЛИАНТ – это посуда с характером:

- **сложным, дерзким и неповторимым** – как дизайн нашей посуды,
- **надежным, стойким и долговечным** – как покрытие,
- **многогранным** – как оттенки, которые были созданы по индивидуальному заказу компании «Горница».

Серии БРИЛЛИАНТ – это достойное украшение любой кухни. Как драгоценный кулон на шее его обладательницы раскрывает тонкие нюансы ее образа, так каждый оттенок в БРИЛЛИАНТОВОМ дизайне отражает внутренний мир обладателя этой посуды.

ИЗУМРУДНЫЙ БРИЛЛИАНТ

для людей с позитивным и ярким отношением к жизни. На вашей кухне подчеркнет благополучие, стабильность и процветание обладателя жаровни этого цвета. Внесет в интерьер вдохновение самой природы

СЕРЕБРЯНЫЙ БРИЛЛИАНТ

для владельцев, готовых к экспериментам на своей кухне. Способен подчеркнуть творческий склад характера, умение фантазировать и расширять границы возможного. Является символической Лунной дорожкой практически в любом интерьере

ГРАНАТОВЫЙ БРИЛЛИАНТ

для страстных, эмоциональных натур. Для тех, кто вкладывает душу и сердце в создание всего вокруг себя – от кулинарных шедевров до деталей самой жизни. На этой посуде готовят хозяйки, которые привыкли заявлять о себе выразительно и достойно

САПФИРОВЫЙ БРИЛЛИАНТ

для уверенных в себе людей с независимым характером. Посуда этого цвета станет олицетворением спокойствия и постоянства её обладателя, символом прекрасного завершения трудного рабочего дня в кругу любимых за прекрасным ужином



Керамика Joyn Stoneware от Arzberg

Магазин «Дом Фарфора» представил коллекцию посуды из каменной керамики Joyn Stoneware от Arzberg (Германия). Коллекция выполнена в спокойных натуральных оттенках, с неглазурованной, чуть шероховатой внешней поверхностью. Матовая керамика гармонично сочетается с коллекцией фарфора Joyn от Arzberg, декорированной фактурными элементами. Изделия можно мыть в посудомоечной машине и использовать в микроволновой печи.

www.domfarfora.ru



Природные фактуры Degrenne

Компания **DP-Trade** представила новинки керамической посуды от французского бренда Degrenne. Оригинальная коллекция **Supernature** состоит из предметов неровной формы, с рельефной фактурой, имитирующей срез дерева. Коллекция посуды **Brute** выполнена в аутентичном стиле, сочетая в себе глянцевые и матовые поверхности. Доступна в трех пастельных оттенках – Dew, Sand и Taupе.

www.posuda-dp-trade.ru

Малолитражная новинка от ТМ Kukmara

Линия посуды из нержавеющей стали **Safia** от ТМ Kukmara пополнилась кастрюлей объемом 1,2 л. Изделие оснащено крышкой из высококачественного термостойкого стекла. Широкий металлический обод защищает крышку от сколов и внешних повреждений.

Посуда **Safia** изготовлена из высококачественной хромоникелевой стали AISI 304 (18/10) от южнокорейского концерна **POSCO**. Изделия имеют плоское, утолщенное дно, состоящее из трех слоев металла: индукционного, термоаккумулирующего и проводящего, которое равномерно распределяет тепло и препятствует подгоранию пищи. Кастрюли изготавливаются в соответствии с ГОСТ 27002-86 методом холодной вытяжки, который позволяет сохранить толщину стали на каждом участке изделия.

www.kukmara.com



CENTRAL ASIA
houseware

29 МАЯ - 01 ИЮНЯ
MAY - 01 JUNE
2022

19-ая Международная
Выставка Посуды, Бытовой
Электроники и товаров для дома

The 19 th International Exhibition
for Houseware, Household
and Consumer Electronics, Gifts

Central Asia
Trade Exhibitions

Организаторы: Central Asia Trade Exhibitions

Казахстан - Алматы
м-он Самал 1, д. 9/2, 43

+7 727 266 36 80 +7 707 611 81 02

info@houseware.kz

www.houseware.kz



Ледяное очарование «Байкала»

На создание новой коллекции «Байкал» художника **Веру Бакастову** вдохновило японское искусство кин-цуги (яп. «золотая заплатка») – техника реставрации керамических изделий с помощью лака, смешанного с золотым, серебряным или платиновым порошком. Предметы коллекции объединяет имитирующая реставрационный шов золотая лента, скрепляющая «фрагменты» кобальтового декора. Сочетание идеально гладкой сияющей поверхности фарфора и свободно идущих золотых линий рождает ассоциации с байкальским льдом, что определило название коллекции. В коллекцию вошли тарелки, чайные пары, заварочный чайник, сахарница, розетки и вазы.



НОВИНКА
КОЛЛЕКЦИЯ
БАЙКАЛ

www.ipm.ru



Набор «Рябинка» от компании «Эмаль»

Компания «Эмаль» выпустила набор эмалированной посуды с новым рисунком «Рябинка». Рисунок выполнен на кастрюлях цилиндрической формы. В составе набора – кастрюли объемом 2, 3 и 4 л.

www.emal-mmk.ru

Новые поступления «Элан Галереи»

Компания «Элан Галерея» сообщила о поступлении новых серий посуды «Терраццо», «Золотой мрамор» и наборов с рисунками животных. Посуда выполнена из высококачественного фарфора, подходит для использования в микроволновой печи и посудомоечной машине. Поставляется в стильной картонной упаковке.

www.elangal.ru



Riedel для Nespresso

Компании Riedel и Nespresso представили эксклюзивную коллекцию бокалов для кофе Nespresso Reveal. Всемирно известные бренды объединили свои инновационные идеи, чтобы создать бокал, усиливающий впечатление от дегустации кофе. В коллекцию вошли 3 бокала для кофе разной степени интенсивности – **Mild**, **Intense** и **Lungo**.

www.riedel.com



Dolce Litta от TM VARI

Коллекция литой посуды Dolce Litta торговой марки VARI пополнилась новыми формами – кастрюлями и ковшом. Кастрюли представлены в двух объемах – 3 и 5 л, дополнены стеклянной крышкой. Ковши с бакелитовыми несъемными ручками имеют объем 2 л. Серия выполнена из алюминиевого сплава высокой степени очистки, с антипригарным покрытием **Xylan plus** от **PPG (Whitford)** на водной основе. Толстое дно и стенки хорошо удерживают жар и помогают экономить электроэнергию. Новинки подходят для газовых, электрических и стеклокерамических плит.

www.shop.vari.ru



Very Peri – цвет года от Pantone

Институт цвета Pantone традиционно в декабре объявил трендовый цвет 2022 года. В этом году эксперты Pantone предлагают обратить внимание дизайнеров и декораторов на цвет **Pantone 17-3938 Very Peri** – динамичный синий оттенок с фиолетовым и красным тоном. Его присутствие в интерьере поможет принять измененный набор возможностей и будет стимулировать собственную изобретательность в период выхода из продолжительной изоляции.

www.pantone.com



Новые декоры для кружек

Компания «Декостек», специализирующаяся на декорировании стеклянной посуды, представила новую серию декоров кружки для чая. Объем кружки – 350 мл. В работе используется стеклянная посуда отечественных и зарубежных стекольных заводов.

www.decostek.ru



Home Market закроет все магазины и уйдет с рынка в 2022 году

Сеть магазинов товаров для дома по фиксированным ценам Home Market, которая принадлежит Winter Capital Partners Владимира Потанина, объявила на своем сайте о «ликвидации магазинов», пишет «Коммерсантъ».

Источники издания добавили, что сеть уже предупредила поставщиков о закрытии своих магазинов с 1 января 2022 года – процесс ликвидации компания намерена завершить в конце I квартала следующего года.

Сеть Home Market начала работать в 2017 году в рамках сети магазинов фиксированных цен «Заодно», запущенной основателем Кириль Виктором Хартоманном в 2013 году. Позднее все магазины под брендом «Заодно» были реформатированы в Home Market. Сейчас мажоритарным акционером компании является Winter Capital Partners, связанная с Владимиром Потаниным.

Опрошенные изданием эксперты отметили, что ритейлерам сложно развивать формат дискаунтеров в непродовольственной рознице.

«Для этого необходимы большие закупки, развитая логистика, постоянная и эффективная ротация ассортимента, опыт и компетенции работы с поставщиками из Китая, а также портфель собственных торговых марок, чего у Home Market не было», – отметил один из экспертов, слова которого приводит издание.

Участники рынка прогнозируют, что площади, которые занимали магазины Home Market, могут отойти Fix Price и Familia Home, а также региональным игрокам по типу «Хозмакса».

www.retailer.ru



TimA представила серию El Terra

Торговая марка TimA представила новую серию литой посуды El Terra. Изделия со сверхпрочным антипригарным покрытием последнего поколения **Greblon Non Stick C2+** (Германия) разработаны и произведены российской компанией «Гардарика». Сковороды оснащены удобными эргономичными ручками с покрытием Soft-touch, стилизованными под дерево. Посуда подходит для всех видов плит, кроме индукционных. Дно сковород полностью закрашено, что облегчает уход за изделием и исключает повреждение варочных панелей. Размерный ряд: 22/24/26/28 см.

www.favtorg.ru

Новинка от бренда Sola в «Комплекс-Баре»



Новая коллекция столовых приборов «Эрмитаж» от бренда Sola пополнила ассортимент компании «Комплекс-Бар». Классическая коллекция выполнена из нержавеющей стали 18/10, декорирована изысканным рельефом. Утонченный стиль и элегантный дизайн идут рука об руку с функциональностью и удобством в использовании. Изделия можно мыть в посудомоечной машине.

И еще. Компания «Комплекс-Бар» сообщила о переезде офиса во Владивостоке. Новый шоу-рум расположился на ул. Басаргина, 42. Здесь представлен расширенный выставочный и складской ассортимент профессиональной продукции.

www.complexbar.ru

Новая лаборатория по испытанию посуды в Санкт-Петербурге

Новая испытательная лаборатория в Санкт-Петербурге, где будут тестировать исключительно металлическую посуду, получила одобрение Росаккредитации. Расположенная в Санкт-Петербурге лаборатория «Кондей Плюс» аккредитована по всем ГОСТам в ноябре этого года.

Испытания посуды в лаборатории проводятся по более чем 120 характеристикам. Среди них: внешний вид изделий, сплошность и прочность сцепления антипригарных покрытий с металлом (адгезия к металлу), прочность сцепления теплораспределительного слоя с дном изделия, надежность соединения съемной ручки с корпусом, шероховатость металлической поверхности изделий, стойкость изделий к коррозии, химический состав сплава металла, плоскостность дна, устойчивость на горизонтальной поверхности и др.

Лаборатория оснащена всем необходимым оборудованием и укомплектована экспертами, досконально знающими технологический процесс производства посуды и обладающими уникальными для России и Европы компетенциями в части проведения ее всеобъемлющего тестирования. В настоящее время в «Кондей Плюс» проводятся тесты по заказу АНО «Российская система качества» (Роскачество).

Новая лаборатория призвана восполнить нехватку специализированных учреждений, способных проводить все виды испытаний посуды под контролем Росстандарта. Напомним, что в 2012 году из 143 лабораторий, которые выдавали протоколы испытаний, не более десяти действительно проводили тесты посуды. Большинство этих организаций, по сути, торговали ничем не подтвержденными декларациями. Начиная с 2018 года при активном участии Ассоциации была проведена проверка испытательных лабораторий, в результате которой не отвечающие данному статусу организации закрылись.

www.aluminas.ru

Чайники – от TM BY, кастрюли – от Satoshi ANCO

Новые модели чайников торговой марки BY пополнили ассортимент компании «Гала-Центр». Изделия объемом 2,3 л изготовлены из нержавеющей стали (однослойное дно), представлены в сиреновом, красном, оранжевом и зеленом цветах. Чайники оснащены несъемным свистком и черной бакелитовой ручкой. Подходят для использования на всех типах плит, включая индукцию.

Кроме того, в ассортименте компании «Гала-Центр» вновь появился набор кастрюль Satoshi ANCO. В набор входят 2 кастрюли объемом 2 и 4,5 л со стеклянными крышками. Крышки оснащены пароотводом и силиконовой ручкой, которая не нагревается. На внутренней поверхности каждой кастрюли имеется мерная шкала с шагом в 0,5 л. Изделия подходят для всех типов плит, включая индукционные.

www.galacentre.ru



Стекланные термостаканы от GEFU

В преддверии праздников торговая марка GEFU представила новинки – наборы термостаканов серии «Мира». Двухстенные бокалы ручной работы изготовлены из легкого, но прочного боросиликатного стекла. В ассортименте – три набора стаканов по 2 шт. Стаканы объемом 80 мл – для эспрессо, ликеров, шотов, мини-десертов и закусок; 235 мл – для кофе, чая, капучино, соков, коктейлей и десертов; 350 мл – для латте макиато, лимонада, соков, коктейлей, фреша.

www.gefu.ru



TM Regent выпустила серию посуды Monti

Компания «Регент Рус» пополнила ассортимент новой линией нержавеющей посуды Monti. Изделия выполнены из ковального алюминия. Толщина дна – 3,6 мм. Новинки представлены сковородами диаметрами от 20 до 28 см, а также блинницей и сковородой-гриль.

www.regentinox.ru



Сеть Cozy Home открыла семь магазинов

В декабре 2021 года сеть магазинов товаров для дома Cozy Home открыла семь новых салонов: в Москве, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Красноярске и Новосибирске. До конца года ожидается запуск еще двух салонов сети в Перми (ТРЦ «Планета», площадь магазина 120 кв. м; МФЦ «Эспланада», площадь магазина 220 кв. м).

В столице свою работу начали сразу три торговые точки: в ТЦ «Трамплин» (площадь магазина 150 кв. м), ТЦ «Город Косино» (площадь магазина 150 кв. м) и в недавно открывшемся ТЦ «Небо» (площадь магазина 360 кв. м, посетителям представлен более широкий ассортимент товаров).

В других городах были открыты по одному салону: в ТЦ «Горизонт» (г. Ростов-на-Дону, площадь магазина 100 кв. м), ТЦ «Океанис» (г. Нижний Новгород, площадь магазина 140 кв. м), ТЦ «Планета» (г. Красноярск, площадь магазина 120 кв. м) и ТРЦ «Аура» (г. Новосибирск, площадь магазина 120 кв. м).

В ассортимент новых салонов Cozy Home входят различные товары для дома: от постельного белья, подушек и одеял до текстиля для кухни; от посуды для сервировки и приготовления пищи до элементов декора и одежды для сна.

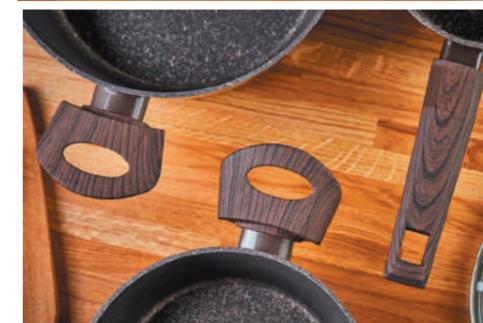
Сегодня свыше 100 магазинов сети работают в России, а по одному салону представлены в Венгрии и Чешской Республике.

Источник: www.ShopAndMail.Ru

Серия посуды Carina от Resto Kitchenware

Компания Resto Kitchenware дополнила линейку посуды Carina жаропрочными кастрюлями. Изделия выполнены из ковального алюминия с четырехслойным антипригарным покрытием PFLUON и внешним жаропрочным покрытием коричневого оттенка. Мягкие прорезиненные ручки стилизованы под дерево. Изюминкой серии являются специальные держатели для ложек и лопаток, встроенные прямо в рукоятки крышек. Это дополнение позволит поддерживать порядок во время приготовления пищи. Посуда совместима с любыми типами плит, включая индукционные.

www.resto-kitchenware.com



appetite

Новинки!
Нержавеющие чайники

С индикатором уровня воды

- Высококачественная нержавеющая сталь;
- Трехслойное термоаккумулирующее дно;
- Ручки не нагреваются во время приготовления;
- Свисток вовремя проинформирует, что вода закипела;
- Подходит для всех типов плит, включая индукцию.

Новые модели чайников TM Appetite

В продажу поступили новые чайники TM Appetite. Чайники изготовлены из высококачественной нержавеющей стали. Подходят для использования на всех типах плит, включая индукционные. Капсулированное дно обеспечивает наилучшее распределение тепла. Носик чайника оснащен насадкой-свистком.

www.pilotms.ru

«Овощная» деколь от завода «Сантэкс»

Завод «Сантэкс» выпустил новую серию эмалированной посуды с деколью «Микс овощной». Посуда имеет черный цвет эмали внутри и снаружи. Толщина металла: 0,7 мм. Стеклопанельная крышка с пластиковой ручкой оснащена нержавеющей ободком (тип G). В линейке представлены кастрюли объемом 1,5/2,5/3,0/4,0/5,0 л.

www.santex.by



Двустенные кофейники WALMER

Мы привыкли к тому, что двустенное стекло применяют для чашек и кружек. Они долго сохраняют тепло чая и кофе и удовольствие можно растягивать глоток за глотком. Двустенные предметы – любимцы покупателей, такая посуда всегда популярна.

Точное соединение двух стеклянных колб в производстве – это манипуляция, требующая высокого профессионализма мастеров. Чаще всего такую конструкцию применяют для небольших предметов. Но английский бренд WALMER за годы работы с боросиликатным стеклом в совершенстве овладел технологией. И сейчас в ассортименте бренда появились более крупные предметы посуды с корпусом из двустенного боросиликатного стекла.

Это стильные кофейники френч-прессы Floral и Solid. Приготовленный в них кофе долго остается горячим. Двойные стенки прекрасно сохраняют температуру. Огромный плюс – не нагревающаяся внешняя стенка и остающаяся всегда холодной ручка кофейников.



WALMER

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ПОСУДА

<https://walmer-cookware.com>



Элегантная новинка в каталоге «Рестошеф»

Компания «Рестошеф» представила новую серию столовых приборов от бренда SOLA. Серия Royal относится к люксовой линейке Platinum. Изделия отличаются идеальной эргономикой объемной ручки, выверенными пропорциями и качественной полировкой.

www.restochef.ru

Универсальный комплект от Tramontina

Универсальный набор посуды Tramontina Itria – идеальный выбор для тех, кто ценит практичность и компактность. Три емкости разных размеров выполнены из алюминия с внешним и внутренним керамическим покрытием и оснащены одной съемной ручкой. В комплект также входят два вида крышек: стеклянные для процесса приготовления пищи и пластиковые для удобного хранения посуды в холодильнике. Емкости можно использовать в духовых шкафах, на газовых, электрических, стеклокерамических и индукционных плитах, мыть в посудомоечной машине.

www.tramontina.com.br



Viva Scandinavia для поклонников чайных церемоний

Интернет-магазин **DesignBoom.ru** пополнил ассортимент посуды и аксессуаров для чаепития новинками датской торговой марки Viva Scandinavia. Изделия выполнены вручную из высококачественного фарфора, имеют мягкие сглаженные формы и текстурированную поверхность. Заварочные чайники оснащены ситом из нержавеющей стали.

www.designboom.ru



«Ландыши» – новая весенняя коллекция от Kuchenland

В сети магазинов Kuchenland Home появилась новая коллекция посуды и кухонного текстиля «Ландыши». В нее вошли фарфоровые тарелки и чайные пары, выполненные в нежных оттенках, барная посуда, разнообразные аксессуары для сервировки и декора, скатерти и салфетки. Носик чайника оснащен насадкой-свистком.

www.kuchenland.ru



Новая форма от Le Creuset

Французский бренд Le Creuset представил новинку – форму для запекания рыбы **Fish Baker**. Форма с крышкой изготовлены из высококачественного керамогранита. Дно блюда имеет ребра как на сковороде-гриль для равномерного приготовления и подрумянивания. Крышка с элегантным тиснением в виде рыбы и полированной золотой ручкой создает эффектную презентацию приготовленного блюда – из духовки на стол. Форма доступна в трех вариантах – белом, синем и красном цветах.

www.lecreuset.com



Лесная сказка от Ichendorf Milano

Коллекция Greenwood, разработанная **Александрой Бальдерески** для Ichendorf Milano и известная своими мини-атюрными декоративными элементами из стекла, пополнилась кружками и тарелками из фарфора. Фарфор также украшает рельефный декор – лесные ягоды и цветы. Все предметы коллекции штабелируются, их можно мыть в посудомоечной машине. Посуда подходит как для домашнего, так и для профессионального использования.

www.ichendorfmilano.com



Пополнение в коллекции заварочных чайников Atria

Торговая марка **Resto Kitchenware** представила новые модели заварочных чайников из коллекции Atria. Это чайники большого объема – 1200 и 1600 мл. Изделия выполнены из термостойкого стекла, оснащены ненагревающейся ручкой из термопластика и фильтром из нержавеющей стали. Специальная конструкция дна, выполненная из пластика, исключит скольжение чайника по поверхности стола.

www.resto-kitchenware.com

Black Kuro и золотые акценты от BergHOFF



Торговая марка BergHOFF представила новую коллекцию ножей Black Kuro в черном цвете. Лезвия выполнены из нержавеющей стали с титановым PVD-покрытием. Бесшовная конструкция облегчает уход за изделиями. Ножи подходят как для профессионального, так и для домашнего использования.

Еще одна новинка от BergHOFF – набор для кофе и чая из трех предметов. Посуда выполнена из белого фарфора, декорирована золотыми акцентами на блюдце и ручках чашек. В набор вошли кружка объемом 330 мл, чашка – 220 мл и блюдце диаметром 15 см. Допускается мытье в посудомоечной машине.

www.berghoff.ru



«Графитовая» керамика от Nouvelle Home и новый фаянс



Компания **ENS Group** пополнила ассортимент новой коллекцией керамической посуды «Графит» от TM Nouvelle Home. Посуда изготовлена способом реактивного нанесения глазури, это придает ей уникальный внешний вид и долговечность при повседневном использовании. Изделия можно ставить в СВЧ и мыть в посудомоечной машине. В коллекцию входят четыре предмета: большая и десертная тарелки, удобный салатник и кружка классической формы. Кроме того, компания ENS Group представила новую коллекцию фаянсовой посуды «Олеандр». Главной темой коллекции стали цветы. Часть декоративных элементов украшены ручной росписью с использованием 24-каратного золота. В коллекцию вошли тарелки, салатники, сервировочные блюда, а также кружки и чайные пары.

www.ens-group.com

Мясорубка от VITEK

Быстро и легко приготовить фарш для котлет, фрикаделек, биточков и рулетов поможет мясорубка VITEK VT-3618 с мощностью 1800 Вт. В комплект с прибором входят два диска из нержавеющей стали, насадка для сосисок и специальная насадка «кеббе» для приготовления купатов. Благодаря уникальной технологии заточки и шлифования MagniFit ножи и диск прибора прилегают друг к другу максимально плотно, в результате чего текстура фарша получается однородной. Чтобы очистить мясорубку без лишних усилий, используйте функцию «Реверс». Комфорт в использовании прибора способствуют прорезиненные ножки, которые не скользят по поверхности. И не забывайте о безопасности в работе: всегда пользуйтесь специальным толкателем для продуктов. Новая мясорубка довольно компактная, и ей всегда найдется место даже на самой маленькой кухне.

www.vitek.ru



Iceberg – новая коллекция сковород от Esprado



Компания Esprado представила новую коллекцию универсальных сковород Iceberg. Изделия выполнены из литого алюминия с двухслойным покрытием ILAG® Basic (Швейцария). Бакелитовая ручка с нейлоновой вставкой Soft-touch не нагревается в процессе эксплуатации. В коллекцию вошли сковороды диаметром 24/26/28 см. Изделия подходят для использования на всех типах плит, включая индукционные. Допустимо мытье сковород в посудомоечной машине с использованием нещелочных моющих средств.

www.esprado.com



«Фиксики» от Priority

Торговая марка Priority представила серию лицензионной посуды «Фиксики». Набор детской посуды из качественного стекла с изображением героев любимого мультфильма станет прекрасным подарком ребенку! Новинки доступны для заказа на маркетплейсе **Wildberries**.



Коллекция кастрюль Jolie от Guffman

ТМ Guffman выпустила новую коллекцию кастрюль Jolie. Кастрюли объемом 5,8 и 4,2 л изготовлены из высококачественной нержавеющей стали 18/10. Жаропрочные металлические ручки не нагреваются во время приготовления. Термостойкая крышка из закаленного стекла оснащена отверстием для отвода пара. Многослойное капсульное дно толщиной 0,5 см. Уникальность дизайну придает матовая «сатиновая» поверхность снаружи и внутри.

www.guffman.ru

Поильник «Пластишка» от «Бытпласт»

Компания «Бытпласт» представила новое изделие в детской серии «Пластишка» – поильник объемом 320 мл. Мягкий носик не будет травмировать нежные десны малыша. Особая эргономичная форма носика и маленькие отверстия на нем делают питье очень легким. Эргономичные ручки приучат малыша правильно держать поильник, а в будущем чашку, в руках. Специальное покрытие на ручках и дне поильника предотвратит его скольжение во время использования. Поильник простой конструкции легко разбирается и моется. В наличии 3 варианта декора. Декор нанесен с помощью технологии IML: он не сотрется и не повредится в процессе использования. Поильник изготовлен из полипропилена и не содержит бисфенол А.

www.bytplast.ru



«Султана» от Metrot

Серия эмалированной посуды «Султана» от Metrot сочетает в себе простые формы и сложную работу с цветом. Тонкий восточный узор внешней стороны посуды подчеркнут эмалью редкого темно-изумрудного цвета внутренней поверхности. В серии представлены кастрюли со стеклянными крышками, ковш, сковорода с антипригарным покрытием без крышки, миски, молочник, кружка и турка.

www.metrot.ru



Дизайнерская посуда от BORK

BORK представил две новинки для кухни от французского дизайнера **Ора Ито** – кастрюлю HU701 и сотейник HU700. Корпус изделий состоит из пяти слоев: 2 слоя стали, 2 слоя алюминия и 1 слой меди. Сотейник имеет антипригарное покрытие от **DuPont**, допускающее контакт с металлическими приборами. Посуду можно использовать на всех типах плит, а также в духовом шкафу. Производство – Индонезия.

www.bork.ru

Солнце на тарелке от Hermès

Модный дом Hermès представил новинку 2022 года – коллекцию фарфоровой посуды **Soleil d'Hermès**. Обеденный сервиз из 24 предметов включает в себя сервировочные тарелки, салатники и посуду для чаепития. Предметы украшены геометрическими узорами солнечно-желтого цвета с тонкими черными контурами на белом фоне. Абстрактные узоры были разработаны иллюстратором Ариэль де Бришамбо под руководством Бенуа-Пьера Эмери, креативного директора La Table Hermès.

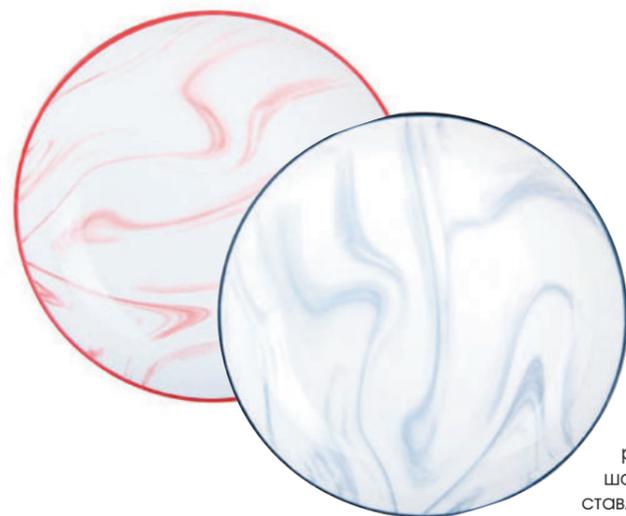
www.hermes.com



Серия бокалов Concerto от Vidivi

Компания «Комплекс-Бар» представила новую серию бокалов от итальянского бренда Vidivi. Бокалы Concerto выполнены из натриево-известкового стекла с низким содержанием металлов, в современном геометричном дизайне. Продукция Vidivi отличается ударопрочностью, устойчивостью к резким перепадам температуры и прозрачностью. Универсальные бокалы разной высоты и размеров подойдут для подачи любых напитков.

www.complexbar.ru



Пополнение фарфора в компании «Коралл»

Ассортимент компании «Коралл» дополнили коллекции фарфоровой посуды «Мрамор серый» и «Мрамор розовый». Посуду украшает рисунок с яркой окантовкой по краю изделий. В коллекции представлены тарелки и салатники. Допускается использование посуды в СВЧ и посудомоечной машине. Также компания «Коралл» представила новую серию фарфора для сервировки стола **Nordic Christmas**. В серию вошли тарелки, блюда, чайные пары, чашки, заварочный чайник и салатник. Белоснежный фарфор украшен орнаментом с новогодней тематикой. Посуда поставляется в индивидуальной подарочной упаковке.

www.korall.ru

Новинки посуды ТМ Agness

Компания «Арти-М»полнила каталог торговой марки Agness новыми коллекциями посуды из нержавеющей стали. В ассортименте представлены кастрюли разных объемов и ковши. Изделия оснащены стеклянными крышками. Допускается мытье в посудомоечной машине.

www.arti-m.ru



Март 2022 года – сезон выставочных площадок в сегменте «Посуда» и «Товары для дома»



Итальянская выставка HOMI, Lifestyle Expo, полностью посвященная сектору дома и предметов интерьера, запланированная на январь, перенесена января на март, она будет проходить в том же формате с 11 по 14 марта 2022 года.

Все надеются, что весна позволит провести мероприятие в обстановке большего спокойствия для всех вовлеченных сторон. Стили, тенденции и новости из сектора товаров для дома вернутся с новой привлекательностью, но вместе с тем выставка продолжит взаимодействовать со своими заинтересованными сторонами в Интернете, обогащая веб-пространство темами и новостями рынка, а также постоянным обновлением #homicommunity, платформы, предназначенной для компаний и профессионалов, где можно найти интервью, новости о продуктах, истории и информацию.



HOMI пройдет в Fiera Milano с 11 по 14 марта 2022 года.
Дополнительную информацию можно найти на сайте www.homimilano.com

Ярославское предприятие НХП получило грант

«Ярославская керамическая мануфактура» получила финансовую поддержку в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Грант в размере 500 тыс. руб. предоставлен ей в 2021 году как социальному предприятию. Предприятие производит художественные изделия в технике «русская майолика» – керамические фигурки, игрушки, изразцы и посуду. В месяц на производстве создают до 3 тыс. различных изделий. Продукция представлена на российском рынке, а также на мировых интернет-площадках.

– В прошлом году социальные предприятия впервые в рамках нацпроекта получили безвозмездные гранты на развитие в размере 10,3 млн руб. В этом году грантовая поддержка будет увеличена до 17 млн руб., а значит, больше социальных предприятий смогут рассчитывать на помощь, – сказал заместитель председателя правительства Ярославской области Максим Авдеев.

По материалам yarreg.ru/n5ndr/



Wilmax
ENGLAND

SPLASH
collection



7 ЦВЕТОВ

PISTACHIO RED ORANGE YELLOW GREEN BLUE LAVENDER

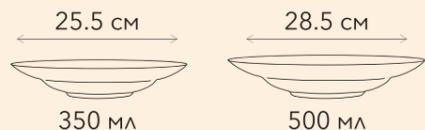


WL-667227/A



ТАРЕЛКИ
ГЛУБОКИЕ

2
РАЗМЕРА



FINE
PORCELAIN



WL-667124/A



ТАРЕЛКИ
ГЛУБОКИЕ

3
РАЗМЕРА



SPLASH
collection

Для просмотра **полной**
версии каталога
сканируйте QR-code!

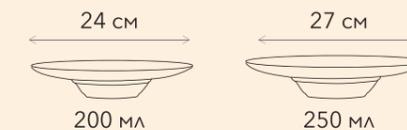


WL-667726/A



ТАРЕЛКИ
ГЛУБОКИЕ

2
РАЗМЕРА





WL-667238/A. Бульонница
WL-667739/A. Блюдец универсальное

**БУЛЬОННИЦЫ
& БЛЮДЦА
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ**



WL-667138/A / WL-667139/A



WL-667238/A / WL-667239/A



WL-667338/A / WL-667339/A



WL-667438/A / WL-667439/A



WL-667538/A / WL-667539/A



WL-667638/A / WL-667639/A



WL-667738/A / WL-667739/A

- 7 ЦВЕТОВ**
- PISTACHIO
 - RED
 - ORANGE
 - YELLOW
 - GREEN
 - BLUE
 - LAVENDER



WL-667529/A.
Салатник

САЛАТНИКИ

4
РАЗМЕРА

FINE
PORCELAIN



10.5 см	14 см	16.5 см	19 см
250 мл	600 мл	1000 мл	1700 мл



75 мл	110 мл	190 мл	300 мл
11 см	12 см	14 см	15 см



WL-667334/A. Чашка кофейная / WL-667334/B. Блюдец

4
РАЗМЕРА

**& ЧАШКИ
БЛЮДЦА**



WL-667437/A.
Кружка

КРУЖКИ



WL-667137/A	WL-667237/A	WL-667337/A
WL-667537/A	WL-667637/A	WL-667737/A



НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
Indian Handicrafts & Gifts Fair (IHGF) Delhi Spring 2022 Международная выставка подарков и изделий ручной работы Индия, Нью-Дели	02.03.22-06.03.22 Export Promotion Council for Handicrafts	Собственная торговая марка IPLS 2022 международная специализированная выставка контрактного производства и СТМ Россия, Москва	05.04.22-06.04.22 МВЦ «Крокус Экспо»
Minneapolis Home + Garden Show 2022 выставка товаров для дома и сада США, Миннеаполис	02.03.22-06.03.22 Minneapolis Convention Center/Marketplace Events	Table & Kitchenware Expo Tokyo 2022 выставка посуды и кухонных принадлежностей Япония, Токио	06.04.22-08.04.22 Tokyo Big Sight/Reed Exhibitions Japan Ltd.
HOST Istanbul 2022 международная ярмарка товаров для дома Турция, Стамбул	10.03.22-13.03.22 Tuyap Fair Convention and Congress CenterTarsus Turkey	Весенний торжок. Северодвинск 2022 торговая ярмарка Россия, Северодвинск	15.04.22-17.04.22 НТЦ «Звездочка»/ООО «Поморская ярмарка»
HOMI Milano 2022 международная выставка подарков и товаров для дома Италия, Милан	11.03.22-14.03.22 Fieramilano (Rho)	Весенний торжок. Архангельск 2022 торговая ярмарка Россия, Россия, Архангельск	19.04.22-22.04.22 Дворец спорта профсоюзов/ООО «Поморская ярмарка»
Ideal Home Show 2022 выставка товаров для дома и сада Великобритания, Лондон	11.03.22-27.03.22 Olympia London/Media 10 Limited	Все для лета в «Экспофоруме 2022» международная выставка-ярмарка Россия, Санкт-Петербург	21.04.22-24.04.22 «Экспофорум»/Выставочное объединение «ФАРЭКСПО»
Gift Expo Vancouver 2022 выставка подарков Канада, Ванкувер	13.03.22-15.03.22 Smart Shows Inc	Canton Fair (China Import and Export Trade Fair) китайская выставка импортно-экспортных товаров Гуанчжоу	23.04.22-27.04 China Foreign Trade Centre
Барбекю и грили 2022 международная выставка Россия, Москва	17.03.22-20.03.22 МВЦ «Крокус Экспо» World Expo Group	The Inspired Home Show 2022 международная выставка товаров для дома США, Чикаго	05.05.22-08.05.22 McCormick Place International/ Housewares Association
HouseHold Expo 2022 международная промышленная выставка непродовольственных товаров Россия, Москва	22.03.22-24.03.22 МВЦ «Крокус Экспо», ГК «Майер»	Для дома и дачи. Архангельск 2022 торговая ярмарка Россия, Архангельск	10.05.22-13.05.22 ООО «Поморская ярмарка»
Maison & Objet Paris (M&O) January 2022 международный салон интерьерного дизайна, предметов декора и подарков Франция, Париж	24.03.22-28.03.22 SAFI	The Hotel Show Dubai 2022 международная выставка индустрии гостеприимства ОАЭ, Дубай	24.05.22-26.05.22 DMG events Middle East, Asia & Africa
Hostelco 2022 международная выставка индустрии гостеприимства Испания, Барселона	04.04.22-07.04.22 Fira de Barcelona Gran Via/FELAC	Central Asia Houseware 2022 международная выставка посуды, товаров для дома и сувениров Казахстан, Алматы	29.05.22-01.06.22 Central Asia Trade Exhibitions

HOUSEHOLD EXPO

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

13-15 СЕНТЯБРЯ 2022

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Всё, что дома пригодится!

ДОБАВЬТЕ СВОИ НОВИНКИ НА САЙТ EXPO-RETAIL.RU
www.expo-retail.ru – сайт новинок и премьер товаров для дома и интерьера

СТОЛОВАЯ ПОСУДА • КУХНЯ • ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ • БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
БЫТОВАЯ ХИМИЯ • СВЕТ • ТЕКСТИЛЬ • ПОДАРКИ

Организаторы: МОККА Экспо Групп, ГК Майер. Тел.: +7 (495) 363-50-32/33
www.hhexpo.ru



Мировые цепочки и связи восстанавливаются

THE
INSPIRED
HOME
SHOW.

Несмотря на неопределенность в ситуации с COVID-19 по всему миру, выставки восстанавливаются после долгих препятствий. Долгожданная The Inspired Home Show в McCormick Place в Чикаго пройдет в период 5-7 марта.



«После второго года пандемии многие руководители предприятий по производству товаров для дома нашли способ справиться с этими встречными ветрами, а также приступить к реализации планов, чтобы не только сохранить свои позиции, но и укрепить их, – прокомментировала годы пандемии Yvette Laugier, управляющий директор Peugeot Saveurs North America. – Наша отрасль стала более устойчивой, и мы научились быстро адаптироваться. Вместе мы сможем справиться с любым вызовом, брошенным нам».

«Происходит много поворотов, – говорит Thom Nichols, президент Pretika Corporation. – Речь идет о том, чтобы не быть самодовольным; вы должны вводить новшества. И это означает не только разработку продукта, это может означать все, от каналов сбыта продукции до управления цепочками поставок и внутри вашей собственной организации».

Все приспосабливаются в новых условиях и ищут способы развития бизнеса. Paul Cosaro, генеральный директор Picnic Time Inc, соглашается, говоря, что их компания перешла от «режима выживания» к поиску спо-



собов инвестирования в будущее в 2021 году. «Мы можем извлечь из этого выгоду», – объясняет он.

ЦИФРЫ И ОБЪЕМЫ. США

Согласно отчету NPD Early Indicator Report, в 2021 году продажи предметов домашнего обихода и мелкой бытовой техники (в единицах) выросли на 5% по сравнению с предыдущим максимумом пандемии 2020 года. При сравнении 2021 года с более «нормальным» 2019 годом продажи в единицах продукции резко выросли на 24%.

NPD сообщает, что самые продаваемые категории в 2021 году по сравнению с 2019 годом во всех сегментах включают фритюрницы, тостеры, средства для глубокой очистки ковров, очистители воздуха, стайлеры для волос, ручные массажеры, кухонную посуду, одноразовую посуду для напитков и посуду для хранения пищевых продуктов.

В то время как объемы продаж определяют беспрецедентный спрос, растущие затраты по многим направлениям держат продавцов товаров для дома в напряжении и снижают размер прибыли.

«На затраты влияют более высокие ставки оплаты труда, более высокие материальные затраты, колебания обменного курса, затраты на хранение запасов и значительное увеличение транспортных расходов», – говорит Bill Endres, президент Select Brands.

Компании, производящие товары для дома, должны были покрыть эти расходы на раннем этапе, но сейчас большинство из них ввели новые цены на новые заказы. Другие скорректировали ассортимент продукции или уровни продвижения, чтобы выделить продукты с более высокой маржой.

ХАОС ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

Одна из наиболее задокументированных затрат связана с морскими перевозками. Хотя ставки на морские перевозки начали немного снижаться в ноябре прошлого



года, когда закончился пиковый сезон судоходства, все же они оставались «чрезвычайно высокими» – в восемь-девять раз выше допандемической нормы, согласно индексу Freightos FBX в середине декабря.

«Затраты на морские перевозки по-прежнему являются самой большой проблемой для компаний, которые импортируют продукцию в Северную Америку», – говорит Steve Greenspon, генеральный директор Honey-Can-Do International LLC. – Я думаю, что компании, которые платили оптовые цены, вероятно, увидят некоторую стабильность в 2022 году. Ожидается, что в течение всего 2022 года будут проблемы с пропускной способностью».

В разгар закрытий производств из-за пандемии и других задержек время в пути по океану оставалось нестабильным. Это заставило некоторые компании увеличить запасы, если это возможно (добавляя затраты и больше логистики для управления), или корректировать заказы, чтобы сосредоточиться на более продаваемых или более мелких товарах, которые занимают меньше места в транспортном контейнере.

«2021 год был просто сумасшедшим годом (в управлении цепочками поставок), который было трудно планировать, – говорит Luke Peters, президент и генеральный директор NewAir LLC. – Мы продолжим корректировать нашу модель планирования спроса, чтобы оставаться в стороне от проблем с поставками».

«Ярким моментом для нас стало то, насколько ориентированы на решения наши поставщики и покупатели, и то, как мы нашли новые и творческие способы (такие как переключение портов, прямой импорт) для обеспечения доставки продукции туда, где она необходима», – говорит Kris Malkoski, генеральный директор подразделения продуктов питания Newell Brands.

И хотя большая часть внимания была сосредоточена на компаниях, импортирующих продукцию из-за рубежа, американские компании с внутренним производством также пострадали от затрат и задержек в цепочке поставок.

«Мы испытываем задержки с поставками и сырьем, необходимым для поддержки нашего внутреннего производства, а также с оборудованием и материалами для поддержки наших проектов по расширению и строительству», – говорит Mike Otterman, президент и генеральный директор Lodge Cast Iron.

КАДРОВЫЙ ВОПРОС

Нехватка рабочей силы в США и во всем мире затронула бесчисленное количество компаний в эпоху пандемии, и индустрия товаров для дома не является исключением. Ожидается, что найм новых сотрудников и сохранение существующих останется проблемой на производстве, складах и в офисе в 2022 году. Несколько руководителей предприятий по производству товаров

для дома говорят, что планируют еще больше инвестировать в корпоративную культуру и команду, а также помогать сотрудникам решать проблемы физического и психического здоровья и правильно балансировать между работой и личной жизнью. «Мы определенно инвестируем в наших сотрудников», – говорит Cosaro из Picnic Time. Большой вопрос заключается в том, как изменится образ жизни и поведение потребителей (и расходы на товары для дома) по мере того, как мир станет более открытым. Согласно прогнозу будущего дома от NPD, продажи предметов домашнего обихода и мелкой бытовой техники в 2022 году снизятся на 5% по сравнению с 2021 годом, но останутся на 14% по сравнению с допандемическим уровнем 2019 года. «Многие новые потребности возникнут в 2022 году, когда потребители изменят то, как они проводят свое время, – говорит Derochowski. – Независимо от того, вернетесь ли вы в офис, развлечетесь ли вы еще больше или внесете множество других изменений в то, как мы проводим свое время, потребители будут жаждать новых решений и создавать совершенно новый набор потребностей для удовлетворения отрасли». Большинство руководителей компаний, занимающихся поставками товаров для дома, признают, что в 2022 году потребительские расходы могут включать в себя больше опыта вне дома, но сохраняют оптимизм и надеются, что смогут воспользоваться преимуществами, достигнутыми за последние несколько лет. «Наши усилия в социальных сетях и PR помогли привлечь потребителей к нашему бренду и нашим розничным продавцам, – говорит Laugier из Peugeot Saveurs North America. – Для нас это был сдвиг, но интересно более непосредственно общаться с конечным потребителем». «Мы считаем, что домашняя и гибридная работа сохранится в той или иной форме, поэтому люди будут продолжать проводить дома значительно больше времени (чем до пандемии)», – отмечает Greenspon из Honey-Can-Do, который также сказал, что с нетерпением ждет случая представить несколько новых продуктов в этом году. «Люди осознали, что их дом – это их убежище. Даже когда вы выходите из дома или уезжаете в отпуск, ваш дом – это ваша безопасная гавань, куда вы возвращаетесь, – добавляет Cosaro из Picnic Time – В 2022 году мы сосредоточимся на создании нашего бренда с помощью новых инновационных продуктов... вещей, которые люди полюбят и на которые действительно смогут положиться».

Эти лидеры в области товаров для дома соберутся вместе с тысячами других профессионалов со всего мира, поскольку отрасль воссоединяется вокруг инноваций и вдохновения на The Inspired Home Show 2022, глобальном рынке товаров, который пройдет 5-7 марта в комплексе McCormick Place в Чикаго. Очень интересно!



Посудный сегмент. Развитие в русле макроэкономических тенденций



Зависимость посудного сегмента от общерыночных настроений очевидна. И хотя посуда – товар особенный, продвижение которого требует специфических навыков, законы рынка здесь действуют вполне традиционно. Поэтому для понимания происходящего и будущего в мире посудных принадлежностей весьма полезно обратить внимание на текущие макроэкономические процессы и тенденции потребительского поведения. Мы попросили помочь осветить текущую ситуацию директора по работе с клиентами исследовательского холдинга «Ромир» Анастасию Сидорину.

– Как макроэкономическая ситуация влияет на потребительское настроение сегодня?

– Макроэкономическая ситуация в последнее время довольно сильно сказывается на текущем положении и ожиданиях российских потребителей. Низкий уровень реальных доходов, довольно высокий уровень инфляции, забота о финансовом благосостоянии – основные темы обсуждений в начале наступившего года почти для 70% россиян.

– На каких товарных категориях население экономит больше, чем в предыдущий год и продолжает экономить сейчас?

– У основной массы потребителей экономия коснулась, прежде всего, товаров не первой необходимости. В первую очередь россияне начали экономить на одежде и обуви, также активно экономят на косметике, средствах по уходу за телом и бытовой технике. Около четверти от общей массы экономя-

Вынужденная экономия коснулась и категории лекарств, несмотря на обеспокоенность пандемией



щего на покупках населения – начали снижать расходы на классические продукты питания. Также 12% экономят на лекарствах (и в первую очередь, это релевантно для более старшей возрастной аудитории).

– Каково влияние потребительских настроений на тенденции развития розничного рынка и какие каналы розничных продаж развиваются сегодня активнее всего?

– Трансформация привычных паттернов поведения в силу смены потребительских настроений находит отражение в новых трендах розничного рынка. Сейчас фокус покупательского внимания смещен в сторону удобства и цены, эти параметры сегодня рассматриваются как некий must have при совершении покупки. Именно в силу этого магазины у дома стали ключевым форматом совершения покупок для россиян сегодня.

Самые волнующие темы связаны с финансами

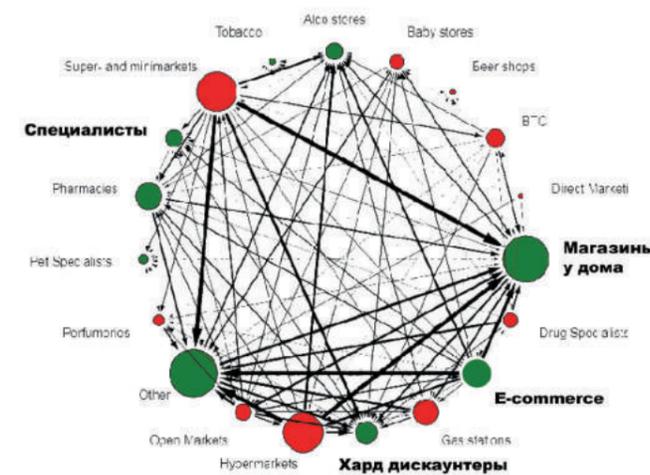
Главные темы, которые беспокоили россиян в 2021	Доля ответивших	
	Февраль 2021	Август 2021
Рост цен, инфляция	62%	69%
Низкие зарплаты	56%	56%
Качество медицинских услуг	41%	49%
Эпидемиологическая ситуация (распространение вируса COVID-19)	40%	52%
Проблемы ЖКХ	38%	33%
Недоступность/высокая стоимость медицинских услуг	32%	38%
Кризис в экономике	30%	25%
Рост безработицы	27%	22%
Коррупция	25%	22%
Социальное расслоение населения	25%	25%

Современная торговля развивается неоднородно с точки зрения своей структуры



Ключевые растущие форматы усиливают свое присутствие на рынке за счет конкурентной борьбы

MAT'2021 vs MAT'2020



Фреш-сегмент активно входит в покупательскую корзину на онлайн-рынке

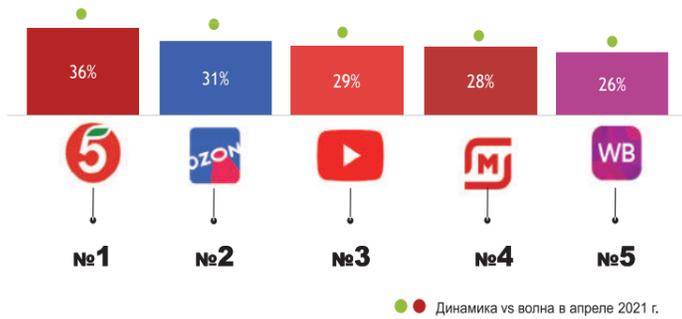


Целевая аудитория: покупатели FMCG в канале e-commerce

Значимо выше/ниже, сравнено с прошлым периодом

Быть лидером сегодня – это значит быть любимым брендом

Назовите свои самые ЛЮБИМЫЕ бренды за последний год



При этом на фоне усиливающегося режима экономии в фокус потребительского интереса попадают «хард дискаунтеры» (сети низкого ценового позиционирования). Этот тренд был зафиксирован еще в 2019 году (когда сеть «Светофор» вошла в топ-10 российских ритейлеров), но безусловно пандемия только усилила эту тенденцию.

Также сегодня как никогда имеет значимость фактор времени и комфорта совершения покупок, что привело к активному росту онлайн-канала: пандемия стала неким триггером уже ранее существовавшего процесса и привела к бурному росту онлайн-продаж.

– Почему «хард дискаунтеры» сегодня пользуются такой популярностью и каким потребительским запросам они отвечают?

– Высокие темпы прироста канала обусловлены, к сожалению, не самой благоприятной финансовой ситуацией в стране: снижение доходов населения приводит к тому, что цена становится крайне значимым фактором совершения покупки. В первую очередь, переключение происходит по таким категориям, где покупательская экономия допустима – непродуктовый сегмент, бакалейная продукция, товары с длительным сроком хранения. Но уже сейчас мы видим, что и большое количество продуктовых категорий (в том числе и фреш-сегмент) приобретает, в частности, в сети «Светофор».

– Как поменялась потребительская корзина в онлайн-формате за прошедший год?

– Активное развитие онлайн-каналов сопровождалось расширением перечня доступных к покупке категорий, в первую очередь относящихся к продуктовой группе. Сейчас среди товаров повседневного спроса в онлайн-корзине на первых позициях находятся целлюлозная и ватная бумажная продукция и корма для кошек. Также в топ-10 онлайн-корзины входят товары фреш-категории.

– Что важно знать и делать брендам, чтобы оставаться «в сердцах» покупателей?

– Безусловно, сегодня как никогда важно следить за ключевыми трендами потребительского рынка, отслеживать все изменения потребительских настроений и ожиданий. В фокусе внимания всегда должен быть покупатель, и не просто покупатель, а «свой покупатель». Для этого необходимо четко определить свою целевую аудиторию: чем она живет, на что она ориентируется, где находится и кто является лидером мнения для твоей аудитории. На все эти вопросы у бизнеса должен быть ответ, который поможет завоевать доверие своего покупателя.

Масленица в дом приходит...

Уходящий корнями в глубокое язычество праздник Масленицы до сих пор остается одним из ярчайших событий конца зимы. В нашей стране отмечают его практически в каждом доме в течение недели, которая соответственно носит название Масленичной. Одним из главных атрибутов праздника является застолье с блинами и закусками. Следовательно, без кухонной и сервировочной посуды не обойтись. И магазины уже готовы выложить перед нами соответствующие изделия.

ВСЕ ДЛЯ БЛИНОВ

Хозяйка «кулинарного бала» – блинная сковорода. Без этого предмета не бывает Масленицы. И каждая уважающая себя хозяйка использует для блинов специальную (отдельную) сковороду, на которой не готовят другие блюда. Классическая блинная сковорода имеет невысокие бортики, дно достаточной толщины и гладкую внутреннюю поверхность, которая препятствует пригоранию теста. Сегодня в продаже очень много блинных сковород с антипри-

гарным покрытием. Их удобство очевидно: с такой сковородой испечь красивые качественные блины не составит труда даже неопытному человеку, да и масла будет израсходовано меньше. В ассортимент всех без исключения производителей сковород входят блинные сковороды, и чугунные, и алюминиевые, с покрытием и без. Самый удобный диаметр сковороды для приготовления блинов – 22 см. Так, НМП предлагает стандартную блинную сковороду по цене от 1000 руб. в зависимости от

серии, марку Taller можно встретить на интернет-платформах по цене от 800 руб., Tefal Tendance – самые продаваемые и самые представленные на полках магазинов блинные сковороды. Они продаются по стоимости от 1200 руб. Одно из самых неоспоримых достоинств этой марки – термодатчик нагрева, который является фирменным знаком этого бренда. Компания Rondell также выпускает блинные сковороды от 1500 руб. (22 см). Марка Scovo выпустила на рынок легкую блинную сковороду с антипригарным покрытием по цене от 350 руб. за единицу товара. Владимирский литейный завод ART предложил на рынок недорогую сковороду на интернет-платформе OZON по цене 375 руб. (со скидкой). Российская марка Kukmara выпускает блинные сковороды с антипригарным покрытием по цене от 900 руб. От компании «Мечта» можно встретить сковороду от 1000 руб. в зависимости от платформы продаж, от серии и диаметра. Все производители выпускают серии блинных сковород разных размеров и стоимости. Главное – покрытие, размер и удобство. Большое значение для многих имеет цена. Но так как блины пекутся не ежедневно, то и сковорода живет долго, поэтому и экономят на ней редко.

Для домашних блинов нужно приготовить тесто, следовательно, необходимы миска и венчик. Сегодня миска для приготовления жидкого теста может быть из стекла, пластика, силикона, керамики, эмалированной или нержавеющей стали и даже древесных материалов, например, бамбука. Емкость подойдет любая. Но каждой хозяйке будет приятно воспользоваться миской из новой коллекции, потому что приготовление блинов в Масленичную неделю – не просто создание ежедневной трапезы, а весьма символическое событие, которое непременно



БЛЮДА, ТАРЕЛКИ, ЧАШКИ ДЛЯ СЕРВИРОВКИ

должно доставлять радость. Так что и венчик неплохо было бы обновить, тем более, сегодня вариантов исполнения венчиков достаточно (металлические, пластиковые, силиконовые), так что найдется подходящий даже для самой искушенной домохозяйки.

Тесто на сковороду разливают половником. Но, как ни странно, выбрать половник под себя отнюдь не просто. Причина кроется в изобилии вариантов исполнения. Круглая или эллипсовидная чаша, наличие или отсутствие желобка, различное исполнение ручки, применение всевозможных материалов (пластик, металл, силикон) и пр. – нашим мамам такое разнообразие и присниться не могло... Самый удобный и долго работающий половник – из нержавеющей стали. Он и служит долго, и моется легко.

Масло по сковороде будет удобно размазывать силиконовым шпателем или кисточкой (силикон не боится высокой температуры). Данные аксессуары также весьма популярны и представлены во многих торговых точках. Кисточек в рознице довольно много. Главное – прочное крепление кисточки к ручке. В дешевых вариантах она быстро ломается. Гаджет от Tescota великолепно служит многие годы, кисточки от Joseph Joseph также замечательно работают в помощь хозяйке.

Готовый блин со сковороды традиционно убирают лопаткой. Если используется сковорода с антипригарным покрытием, то лучше использовать лопатку из синтетического материала – она не царапает внутреннюю поверхность. Вариантов исполнения лопаток также более чем достаточно, подобрать на свой вкус не составит труда.

Во многих посудных магазинах или отделах сегодня работают консультанты, способные подобрать покупателю все, что необходимо, исходя из бюджета и вкусовых предпочтений последнего.

Разумеется, ни одно застолье не обходится без традиционной сервировки. К Масленице больше подойдет глиняная или керамическая посуда. Так как этот праздник пришел к нам еще из язычества, то стеклянная посуда с блинами будет смотреться нелепо. Яркий майоликовый сервиз или изысканный фарфоровый будет более уместен к Масленице. Поэтому сервировка праздничного застолья может быть исполнена в любом стиле. Важно, чтобы она радовала и хозяев, и гостей. Не лишним будет украсить стол новой икорницей, а может быть, выставить новый заварной чайник. Какое масленичное застолье без крепкого сладкого чая?!

Нередко Масленицу отмечают за городом, в том числе на даче, где чай разливают из термоса, а блины и другую еду доставят из термосумки или разогревают на портативных устройствах (с использованием всех мер безопасности). В этом случае не лишним будет запастись одноразовой посудой (сегодня в продаже имеется великое множество ярких расцветок бумажных и пластиковых тарелок, искусно выполненных одноразовых фужеров и пр.), а также объемным термосом, чтобы кипятка хватило на всю семью.

ПРАЗДНИКИ ПРОДОЛЖАЮТСЯ, ДАРИТЕ ПОДАРКИ!

Масленица – это повод поздравить своих близких и порадовать их приятными подарками, к числу которых очень часто относится посуда. Расписная керамика, тонкостенный фарфор, антипригарная сковорода, набор кастрюль или тарелок и многое-многое другое будет эффектно смотреться при вручении, приуроченном к Масленице. Сегодня магазины способны предложить качественную и недорогую кухонную и столовую посуду, которая непременно вызовет волну позитивных эмоций у всех друзей и близких.

К Масленице магазины практически всегда устраивают распродажи. Размер скидок может достигать 50% (в среднем 15-35%). Дело в том, что следующим важным и крупным праздником будет только Пасха и до нее продажи посуды снизятся. Поэтому покупателям важно не упустить возможность выгодных покупок уже сегодня.

ПОСУДА ВСЯКАЯ НУЖНА

Помимо традиционной столовой посуды, к которой в первую очередь относят тарелки, блюдца, чашки, а также салатники, пиалы и др., в период Масленицы нельзя забывать о столовых предметах для солений, пряностей, соусов, сладостей и напитков, которые непременно должны стоять на праздничном столе. Перечисленная выше посуда пользуется повышенным спросом в преддверии и непосредственно в течение Масленичной недели. Кувшин для сока или компота, менажница, горка, селедочница, тортница, конфетница и иные виды сервировочных предметов весьма востребованы в период празднования Масленицы. При этом такие предметы сохраняют свою актуальность в иные знаменательные даты. Так что не стоит отказывать себе в посуде, которая всегда дарит хорошее настроение и может использоваться в будущем!

Помимо классических блинных сковород нельзя забывать об электроблинницах, способных еще более упростить процесс выпекания блинов, а также оладьев или сырников. Конструкций таких электрических приборов достаточно много, включая блинницы, рассчитанные на выпечку одновременно 6 блинов, и блинницы, выпекающие блин одновременно с двух сторон. Но как ни странно, данная техника хоть и присутствует в продаже более 10-15 лет, не стала заменителем сковороды. Почему? Ответить на этот вопрос очень сложно. Скорее всего, дело в том, что создание домашних блинов, по мнению многих хозяек, – дело творческое и требующее присутствия рук человеческих... Но кто знает, сохранится ли такая тенденция в дальнейшем? Может быть, будущее именно за электротехникой!

СТИМУЛ, КОТОРОМУ ДОВЕРЯЮТ

Все магазины готовятся к Масленице и рассчитывают на рост продаж в период ее проведения. Но, несмотря на довольно широкий ассортимент, продажи не всегда достигают желаемого уровня.

Опытные продавцы понимают, что причина кроется в способах демонстрации посудных изделий перед покупателями, и стараются не упускать возможности для результативной презентации своих товаров.

Дело в том, что посуду недостаточно выставить на полку и указать продажную стоимость. Важно показать, на что она годится. Например, в Японии очень распространено использование сампуру (муляж готовых блюд из искусственных материалов). Благодаря выкладке посуды с сампуру продажи вырастают на 30-70%. Покупатель видит не только тарелку или кастрюльку, но и те блюда, которые получаются в процессе приготовления и выкладки. Поскольку по внешнему виду сампуру очень сложно отличить от натуральных блюд (исполнение муляжей внешне практически ничем не отличается от реальной только что приготовленной еды), покупатели охотнее приобретают посуду в определенной кухонной посуде и результатом выкладки также в определенной столовой посуде. Именно это и является триггером совершаемых покупок.

Существенно увеличивают продажи всевозможные кулинарные шоу и мастер-классы. Масленица – как нельзя лучшее время для проведения таких мероприятий. Многие из них могут проводиться на свежем воздухе, что наиболее безопасно в период активного распространения вирусных заболеваний.

Рецепты «беспроегранных блюд», использование соответствующей тематическому событию посуды, дегустация – все это способствует реализации посудных изделий. В торговых залах, где нет возможности пользоваться кухонными плитами, можно устанавливать ЖК-мониторы с видеопозаказами кулинарных программ и отзывами покупателей. Мнение последних, их отзывы об удобстве приобретенной посуды являются мощным рычагом воздействия на потенциальных покупателей.



Формат для рекламодателя: выбор есть!

Большинство наших читателей – профессиональные участники посудного рынка, периодически представляющие на страницах журнала свои новинки. Для них вопрос эффективного размещения информации в СМИ весьма актуален. Поэтому довольно часто встает вопрос: где лучше разместить информационный модуль или текст с иллюстрациями: в онлайн-формате или на бумажном носителе? Разбираясь с этой темой, становится ясно: не все так очевидно и просто.

ОТ ИСТОКОВ...

С распространением письменности появляются совершенно иные представления о восприятии, сохранении, тиражировании и передаче информации. Понятный всем образованным людям «шифр» (визуальное кодирование слов и фраз) не просто позволяет читать, но и воздействует на центры головного мозга, рождая яркие картины и образы.

Виды письменности, безусловно, оказывают различное влияние на восприятие «зашифрованной» информации и являются отражением национальных обычаев, бытового уклада и пр. Но в целом **результатом любого чтения** (в том числе и иероглифов) **является информация, впечатление, возбуждение чувств, привлечение внимания** и иное.

С незапамятных времен написанный, а позже напечатанный текст был неотъемлемой частью жизни каждого человека и общества в целом. При этом восприятие слова или текста, а также донесение точного смысла написанного с последующим возникновением каких-либо побудительных мотивов (в частности, совершение действий после прочтения) зависит не только от значения слов, составленных из букв или иных символов, но и от внешнего вида этих слов, места их размещения, дополнения в виде иллюстраций или видео (аудио) сопровождения.

Не случайно в древней письменности присутствует масса символов, символизирующих животных, части тела, простейшие орудия труда, предметы быта, оружие и пр., а в дальнейшем появляются иллюстрированные тексты.

С развитием электронных носителей информации и появлением цифровых форматов тексты создаются с помощью клавиатуры и отображаются на мониторе с учетом всех современных требований. И здесь возникают новые способы концентрации внимания читателей на самых важных фрагментах, запоминаемости и мотивации. Последнее особенно актуально для рекламной информации.



ТЕПЕРЬ ЕСТЬ ВЫБОР

С появлением электронных средств хранения и передачи данных (в том числе публикации в открытых источниках) помимо двух важнейших задач (сохранения ценных документов и произведений, а также быстрый обмен повседневной информацией) перед людьми встала



Специалисты Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина отметили, что не адаптированный перенос печатной книги или текста в электронный формат не эффективен – «он теряет все преимущества печатного формата и не использует сильные стороны цифрового формата».

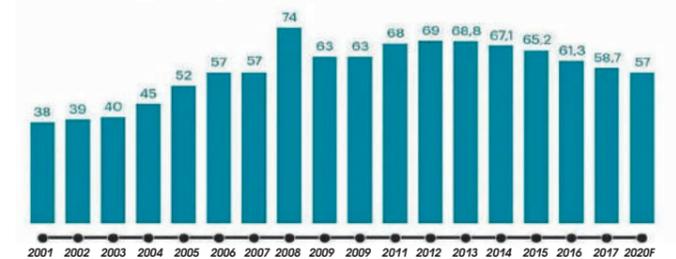


задача максимально эффективного воздействия на читательскую аудиторию. Дело в том, что доступность и объем информации в связи с глобальным распространением Интернета стали приводить к снижению ценности одновременно и традиционных бумажных носителей информации, и документов в электронном виде.

Будет неверным утверждение, что «бумага» стала уходить из оборота. Скорее наоборот. На сегодняшний день в России зарегистрировано около 40 тыс. печатных изданий. За последний год рынок печатных СМИ вырос более чем на 7% (правда основными читателями печатных СМИ являются люди старше 40 лет). За последние несколько лет в России **выросли продажи традиционных книг, расход чистой бумаги** для принтеров также увеличился. Это говорит о том, что люди до сих пор пользуются бумажными носителями информации. И никакие доводы их противников, включая борцов за экологию пока не меняют ситуации. Другое дело, что цифровой формат также развивается гигантскими темпами и пользуется высоким спросом (в частности, именно он применяется для оцифровки самых ценных документов и произведений).



Динамика российского рынка распространения печатной прессы, 2001-2020 годы, млрд руб.



Отдельно хочется сказать о периодике. Большинство СМИ уже невозможно себе представить без своего сайта и публикаций в электронном виде. Более того, огромное количество изданий частично или полностью перешло в онлайн-формат. И это вполне объяснимо: периодика носит временный характер (актуальность значительной части информации, публикуемой в СМИ, обесценивается в процессе хранения) и хранится только в архивах (и то не всегда). По этой причине гораздо удобнее просматривать периодические издания в цифровом виде (на первый план выходит фактор оперативности).

Но здесь мы сталкиваемся с некоторыми нюансами, на одном из которых хочется остановиться подробнее. Дело в том, что журналы и газеты не могут сегодня обходиться без рекламы на своих страницах. А рекламодателям важен результат от размещения своей рекламы. Этот результат напрямую зависит от восприятия рекламной информации читателем. Как ни странно, но далеко не всегда эффект от прочтения рекламы на сайте дает

В результате экспериментов (участвовала 171 тысяча человек), проведенных учеными из Университета Валенсии (Испания) и Техниона (Израильского технологического института), на протяжении 17 лет (с 2000 по 2017 год) удалось сделать вывод: более эффективным оказалось чтение печатного текста, а не электронного. В большинстве экспериментов с заданием на понимание лучше справились те, кто читал текст на бумаге.



желаемый рекламодателю результат, в отличие от прочтения той же информации на бумажном носителе, точнее на странице печатного издания. Доказательством тому служит выпуск немало числа печатной продукции для открытой продажи или распространения по подписке.

Сегодня читатель имеет возможность выбора между электронным и бумажным форматом. Более того, читатель, как правило, совмещает эти форматы, поскольку, как ни странно, но их симбиоз дает наибольший эффект для всех заинтересованных в издании: самому издателю, рекламодателям и читателям.



ЧТО ГОВОРИТ НАУКА

Нехитрые наблюдения позволяют отметить, что сегодня главным источником информации наиболее активной части населения является Интернет, позволяющий отобразить на гаджете своего пользователя практически любую информацию. Однако одновременно с этим очевидно, что ценность такой информации в ряде случаев не велика: объективность требует уточнения, а поиск достоверной информации отнимает кучу времени. Кроме того, согласно проведенным опросам, доверия к специализированным печатным изданиям до сих пор больше, чем к онлайн-изданиям.

Идем далее. Уровень осмысления и запоминаемости информации на бумаге больше, чем на мониторе. Вот к каким выводам пришла **Лаурен Сингер Тракман, изучающая природу чтения и понимания текста в Мэрилендском университете, США**. Фотографическая память выше при отображении информации на бумажном носителе. Не случайно студенты предпочитают изучать распечатанный текст. Перечитывать текст или его фрагменты проще с бумаги (читатели текстовой ленты в онлайн-формате редко перечитывают пройденные куски). Более точное представление о тексте легче получить, держа его в руках в виде бумажного носителя. Яркость монитора отнимает часть нашей рабочей памяти и сокращает ее объем при изучении и запоминании текста (при работе с бумажным носителем такого не происходит). Масса отвлекающих факторов, включая прерывания текста рекламными баннерами (зачастую мигающими), крайне негативно сказываются на концентрации внимания и приводят к утомляемости (традиционный формат лишен таких недостатков).

У человека существует эмоциональная привязанность, которая пока работает в пользу бумажных форматов, с которыми сложнее расставаться, чем, скажем, с устаревшим электронным девайсом.

Заслуженный учитель РФ, к.п.н., доцент Елена Романичева также находит явное отличие при считывании

В 2021 году наиболее высокие расходы на покупку газет и журналов наблюдаются в таких регионах, как: Республика Бурятия (1446,37 руб./чел.), Брянская область (1062,84 руб./чел.), Ивановская область (945,41 руб./чел.), а самые низкие расходы на приобретение газет и журналов характерны для следующих регионов: Омская область (76,32 руб./чел.), Карачаево-Черкесская Республика (62,68 руб./чел.), Кабардино-Балкарская Республика (44,71 руб./чел.).

информации с бумажного и электронного носителя. В частности, при чтении электронного текста читатель не воспринимает электронный текст в авторской логической структуре, он создает собственную структуру в силу частого переключения по гиперссылкам. Получается, что текст управляет процессом чтения. При изучении текста на бумажном носителе процессом чтения управляет непосредственно человек.

Безусловно, что при чтении с экрана мы часто отвлекаемся не только на гиперссылки, но и на иное: мессенджеры, реклама и пр. А ведь еще **шведский нейрофизиолог Торкель Клингберг** утверждал, что чем большим количеством задач загружен мозг, тем хуже он справляется с каждой из них.

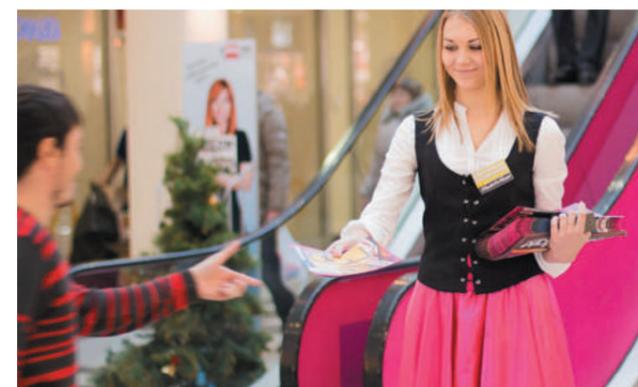
Якоб Нильсен, известный эксперт в области удобства использования сайтов, говорил, что только глубоко заинтересованные в содержании электронного текста люди читают его целиком (таких пользователей мало), в основном пользователи выхватывают фрагменты (20-28% слов), не вдаваясь в детали. Поэтому электронные источники, по своему крайне полезны, но для погружения (а не поверхностного изучения) требуется глубокое изучающее чтение. Отсюда напрашивается вывод: в последнем случае бумажный вариант явно предпочтительнее.

ОДНОЗНАЧНОГО МНЕНИЯ БЫТЬ НЕ МОЖЕТ

Примеров важности чтения на бумажном носителе очень много. При этом необходимо понимать, что работа с текстом в электронном виде тоже имеет свои преимущества. Но для эффективного использования электронных форматов необходимо специальным образом подготавливать электронный материал для его наиболее правильного и точного восприятия и понимания.



Почему нельзя утверждать, что печатное слово лучше (или хуже), а электронное хуже (лучше)? Потому что это несколько разные варианты передачи информации. Традиционный книжный текст подразумевает погружение, а электронный: ознакомление, копирование, пересылку (в том числе фрагментов), сохранение в удобном виде (в том числе отрывков). Очевидно, что электронный формат прочно вошел в нашу жизнь, частично вытеснив традиционное бумажное исполнение текстов (в особенности документации и периодики), но не во всех случаях способен заменить типографский продукт. Доказательством тому – постоянное совершенствование и развитие типографского дела и растущий спрос на бумажную печатную продукцию. В частности, рост спроса на листовую офсет составляет 5-7% в год.



ЧТО ДЕЛАТЬ РЕКЛАМОДАТЕЛЮ?

Пожалуй, самый важный вопрос, который необходимо обсудить на страницах нашего издания, это то – какому виду рекламы отдавать предпочтение рекламодателю узкоспециализированного печатного журнала.

Можно рассматривать самые различные мнения на этот счет, но как мы уже говорили выше, однозначного ответа быть не может. Отталкиваясь от самого начала, стоит сказать, что важность письменности оказалась выше формата. Важны не глиняные шумерские таблички или египетские листы папируса, а то, что на них написано. То есть важно уметь эффективно использовать имеющиеся средства отображения информации. Например, на международных выставках при наличии у всех высокоскоростного Интернета крайне эффективны листовки, «прокладывающие маршруты к определенным стендам», которыми снабжают люди при входе. При этом уже после завершения выставочного дня их кучами сметают и выбрасывают мешками. Но они выполнили свою

задачу: сотрудники стенда подтвердили это благодаря своим наблюдениям.

Так же и с рекламой. Вероятность того, что она подействует на тех, кто бегом просматривает содержание сайта, есть. Но рассчитывать только на нее не приходится. Тот, кто получает еженедельную журнальную рассылку с подборкой самых актуальных новостей, также обращает внимание на рекламу и тоже делает определенные выводы, в частности многим нашим клиентам требуется напоминание о себе раз в неделю, особенно перед выводом на рынок новинок.

Наличие рекламного модуля или специально подготовленной статьи на страницах нашего печатного издания – это не только рекламная акция, на которую невозможно не обратить внимание, это еще и показатель статуса рекламодателя, поддерживающий его имидж в профессиональных кругах на самом высоком уровне. И такая поддержка необходима всем ведущим компаниям. Это подтверждает международная практика, достаточно взглянуть на зарубежные печатные журналы.

Вопрос эффективности того или иного размещения рекламной информации требует отдельного рассмотрения, поскольку у каждого формата свои особенности. Нельзя сравнивать печатный лист с текстом в ленте новостей. Не верным будет утверждение, что привлекательность текста на экране с мелькающими баннерами ниже, чем его привлекательность на бумажном листе. Но концентрация внимания при чтении с листа выше, и, следовательно, понимание лучше. Поэтому ознакомиться с привлекательным контентом в ряде случаев легче в электронном виде, а для детального изучения представляемого ассортимента и выгоды партнерского предложения удобнее печатный формат.

Благодаря опыту работы на посудном рынке специалисты компаний-производителей, дистрибьюторы и представители профильных СМИ способны выработать наиболее эффективный алгоритм публикаций и подготовку последних для наибольшей отдачи со стороны потенциальных читателей.

Не стоит откладывать обсуждение своих замыслов по продвижению продукции на рынок, лучше получить квалифицированную консультацию у специалиста и сделать для себя соответствующий вывод.



Выбираем хлебницу

Хлеб – всему голова. Хорошо известное изречение подразумевает уважительное отношение к этому бесценному продукту, сохранить свежесть которого помогает верно подобранная хлебница. Но не у всех покупателей, посещающих магазин, получается выбрать наиболее удачную хлебницу для своего дома даже с помощью сотрудника торгового зала. Сфокусировать внимание на удобных и актуальных сегодня хлебницах и увеличить их продажи поможет небольшой сравнительный анализ.

ДЛЯ ЧЕГО И КУДА?

Вопрос – для какого хлеба приобретается хлебница и где ее планируется разместить, обычно не смущает будущего покупателя. А между тем ответ на него весьма важен. Например, кто-то не ест белый или черный хлеб или кому-то непременно нужны булочки, у кого-то маленькая кухня, кто-то предпочитает покупать хлебобулочные изделия раз в три-четыре дня, а кто-то ежедневно и всегда держать хлеб в центре своего стола...

Исходя из этого, следует выбирать одно- или двухсекционную хлебницу прямоугольной или круглой формы, с прозрачной или непрозрачной крышкой.

Преимущества круглой хлебницы с прозрачной крышкой оценят любители хранить хлеб на виду, для них не имеет смысла убирать хлеб со стола и важно всегда видеть его количество. При этом для семьи, где проживают люди с разными вкусовыми предпочтениями, хлебница должна быть вместительной и секционной, поскольку черные и белые сорта хлеба желательно хранить отдельно. Очень удобным вариантом в данном случае является двухъярусная хлебница.

Устанавливать хлебницу следует в комнате или на кухне, где не очень жарко (нет близости батареи или длительно работающего с выделением тепла прибора). Не желательно размещать хлебницу под прямыми солнечными лучами, источником прохлады, а также на подоконнике, где часто меняется температура и возникает конденсат – сырость приводит к быстрой порче хлеба. Неплохим вариантом является размещение хлебницы на стене над столом.

В заведениях общественного питания хлеб хранят в больших тарах, оборачивая его в полотняные полотенца. Перед подачей клиенту хлеб могут немного подержать во влажной среде, добавив таким образом ему свежести и мягкости.

Одним из современных новшеств являются вакуумные хлебницы, в которых хлеб хранится в безвоздушном пространстве. Благодаря небольшому насосу воздух откачивается из герметично закрытой хлебницы. Такая технология хранения существенно продлевает срок жизни хлеба, препятствуя его засыханию и плесневению.

Хранить хлеб желательно либо в условиях отсутствия воздуха, либо в проветриваемой емкости в дышащем материале (в частности, в полотняном мешочке). При недостаточной вентиляции на хлебе появляется плесень, приводящая к непоправимой порче хлеба. Этого не скажешь о высохшем хлебе, превратившемся в сухарик. Последний может храниться годами и пригоден для употребления (перед едой его можно размочить).

Важным моментом является выбор материала для хлебницы. Сегодня на рынке используются: дерево (включая бамбук), пищевой пластик, металл, стекло, а также комбинации из этих материалов. Расскажем о каждом из них подробнее.

ДЕРЕВО



Деревянные хлебницы – классика жанра. Дерево – живой, дышащий материал. Единственный его недостаток – способность впитывать запахи, включая неприятные, например, от испорченного батона или буханки. Береста – древесный материал – тоже используется в качестве хранилища хлеба, при этом она обладает свойствами, замедляющими старение свежеспеченного хлеба. Достоинством альтернативным материалом, близким к дереву, является бамбук (фактически это трава), обладающий природными антибактериальными качествами и не впитывающий посторонние запахи.



Основные показатели хлебниц из различных материалов

Материал	Достоинства	Недостатки
Дерево (береза, дуб, можжевельник)	Живой дышащий материал	Впитывает запахи, может деформироваться при перепадах влажности воздуха
Бамбук	Натуральный материал, прост в уходе, не деформируется при изменении влажности и температуры	Высокая цена
Пластик	Простота ухода, дешевизна	Короткий срок жизни
Нержавеющая сталь	Прочность, защита от грызунов (особенно актуально для жителей в частном секторе)	Высокая цена
Окрашенная сталь	Прочность, защита от грызунов (особенно актуально для жителей в частном секторе)	Со временем отслоение краски, коррозия
Комбинация материалов	Интересные интерьерные решения	Часто высокая цена

ПЛАСТИК

Сегодня пищевой пластик широко используется в посудном ассортименте и хлебницы не являются исключением. Преимуществом этого материала является его легкость, простота ухода, относительная дешевизна. При этом материал не относится к дышащим, поэтому важно, чтобы хлеб в такой хлебнице лежал на проветриваемой решетке.

МЕТАЛЛ



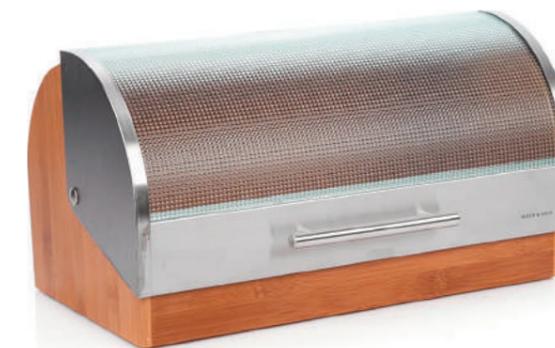
Для изготовления хлебниц применяется нержавеющая сталь. Хлебницы из металла крайне удобны в частных деревянных домах, где встречаются грызуны (доступ к хлебу, хранящемуся в металлическом ящике, им отрезан). Кроме того, нержавейку легко мыть. Хлебницы из окрашенной стали встречаются в последнее время все реже. Спрос на них снижен, поскольку они довольно быстро теряют свой первоначальный вид (облупливается краска, возникает коррозия).

СТЕКЛО

Хлебницы, целиком выполненные из стекла, встречаются крайне редко. Как правило, стеклянными бывают только некоторые части (крышка, купол). При этом преимущество стекла несет по большей части декоративное значение; такие хлебницы хорошо вписываются в любой интерьер помещения.

Нередко хлебницы дополняются разделочными досками и отсеком для хлебного ножа. Это несколько увеличивает объем конструкции, но позволяет иметь под рукой все, что необходимо для нарезки и подачи хлеба на стол.

К сожалению, очень часто покупной хлеб расчитан на короткий срок хранения. Через 2-3 дня после покупки он либо черствеет (сохнет), либо покрывается плесенью. Причем это касается как черного, так и белого хлеба. В числе народных способов продления хлебной жизни хранение хлеба в пакете (с выданным воздухом) в холодильнике. Правда после этого хлеб желательно размячить над паром или согреть в духовом шкафу.



КАКУЮ ХЛЕБНИЦУ ПРИОБРЕТАТЬ?

Несмотря на все практические советы, покупатель выбирает товар в первую очередь глазами. Поэтому чаще других продаются интересно исполненные хлебницы.



Хлебницы: марки, материал, ориентировочная цена в I квартале 2022 года

Марка/модель	Материал	Особенности	Приблизительная цена, руб.
BRAVO 182	Бамбук	Присутствует откидная крышка, в которой устроено стеклянное «окошко»-филенка	2 290-00
Taller «Оукли» TR-1974	Нержавеющая сталь + дерево	Дно выполнено из дерева, в комплект входит специальный нож для нарезки хлебобулочных изделий	4 354-00
Typhoon Living	Углеродистая сталь с цветным покрытием + бамбук	Съемная крышка из бамбука может выполнять роль разделочной доски	2 900-00
Joseph Joseph 81097	Пластик + бамбук	Крышка предназначена для нарезки хлеба	6 500-00
Хлебница «Плетенка» (компания «Альтернатива»)	Пластик в стиле «плетенки»	Откидная крышка	417-00
Kamille KM-1117	Бамбук + нержавеющая сталь	Крышка может служить разделочной доской	3 140-00
Kamille KM-1104	Бамбук + пластик	Откидная крышка экономит пространство	2 980-00
Oriental Way 9/960	Дерево	Откидная крышка, которую можно использовать как доску для нарезки хлеба	2 910-00
«Рондо» BEROSSI	Пластик	Занимает минимум пространства	595-00
«Корица»	Дерево	Сдвижная крышка	1 290-00
Fackelmann 31890	Дерево	Сдвижная крышка	2 827-00
Elan Gallery 570093	Дерево	Откидная крышка	1 549-00
Magic Time	Керамика	Крышка-купол	849-00
Roemertopf	Керамика	Изделия могут быть как из обливной керамики, так и из обычной	10 995-00



Хранить хлеб в полиэтиленовом пакете – не лучший вариант, хотя именно в таких пакетах хлеб поставляется в большинство торговых точек. Дело в том, что из таких пакетов не откачивают воздух, в нем нет вакуума, препятствующего распространению в воздушной среде бактерий. А вот влага в виде конденсата, часто невидимого глазом, там оседает хорошо. Следовательно, среда для развития бактерий и плесневых грибов – самая лучшая.

Кстати, хлеб можно хранить в глиняной посуде, хотя этот вариант используется в современном мире крайне редко. Глина – великолепный природный материал, обладающий прекрасными качествами для сохранения многих продуктов, включая выпеченные из муки.

При выборе хлебниц стоит руководствоваться личными вкусовыми предпочтениями, а также требуемым объемом, видом и частотой употребления хлебобулочных изделий. При этом с точки зрения качественного хранения натуральный материал всегда будет предпочтительнее искусственного.

Длительность хранения хлеба и сохранение его мягкости зависит от ингредиентов, используемых хлебопекарями, и сроков поставки хлеба в магазин. Свежий хлеб при прочих равных условиях хранится дольше, но если в тесто добавлять консервирующие компоненты, то время хранения может быть увеличено. При этом условия хранения являются одним из важнейших факторов сохранения готового хлеба. Специалисты рекомендуют оборачивать хлеб в льняные или полотняные полотенца перед тем, как убирать его в хлебницу, и не складывать рядом пшеничный (белый) и ржаной (черный) хлеб.

Важно только, чтобы они подходили по размеру к месту постоянной дислокации.

И все же статистика продаж гласит, что больше всего продается деревянных хлебниц и хлебниц из нержавеющей стали. Первый материал традиционно нравится покупателям, а второй соответствует современному интерьерному стилю. Посудные изделия из нержавеющей стали вообще весьма популярны в последнее время. На втором месте по количеству продаж стоят хлебницы из разных материалов, например, «дерево + пластик», «металл + дерево», «дерево + металл» и пр.

Пластиковые хлебницы не обладают паропроницаемостью, как деревянные, поэтому хлеб в них теоретически хранится меньше. Но это не означает, что только в деревянной хлебнице срок хранения хлеба неизменно остается высоким.

Оригинально и актуально. Прогнозы продаж

Необычной посуды очень много. Это и редкие дизайнерские образцы, исполненные в разных стилях и к разным датам, и творческие решения с юмором, и тематические изделия с корпоративной символикой... Насколько востребована сегодня такая посуда?

Сказать, что нестандартные посудные изделия востребованы, будет не совсем точно. И вот почему. Если сравнить с уровнем спроса на классическую посуду (как столовую, так и кухонную), то нетрадиционный вариант изделий интересен не каждому покупателю. Все-таки это не ходовой товар. Но если говорить об уровне спроса вообще, то он есть и, более того, постепенно растет.

ЧТО МЫ ИМЕЕМ СЕГОДНЯ

В процентном выражении продажи нетрадиционной посуды составляют 3-5% (в некоторые периоды 5-7%) от общего объема сбыта посудной продукции. При этом цифра весьма условна. Дело в том, что определения для необычной посуды не существует. Очевидно, что это могут быть и новаторские идеи, и технические новшества, и необычный внешний вид (цвет, форма, размер). Многие представители рынка связывают необычность именно с последним. В то время, как воплощение технической мысли чаще относят к вновь введенным сериям и коллекциям. Одновременно с этим часть представителей рынка относит к необычным изделиям и редкий функционал, например компактные консервные ножи, сменные ручки кухонных инструментов, терки с уникальным рисунком получаемых ингредиентов, термоизолирующие материалы, емкости для длительного хранения и пр. Подобные изделия можно увидеть у таких брендов, как Tupperware, Alessi, и даже у состоявшегося исполнителя классической профессиональной кухонной электротехники Kitchen Aid.

В числе покупателей необычных посудных предметов в основном ценители нового стиля и дизайна (особенно



проявляется в фарфоре), молодые люди, не лишенные чувства юмора, а также все, кто способен увидеть себя в будущем. Поэтому возрастная группа довольно широкая, в среднем от 25 до 55 лет. Соотношение мужчин и женщин практически равное.

В первую очередь необычную посуду приобретают в качестве подарка или сувенира. Реже покупают для себя. При этом покупатель привлекает сама идея и оригинальность исполнения. Поэтому основной акцент ставится на привлекательном внешнем виде и упаковке. Яркая, стильная красивая упаковка даст сильный стимул на покупку этого нестандартного гаджета или иного изделия. Об износостойкости (включая возможность мытья в посудомоечной машине) вопросов обычно не возникает. К таким изделиям априори следует относиться с повышенной аккуратностью. К брендам, располагающим такими необычными изделиями, можно отнести Pip Studio, Iittala, Easy Life, Tognana...

Яркий пример

Относительно недавно появление индукционных плит вызвало недоверие со стороны многих покупателей. Посуда для них хоть и выполнялась из известных материалов, содержала малоизвестный магнитный диск в капсуле дна посуды. Сегодня, если на металлической кухонной посуде нет упоминания о том, что посуда подходит для всех типов плит, включая индукционные, ее уже не рассматривают как ценную покупку. Дело в том, что при формировании кухонного пространства современные люди непременно включают в свой арсенал индукционные конфорки. Этот пример достаточно ярко демонстрирует переход кухонного предмета из разряда «необычный» в разряд «популярный».





Емкость для варки специй и трав *ruilke* погружная *OTOTO*



КАК ПРОДАВАТЬ?

Поскольку нестандартные посудные решения привлекают внимание потенциальных покупателей, продавцы стараются разбавлять свой ассортимент такими изделиями. Но продажа последних – особое искусство, поскольку спрос на такую продукцию сформировать невозможно. Хотя бывают и исключения. Например, многие оригинальные решения, воплощенные в кухонных гаджетах, нередко «уходят в тираж» благодаря мгновенной реакции создателей реплик и формируют серьезный спрос. При этом растиражированные копии переходят в группу товаров широкого потребления. Например, ножницы с несколькими лезвиями для нарезки зелени или терка с емкостью для сбора и хранения натертых продуктов (кто только не выпускает их сегодня).

Но в масштабах целого рынка подобные случаи все-таки являются исключениями. Значительная часть необычных предметов уходит с полок в единичных количествах и более магазином не заказывается. Конечно, речь здесь идет о малоизвестных марках, чьи имена ничего не говорят большинству конечных потребителей.

Продажи посудной утвари «без бренда» требуют особого подхода. Продавцу приходится идти на всевозможные ухищрения: подчеркивать индивидуальность будущего владельца, объяснять особенности штучного исполнения (своего рода индивидуальный заказ) и пр.



Большинство нестандартных посудных решений носит исключительно декоративный характер; такая посуда в основном исполняется из керамики, фарфора или стекла. Довольно много необычных новинок в так называемой группе «аксессуары» (как кухонные, так и столовые). Здесь масса всевозможных приспособлений для обработки фруктов, овощей, работы с тестом и пр. Надо сказать, что спрос на подобную продукцию сейчас довольно высок. Достаточно вспомнить такие бренды, как Tescoma или Joseph & Joseph.

Доля продаж такого рода предметов в специализированном посудном магазине может достигать 50% от общего количества покупок, совершаемых одним покупателем.

В качестве примеров можно назвать изысканные кофейные и чайные наборы, стеклянные стаканы с двойным дном и стенками, рюмки с наклоном, кружки-хамелеоны. Забавные изображения позволяет продемонстрировать керамика (расписная и рельефная). Многие дизайнеры не только стараются воплотить необычный вид изделия, но и создать дополнительный функционал, например, дополнить заварной чайник разделителем для заваривания разными сортами чая. К такому типу можно отнести и складные или съемные ручки, позволяющие существенно уменьшить объем посуды (весьма важно при хранении посудных изделий).

На профессиональной кухне нестандартная посуда, как правило, не используется, но в качестве декорации стола или подчеркивания статуса заведения может применяться при определенных сервировках. В первую очередь это объясняется трудностями ухода и хранения нестандартной посуды (о компактности таких изделий говорить не приходится).



Несколько проще обстоят дела в отделах, где внимание продавцов сфокусировано именно на таких посудных позициях. Покупатель может получить исчерпывающий ответ и имеет некоторую возможность сравнения похожих изделий перед совершением покупки.

И все-таки такая посуда продается и продвигается многими торговыми точками. Следовательно, это оправданно. Для привлечения внимания к таким изделиям требуется определенная мотивация потенциальных покупателей. Например, подобная посуда или аксессуар способен:

- придать хорошее настроение;
- акцентировать внимание к подарку на мероприятии;
- подчеркнуть яркую индивидуальность определенного человека и пр.



Покупателю фактически нужен не сам необычный аксессуар, а те эмоции, которые он вызывает. С этой задачей справляется большинство недорогих дизайнерских творений из керамики, фарфора или пластика.

Для более яркого представления уместности редкого или необычного аксессуара создаются сюжетные рекламные ролики или фотоматериалы, где ярко продемонстрировано значение продвигаемого изделия.

Еще одним вариантом привлечения покупательского внимания является тиражирование историй от известного покупателя: актера, повара, журналиста, преподавателя. У каждого из них приобретение подобных вещей связано с определенной личной историей, раскрытие которой очень часто сохраняется в памяти покупателей, и этот «заряд» рано или поздно выстреливает и попадает в нового покупателя.

В ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Множество необычных посудных предметов невозможно четко квалифицировать, но каждый из нас хорошо чувствует такую «необычность». Сегодня подобные изделия поступают в продажу от известных мировых брендов и малоизвестных марок. В первом случае реализация упрощается за счет раскрытого бренда. Во втором случае завоевать внимание со стороны потенциальных покупателей помогают специальные методики, среди которых мотивация новыми подходами к жизни, раскрытие привлекательности за счет видеороликов, демонстрация историй от лояльных покупателей, среди которых могут быть как медийные люди, так и представители известных профессий. Важно, что спрос на необычную и непривычную посуду не падает с течением времени, а даже немного возрастает, поэтому при использовании работающих методов продвижения добиться высокого уровня продаж вполне реально. Следовательно, продажи такой посуды будут продолжаться еще очень долго.



Сырный тренд

Сырная тарелка – это модное сочетание, которое может превратить самый обычный вечер в светский раут. Такой деликатес подается на закуску, в качестве дополнения к напиткам (преимущественно вину) и даже на десерт. Сегодня сыр не только представлен различными сортами, выложенными на сервировочную тарелку, но и входит в состав различных блюд. Поэтому не случайно, что для сыра применяются различные специализированные аксессуары и соответствующая посуда. Насколько востребована сегодня такая продукция российским покупателем?

ЦЕНИТЕЛИ И ПОДРАЖАТЕЛИ

Истинные приверженцы сыра предпочитают только определенные сорта, употребляют сыр в сочетании со строго определенными продуктами и считают себя подлинными «сыроманами» в ресторанах и на светских фуршетах. Для них, как и для любителей натурального кофе, ежедневное употребление любимого сыра – часть жизни.



Стремящиеся создать вокруг себя особый ореол знатоков сыра, дегустаторы стараются подражать ортодоксальным ценителям «знатных» сырных брендов и рассуждают о всевозможных сортах и вкусовых качествах встречающихся на их пути сыров. В их арсенале должны быть гаджеты для нарезки сыров, для выкладки и для дегустации. В Европе уже много десятилетий присутствует особая культура потребления сыров. В сырном магазине, на рынке всегда можно найти аксессуары, которые могут вам понадобиться для правильного оформления и потребления этого продукта.

В отличие от гурманов, основная масса любителей сыров и сырных блюд потребляют этот продукт в качестве обычного блюда, поэтому и количественный уровень потребления специальных гаджетов для сыра не очень велик. Но сейчас выросло поколение потребителей, которое много путешествовало по миру, напиталось



европейской культурой, в том числе культурой потребления сыра как основного блюда, закусок и даже десертов, появилась некая мода на достойные сыры и их сервировку.

Поэтому в России наблюдается тенденция к росту численности потребителей сыров и увеличение объемов производимых сыров и сырных продуктов. В связи с этим растет и количество приобретаемой посуды для сервировки «сырных» столов.

Потребители сыра (в том или ином виде) приобретают ножи и терки для измельчения сыров, а также посуду или доски для подачи сыра и, конечно же, емкости для удобного и длительного хранения этого продукта.

Кухонные гаджеты и посуда для сыра становятся непременной атрибутикой большинства сервировок. В связи с этим торговые точки формируют специальные торговые полки (разделы в интернет-магазинах), посвященные «сырной» теме.

НОЖ, ТЕРКА, ЛОПАТКА И СТРУНА...

Разумеется, главным инструментом среди всех посудных принадлежностей был и остается нож. Существует несколько разновидностей сырного ножа, в зависимости от сорта сыра, для резки которого нож предназначен. Часто под сырным ножом понимают нож для мягкого сыра. Для сыра, который не является исключением, требуются специальные ножи: с прорезьями, острыми зубцами, а также в виде лопаток (напоминают шпатели), роликовые ножи и др. Для мягких и плавящихся сыров подходит простая лопатка. А вот измельчить твердые сыры помогают специальные терки, часто совмещаемые с емкостями для получаемой натертой массы. Кстати,



продавцы нередко предлагают приобрести набор с вышеперечисленными аксессуарами, а также доской для разделки сыра. Среди последних – доски-пеналы, у которых верхняя часть – крышка – является разделочной доской, а нижняя – местом хранения сырных аксессуаров. Это очень удобно, когда все инструменты под рукой!

Наборы ножей для приготовления эстетически привлекательных нарезок или крошки – идеальное решение для застолья, которое можно дополнить бутылочкой благородного вина, ибо никто не отрицает тесного соседства достойного напитка с не менее достойным продуктом.

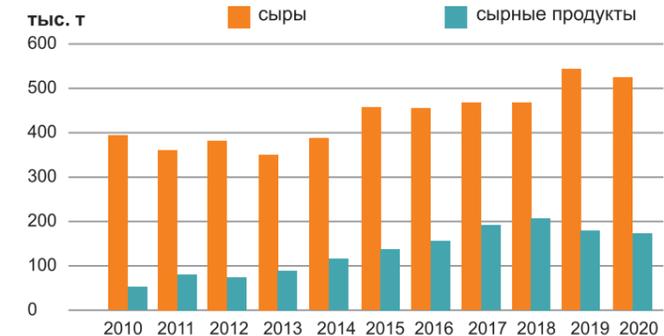
Конечно, приготовить сыр для подачи на стол можно и обычным кухонным ножом, но в этом случае ощущение праздничного настроения может быть утрачено. Все-таки выверенная временем атрибутика помогает получить подлинное наслаждение застолья, где главным продуктом является сыр.

Для нарезки или измельчения в большинстве случаев используются инструменты, выполненные из нержавеющей стали. Этот материал практически не вступает в реакцию с сыром и не оставляет металлического запаха, как это может случиться при использовании ножей с лезвиями из обычной углеродистой стали.

Довольно распространенным инструментом нарезки также является струна, натянутая на специальную струбцину. Таким инструментом удобно нарезать полутвердые сорта сыра. Например, нож для сыра Tete de Moine («Тет де Муан»). Tete de Moine буквально переводится как «голова монаха» и представляет собой цилиндрический полутвердый сыр, который весит около 800 г и имеет превосходную нежную текстуру, которая тает во рту.



Производство сыра и сырных продуктов в России



Такой сыр не нарезается, а срезается тонкими ломтиками в форме хлопьев с помощью специального ножа, такого как «Жироль» (Girrolle). По мере срезания тонкого поверхностного слоя сыра, кусочки увеличиваются, формируя красивые объемные ломтики. Это изменяет структуру сыра и способствует раскрытию полного аромата и вкуса во рту.

В сети магазинов Eurodom можно приобрести сыр-ные ножи от компании Zwilling Collection по цене около 3200 руб. Для твердых сыров подходит набор «Монтерей Джек», который состоит из разделочной доски из сланца (сланец – экологически чистый камень, который совершенно безопасен при контакте с пищей, отличается износостойкостью и не впитывает влагу). А подставка и рукоятки ножей выполнены из дерева акации, лезвия – из высококачественной нержавеющей стали. Под брендом Vrabantia продаются много различных кухонных гаджетов, не исключение ножи для сыров.

В магазине Vasaro марки Boska можно найти множество приспособлений для сыра. Компания Boska уже более ста лет занимается производством изумительных по своей красоте и оригинальности приспособлений для нарезки сыров. В 1896 году основатель бренда Виллем Босс, будучи на тот момент простым кузнецом, начал заниматься изготовлением приспособлений для сыра в Голландии.

Для большего комфорта в наименовании моделей для нарезки сыра присутствует цифровой код от одного до шести, указывающий на степень твердости продукта, где 1 – самый мягкий, а 6 – самый твердый. Этот набор можно приобрести по цене от 2400 руб. В данном наборе (серия «Женева») каждый из инструментов имеет соответствующую маркировку, а ручки четырех моделей, собранных в один сет, украшены гравировкой с названиями соответствующих сортов сыра.

Кстати, довольно часто с ножами для сыра комплектуются разделочные доски для сыра.

ДОСКА

Разделочная доска для сыра может быть выполнена из любого материала: дерева, пластика, закаленного стекла или другого наноматериала. Каждый материал наделен как достоинствами, так и недостатками. Поэтому покупателю приходится осуществлять самостоятельный выбор при поиске и приобретении разделочной сырной доски.

Например, ароматный сыр лучше разделять на стеклянной поверхности, ибо она, в отличие от деревянной, не впитывает запахи. Однако при этом ножи на такой доске притупляются довольно быстро. Пластиковая дощечка для сыра не рассчитана на длительный срок службы, так как при регулярном использовании довольно быстро покрывается следами от ножа, которые с течением времени забиваются остатками продуктов. Дерево – дереву рознь, мягкие сорта





древесины не способны длительное время «держать удар» от ножей, поэтому любителям сыра лучше поискать твердые породы: дуб, бук, акацию или воспользоваться бамбуковой разделочной доской.

По статистике на первом месте по продажам сырных аксессуаров стоят разделочные доски. Это связано с тем, что такую доску можно использовать не только для разрезания сыра, но и для его модной стильной подачи. На втором месте стоят ножи для полутвердых сортов сыра в силу того, что продажи данного продукта находятся на первом месте, затем идут инструменты для обработки твердых сортов. Приблизительно за отчетный период (квартал), согласно субъективным наблюдениям работников торговых залов, из 100% товаров для употребления сыра 40-50% приходится на различные доски, 20% – на ножи и терки, 20% – на посуду для хранения и 10-20% на иные «сырные» аксессуары.

ГДЕ ХРАНИТЬ?

Разумеется, любой сыр лучше всего сохраняется в холодильнике при температуре около 4-6 °С, лучше в специальном контейнере. На торговых полках присутствуют все те же знакомые материалы: стекло, пластик, дерево. По форме емкости для сыра часто напоминают масленки или хлебницы. Например, дощечки с высокой крышкой-куполом из прозрачного пластика или стекла, баночки из керамики (в них в первую очередь рекомендуется хранить измельченный на терке сыр). В последнее время на рынке появилась пластиковая емкость, предотвращающая появление внутри конденсата, который, как известно, плохо влияет на сохранность сыра.

Как утверждают конечные покупатели, пластиковые емкости для хранения сыра довольно быстро впитывают запахи и их использование нежелательно. Поэтому лучший вариант – стекло. Это абсолютно инертный мате-



риал, легко моющийся и всегда сохраняющий свой первоначальный вид. При бережном отношении первоначальный вид стекла сохраняется долгие годы. Однако производители пластиковой посуды не стоят на месте и предлагают предметы из высококачественного пластика, который не сохраняет посторонних запахов. Такая продукция тоже пользуется спросом и в будущем, скорее всего, сохранит первое место по продажам, поскольку она дешевле стеклянной (при равных размерах) и, кроме того, может иметь весьма интересные внешние характеристики (цвет, форму).

Разумеется, привлекают покупателей и изделия из комбинированного материала, например «металл-стекло», «металл-пластик», «стекло-пластик», «стекло-дерево», «пластик-дерево».

Для удобства емкость для хранения сыра должна твердо лежать в руке (с этой целью производители часто имитируют «сырные дырочки» вдавленными внутрь кружками, создающими антискользкий эффект). Достаточно вспомнить распространенный контейнер для хранения сыра из пластика в виде куска сыра.

Для измельченного сыра идеальна емкость из керамики – этот одновременно дышащий и сохраняющий постоянную температуру материал уже тысячелетиями привлекает к себе человека и демонстрирует прекрасные результаты с точки зрения гигиены и экологической безопасности.

Выше мы уже написали, что лишь пятая часть продаж от общего объема продаваемых изделий, предназначенных для сыра (за 3 месяца в среднем по магазину), приходится на изделия для хранения продукта. Теперь, исходя из тех же личных наблюдений работников торговых залов, можно отметить, что на первом месте стоят пластиковые емкости, а также комбинированные из пластика и металла. В этих емкостях сыр, как правило, хранят в домашних холодильниках. Для подачи сыра приобретают доски с крышкой из стекла, керамики или того же пластика. Емкости специально для хранения натертого сыра покупают крайне редко, равно как и специальные дорогостоящие терки-«напильники» для сыра. Сегодня хозяйки в своем большинстве натирают сыр на универсальной металлической терке.

КАК ПРОДАВАТЬ?

Как и с любым товаром, для формирования на него устойчивого спроса в группе конечных потребителей требуется разработать рекламную политику и создать имиджевую поддержку. Важно, чтобы потенциальный покупатель почувствовал, что употребление сыра, да еще из ценной посуды, позволяет раскрыться внутреннему миру, воплотиться мечтам и смелым желаниям, настроиться на творчество и создание чего-то любопытного, оригинального и ценного.

В арсенале продавцов опыт прошлых лет, современные ритмы жизни, принадлежность к благородному и безукоризненному вкусу. Все это с учетом правильной визуальной трактовки дает потрясающий результат. Ведь сегодня сыр не является чрезвычайно недоступным продуктом. Даже покупка время от времени дорогостоящих сортов не наносит сокрушительного удара по семейному бюджету.

Можно ли ожидать в скором будущем рост спроса на сырные аксессуары? Ответ на этот вопрос напрямую зависит от объемов приобретения сыров и окультуривания его потребления. Так что создавать рекламу аксессуаров для сыра посудным компаниям (в частности, посудному ритейлу) можно совместно с производителями сыров, заинтересованными в скорейшей реализации готового продукта.

Сладкая посуда

Сахар сегодня есть в каждом доме. Кто-то предпочитает кусковой, кто-то песок. При этом на полках имеется и тростниковый, и свекольный; а также рафинированный и нерафинированный. Для сахара непременно имеется своя посуда, к ней, в частности, относятся сахарницы. Какими они бывают и насколько актуальны предложения сахарниц сегодня?

НЕМНОГО О «САХАРНОЙ» ЖИЗНИ. ЭВОЛЮЦИЯ

Сахар издревле считался дорогим продуктом и символом «сладкой» жизни. По его наличию можно было судить о достатке в семье. Не удивительно, что сахар бережно хранили в специальной посуде, а на стол выставляли в сахарницах, которые изготавливались из серебра, стекла, хрусталя, фарфора, дерева, керамики и комбинации этих материалов... При этом для сахарного песка использовали специальную ложечку (довольно часто серебряную). Эта традиция сохранилась до сих пор. Не случайно в крышечках сахарниц имеется специальный вырез для такой ложечки.

Альтернативой ложечки является дозатор, встроенный в сахарницу. С его помощью можно довольно точно отмерить желаемый объем сахарного песка (для отсыпки одной дозы достаточно перевернуть сахарницу один раз вверх ногами).



Сегодня современный темп жизни не предусматривает длительных «сладких» чаепитий, поэтому посуда



для сахара имеет более строгий, а в некоторых случаях и аскетичный вид. Но потребление сахара при этом за последние два десятилетия выросло. И посуды для хранения сахара продается больше. При этом можно увидеть сахарницы самых разнообразных форм: шарообразные, грушевидные, цилиндрические, с ручками, без ручек и пр.

ХРАНЕНИЕ И СЕРВИРОВКА

Любители домашних заготовок (компотов, варений и др.) не могут обойтись без сахара и покупают этот продукт (прежде всего песок) в довольно большом объеме: десятками килограммов. Понятно, что хранить сахар такого веса без специальной тары невозможно. Мало того, что сахар очень быстро впитывает влагу (за

ночь может «высосать» из окружающей среды 30-40% своего веса), он также впитывает посторонние



запахи и привлекает к себе насекомых и грызунов. Поэтому, традиционно большие объемы сахара хранятся в плотно закрывающихся бочках из пищевого материала:

Росстат определил среднедушевое употребление сахара в России в размере 39,4 кг на человека при норме 24 кг. Больше всего сахара едят в Черноземье. Лидерами списка являются Липецкая и Курская области (55 кг на человека), затем Тамбовская область (54 кг) и Воронежская (52 кг). Самым «сладким» южным регионом оказался Краснодарский край – там съедают по 50 кг сахара и сладостей в год.





металла или пластика. При этом перевозка сахара и фасовка на производстве осуществляется в плотных мешках. Сахар для ежедневных кулинарных блюд обычно хранят в емкостях для сыпучих продуктов (из стекла или пластика).

На столе сахар предпочитают держать в специальной посуде. Это касается и сыпучего продукта и кускового. При этом кусковой сахар может быть колотым (имеет более плотную структуру в отличие от рафинада); в таком случае к нему уместно подавать специальные щипцы-кусачки для измельчения. А для того, чтобы взять кусочек колотого или рафинада из общей сахарницы, существуют специальные пинцеты. Вышеупомянутые аксессуары изготавливаются чаще всего из металла (включая серебро), но могут дополняться силиконовыми уплотнителями или оплеткой из силикона, а также пластиковыми элементами.

При чаепитиях на столе непременно должны стоять небольшая



сахарница для песка с ложечкой; ее объема должно хватать для подслащивания минимум 7-12 чашек чая (из расчета 2-4 ложки на одну чашку) и также небольшая сахарница для кускового сахара. Внешнее отличие этих сахарниц состоит в наличии выемки для ложечки (первый случай) или ее отсутствии. В зависимости от уровня сервировки сахарница может быть дорогой (например, с использованием драгметалла) и доступной широкому покупательскому кругу. Материалами для последней являются пластик, керамика, фарфор, стекло.

О САХАРНИЦАХ КАК ТОВАРЕ

Мы безошибочно опознаем сахарницу в каждом столовом сервизе. На это указывают определенная форма и размеры. Смена дизайна также не вводит нас в заблуждение по данному вопросу. Кроме того, мы практически сразу ощущаем отсутствие сахарницы в столовом или чайном наборе. Получается, что сахарница – предмет крайне важный и даже необходимый современному потребителю. Из этого следует, что покупатели пользуются сахарницами и периодически обновляют их. В числе стандартных причин покупок сахарниц – их оригинальный дизайн. Под впечатлением от понравившегося изделия покупатель совершает покупку. Это классическая схема стихийной покупки.

Второй путь получения сахарниц покупателем – приобретение набора, куда входит сахарница...

Значительная часть потребителей пользуются набором не ежедневно, а вот сахарницей – практически постоянно, поэтому сахарницы как штучный товар покупаются чаще, чем наборы. Это факт, который подтверждают все продавцы. Аналогичная ситуация

Первые сахарницы появились в Китае, распространение получили в результате популяризации чайных церемоний. В европейских домах появление сахарниц относят к XVIII веку. Сахарницы в России появились также с появлением чая, который изначально заваривали вместе с сахаром. В то время ими пользовались только очень обеспеченные люди, знать. Несмотря на борьбу с мещанством в первые годы советской власти сахарницы для трудового народа продолжали выпускать такие заводы, как «Красный май», «Старт» (бывший «Красный напильник»), а также Харьковский завод им. Шевченко. Речь идет в первую очередь о штучном товаре. Сахарницы как отдельные предметы в советское время изготавливались в основном из стекла, в том числе цветного, и являлись продуктом побочного производства, как и большинство иных посудных изделий. Сахарницы из фарфора и фаянса обычно входили в состав посудных наборов.



складывается с заварным чайником, молочником, менажницей, масленкой, «икорницей», «сырницей» и пр.

Чтобы сахарница понравилась покупателю, необходимо правильно ее представить, желательно для этого использовать макеты различных по тематике сервировок, а также ссылки на произведения искусства (прежде всего в живописи),



которые ярко иллюстрируют важность данного предмета в жизни прошлых поколений.

Использование сахарниц свидетельствует о статусе человека, его уровне культуры и образования. И очень редко человек не выделяет сахарницу из общей посудной массы и относится к ней, как к обычной миске или блюду, куда теоретически тоже можно выложить сахар.

То есть, поднимая вопрос о продвижении сахарниц в основной массе



конечных потребителей, важно непременно коснуться истории как отдельно взятого предмета – сахарницы, так

При выборе сахарницы потребителю следует определиться с ценовым диапазоном и материалом. Например, дешевый пластик будет служить недолго, а полированная пищевая нержавеющая сталь (весьма популярная в текущем сезоне) может быстро покрыться царапинами от сахарных кристаллов. По этой причине рисунок (декор) на фарфоровой сахарнице должен быть стойким, а подглазурное нанесение декора надежнее.

Разумеется, сахарница должна радовать глаз и быть удобной для рук, удовлетворять пользовательские потребности (например, машинная или ручная мойка, использование абразивных моющих средств, высокий уровень износостойкости и пр.).

Сахарницы с дозатором редко способны быть «точными». Об этом следует знать заранее и в случае приобретения такой сахарницы держать ее постоянно практически заполненной. В ином случае дозатор может «не срабатывать».

и исторической эпохи, раскрывающей перед нами сложившуюся моду, манеры поведения, следование принятому этикету, отношение к близким и любимым людям.

По этой причине сахарницы уместно предлагать не только в торговых отделах, специализирующихся на посудных изделиях, но и там, где торгуют чаем и чайными принадлежностями, включая бакалейные магазины. Казалось бы, расширять ассортимент пищевых продуктов «несъедобным» товаром затруднительно с точки зрения увеличения хлопот (налицо дополнительная нагрузка: работа с поставщиками, хранение и пр.). Но трудозатраты непременно оправдываются, поскольку спрос на такую продукцию проявляется именно в таких торговых точках.

Стоимость сахарниц может варьировать от 100 руб. до десятков тыс. руб. (с использованием драгоценных материалов: камней и благородных металлов – серебра, золота или платины). В среднем ценовом диапазоне сахарницы предлагают в пределах 320-2 000 руб.

Наиболее популярными материалами сахарниц сегодня являются стекло и фарфор.

Среди производителей сахарниц – все известные российские и зарубежные бренды, выпускающие посуду из фарфора, стекла, нержавеющей стали. Так что выбор у покупателя огромен.

Приобретение сахарниц в интернет-магазине становится все более популярным. Причины стандартные для сегодняшнего времени: максимальный охват моделей, круглосуточная возможность выбора, наличие доставки и возможность самовывоза. В период ограничительных мер из-за неблагоприятной эпидемиологической ситуации интернет-продажи также полностью себя оправдывают.



Механизм проверки целостности купленной в интернет-магазине сахарницы из хрупких материалов (керамика, фаянс, фарфор, стекло, хрусталь) ничем не отличается от механизма проверки любой другой посуды из аналогичных материалов. С этой точки зрения



(то есть проверкой перед оплатой) услугами доставки до двери пользоваться выгоднее, чем забирать посылку.

Магазины, торгующие сахарницами, должны периодически анализировать покупательские предпочтения и следовать веяниям моды, осуществляя закупки сахарниц будущего сезона. Это касается цветовой гаммы, формы, материала и объема. Да, действительно периодически спрос повышается на небольшие сахарницы – до 150-200 мл или, наоборот, крупные – 400-500 мл. Поскольку сахарницы покупают чаще всего как предмет украшения, постоянно присутствующий на столе, их выгоднее продавать в достойной привлекательной упаковке, на которой помимо технических характеристик можно публиковать исторические факты о различных моделях сахарниц или информацию о дизайнерах сахарниц.

Сегодня выбор сахарниц огромен, у магазинов есть все возможности для выбора и предложения востребованного товара.



Масленка для вашего стола

Масленка известна каждому. Именно в ней кусок масла весом от 150 до 250 г выкладывают на стол и хранят в холодильнике. Однако до сих пор многие потребители упускают ряд важных моментов при выборе этого столового аксессуара. К сожалению, и сотрудники торговых залов часто не в силах объяснить существенные потребительские качества материалов, из которых выполняют масленки, а также технические новшества, применяемые в этой посуде. Постараемся восполнить образовавшиеся пробелы и расширить кругозор продавцов-консультантов, стремящихся увеличить объемы продаж посудных изделий.

ОТ САМОГО ИСТОКА

Самая первая посуда для сливочного масла, увы, не дошла до наших дней. Она была выполнена из керамики и, говорят, однажды разбилась. Однако утрата не оказалась невосполнимой. Подобной утвари в ту пору хватало. Дело в том, что с появлением такого продукта, как масло из коровьего молока, возник вопрос о его хранении без холодильника. И традиционный горшочек (или молочная крынка) из обливной керамики оказался как нельзя кстати. Глина – превосходный теплоизолятор, не выделяющий каких бы то ни было токсинов и не вступающий в реакции с продуктами. Именно в керамической посуде изначально на Руси в домах хранили масло. А вот норвежские мореплаватели брали с собой в плавание масло в деревянных бочонках. Сервировочные масленки появились позже, когда столовому этикету стали уделять большее внимание (например, при приемах важных иностранных персон).

Сегодня масленки в своем большинстве являются предметом, украшающим стол. Масло хранят в холодильниках, теплоизолирующие свойства материала не несут определяющего значения. Масленки изготавливают из самых разнообразных материалов: стекла, фарфора, майолики, пластика, металла и даже дерева. При этом сегодня немало моделей, выполненных из комбинированных материалов, среди которых наиболее часто сочетаются: силикон, стекло, пластик, водостойкая древесная порода.



Масленка из **нержавеющей стали** весьма практична (не боится сколов, не пропускает ультрафиолет, не реагирует на контакт с ножом и иными металлическими инструментами), но при длительном контакте с маслом у последнего непременно появится металлический привкус. Так что долго держать масло внутри нержавеющей панциря нежелательно.

Стекло сегодня – один из самых популярных материалов для столовой посуды и масленок, в частности. Стекло может быть прозрачным и окрашенным; в любом случае речь идет о закаленном стекле, которое обладает высокой прочностью и не предрасположено к сколам.

Стеклокерамика – прекрасная альтернатива стеклу. Сегодня этот материал набирает популярность благодаря именитым брендам, предлагающим из него стильную и недорогую столовую посуду. Несмотря на то, что

ТАК ЛИ ВАЖЕН МАТЕРИАЛ?

Безусловно, материал определяет качество сохраняемого в нем продукта. Например, толстостенная керамика (майолика) способна сохранить масло от таяния в жаркий день и длительное время будет препятствовать порче масла. Стекло – обладает 100%-ной инертностью (не вступает в реакцию с пищей); масленка из стекла будет выглядеть современно и стильно, особенно при сочетании с нержавеющей сталью. **Пищевой пластик** – не дорогой синтетический и доступный материал. Но, как известно, пластиковая посуда (включая масленки) не рассчитана на долгий срок службы, поэтому требовать от пластика многого не приходится.



стеклокерамика тяжелее стекла, этот материал любят за его «устойчивость» и практичность (он так же как стекло инертен и не вступает в контакт с продуктами).

Кстати, посуду из стекла и стеклокерамики можно мыть в посудомоечной машине.

Фаянс – также неплохой материал для хранения сливочного масла. Фаянсовые масленки доступны по цене, а качество росписи на них может быть очень высоким. По своим свойствам фаянс очень близок к фарфору.

Масленка из керамики или майолики – древнейший вариант хранения сливочного масла. При этом керамика подходит только обливная, иначе масло будет проникать в поры не обливной поверхности и начнет в них портиться, вызывая порчу всего масла.

Фарфоровые масленки – это сегодня скорее элемент престижа и даже роскоши. Особенно если речь идет о дорогом костяном фарфоре, пропускающем свет. Впрочем, и твердые сорта белоснежного фарфора также не менее ценны. Все зависит от бренда и нанесенного рисунка, а также возможного украшения масленок, в том числе благородными металлами.

Сегодня среднестатистическому покупателю в первую очередь важен дизайн, а не материал и масленки в данном случае не исключение. Смелые или классические линии и формы привлекают внимание современных потребителей. Оригинальный или нестандартный дизайн также не ускользает от внимания посетителей магазинов. Поэтому **выбор материала происходит непременно на фоне формирования дизайнерских трендов, равно как и расцветка.**



Если говорить о столовых сервизах, то масленка часто входит в состав классического комплекта, поэтому отдельно ее выбирать не приходится.



ОСОБОЕ ЗНАЧЕНИЕ

Поскольку **масленка уже давно приобрела значение украшения при сервировке**, потребителям важно, чтобы ее наличие на столе было отмечено гостями. Следовательно, масленка должна выделяться среди других столовых предметов, даже если она выполнена в едином стиле с остальной посудой. На стол масленку, как правило, ставят открытой. Это жест гостеприимства и щедрости хозяев.



Деревянная масленка вполне уместна и в наше время. Среди преимуществ – природный материал и его способность сдерживать развитие бактерий, поскольку многие породы, например такие, как дуб, обладают антибактериальным эффектом. Бамбук, формально являющийся травой (со всеми свойствами древесины), также препятствует размножению бактерий и, кроме того, прекрасно переносит контакт с влагой и жиром (не деформируется, не растрескивается), поэтому масленки из него рассчитаны на длительный срок службы.



Достоинства и недостатки различных материалов, используемых для изготовления масленок

Материал	Достоинства	Недостатки
Стекло	Не контактирует с продуктами, не требует особого ухода, доступно большинству потребителей, предназначено для мытья в посудомоечной машине	В очень редких случаях бьется с образованием осколков
Фарфор	Символ вкуса и достатка, традиционное украшение стола	Хрупкость, высокая цена
Фаянс	Доступность, популярность	Хрупкость
Майолика	Аутентичный стиль, хорошие теплоизолирующие свойства, невысокая цена	Хрупкость
Нержавеющая сталь	Практичность, простота ухода, мытье в посудомоечной машине	Высокая цена, некоторые марки нержавеющей стали способны «делиться» металлическим вкусом при длительном соприкосновении с продуктами
Дерево	Особый стиль, часто антибактериальные свойства, высокая степень теплоизоляции	Стоимость выше среднего уровня, вероятность растрескивания или деформации, тщательный уход

НЮАНСЫ ВЫБОРА

При выборе масленки нужно учитывать средний срок хранения в ней масла. Дело в том, что сливочное (коровье) масло относится к группе скоропортящихся продуктов, легко впитывающих посторонний запах. Поэтому для хранения масла важна не только температура в диапазоне 4-5 °С, но и отсутствие солнечных лучей, а также минимальный контакт с воздушной средой. Поэтому желательно, чтобы крышка масленки была непрозрачной и максимально близко прилежала к кусочку масла, находящемуся под ней.



Традиционно в древних культурах масло ассоциировалось с солнцем, поэтому данный продукт вносил в быт сакральный смысл. К месту его хранения относились с почтением и бережливостью. Не случайно простые люди предпочитали расписные масленки, а знатные особы пользовались масленками, выполненными из тонкостенного фарфора с различными украшениями. Сегодня масло перешло из разряда дефицитного ассортимента в общедоступный пищевой продукт, поэтому масленки приняли не столько изысканный, сколько практичный вид. В основном это емкости правильной геометрической формы, часто в виде прямоугольного судочка, состоящие из двух частей – поддона с углублением и крышечки. Такое изделие не занимает много места на столе и на полке холодильника.



Перед выкладкой в масленку свежего кусочка масла емкость необходимо тщательно промыть. Наиболее удобным и гигиеничным материалом в этом случае будет закаленное стекло, известное своим «нейтральным отношением» ко всему, с чем контактирует. Сегодня на рынке представлено немало масленок из полупрозрачного темного стекла или же совсем непрозрачного. Так что вопрос с защитой от солнца (ультрафиолета) можно считать решенным. На втором месте по качественному хранению масла будут изделия из майолики, фарфора и фаянса. Их недостатком можно назвать хрупкость, которая отсутствует у масленок



из нержавеющей стали. Подвержены сколам и растрескиванию и масленки из пластика, изначально не рассчитанные на долгий срок эксплуатации, но подкупающие своим дизайном и дешевизной.



ОСОБЕННЫЕ МАСЛЕНКИ

В век технического прогресса странно было бы не увидеть масленку, не наделенную особыми качествами. И действительно, сегодня получают популярность **масленки с охлаждающим элементом, дозатором**, а также **масленки с функцией поддержки определенной температуры**.



Охлаждающий элемент, предварительно замороженный в морозильной камере, помещается в дно масленки. Таким образом, масло долго не тает и сохраняет свежесть.

Что касается масленок с дозатором, то они могут быть строго порционные (одно нажатие – одна порция), а могут просто отмерять желаемые порции по принципу выдавливания из шприца. И в первом, и во втором случаях используют нетвердое масло. Стоит отметить, что нередко в дозаторах скапливаются остатки масла, что нарушает экономию ценного продукта.

Поддержка температуры в масленке подразумевает использование аккумулятора, подзаряжаемого от сети (в частности, с помощью USB-кабеля) или батареек. При этом охлаждающий элемент не обеспечивает такого охлаждения, как холодильник, но в некоторых случаях этого достаточно. К сожалению, последнее из описанных новшеств пока не получило широкого распространения (конструкция, кстати, занимает гораздо больше места, чем классическая масленка), возможно данная опция не имеет для потребителя определяющего значения.



И О ПРОДАЖАХ...

На сегодняшний день не приходится наблюдать роста продаж масленок, впрочем, как и ряда других узкоспециализированных предметов посуды. Почему? Ответ прост. Для их продвижения нет отдельного предложения. Масленка воспринимается большинством покупателей, как обычный предмет, который ставят на стол к обеду, а сливочное масло покупали и будут покупать, возможно даже еще больше, чем в ушедшем году.

Изменить отношение к масленке можно только путем привлечения внимания потенциальных покупателей к этому столовому аксессуару. И здесь, как и в других случаях, необходима планомерная работа по информированию потребителей путем визуальных демонстраций применения масленок в современном обществе.

Кстати, масленки могут прекрасно использоваться для хранения сыра, колбасы, творога и многих других продуктов, не требующих дополнительного приготовления или разогрева.

Увы, **информации о способах применения и важности правильного хранения масла в современных домашних условиях явно недостаточно**. И именно на этом стоит заострить свое внимание продавцам.

Что касается будущих покупателей, то им стоит задуматься о материале и дизайне масленки, которой будут пользоваться все члены семьи. После этого заказать масленку на сайте интернет-магазина или приобрести ее в точке розничных продаж.



Подарки. Что, когда и как?

Сегодня, когда новогодние праздники еще свежи в памяти, а впереди 23 Февраля и 8 Марта, как никогда становится актуальным вопрос подарков. Ведь все, что хотелось, уже подарено и получено, и снова мы размышляем, как порадовать близких, друзей и коллег.

Посуда во все времена была подарком не только красивым, но полезным и нужным и на кухне, и в столовой. А сейчас, когда мода меняется быстро, в том числе и в дизайне посуды, такой подарок всегда будет актуален. Главное в подарке – чтобы он радовал получателя. Выбирайте посуду в соответствии со вкусом и пристрастиями человека, к которому идете в гости. Для этого не лишним будет узнать о нем побольше. И обязательно учитывайте повод и масштаб праздника.

МАТЕРИАЛ

Из какого материала будет посуда – выбирать вам. Это может быть недорогое стекло на каждый день, роскошный хрусталь для торжественных случаев или фарфор самого разного уровня для сервировки будничных ужинов или праздничных обедов. Все зависит от вашей фантазии и желания потратиться, а также повода и степени близости к человеку, которому предназначен подарок.



Сервировка стола – маленький шедевр, который хозяйка с любовью создает, используя различную посуду. Оригинальные изделия для сервировки всегда пригодятся. Важно, чтобы они были универсальными и сочетались с декором в доме. Если вы не уверены, что цвет подойдет к интерьеру, – дарите белый классический фарфор или стекло. За редким исключением они сочетаются с любым стилем.

Можно преподнести **этажерки для закусок, десертов и фруктов**. Полезная вещь, украшающая стол и помогающая экономить место. Оптимальный вариант – три яруса.



Также прекрасно подойдут в качестве подарка **блюдо для оливок**, а также другие сервировочные мелочи. Недорогой подарок для тех, у кого есть все необходимое из посуды. Выбирайте оригинальное блюдо с вилочками в комплекте. Чаще всего эти предметы украшены декором в виде оливок или оливковой веточки. Они украсят любое застолье и разнообразят закуску.

Обратите внимание **на мармит с подогревом**. Мармит – это специальная емкость, которая фактически является паровой баней. Под контейнером, в который вы поместили блюдо, находится нагревательный элемент – свеча или спиртовка – он поддерживает необходимую температуру, чтобы держать блюдо на столе теплым. Марка Bekker



выпускает на рынок мармит со свечами по цене около 2080 руб. Компания Fissman предлагает емкость из хромированной стали по стоимости 4000 руб. за изделие. Настольный мармит выглядит эффектно, делает даже будничный обед праздничным, очень удобен и полезен. С ним горячие блюда останутся теплыми долгое время. Узнайте, нет ли подобной полезной посуды у получателя, и смело дарите.

ПОСУДА ДЛЯ НАПИТКОВ

В этом сегменте тоже можно найти оригинальные предметы, которые впишутся в имеющиеся комплекты. В продаже можно найти и большие наборы, и поштучно подобрать именно то, что вам хочется (дарить лучше парами). У бокалов и чашек есть один минус – они часто разбиваются, поэтому не бойтесь, что набор не пригодится. Дарить можно как праздничные, так и повседневные стаканы, последние бьются чаще. Можно сделать традицией дарить частями сервиз или изысканной красоты фужеры: каждый год по несколько предметов. Идеально парами. Получается и общность действия, и забота, и внимание. Для мужчин подойдут штофы, графины и различные емкости для крепких напитков, а также стаканы под виски и фужеры для коньяка. Но здесь тоже не лишним будет узнать, какое стекло понравится, мужчины в этом вопросе гораздо капризнее женщин. Цены на этот вид изделий варьируются от 500 руб. за единицу товара до 12 000 за наборы из хрустала.



АКСЕССУАРЫ ДЛЯ ЧАЙНОЙ ЦЕРЕМОНИИ

Традиции чайной церемонии разные в зависимости от страны, обычаев и устоев. Дарить можно все, начиная от изысканных европейских чашек и заканчивая экзотическими наборами. Единственное правило: надо знать традиции в семье одаряемого и какой чай предпочитает человек, которому предназначен подарок. От этого будет зависеть вид и набор предметов: тарелочка с вилкой для лимона или молочник, а может, это будут пиалы для зеленого чая.

Что касается кофейных сервизов – сейчас мало кто пользуется кофейником и маленькими чашками, и, если вы не уверены, что они пригодятся, лучше сделать выбор в пользу чайного набора.

Для милых сувениров подойдут силиконовый коврик для раскатки теста и выпечки, прихватки для горячего из силикона, маленькие терки для чеснока и сыра, шприц для маринования мяса. На полках розничных магазинов можно найти много интересных кухонных гаджетов, которые помогут в приготовлении блюд или стильно украсят их.

УПАКОВКА

Любой, даже самый маленький подарок, должен быть красиво упакован. Для этой цели вполне подойдет коробочка, пусть неброская в пастельных или темных тонах, возможно с бантом.



НЕСКОЛЬКО ОБЩИХ ПРАВИЛ ВЫБОРА ПОДАРКА

Правила выбора не так сложны, как может показаться на первый взгляд, но могут избавить вас от неловких моментов и конфузов.

- Покупайте подарок заранее, с учетом возраста, вкусов, интересов, пристрастий того, кому вы его готовите. Выбор подарка во многом зависит от характера ваших отношений с тем, кому вы собираетесь его преподнести.
- Уважайте религиозные чувства и суеверия. Не стоит дарить бокалы для вина тем, кто по религиозным канонам его не пьет.
- Не рекомендуется дарить подарки с назидательной целью.
- Нужно знать меру и учитывать не только свое изысканное чувство юмора, но и особенности того, кому вы дарите подарок.
- Руководителю лучше не дарить индивидуальных подарков, а сделать презент от всего коллектива.
- Коллегам можно подарить небольшие сувениры, если в коллективе принято обмениваться подарками. В противном случае можете увидеть смущение человека, который оказался не готов к обмену подарками, или обязать его к ответному действию.
- Учитывайте финансовую сторону, не дарите слишком дорогие подарки тем, кто не может себе позволить такой уровень трат. Вы поставите человека в неловкое положение.

КАК ДАРИТЬ?

- Не вручайте подарок в прихожей, при входе дарят только цветы.
- Преподнесите подарок, скажите несколько теплых слов.
- Не стоит рассказывать, как тяжело было выбрать и найти вещь и как дорого (или не очень) она вам обошлась.

КАК ПРИНИМАТЬ?

- Раскройте подарок, если есть такая возможность, и поблагодарите. Если сразу открыть не получится – просто выразите признательность. Но после того, как откроете, обязательно напишите слова благодарности.
- Не сравнивайте подаренные вещи между собой.
- Складывайте подарки в одно место или сразу уносите, не расставляйте впопыхах. Так вы не определите приоритеты в спешке, невольно выделяя одни дары перед другими.
- Если вам подарили не то, что хотелось, – все равно искренне скажите «спасибо», ведь человек старался и не виноват, что вам не понравилось.

Может показаться, что все это требует времени и сил, которых зачастую не хватает в нашей динамичной жизни. Но ведь от подарка удовольствие получают обе стороны, и в этом его смысл. Как часто мы пользуемся недорогими бокалами, выбранными с душой и фантазией, в то время как дорогие сервизы пылятся на полках.

Татьяна Рожкова, Преподаватель этикета



Новая посуда для дома

Компания **Pasabahce** уже много лет специализируется на производстве стеклянной посуды для дома. Изделия устойчивы к воздействию высоких температур и производятся как автоматически, так и вручную. Каждый год компания совершенствуется, а продукция в точности соответствует установленным европейским стандартам качества. Российское производство посуды (ООО «Посуда», Нижний Новгород) ежегодно выводит на рынок интересные и необычные позиции. Весной 2022 года на прилавки магазинов поступит питьевая серия Marmelade: 2 стакана и кружка с оригинальным дизайном. Серия необычна, она выдержит испытание в любой сервировке дома и на даче. Скоро серия будет доступна российскому потребителю, красивая упаковка с окошком решит проблемы с подарком, а для поштучной продажи подойдет упаковка по 12 единиц серии.



www.pasabahce.com/ru

Умная система хранения

PantryChic Smart Storage System – это система интеллектуального хранения, которая позволяет не только сохранять пищевые ингредиенты, но и взвешивать их, а также отмерять необходимые порции для приготовления различных блюд. Помимо этого такая система обладает целым рядом рецептов, по которым можно удаленно (с помощью Chefling®) приготовить обед или ужин. Настоящая фантастика!

www.pantrychic.com



Изысканность и наслаждение

Декантер от **RBT by Rabbit** привнесет в вашу жизнь незабываемые минуты наслаждения. Изделие премиум-класса выполнено из стекла с основанием из ясеня. Дизайнерский акцент подчеркивают также элементы из нержавеющей стали с латунным оттенком. Микроперфорированное ситечко удаляет примеси и осадки, создавая эффект водопада при аэрации вина.

www.lifetimebrands.com

Просто удобный чайник!

Электрический беспроводный чайник **Mia** от бренда **Chantal** выполнен для тех, кто предпочитает изящное исполнение чаепития. Не случайно носик и ручка чайника исполнены в классических традициях. Разбрызгивание кипятка исключено, а рука не устает держать такой кухонный прибор. Закипание воды происходит быстро, поскольку объем рассчитан на 4 чашки. При этом внутренняя колба выполнена из высококачественной пищевой нержавеющей стали и вода не соприкасается с пластиковыми элементами. Гарантия на чайник составляет 1 год.

www.chantal.com



Новый бренд – Dorrio

В ассортименте компании «Комплекс-Бар» представлен новый бренд кофейных аксессуаров – Dorrio. Это профессиональная линейка посуды и аксессуаров для приготовления и сервировки кофейных напитков. Кроме аксессуаров в ней представлено специализированное кофейное оборудование, необходимое в работе бариста.

www.complexbar.ru



Блок для ножей

Универсальные блоки **NADOBA Rafa** – идеальное хранилище для ножей. Вставка из пластиковых волокон позволяет с комфортом разместить ножи в любом порядке и количестве. При таком способе хранения лезвия очень долго держат заточку. Вставку легко вынуть и помыть, что обеспечивает полную гигиеничность.

Блоки изготовлены из высококачественного пластика, устойчивого к воздействию влаги, солнечных лучей и агрессивных сред. Материал абсолютно безопасен, долговечен и обладает превосходными антибактериальными свойствами.

В серию входят блоки трех актуальных цветов – черный, серый и белый, которые будут отлично смотреться на любой кухне.

www.nadoba.eu



С ланч-боксом по жизни!

Компания «Бытпласт» представила новые ланч-боксы «Пластикка» для детей и взрослых. Изделия имеют эргономичную форму без острых углов и герметичную крышку с надежным замком. Компактные, но вместительные новинки изготовлены из безопасного полипропилена, производятся в разных цветах с объемной гравировкой в виде милых животных на крышке. Яркие декоры нанесены с помощью технологии вплавляемой этикетки (IML).

www.bytplast.ru



«Малышарикам» дорогу!

Разнообразить завтрак малышей поможет новинка от бренда **VICTORIA** – оладница «Малышарики». Литой алюминиевый корпус оснащен трехслойным антипригарным покрытием. Изделие подходит для всех типов плит, кроме индукционных.

www.victory.by



Высушено без бактерий!

Сушка для посуды **Stone™** от бренда **Madesmart** сочетает в себе такие качества, как эргономичность и антибактериальный эффект. Благодаря особому дизайну изделие способно быстро высушить посуду, а за счет специального антибактериального покрытия предотвратить размножение бактерий, которые предпочитают размножаться во влажной среде.

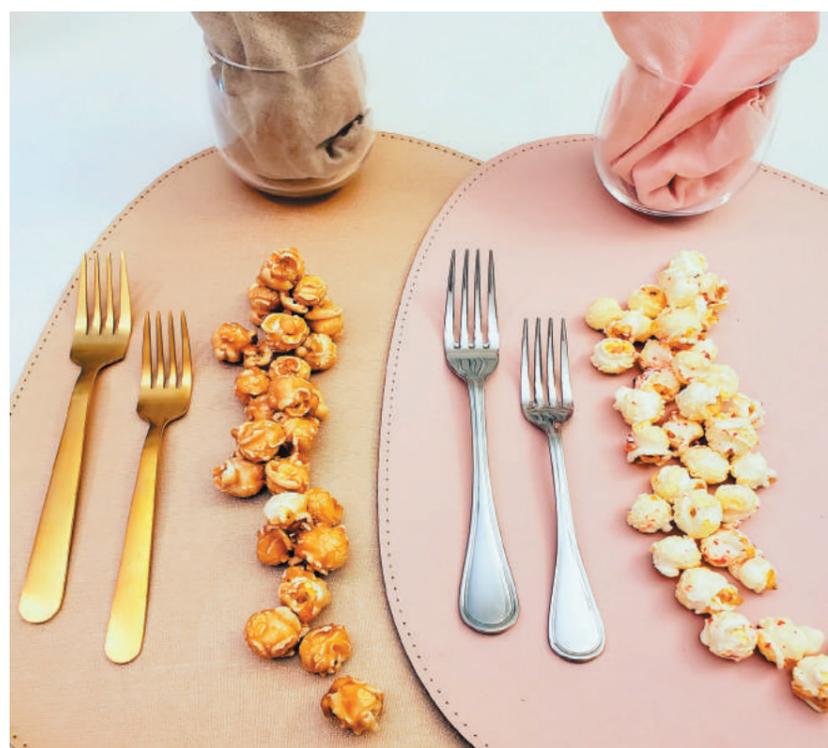
www.madesmart.com



Без отрыва от кулинарного шоу!

Разделочная доска **Dexas Prep** от **Dexas International** выполнена из акации и обладает неоспоримыми преимуществами. Изделие имеет желобок и носик для слива пищевого сока, а также пазы для установки мобильных гаджетов (например, смартфона и планшета), которые удобно просматривать, не отрываясь от нарезки ингредиентов.

www.dexas.com



Новый Bauhaus-Nordic

Bauhaus-Nordic от **ViaDecoHome** – это многоразовые антибактериальные салфетки, изготовленные из гибкого материала и отвечающие требованиям современного дизайна. Обеспечивая санитарную защиту, они будут прекрасным дополнением любому дизайну как в сегменте HoReCa, так и дома. Салфетки легко моются, не оставляя на себе традиционных пятен.

www.viadecohome.com



Сок, который всегда с тобой!

Одной из последних новинок от **Henry Wang Travel Mug Manufactory** стала чашка-соковыжималка **Juicer Cup**, способная отжимать сок из мягких фруктов и овощей, включая citrusовые. Компактность прибора позволяет использовать его в любом месте, в частности в дороге. Электродвигатель устройства работает от аккумулятора, который заряжается от стандартной электросети (при помощи адаптера). Функциональная и эргономичная конструкция достойна всяческих похвал, ее корпус выполнен из экологически безопасного материала, не содержащего BPA.

www.henrywangmugs.com

Одно нажатие кнопки – и гарнир готов!

Компактная рисоварка от **Cookware** – привлекает своим удобством, простотой и многофункциональностью. Ей под силу приготовить не только рис, но и овсяные хлопья, а также иные злаки. При этом результат всегда будет великолепный. Нужно лишь только нажать кнопку!

www.cookware-co.com



Скороварка всегда в моде

Скороварка **Hamilton** существенно экономит время и не только. Супы и мясо получаются в ней особенные. Впрочем, лучше один раз попробовать, чем делать выводы со слов других.

www.hamiltonbeach.com

Сочность в каждом кусочке!

Ручная соковыжималка от **Prepara** позволяет отжать желанный сок даже из самого маленького кусочка! Так, большой отсек неплохо справляется с лимонами, а маленький – с лаймами.

www.prepara.com



И чаша превращается... в элегантный миксер!

Специальные чаши для смешивания различных ингредиентов от **Henry Wang Mugs** практически выполняют функцию полноценного миксера. А их портативность и современный дизайн не оставят равнодушным даже искушенного потребителя.

www.henrywangmugs.com



Горница®

Бриллиант
серия



интернет-магазин

www.gornitsa.com

8-800-201-43-01

Производитель ООО «Горница»

Россия, г. Армавир ☎ 8 (861) 375 56 06