

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2020-2

**Wilmax**
ENGLAND

**Thermo
Glass**
collection

Выставки

Дистрибьюторы

Производители

**Ситуация
на рынке**

**Анализ и
прогноз**

Маркетинг

Дизайн





КУВШИНЫ
THERMOGLASS

HEALTHY LIFE



pasabahce.ru

 / pasabahceglobal

 @pasabahcerussia



ORGANIC – МОДНАЯ СЕРВИР ОВКА В ЭКОСТИЛЕ


WALMER

ЭКЗОТИЧЕСКАЯ ДРЕВЕСИНА С УНИКАЛЬНЫМИ СВОЙСТВАМИ

Organic – это коллекция посуды из цельного массива филиппинской акации – красивой, прочной древесины, имеющей уникальную устойчивость к воздействию влаги.

УСТОЙЧИВОСТЬ К ВЛАГЕ

Посуду WALMER из цельного массива филиппинской акации можно использовать не только для сухих продуктов, но и для подачи к столу салата или даже супа! Древесина акации сама по себе устойчива к воздействию влаги, но помимо этого посуда Organic защищена специальным покрытием, исключающим проникновение влаги в древесину. Покрытие безопасно, предназначено для пищевых поверхностей и не выделяет вредных веществ при контакте с пищей.

РУЧНАЯ РАБОТА

Каждый предмет WALMER Organic вручную вырезан из цельного куска акации. Нередко подобную посуду делают из проклеенных фрагментов дерева, которые вскоре растрескиваются по склейке. Посуда Organic лишена этого недостатка, цельный корпус никогда не растрескается.

ШИРОКАЯ ЛИНЕЙКА

В коллекцию входят сервировочные блюда различных форм и размеров, менажницы, миски и держатель для бумажных полотенец. Всего 15 различных наименований посуды. С их помощью можно полностью сервировать стол в едином стиле.

МОДНО!

Экостиль уже многие годы является самым модным и популярным направлением в интерьере. Природные материалы и натуральные цвета как никогда актуальны. Посуда из дерева – модная деталь для трендовой сервировки.

<https://walmer-cookware.com>
 walmer_cookware

Обложка предоставлена
компанией Wilmax

2020-2

10 Слово редактора

12 Новости

52 Дистрибьюторы
Достоинства мировых брендов



Выставки

36 Таблица выставок

38 В крепких руках бизнеса

40 Тенденции Ambiente 2020

54 Производители
Teflon™ the Nonstick Brand



44 WILMAX. Новинки 2020

46 Тренд Russia – Belorussia – Ukraine

48 Алматинская площадка: развитие налицо

56 Ситуация на рынке
Китайский синдром в действии.
Чего ожидать?

tescoma®



ООО «Интес» –
официальный
дистрибьютор Tescoma

г. Москва,
ул. Адмирала Корнилова, 61,
+7 (495) 53-200-53
info@tescoma.com.ru
www.tescoma.com





Подписка-2020

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.



*Эмалированная посуда ТМ Appetite
Готовить - значит творить!*





**НОВЫЙ 2020 ГОД
ВЕСЕЛИТСЯ ПО-КИТАЙСКИ!**

Первый квартал 2020 года уже успел дать жару! Если раньше все говорили о негативном влиянии санкций на экономику, то теперь, когда многие компании начали приспосабливаться к действующей ситуации, появился коронавирус (COVID-19), пришедший из китайского города Ухань. Новое слово и новые решения!

Слово «КРИЗИС», написанное по-китайски, состоит из двух иероглифов: один означает «опасность», другой – «благоприятная возможность».

В январе текущего года достаточно успешно прошла выставка НОМІ. Она выступала с новой концепцией подхода к оформлению около- и внутридомового пространства. На выставочной площадке было показано немало интересных проектов, трендов и тенденций. Перед представителями рынка открылись перспективы дальнейшего развития.

Сменившая НОМІ февральская международная выставка Ambiente, увы, оказалась последней состоявшейся выставкой подобного масштаба, коронавирус охватывал все большие территории. Китайским компаниям запретили въезжать в Европу, а сетевым байерам не разрешили выезжать за пределы своих стран из-за страха заразиться. Логистическая цепочка оказалась нарушенной, произошел сбой системы торговых взаимоотношений. Но даже при таком неоптимистичном развитии событий было понятно, что рынок способен развиваться, и лишь форс-мажорное обстоятельство стало препятствием для дальнейшего укрепления партнерских взаимоотношений.

В начале марта пришло сообщение о закрытии крупнейшей чикагской выставки The Inspired Home Show. К этому стоит относиться с пониманием. Через год, при условии устранения неблагоприятной эпидемиологической ситуации, выставка продолжит свою работу. И, хочется верить, ее связь с представителями российского бизнеса укрепится.

«Распространение коронавируса гораздо больше влияет на экономику, потому что это касается целого ряда отраслей, таких как перевозки, туризм, торговля», – сообщают аналитики РИА Новости. Тревожные показатели стремительного распространения заразы привели к жесткой изоляции в мировом масштабе.

Произошедший недавно обвал рубля, падение мировых индексов на открытых торгах – усугубили и без того негативную картину текущего квартала.

Смогут ли компании пережить череду катаклизмов, будет во многом зависеть от проводимой маркетинговой и финансовой политики. Нам уже доводилось пережить не один кризис. Достаточно вспомнить 2008 или 2014 годы. Значит, и этот, будем надеяться, нам по силам.

Помните: кризис наступает, когда люди начинают верить, что завтра будет хуже, чем вчера. Замените слово «разруха», смысл которого объясняет профессор Преображенский в известном романе Булгакова, на слово «кризис», и получится четкое понимание причин многих неудач, в том числе руководителей компаний, которые не способны взять ответственность на себя.

До долгожданной встречи на страницах издания!

С наилучшими пожеланиями, главный редактор журнала «Посуда»

Ковшова

Ковшова Татьяна

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
pochtaposuda@mail.ru
www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере:

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

Ситуация на рынке

РОЗНИЦА

Мерчандайзинг по-русски

РЕКЛАМА

Продвижение товара

ТЕХНОЛОГИЯ ЦВЕТА PFLUON NON-STICK COATING



Компания PFLUON
New Materials LTD.,
Максим Фукалов
+7(968)97-55-33-9
Maksim.fukalov@pflulon.ru

Современные технологии не только поддерживают активное развитие науки, но и также оказывают значительное влияние на дизайн окружающих нас предметов. Новая технология цвета PFLUON™ объединяет в антипригарном покрытии современные материалы и яркие цвета пигментов, это еще один прекрасный пример гармоничной связи дизайна и новых технологий.

Для тех, кто одержим новыми идеями в дизайне кухонной посуды, мы приготовили серию новых оттенков, в которой вы сможете найти такие близкие к нашему восприятию цвета, как, например, цвет солнечного заката и цвет осенней листвы. Мы нашли индивидуальные яркие оттенки, каждый из которых показывает свой собственный потенциал. Правильно подобранный цвет – это один из основных составляющих удовольствия от использования посуды в быту, поэтому команда PFLUON представляет вам новую технологию цвета в сериях покрытий COOKMARK™, CORROSINO™ и CONSTANT™.



Новая серия посуды от NADOBA

Компания NADOBA предлагает вашему вниманию новую серию наплитной посуды Karla.

В непогоду так хочется зарядиться энергией летних красок... NADOBA приготовила подарок: кастрюли, ручки которых удивительно напоминают маковые лепестки! Такая посуда создаст позитивное настроение не только в праздник.

Посуда сделана добротно, подходит для всех типов плит, включая индукционные. Материал – известная хромоникелевая сталь 18/10, не вступающая в реакцию с пищей и моющими средствами, а значит, не придающая посторонних привкусов.

Кастрюли и ковш имеют толстые стенки и трехслойное капсульное дно с прослойкой из алюминия, что способствует быстрому и равномерному нагреву, сохранению и распределению тепла. В результате еда не пригорает, а время готовки сокращается. Именно так польза и вкус продуктов будут максимально сохранены.

Ручки изделий прочно приварены: не оторвутся в самый неподходящий момент и за ними легко ухаживать. Они не нагреваются, а покрытие soft-touch предотвращает их выскальзывание. В комплекте с изделиями идут прозрачные крышки из термостойкого стекла, через которые удобно отследить процесс закипания. На стенках посуды есть мерная шкала для жидкостей.

Размеры кастрюль самые нужные на кухне. В большой, объемом 6,3 л, можно сварить летнее варенье или говяжьи языки. Кастрюля 3,5 л идеальна для супа, а в самой маленькой легко готовить ужин каждый день. В ковше можно вскипятить бульон для соуса. Одним словом, универсальный набор.



www.nadoba.eu

Новинка от Regent Inox

Торговая марка Regent Inox представила новую линию алюминиевой посуды **Monti** с антипригарным покрытием. В серию вошли сковороды диаметром от 20 до 28 см, а также блинница и квадратная сковорода-гриль 28 см. Толщина дна изделий – 3,6 мм. Бакелитовая ручка с покрытием soft-touch. Посуда подходит для приготовления пищи на индукционных плитах.



www.regentinox.ru

Освежающая сервировка с LIND DNA

Датский бренд LIND DNA представил новый цвет в линейке сервировочных салфеток из переработанной кожи – **Forest Green**. Освежающий зеленый цвет доступен в трех формах: Leaf, Curve и Square.

www.linddna.com



NADOBA
kitchenware & tableware



Термосы Alba

Благодаря двойным стенкам с вакуумной изоляцией термосы серии Alba могут сохранять температуру напитков в течение длительного времени: горячих – до 12 часов, холодных – до 24 часов. Корпус изделий выполнен из высококачественной нержавеющей стали, что придает им особую прочность и гарантирует долгий срок службы.



WALMER IRON-BLACK – формы из жаропрочной керамики

Новинка английского бренда WALMER – стильные формы для запекания, изготовленные из жаропрочной керамики, выдерживают температуру от -20 до +250 °С. Для любителей запекания это настоящая находка, ведь толщина стенок и дна обеспечивают оптимальный нагрев в процессе приготовления. Блюда в них получаются необыкновенно вкусными!

Формы устойчивы к термошоку. На практике это значит, что посуду с приготовленным блюдом прямо из холодильника можно поставить в духовку, разогретую до 160 °С, не боясь, что форма треснет.

Внутренняя и внешняя поверхности форм покрыты устойчивой к механическим воздействиям глазурью с фактурой чугуна. Благодаря этому покрытию допустимо использование ножа и металлической лопатки при приготовлении и нарезании блюда в форме.

В коллекции есть как маленькие порционные формы, так и большие, в которых можно приготовить рагу на всю семью или запечь птицу.

<https://walmer-cookware.com>



Серия «Времена года»

Производитель эмалированной посуды ООО «Эмаль» выпустил сферические кастрюли новой формы с деколью «Времена года». В составе набора – кастрюли объемом 2; 3 и 4 л.

www.emal-mmk.ru

Освежающая Valencia

Торговая марка Lenox выпустила новую коллекцию барного стекла Valencia. Простые, гладкие контуры и спокойные оттенки освежат классическую эстетику в сервировке стола.

www.lenox.com



Pasabahce лидирует



Pasabahce Napa

На создание романтической атмосферы Вашего ужина влияет не только настроение, но и красивая подача блюд, особенные рецепты и тонкая сервировка. Особенное значение уделяется фужерам для вина или шампанского. Бокалы создают настроение, максимально точно раскрывают напиток и позволяют добиться идеального гастрономического вкуса. Стильные изящные бокалы коллекции Napa с холодным срезом – технология, которая позволяет добиться деликатного среза края бокала – придадут сервировке аристократизм и утонченность. Коллекция произведена в Турции, доступна для отгрузок как из России, так из Турции

www.pasabahce.com/ru



Кухонные помощники от Stoneline

Торговая марка Stoneline выпустила набор кухонных принадлежностей Nature. В наборе – восемь предметов, размещенных на подставке.

www.stoneline24.ru

Космическая новинка в компании Samura

Компания Samura представила новую серию ножей Meteora. Лезвие из стали AUS-10 с конвексной заточкой сводит к минимуму сопротивление при нарезке и надолго сохраняет остроту. Продуманная геометрия клинка не позволяет продуктам прилипнуть к лезвию. Ручная ковка придает ножам поистине уникальный вид. В линейке представлены 5 видов ножей: универсальный, слайсер, европейский шеф-нож, сантоку и накири.

www.samura.ru



Компактная нарезка с Joseph Joseph

На выставке **The Inspired Home Show** бренд Joseph Joseph представил новый набор для приготовления салатов. В него входят чаши и четыре сменных диска для нарезки овощей, в том числе в форме спирали. Все аксессуары компактно складываются вместе в основной чаше. Планируется, что набор будет доступен этой осенью.

www.homeworldbusiness.com



«Весенняя» серия сковород от TM BIOL

TM BIOL представила новинку – лимитированную серию сковород «Весна». Сковороды изготовлены из алюминия с антипригарным покрытием. Подходят для всех типов плит, кроме индукционной. Высота бортиков – 6 см, диаметр – 26 см. Ручка с покрытием soft-touch приятна на ощупь и удобна в руке. В серии представлено 6 вариантов цветов внешнего покрытия.

www.biol.com.ua

Новые коллекции от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил три новые коллекции:

- «**Цветы и ягоды России**» – чайный сервиз и чайные пары декорированы ботаническими композициями и золотой отводкой;
- «**Готика**» – для создания этого чайного сервиза источником вдохновения стал «готический» сервиз, созданный на предприятии в 1831 году для Зимнего дворца. Новинка рассчитана на 6 персон и состоит из 14 предметов;
- «**Движение**» – супрематическая коллекция современного художника Веры Бакастовой подойдет любителям абстрактной геометрии.

www.ipm.ru



Кружки на подставке от Nouvelle Home

Компания **ENS-Group** пополнила ассортимент кружек торговой марки Nouvelle Home. Новинки представлены отдельными предметами и наборами из 6 кружек на подставке. Кружки изготовлены из фарфора, поставляются в подарочной упаковке.

www.ens-group.com



Потребители в 2020 году: 5 трендов

Исследовательская компания NPD Group (США) назвала 5 основных трендов потребления, следуя которым игроки рынка смогут успешно адаптироваться в изменяющихся условиях нового десятилетия.

1. Новая жизнь старым вещам. Потребители активно ищут продукты в стиле ретро. По мере развития этой тенденции розничные продавцы и бренды должны искать новые способы извлечения выгоды из старых разработок, черпая вдохновение в дизайне своих прошлых продуктов.
2. Популярность промоакций продолжит расти. Поскольку скидки становятся нормой, потребители будут ожидать их в долгосрочной перспективе. «Вы должны быть одним из самых несчастливых людей в Америке, если в эти дни вы платите полную цену за что-либо», – отметил главный советник по промышленности Маршал Коэн (Marshal Cohen) в недавней статье в New York Times. Он также добавил, что ретейлеры и бренды должны научиться ответственно использовать рекламные цены и не позволять им поглощать свою отрасль.
3. Людей волнует экология. Призыв к бизнесу активно рассматривать экологичные решения проблем производства будет звучать все чаще. Это безусловно скажется и на потребительских предпочтениях.
4. Потребность в удобстве прежде всего! Потребители будут искать предложения умных решений для кухни, продуктов и услуг, экономящих время, облегчающих процесс приготовления пищи, уборки и т.д.
5. Перепродажа и аренда бросают вызов традиционной розничной модели. Эксперты ожидают рост розничных моделей, которые используют перепродажу и аренду, предлагая покупателям дополнительные возможности для взаимодействия с продуктами, которые им нравятся.

По материалам www.npd.com

Лиможский фарфор с оригинальным рисунком

Оригинальные рисунки художника **Balthazar** легли в основу коллекции французского дизайн-бюро **Extranorm**. Коллекция включает 6 различных десертных тарелок и сервировочное блюдо диаметром 42 см. Посуда изготовлена из лиможского фарфора.

www.extranorm.com



Новинки от Villeroy & Boch

Компания Villeroy & Boch анонсировала новинки 2020 года, который посвящен шедеврам дизайна.

Асимметричность форм новой коллекции **NEWMOON** вдохновлена фазами Луны. Четкие линии сочетаются с необычным внешним видом и фактурой. В коллекцию вошли фарфор, столовые приборы и бокалы.

Коллекцию **MANUFACTURE ROCK & ROCK BLANC** дополнили чашки, соусницы, а также прямоугольные и сервировочные тарелки.

Каждый бокал премиум-коллекции **NEWWAVE STARS** представляет один из двенадцати знаков Зодиака и украшен благородным декором с золотым мерцанием на темно-синем фоне.

Новая стильная коллекция **MONUM** располагает к изысканному отдыху. Современный скульптурный язык форм придаст индивидуальность и спокойствие каждому мгновению.

Коллекция **IT'S MY MATCH** пополнилась формами в одном цвете Mineral. Идеальный оттенок цвета для создания непринужденного стиля – как для позднего завтрака, так и для дружеской вечеринки.



www.villeroy-boch.ru



«Розы и пионы» от компании «Эмаль»

Компания «Эмаль» представила новинку – набор эмалированной посуды цилиндрической формы «Розы и пионы». В набор вошли кастрюли объемом 2, 3 и 4 л, а также чайник объемом 3,5 л. Изделия поставляются в наборе и отдельными предметами.

www.emal-mmk.ru

Серия Signature от Moulinvilla

Торговая марка Moulinvilla сообщила о старте продаж новой серии сковород Signature. Сковороды изготовлены из кованого алюминия, имеют современное антипригарное покрытие на водной основе.

Изделия подходят для использования на любых типах плит: газовых, электрических, стеклокерамических и индукционных. Ручки выполнены из высококачественного бакелита. В ассортименте – стандартные и глубокие сковороды диаметром 24-28 см.



www.moulinvilla.ru



www.labo-russia.ru

CRESCINA® HAIR FOLLICULAR ISLANDS

15 лет исследований • Мировая инновация в области трихологии

Фолликулярные островки – сложные структуры, состоящие из нескольких волосных фолликулов, объединенных одним фолликулярным выходом. Они продуцируют до 70% общего числа волос, в то время как одиночные волосные фолликулы – 30-40%. Потеря одного островка волосных фолликулов означает потерю 2-3 волос, и именно поэтому необходимо специфическое лечение, подходящее именно островкам волосных фолликулов и их главным компонентам.

■ Способствует возобновлению естественного роста волос

Швейцарская компания LABO Cosprophar разработала, клинически протестировала и запатентовала состав, который сочетает функциональные вещества, специфические для каждого структурного компонента островков волосных фолликулов. Благодаря своему действию состав интенсивно помогает физиологическому росту волос; способствует сохранению волос, поддержанию здорового состояния волосных островков, предотвращая облысение.

■ Помогает остановить выпадение волос



Специальные формулы для мужского и женского облысения

Дистрибьютор в РФ: АО «Мединторг» ОГРН 1037739371900 / ИНН 7707086510 Юридический адрес: 127055, г. Москва, ул. Сушцевская, 19 стр.5, пом 1, офис 206

Мельница с солонкой от GEFU

Торговая марка GEFU представила новинку – мельницу для перца **X-PLOSION**. Благодаря функциональному дизайну 2-в-1 прибор одновременно является и мельницей для перца (нижняя часть) и солонкой (верхний контейнер). Мельница для перца оснащена плавно регулируемым измельчающим механизмом **CYCLONE®**. Черный корпус с олеофобным покрытием защищает изделие от жирных следов.



www.gefu.ru

Новые кружки в компании «Анна Лафарг»



Компания «Анна Лафарг» пополнила ассортимент фарфоровых кружек новинками серии **Wild** от торговой марки **Home & Style**. Рисунки выполнены в современном стиле с яркими акцентами. Нежно-розовая матовая поверхность придает изделиям особый шик.

www.annalafarg.ru



Новая коллекция от «Хорекс»

Компания «Хорекс» представила коллекцию профессионального фарфора **BLU REATTIVO**. Оригинальный декор создан с помощью новой технологии смешивания глазурей, разработанной специалистами фабрики. Посуда пригодна для использования в посудомоечной машине и микроволновой печи.

www.horecs.ru

«Русский Проект» расширил «Норму»

Компания «Русский Проект» сообщила о снижении цен и расширении ассортимента посуды из опалового стекла серии **Romantic** торговой марки Norma (производство – Индия). Серию пополнили сахарница, бульонные чашки, овальные блюда и др.

www.rp.ru

Герметичные контейнеры «Фреш» от TM Idea

Компания «М-пластика» представила новую серию герметичных контейнеров для хранения «Фреш» от TM Idea. Изделия выполнены из полипропилена. В крышке есть уплотнительный шнур, который обеспечивает полную герметичность. Контейнеры подходят для хранения продуктов в морозильной камере, а также для разогрева в микроволновой печи (с приоткрытой крышкой). Доступны два варианта цветов (мятный и бежевый) и три разных размера.

www.mplastika.ru



Представители «Кукморского завода» побывали на красноярской промплощадке

Специалисты направления «**Операционные Исследования**» Алюминиевой Ассоциации совместно с партнером АО «Научно-промышленные консультанты» в феврале организовали двухдневный визит представителей АО «Кукморский завод Металлопосуды» на промышленные площадки АО «РУСАЛ Красноярск». Экскурсия проводилась с целью изучения применения лучших практик в рамках серии производственных тренингов – одного из наиболее эффективных форматов работы «Операционных Исследований».

Во время экскурсии руководители и специалисты по направлениям «Кукморского завода» ознакомились с работой красноярских предприятий: побывали в корпусе электролиза и на участке производства анодной массы, в литейном отделении и комнате производственного анализа. Гостям были продемонстрированы результаты внедрения бизнес-систем на «Красноярском металлургическом заводе» и литейно-механическом заводе «СКАД».

Ранее, в декабре прошлого года, «Кукморский завод» принимал у себя экспертов направления «Операционные Исследования». Они провели аудит предприятия: оценили текущую ситуацию и эффективность работы оборудования, изучили вопросы качества. Затем представителей «Кукморского завода» пригласили посетить красноярские предприятия, где успешно внедряется бизнес-система. Участники программы смогли убедиться, что система работает во всех отраслях производства. Недавно в рамках этой программы руководители предприятия «Москабель» выезжали на площадку АО «Мультифлекс», производителя гибких упаковочных материалов с глубокой печатью.

Система производственных тренингов, проводимых специалистами направления «Операционные Исследования» на площадке заказчика, предполагает изучение ситуации на проблемном участке в течение рабочей недели. По завершении исследований руководству предприятия предоставляются рекомендации относительно устранения проблемы. В «Операционных Исследованиях» отмечают, что основным критерием успеха их деятельности является оценка заказчиком уровня внедрения производственной системы и применения инструментов повышения эффективности, влияющих на основные показатели. И как результат – согласие заказчика на сотрудничество в области развития производства.

www.aluminas.ru

Сковорода Rock Stone от «Маэстро»

Компания «Маэстро» представила новую сковороду Rock Stone. Посуда изготовлена из алюминия, подходит для всех типов варочных панелей, включая индукционные. Размерный ряд: 20, 24, 26 и 28 см в диаметре. Внутреннее антипригарное покрытие – **GREBLON C2**.



www.feel-maestro.eu

Миниатюрная «Уля»



Компания «Алита» расширила ассортимент серии посуды «Уля» сковородой диаметром 16 см. Изделие выполнено из литого алюминия толщиной 4,2 мм. Внутреннее и наружное трехслойное антипригарное покрытие марки **PFLUON**. Сковорода оснащена крышкой и съемной ручкой. Ручка выполнена из термостойкого пластика. Небольшая сковорода идеальна для приготовления завтраков. Благодаря съемной ручке сковороду можно использовать в духовке.

www.alitta.ru

Новинки WILMAX

Настольные мармиты (chafing dish) – новое перспективное направление в развитии компании WILMAX.

Подогреватели для буфета от WILMAX относятся к моделям премиум-класса. Представлены в разных объемах и формах: круглой, прямоугольной, квадратной. Корпус изготовлен из нержавеющей стали, откидные инерционные крышки – из закаленного стекла. Ножки и ручки некоторых изделий стилизованы под золото.

В качестве топлива для поддержания температуры чафинг-дishes используется гелевый спирт, что дает большую степень свободы для кейтеринга. Разогрев еды также может быть произведен на индукционных или электроплитах. В этом случае нагревательную емкость мармита следует поставить непосредственно на варочную панель, без использования «ножек».

Для стационарного обслуживания в ресторанах и отелях к чафинг-дishes от WILMAX снаружи можно установить отдельный электроннагревательный элемент.



wilmax.uk | sales@wilmax.ru | +7 (495) 980-95-29

Компания ALZA Spain расширила ассортимент

Компания ALZA Spain, производитель посуды из нержавеющей стали и дизайнерских скороварок, расширила ассортимент самых хитовых моделей классических скороварок. Семья серии MELISSA пополнилась старшими «братьями и сестрами», 10 и 12 л. Теперь в большой семье модельный ряд на любые случаи жизни: 2,5; 4; 6; 8; 10; 12 л.

Серия ALZA Traditional (микс между двумя хитами продаж MELISSA и SPACE) пополнилась самыми популярными размерами и сейчас имеет три модели: 4; 6; 8 л.

У всех моделей новая красивая цветная упаковка и широкий ассортимент аксессуаров.

По вопросам сотрудничества: «Арт-Трейд», +7 (903) 101-27-75.

arttreid@gmail.com



НОВИНКА! Керамические кастрюли Calabria ТМ «Едим Дома»

Компания «Пилот МС» представляет керамические кастрюли линейки Calabria от ТМ «Едим Дома.» Благодаря сочному и аппетитному рисунку в виде свежих овощей керамические кастрюли Calabria наполняют пространство вокруг атмосферой вечно лета и ощущением домашнего уюта. А фиолетовый цвет является цветом вдохновения, творчества и мечты. Керамические кастрюли универсальны в использовании – долго сохраняют тепло и позволяют хранить продукты в холо-

дильнике. Кастрюли оснащены удобными ручками и крышкой. Они вместительны и идеально подходят для запекания мяса и овощей. Выдерживают нагрев до 500 °С. Фантазируйте, готовьте и удивляйте вместе с кастрюлями Calabria от ТМ «Едим Дома»!

Кастрюли представлены в двух объемах: 1,6 и 3 л.

www.pilotms.ru



binatec®
safe and natural

Высокоэффективные средства для мытья посуды на основе симбиотиков, изготовленные по инновационным технологиям с применением микробиологии.

Энзимы удаляют загрязнения быстрее, чем обычные химические средства, помогают достичь идеальной чистоты даже при мытье в холодной воде. Симбиотический комплекс создает благоприятную для человека микрофлору, за счет чего уменьшается активность грибков и патогенных микроорганизмов.

В составе нашей продукции содержатся только безопасные компоненты растительного происхождения, одобренные для применения в Евросоюзе и США, которые полностью удаляются с поверхности посуды!

Наша продукция:

- ⊙ экологична, биоразлагаема, не наносит вреда людям, животным и окружающей среде;
- ⊙ не вызывает обострения атопического дерматита, гипоаллергенна и безопасна для кожи – при мытье создает защитную микрофлору, не сушит и не вызывает покраснения;
- ⊙ не содержит химически агрессивных и опасных для человеческого организма веществ: продуктов нефтепереработки, пигментов и ароматизаторов

Представляем органические средства для мытья посуды серии BIOHOME

Ultizym dish washer powder + Symbiotic

Порошок с симбиотиками для посудомоечных машин • 500 г

Первый в мире гипоаллергенный порошок с симбиотиками для посудомоечных машин. Безупречно удаляет остатки пищи, жир, следы соусов, а также темный налет от чая и кофе даже в холодной воде, что помогает экономить на энергопотреблении. Подходит для ручного мытья посуды - для достижения блестящего результата достаточно замочить грязную посуду в воде, добавив небольшое количество средства и через 15 минут ополоснуть водой.

Ultizym dish washer

Чистящее средство с симбиотиками для мытья посуды • 500 мл

Качественно и безопасно моет посуду, быстро и без лишних усилий удаляет все загрязнения. Без следа смывает жир, соус, пригоревшие остатки пищи и засохшее тесто. Благодаря высокой концентрации, достаточно небольшой капли средства, чтобы вымыть большое количество посуды. Объем 500 мл равен 1,5 литрам обычного моющего средства!



binatec®
safe and natural

Binattec® – европейская компания, занимающаяся разработкой, производством и продвижением инновационных, экологических моющих средств с уникальными чистящими и оздоровительными свойствами. На сегодняшний день компания предлагает три серии продукции: «BioHome» (для дома), «BioBeauty» (гигиена и красота) и «BioMobile» (для авто).



Официальный дистрибьютор в РФ:
ООО «Сайлент 2000»
+7 495 947-98-08 | www.slt2000.ru

сайлент2000

Новое напыление на посуде PROMSIZ

Гусь-Хрустальный стекольный завод (PROMSIZ) представил несколько линеек посуды с напылением «Кварц». Технология «Кварц» – это ноу-хау предприятия, она позволяет добиться классического оттенка на стеклянной посуде, отлично сочетаясь с гравировкой.

www.ghsz.ru



«Башкирский фарфор» представляет

Башкирский фарфоровый завод представил две новинки: блюдо диаметром 145 мм под бульонную чашку формы «Практик» и тарелку формы «Принц» диаметром 120 мм.

www.bashfarfor.ru



Krita от Berossi

TM Berossi объявила о запуске новой серии принадлежностей для кухни и ванной комнаты Krita. Изделия выполнены из полипропилена. В серию вошли: контейнеры для сыпучих продуктов и СВЧ, сушилка для посуды, подставка для губок и моющего средства, контейнер для хранения нарезки, корзины для овощей.

www.berossi.ru



Удобное хранение с Phibo

Компания «Бытпласт» выпустила восемь новых контейнеров в линейках **Smart Lock** и **Super Lock** с декором. Объем изделий – 1,5 и 2,5 л. Вместительная форма позволяет организовать удобное хранение в холодильнике. Крышка плотно фиксируется с помощью четырех замков по периметру. Уплотнитель снимается для полной очистки контейнера.

www.bytplast.ru



Добрушский фарфоровый завод посетил президент Александр Лукашенко



В феврале Добрушский фарфоровый завод посетил президент Республики Беларусь Александр Лукашенко. Генеральный директор предприятия **Александр Винокуров** рассказал главе государства об истории завода, особенностях производства и планах по модернизации оборудования. Президент побывал в основном заводском корпусе, где ознакомился с технологией производства и ассортиментом завода. Александр Лукашенко выразил уверенность, что продукция завода всегда будет востребована, а значит, предприятие надо поддерживать. «Просто надо защитить свой рынок» – заявил он.

Завод подарил высокому гостю чайный фарфоровый сервиз и вазу «Дворцовую», полностью изготовленные и расписанные вручную.

По материалам www.dfz.by

Tognana с новой коллекцией

Tognana Porcellane выпустила новую коллекцию столовой фарфоровой посуды **Metropolis Downtown**. Классическая цветовая комбинация для 18 предметов!

www.shop.tognana.com



FUGA теперь на Wildberries

Изделия российского бренда посуды и предметов декора из дерева FUGA теперь можно купить на сайте Wildberries. Здесь представлен большой ассортимент разделочных и сервировочных досок, мисок, тарелок, подносов, декоративных ящичков и ваз.

www.wildberries.ru/brands/fuga



Metro AG терпит убытки

Немецкая компания Metro AG получила чистый убыток в 34 млн евро за первый квартал 2019-20 финансового года, завершившегося 31 декабря, следует из отчета компании.

По итогам квартала ретейлер получил чистый убыток в размере 34 млн евро против прибыли в 224 млн евро годом ранее. Убыток на акцию составил 0,09 евро против прибыли 0,62 евро в первом квартале 2018-2019 финансового года.

Общая выручка Metro AG по итогам квартала увеличилась на 2,2%, до 7,548 млрд евро. В России компания получила годовой рост в 2,5%, до 821 млн евро. При этом в рублях квартальная выручка компании сократилась на 4,9%. Сопоставимые продажи ретейлера в рублях уменьшились на 5,3%.

По состоянию на 31 декабря 2019 года в мире работали 679 магазинов Metro – на три больше, чем годом ранее. Непосредственно в первом квартале компания открыла один гипермаркет, который начал работать в Украине.

www.retailer.ru



Винтажные термосы из Японии



Японская марка **MOSH!** представила линейку термосов в стильном ретро-дизайне. Бутылки, контейнеры для еды, кружки и чайники выполнены из высококачественной пищевой нержавеющей стали, в форме винтажной банки. Изделия имеют двойную вакуумную изоляцию, благодаря чему сохраняют горячую и холодную пищу в течение 6 часов. На европейском рынке марку представляет компания **ABingPlus**.

www.abing-catalog.com



Скандинавская эстетика от Figgjo AS

Норвежская фабрика Figgjo AS анонсировала коллекцию фарфоровых тарелок с утонченным рисунком, созданным в сотрудничестве с дизайнером **Katinka Von Der Lippe** для кулинарных Олимпийских игр 2020.

www.figgjo.com

Как микробиология помогает поддерживать чистоту вашего дома

Компания **BINATEC®** – отличный пример ответственного европейского бренда, создающего экологичные, биоразлагаемые чистящие средства, которые не наносят вреда людям, животным и окружающей среде. Продукция **BINATEC®** сочетает в себе как эффективность в борьбе с органическими загрязнениями, так и способность восстанавливать и поддерживать здоровую микробиологическую среду в вашем доме – за счет входящего в состав комплекса симбиотиков. Использование такой продукции вместо привычной бытовой химии восстанавливает природный микробиологический баланс, оказывает благоприятное действие на иммунную систему, снижает риск инфекционных заболеваний. Вы заметите разницу уже с первого использования: чистящие средства не вызывают обострения атопического дерматита, гипоаллергенны и безопасны для кожи – при мытье создают защитную микрофлору, не сушат и не вызывают покраснения.

www.binatec.net

Эффектная подача с «Башкирским фарфором»



«Башкирский фарфор» представил дизайнерскую тарелку «**Вулкан**», созданную совместно с шеф-поваром Вячеславом Лепеховым. Новинка выпущена в линейке экспериментальной серии «От шефа». Высота блюда – 10 см, объем чаши рассчитан на 120 г закуски-комплимента. Для создания необычной атмосферы и поддержания нужной температуры внутри «склона» тарелки можно разместить свечку или сухой лед.

Еще одной новинкой фабрики стала коллекция фарфора «**Млечный путь**». Блюда украшены россыпью золотых брызг по глянцевой черной глазури.

www.bashfarfor.ru

Новая серия от Tescoma PRESIDENT STONE



Компания ООО «Интес» является официальным дистрибьютором чешского производителя кухонной утвари и аксессуаров Tescoma в России, в ассортименте которого более 2500 наименований. Tescoma – это признанный лидер на посудном рынке, вы не найдете другого производителя с таким изобилием ассортимента и материалов, используемых в производстве: сталь 18/10, литой и прессованный алюминий, всевозможный пластик с новым антибактериальным нанопокрывтием, редкие породы дерева, стекло, фарфор, силикон и т.д.

Сегодня мы хотим представить очередную новинку от Tescoma – новую серию PRESIDENT STONE. Это роскошная посуда с первоклассным антипригарным покрытием, подходящим для металлической кухонной утвари. На антипригарной поверхности со свойствами неполированного натурального камня блюда не пригорают, готовятся быстро и равномерно. Что важно, посуда подходит для всех типов плит, а также ее можно использовать в духовке (даже с крышкой при максимальной температуре 200 °C). Гарантия 5 лет.

Продукция Tescoma, представленная в России, продается более чем в 100 странах мира и имеет более 80 дизайнерских наград в своем каталоге товаров.

ООО «Интес» с 2017 года представляет бренд Tescoma в России, вы можете видеть продукцию как на полках гипермаркетов, так и в фирменных магазинах, где представлен самый полный ассортимент.

Приглашаем всех присоединиться к семье Tescoma, потому что Tescoma – это то, что нравится людям. Давайте расти и зарабатывать вместе!

ООО «Интес» – официальный дистрибьютор Tescoma
г. Москва, ул. Адмирала Корнилова, 61,
+7 (495) 53-200-53
info@tescoma.com.ru | www.tescoma.com



Как остановить потерю волос?

Представляем продукцию серии CRESCINA – результат более 25 лет научных разработок и исследований от швейцарского бренда LABO Cosprophar.

CRESCINA («Кресцина») – это аминокислотные препараты с запатентованной формулой, предназначенные для лечения выпадения волос и борьбы с их поредением. Это единственный в мире препарат для возобновления физиологического роста новых волос без синдрома отмены.

CRESCINA назначается для лечения различных видов алопеций:

- андрогенная алопеция у мужчин и женщин;
- сезонная (осенняя, весенняя) алопеция;
- выпадение волос после химиотерапии при онкозаболеваниях;
- послеоперационное выпадение волос;
- выпадение волос, связанное с менопаузой;
- профилактика и лечение телогенового выпадения волос;
- послеродовая алопеция;
- постстрессовое выпадение волос.

Препараты серии CRESCINA не имеют противопоказаний и побочных эффектов, защищены многочисленными патентами и эффективны у 100% участников клинических испытаний. Отдельные формулы для мужчин и женщин.

www.crescina-russia.com

Керамические новинки в компании Dariis

Компания Dariis представила новинки ассортимента – серии керамической посуды ручной работы турецкой торговой марки **Keramika**.

www.optomposuda.ru



Вдохновляющий белый от Tafelstern

Ассортимент компании «Рестошеф» пополнился серией белого фарфора от немецкой фабрики Tafelstern. Новая коллекция **Create** создает идеальный фон для широкого спектра кулинарных стилей – от традиционных национальных блюд до экспериментальной кухни.

www.restochef.ru



Элегантная классика Carolyn

Компания **Steelite International** представила новую коллекцию столовых приборов Carolyn в линейке посуды **Folio**. Идеальное решение для банкета – классические, вертикальные линии добавляют сервировке элегантности. Сталь 18/10.

www.steelite.com



Kahla в крапинку

Торговая марка Kahla представила новинку – коллекцию фарфоровой посуды **Minerals** от дизайнера **Elisabeth Gey**. Коллекция состоит из двух тарелок, чаши и популярной чашки для кофе «с собой». Небольшие наборы были разработаны для любителей минимализма, которые не прочь дополнить свою сервировку модными акцентами.

www.kahlaporzellan.com

Фарфор CookPlay

Компания «Звезды Общепита» пополнила ассортимент новыми сериями посуды испанского производителя дизайнерского фарфора CookPlay. Серии **Gochi** и **Naoto** идеально подойдут для подачи неформального меню в современных кафе и ресторанах.

www.zvezdy.ru



Японская эстетика от Churchill

Английский производитель фарфора – компания Churchill представила новую коллекцию столовой посуды премиум-класса **Kintsugi**. Дизайн коллекции вдохновлен древним японским искусством реставрации керамических изделий – кинцуги. Специалисты фабрики нанесли имитирующей ручную работу рисунок с помощью инновационного реактивного способа печати. Новинка была представлена на выставке Ambiente в этом году.

www.churchill1795.com



Спирализуй с Guzzini!

Итальянская марка **Fratelli Guzzini** представила новинку в серии кухонных помощников – ручной спирализатор **Spiralize & Go**. Приспособление для тех, кому важен не только вкус, но и красивый вид любимых продуктов. Контейнер можно использовать для хранения нарезанных овощей в холодильнике.

www.fratelliguzzini.com



Новинки Luminarc

Компания «Мастергласс» сообщила о поступлении лимитированных серий бокалов торговой марки **Luminarc** (Россия). Изделия выполнены из упрочненного стекла. Окрашивание производится в «массе» (пигмент краски добавляется в расплавленное стекло). Две универсальные формы подойдут для любых напитков.

www.masterglass.ru

Eva Solo цвета ДЫНИ

Датская марка Eva Solo анонсировала пополнение в линейках Best i test и To Go изделий в новом цвете «дыня» (Cantaloupe). Продукты в новом цвете доступны с 1 марта.

www.evasolo.com



Новый рисунок на бокалах PROMSIZ

Торговая марка PROMSIZ (Гусь-Хрустальный стекольный завод) пополнила ассортимент пивной посуды бокалами с рисунком **Life**. Оригинальный контурный рисунок нанесен на стеклянные бокалы «Пинта».

www.ghsz.ru



Бокалы «Эйр Сенс» дополнили сферой

Бренд **Zwiesel 1872** добавил в бокалы коллекции «Эйр Сенс» сферу для дополнительного декантирования напитков. Производитель отмечает, что, помимо эстетической составляющей, сфера сделает коллекцию органолептически верной. Новинка представлена в «Доме Фарфора».

www.domfarfora.ru



Сковорода-вок от TM Esprado

Новая сковорода-вок **Rustica** от TM Esprado изготовлена из ковального алюминия, оснащена дополнительной ручкой и крышкой с силиконовым ободом. Диаметр изделия – 28 см. Антипригарное покрытие марки **Whiford Xylan Plus**. Допускается мытье в посудомоечной машине. Посуда поставляется в индивидуальной упаковке.

www.esprado.com



Новинка TM Vitross

Компания «**СтальЭмаль**» выпустила новую серию посуды **Golden Rose** торговой марки **Vitross**. В серию вошли кастрюли сферической формы объемом 2, 3, 4 л и чайник.

www.rusposuda.ru



Три яруса для диетического удовольствия

ТМ **Kukmara** ввела в линию посуды **IdeaL** мантоварку диаметром 26 см. Трехъярусная мантоварка 3-в-1 изготовлена из нержавеющей стали с зеркальной полировкой. Изделие состоит из основной емкости-кастрюли, трех секций с отверстиями и крышки. Специальный многуровневый дизайн позволяет готовить до трех различных блюд одновременно. Идеально подходит для приготовления диетических блюд на пару. Кроме того, изделие можно использовать как объемную кастрюлю на 7 л.

www.kukmara.com



Третий «городской» магазин «ИКЕА»

Осенью 2020 года в Москве появится третий магазин «ИКЕА» городского формата: пространство площадью 11 800 кв. м расположится в ТРЦ «Европолис». Основным отличием от других магазинов городского формата – «ИКЕА Ходынское поле» и «ИКЕА» в ТРЦ «Мозаика» – станет наличие склада площадью 2000 кв. м, а также пункта выдачи покупок, сделанных в онлайн-магазине «ИКЕА».

По материалам www.shopandmall.ru

Глубокие сковороды Indigo от Røndell

Бренд **Røndell** представил глубокие сковороды из литого алюминия коллекции **Indigo**. Толщина стенок – 3,0 мм, дна – 4,5 мм. Внешняя поверхность сковород (диаметром 24, 26 и 28 см) имеет термостойкое покрытие благородного черного цвета с фиолетовыми частицами. Внутреннее двухслойное антипригарное покрытие **Xylan Plus®** обеспечивает идеальное приготовление любых блюд. Эргономичные бакелитовые ручки с покрытием **soft-touch** минимально нагреваются и обладают удобным хватом. Сковороды **Indigo** можно использовать на всех видах плит, включая индукционные.

www.rondell.ru



Посуда Anolon в сети Williams & Oliver

В магазине **Williams & Oliver** появилась новая серия посуды торговой марки **Anolon (США) – Nouvelle Copper Luxe**. Посуда изготовлена из анодированного алюминия, имеет трехслойное антипригарное покрытие. Подходит для всех типов плит, включая «индукцию». Можно использовать в духовке при температуре до 260 °С и мыть в посудомоечной машине.

www.williams-oliver.ru



«Летний сад» в Вербилках

Фабрика «Мануфактуры Гарднеръ в Вербилках» выпустила фарфоровый набор для сока «Летний сад». В наборе: кувшин объемом 1,2 л и 6 стаканов без ручки.

Изделия украшены «ягодной» деколью и золотой отводкой.

www.farforverbilki.ru



Новинки из опалового стекла

Торговая марка **Millimi** пополнилась столовой посудой из опалового стекла с изящным растительным декором. Легкое и прочное стекло выдерживает резкие перепады температур, идеально для безопасного хранения на подвесных полках. Новинки представлены в компании «Гала-Центр».

www.galacentre.ru



Picnic от Phibo

Многоразовые прочные тарелки Picnic от Phibo – функциональная замена одноразовой посуде. Тарелки сделаны из на 100% перерабатываемого полипропилена, представлены в двух вариантах – плоская и глубокая. Бортики тарелок загнуты, срезы краев округлые и безопасные. Благодаря гладкой поверхности посуда легко моется (в том числе в посудомойке).

www.bytplast.ru



Новинка от Costa Nova

Португальская компания Costa Nova представила новые серии бокалов из прессованного (тисненого) стекла. Изделия можно мыть в посудомоечной машине.

www.costanova.pt



Для хранения сыпучих продуктов

Завод «Альтернатива» выпустил новинку – набор пластиковых емкостей с декором «Пронто». Рисунок нанесен при помощи технологии IML – «вплавляемой этикетки». В комплекте с тремя емкостями объемом 1,2 л идут мерные ложки и полка-подставка.

www.alternat.ru



Серия посуды Pico от Zwilling

Бренд Zwilling выпустил новую серию посуды для приготовления Pico. Посуда изготовлена из нержавеющей стали. В серию вошли кастрюли разного объема, ковши и сковорода с антипригарным покрытием. Новинка представлена в магазине Vazaro.

www.vazaro.ru



Юбилейная серия Butterfly Meadow Gold от Lenox



Бренд Lenox выпустил эксклюзивную юбилейную коллекцию Butterfly Meadow, которая в этом году отмечает 20-летие. Лимитированная коллекция с ручной росписью дополнена свежим акцентом: бабочкой или стрекозой, выполненной из золота, безопасного для микроволновой печи. Каждое изделие имеет специальную «юбилейную» метку.

www.lenox.com



КУВШИНЫ ИЗ ТЕРМОСТЕКЛА

В кувшинах можно подавать как холодные, так и горячие напитки. Изделия из боросиликатного стекла выдерживают высокие температуры – их можно греть на электрических и газовых плитах (с рассекателем и небольшой силой пламени).



wilmax.uk | sales@wilmax.ru
facebook.com/WilmaxRussia
youtube.com/wilmaxengland
@wilmax_cis



WL-888207/A
1000 мл

WL-888208/A
1500 мл

WL-888209/A
1000 мл

WL-888210/A
1500 мл



WL-888213/A
1000 мл

WL-888214/A
2100 мл

WL-888211/A
2500 мл



WL-888215/A
1500 мл

WL-888216/A
1900 мл

WL-888212/A
2400 мл



Бамбуковая крышка изнутри защищена металлической пластиной, значительно продлевающей срок её службы

Нержавеющая сталь 18/10

Эргономичная плотно прилегающая съёмная крышка оснащена силиконовым уплотнителем и выполнена в двух вариантах – из бамбука и нержавеющей стали. С одной стороны крышки оснащены встроенным металлическим сетчатым фильтром, а с другой – крупным отверстием для наливания напитка.

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
Houseware Expo. Весна 2020 международная специализированная выставка посуды, товаров для дома, хозяйственных товаров Россия, Москва	17.03.20 19.03.20 БК «Гостиный Двор»/ ООО «Гифтс Интернэшнл»	Народная ярмарка. Киров 2020 межрегиональная универсальная выставка-ярмарка Россия, Киров	14.04.20 16.04.20 ДК «Родина» ООО «Вятский Базар»
Подарки. Весна 2020 международная специализированная выставка подарков, бизнес-сувениров, предметов интерьера, посуды и декора стола Россия, Москва	17.03.20 19.03.20 БК «Гостиный Двор»/ ООО «Гифтс Интернэшнл»	Indian Handicrafts & Gifts Fair (IHGF) Spring 2020 международная выставка подарков и изделий ручной работы Индия, Нью-Дели	15.04.20 19.04.20 India Expo Centre and Mart Export Promotion Council for Handicrafts
Весенний салон 2020 универсальная выставка товаров народного потребления Россия, Тольятти	18.03.20 22.03.20 УСК «Олимп»/ БК «Экспо-Тольятти»	Всё для лета 2020 международная выставка-ярмарка Россия, Санкт-Петербург	16.04.20 19.04.20 БК «Ленэкспо» ВО «Фарэкспо»
International Houseware and Kitchenware Show 2020 международная выставка посуды и кухонных принадлежностей Индия, Нави Мумбаи	19.03.20 22.03.20 Bombay Convention & Exhibition Centre (BCEC)/ Gifts & Accessories – A Division of Netlink Solutions (India) Ltd.	ICEE Russia 2020 международная выставка бытовой техники и электроники Россия, Москва	21.04.20 24.04.20 ЦВК «Экспоцентр» Shenzhen CZE World Trade Exhibition Co., Ltd.
HouseHold Expo 2020 международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома Россия, Москва	24.03.20 26.03.20 МВЦ «Крокус Экспо»/ «Мокка Экспо Групп»	Беларусь-Россия. Апрель 2020 выставка-ярмарка Россия, Москва	21.04.20 26.04.20 КВЦ «Сокольники» ООО «РБК Экспо»
Беларусь-Россия. Весна 2020 выставка-ярмарка Россия, Москва	24.03.20 29.03.20 КВЦ «Сокольники» ООО «РБК Экспо»	Весеннее настроение 2020 межрегиональная выставка-ярмарка Россия, Белгород	22.04.20 25.04.20 БК «Экспоцентр» Белгородская ТПП («Белэкспоцентр»)
Ideal Home Show 2020 выставка товаров для дома и сада Великобритания, Лондон	27.03.20 13.04.20 Media 10 Ltd.	Всероссийская ярмарка в Ижевске 2020 всероссийская ярмарка продукции предприятий регионов России Россия, Ижевск	22.04.20 26.04.20 Павильон «Б» Выставочный центр «Удмуртия»
Весенний подарок 2020 универсальная выставка-ярмарка товаров народного потребления Россия, Хабаровск	02.04.20 05.04.20 Легкоатлетический манеж стадиона им. В.И. Ленина ООО «Хабаровская Международная Ярмарка»	Народная ярмарка. Дачный сезон 2020 выставка-ярмарка Россия, Челябинск	28.04.20 01.05.20 Гипермаркет «Теорема» ООО «Первое выставочное объединение»
Sourcing Fair Spring 2020 международная выставка подарков и товаров для дома Южная Корея, Сеул	02.04.20 05.04.20 COEX Exhibition Center COEX Convention & Exhibition Ltd.	HomeStyle & Electronics 2020 выставка предметов интерьера и бытовой техники для дома Узбекистан, Ташкент	29.04.20 01.05.20 НБК «Узэкспоцентр» ССА
Собственная торговая марка IPLS 2020 международная специализированная выставка контрактного производства и СТМ Россия, Москва	08.04.20 09.04.20 МВЦ «Крокус Экспо» Reed Exhibitions Russia	Весенняя ярмарка 2020 торговая ярмарка Россия, Архангельск	02.05.20 03.05.20 Коряжма ВЦ «Поморская ярмарка»
Модный товар. Весенний 2020 всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Россия, Волгоград	08.04.20 12.04.20 БК «Экспоцентр» Выставочный центр «ВолгоградЭКСПО»	Для дома и дачи. Архангельск 2020 торговая ярмарка Россия, Архангельск	12.05.20 15.05.20 Дворец спорта профсоюзов ВЦ «Поморская ярмарка»
Весенний сад 2020 фестиваль Россия, Ростов-на-Дону	09.04.20 12.04.20 ООО «Ростов Купеческий»	Модный товар. Летний 2020 всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Россия, Волгоград	13.05.20 17.05.20 БК «Экспоцентр» Выставочный центр «ВолгоградЭКСПО»

В связи с мировой эпидемией коронавируса COVID-19 выставки отменяются или переносятся на неопределенное время.



Новая коллекция "Подсолнухи"

Подсолнухи

dulevskiy.farfor



В крепких руках бизнеса

ambiente
messe frankfurt

С 7 до 11 февраля 2020 года Франкфурт-на-Майне полностью находился в руках бизнеса товаров для дома, учитывая, что каждый шестой евро в Германии потрачен на ТНП. Несмотря на сложный экономический климат, годы экономического спада, глобальных торговых конфликтов и последствий недавней вспышки коронавируса, сектор товаров народного потребления остается на высоком уровне потребления, внося свой ощутимый вклад в экономику.



НЕМНОГО СТАТИСТИКИ:

4460 экспонентов из 92 стран мира представили последние тенденции на 305 600 квадратных метрах (брутто) площади. 85% участников выставки Ambiente приехали из-за пределов Германии. Несмотря на трудные экономические обстоятельства, число международных посетителей остается устойчивым.

Выставка Ambiente 2020 смогла удержать позицию ведущей «домашней» ярмарки, доказав, что даже в сложной экономической обстановке является местом ответов на сложные вопросы устойчивости бизнеса, кризисных преодолений, а также анализа общемировых тенденций в этом секторе экономики, встреч ведущих компаний и профессиональных игроков отрасли. Активная выставочная атмосфера позволяет уловить направления развития этого рынка, увидеть новые маркетинговые ходы, позволяющие решать, как изменится рынок товаров в будущем и по какому пути следует развиваться далее.

На ярмарке наблюдалась оживленная атмосфера работающего рынка с увеличивающимся числом основных посетителей на 2-й день выставки. Конечно, некоторая паника все-таки наблюдалась в связи со

вспышкой коронавируса в Китае, и эта тема была одной из обсуждаемых на выставке. Если ранее российские компании посещали выставку с целью закупок новых товаров, затем



скорее из любопытства, то в настоящий период российские бизнесмены учатся продавать, производить и расширять свой уровень маркетингового кругозора у европейских профессионалов. На выставке можно предугадать тенденции будущих коллекций, уловить новые идеи и дизайнерские проекты. «Для нас важно знать будущие проблемы и отразить их влияние на рынок продуктов народного потребления», – говорят ведущие дизайнеры рынка. Потребительское поведение также изменилось: потребители стали более осведомленными, независимыми и уверенными в принятии решений.

«Область, которая особенно выросла на Ambiente, – это Dining, поскольку индустрия гостеприимства действительно развивается с невероятной скоростью в последние годы», – сказал Detlef Braun, член Исполнительного совета Messe Frankfurt.

Ассоциация немецких розничных торговцев (HDE) считает, что тенденция увеличения розничных продаж на этот год сохранится. После расширения в 2019 году выставочной площади Ambiente стабильно держится в рамках достойных показателей и,



вероятно, продолжит свой рост. Общий объем розницы и офлайн-продаж достиг 28,58 млрд евро, при этом значительная часть бизнеса увеличилась темпы своего роста на 2,0%. Это привело к довольно солидному дополнительному доходу от продаж в размере около 0,5 млрд евро, пополнившего казну розничной торговли. Однако ситуация продолжает оставаться сложной во всех отраслях промышленности. Онлайн-продавцы и финансово сильные розничные торговцы хорошо себя чувствуют, в то время как малый бизнес продолжает сокращаться. Магазины на high street продолжают умирать, и некоторые исследователи прогнозируют еще 50 000 закрытий в ближайшие два года. Рынки потребительских товаров сейчас растут почти исключительно благодаря онлайн-торговле или хорошо продуманным комбинациям онлайн- и офлайн-бизнесов. Тем не менее сектор розничной торговли

в целом находится в нормальном положении.

«Исследования говорят о темпах роста посещений, и эта тенденция продолжает усиливаться», – продолжает D. Braun. Охватывая области



Dining, Giving и Living, ведущая выставка-ярмарка отображает весь спектр потребительских товаров в секторах посуды, кухонной утвари, дизайна интерьера и подарков. В общей сложности более 136 000 покупателей приехало на Ambiente из 167 стран, ища новые идеи и стремясь приобрести продукты для своих новых коллекций.

Одной из главных причин сокращения числа посетителей была вспышка коронавируса и ее последствия. Многие немецкие и международные розничные компании, а также крупнейшие из них запретили своим сотрудникам путешествовать. Кроме того, начиная с воскресенья воздушное и железнодорожное сообщение временами было полностью парализовано по всей Германии и Европе.

«Если на ярмарку влияют два таких события, она действительно сталкивается с огромными проблемами», – говорит D. Braun. «Но наши экспоненты правильно оценили ситуацию. А торговые посетители приезжали во Франкфурт с позитивным настроем и стремлением размещать заказы», – добавил он.

Из-за необычной ситуации заметные сдвиги наблюдались среди десяти стран-визитеров. После господства Германии это были Италия, Франция, Нидерланды, Испания, Великобритания, Турция, США, Россия, Япония и Китай. В этом году наблюдался рост числа посетителей из Эстонии, Японии, Иордании, Колумбии, Румынии и Турции.

Вне зависимости от ситуации и от времени Ambiente – это место, где запускаются бренды, инновационные продукты, дизайнеры задают тренды, лица, принимающие решения, встречаются, а ретейлеры размещают заказы на весь сезон.



Тенденции Ambiente 2020

Главный тренд на рынке: безопасность, вторичное производство; потребители будущего поворачиваются к тем продуктам, у которых есть реальная ценность, которые могут изменить качество жизни в экономически неустойчивом небезопасном мире.

Проектировщики и консультанты по дизайну постоянно анализируют международные потоки в моде, архитектуре и дизайне. Мир изменяется невероятно быстрыми темпами. «Мы анализируем эмоции, чувства людей, тенденции и вкладываем свои мысли в новые продукты и идеи», – прокомментировали анонс выставки ведущие стилисты. В этом году дизайнеры активизировали цветовую палитру, сделав акцент на синем цвете. Этот цвет преобладал не только в коллекциях фарфора и керамики, но и в коллекциях наплитной посуды. Огромное внимание уделяется натуральным оттенкам, приближенным к природным, цветам камня, воды, песка.

«Мы анализируем эмоции, чувства людей, тенденции и вкладываем свои мысли в новые продукты и идеи».

В этом году посуда для сектора HoReCa получила в свое безраздельное пользование отдельный павильон, что было очень удобно для байеров, принадлежащих к этой когорте бизнеса. Несомненно, смещение домашних хозяйств в сторону профессионального подхода к кухне, готовке и сервировке стола нашло отражение и в производстве посуды для дома.

Дизайнеры, работающие с брендом **ALAR**, предложили меламиновую посуду для ресторанов и домашних хозяйств, стилизованную под камень.

Компания **SOLER HISPANIA** (<https://www.solerhispania.com/en>), являясь одной из крупнейших европейских компаний в сфере дистрибуции непродовольственных товаров, предоставила коллекции для ресторанов марок Viejo Valle, Pura Sangra и др. На стенде были предложены керамика под бронзу и цвета камня и белая посуда необычных форм для ресторанов, основное меню которых – кухня Азиатского региона. На стенде **APS** интересная

линейка Buffet & Display предложила замечательные формы для ресторанов (обслуживание шведского стола) в натуральных цветах серии Element (<https://www.aps-germany.uk/en/home/>). Компания специализируется на посуде для ресторанов. Стоит обратить внимание рестораторов: здесь можно найти все предметы для сервировки (в России дистрибьютор – компания «Комплекс-Бар»). Компания **STEELITE** развернула свои дизайнерские мысли в сторону необычных форм и темных расцветок. На стенде STEELITE также присутствовала литая антипригарная посуда Folio темных цветов гранита. В этих же цветах (<https://berlingerhaus.ru/>) предлагались сковороды на стенде **BERLINER HAUS** с трехслойным антипригарным мраморным покрытием и с ручкой из термостойкого силикона, пригодные для всех типов варочных поверхностей. Итальянские компании привезли интересные коллекции: ассортимент антипригарной посуды от итальянской **FLONAL**; компания **ILLA** привезла новые коллекции гаджетов (российский официальный дистрибьютор этой продукции – компания «Италдом» (Санкт-Петербург)). **ELO** наполняет рынок наплитной посудой – интересны серия Lava с красными ручками из силикона и серия Excellent. Компания **DE SILVA**, постоянный участник выставок в Милане и во Франкфурте, предложила оригинальный дизайн керамической жаропрочной посуды, оформленной под старину.

Датская компания **GASTROLUX** (российский дистрибьютор – «Антарес Трейд») познакомила с новыми коллекциями сковород (покрытие BIOTAN®). Поскольку GASTROLUX использует технологию литья под давлением пресса, посуда имеет абсолютную равномерность форм, полное отсутствие пустот и других дефектов. Такая же технология литья применяется при изготовлении компонентов двигателя Porsche Vохе, 5-цилиндрового двигателя Volvo и алюминиевых дисков автомашин класса люкс.



В стекле и хрустале особенных глобальных изменений нет. Так, дизайн компании **KROSNO** больше тяготеет к классическим формам, хотя серия Empire Collection явно понравится любителям оригинальных решений. На выставочном стенде презентовали продукты известный дизайнер с мировым именем Karim Rashid и дизайнеры польского происхождения – Jan Kochański и Dagmara Siemieniec (<https://www.krosno.com/en/ambiente-2020>). Karim Rashid с 2019 года сотрудничает с компанией KROSNO, создав уникальную коллекцию Luck Collection.

У **BORMIOLI ROCCO** самая продаваемая модель в России – серия Diamond (на фото). **BOGEMIA CRYSTALEX** презентовала стаканы и декантер из коллекции Giselle, Tulipa с вертикальной гравировкой (стаканы и бокалы) и много другого хрустального стекла для сервировки.

Турецкий концерн **PASABANÇE**, следуя тренду Pantone 2020 – синему цвету и природным оттенкам, в этом году предложил несколько вариантов: коллекцию Classic Blue (серия Marine & Marine Batik). Нежный морской бриз обволакивает и словно переносит вас на берег моря к вашим мечтам и надеждам. А коллекция Light Blue от PASABANÇE уже давно в продаже, в том числе и в России. Любителям необычного понравится коллекция Faces: оригинальный декор в виде структурных абстрактных изображений лиц заставит улыбаться и подойдет для стильной молодежной сервировки (серия Artistic & Trendy). Коллекция представлена в двух цветах: пыльно-бежевом и цвете крайола. Для любителей быстрого и





правильного питания подойдет серия Pastel, для подростков серия стаканов Genz. Абстрактный декор россыпи небольших камней, брызг коричневой, бежевой и черной краски в коллекции Pebble, черно-белые лепестки коллекции Niche (PASABAHCE) приближают нас к природе. Синий или натуральные природные оттенки (коллекция Leaves) присутствуют во всех коллекциях компании PASABAHCE в 2020 году.

Французский бренд **LUMINARC** получил премию немецких дизайнеров за изделия для приготовления пищи и за боксы для хранения и упаковки еды. Дизайн в пастельно зелено-голубых тонах получил в этом году несколько премий по разным номинациям. В этом году компания удивила российских посетителей и не только, так как вокруг презентации было немало лиц, заинтересованных выкладкой изделий в традиционном русском стиле с матрешками, стаканами и водкой. Конечно, жаль, что почти у всех иностранцев Россия сочетается с водкой и матрешками! Но это уже стало отечественным брендом на Западе и всем понятной ассоциацией.

Компания **KUTAHYA Porselen** в содружестве с дизайнерами Fatih Ozger и Sule Kanca Eryilmaz создали удачную коллекцию Galaxu в стиле природных каменных оттенков и органичных форм.

Наплитная эмалированная посуда больше всего боится сколов и царапин. Поэтому на выставке Ambiente посуду марки **STAUB**, входящую в концерн **SWILLING**, тестировали на сколы. Все посетители бросали металлический шар на протяжении работы выставки, и кастрюля выдержала. Bravo!

EMILE HENRY. Этот французский бренд известен во всем мире и любим российскими потребителями. На стенде



всегда много заинтересованных лиц и клиентов компании. Помимо классического красного колора, компания разрабатывает и преподносит варианты изделий для выпечки и сервировки, выполненных в бежевых и темных тонах природы. Различные формы для приготовления птицы, классические тажины, ramekins, посуда для выпечки хлебобулочных изделий позволяют готовить великолепные ресторанные блюда не выходя из дома. Для сервировки стола компания предложила солонки, крышки которых сделаны из пробки. Несколько серий выполнены для индукционных плит.

WILMAX поражает обилием интересных изделий, которые могут удивить даже самого взыскательного кулинара. Компания предлагает путешествие в мир восточного чаепития с изысканной фарфоровой чайной коллекцией. Для сервировки в японском стиле предложены великолепные менажницы и бамбуковые сервировочные блюда. Любителей классики привлекут тарелки глубокие и круглые, пирожковые, любого размера от 14 до 27 см исключительной белизны. Кофе можно подать в высоком кофейнике, что даст вам статусную подачу блюд. Кроме обычной сервировочной посуды, на стенде представлены солонки и перечницы, подносы, различная посуда для запекания, подставки для салфеток, столовые приборы и, конечно, бокалы. Все изделия отличаются высоким качеством английского фарфора. А бокалы **WILMAX** из хрустального стекла не содержат оксида свинца. Благодаря исключительной прозрачности хрустального стекла бокалы **WILMAX** выглядят очень торжественно, а также обладают уникальными характеристиками хрусталя – его неповторимым звоном и сиянием.

BERGNER свой стенд оформила в стиле фотомикса шеф-поваров из разных точек мира, которые работали с



компанией. Останавливается взгляд, что и нужно. Немецкая компания **STOLZLE** заполнила свой стенд каскадом из хрустальных фужеров.

В связи со вспышкой коронавируса некоторые компании не смогли приехать с новыми коллекциями. Так, компания **FISSMAN** с сожалением показывала новые коллекции только на фото. Офис, находящийся в Гуанчжоу, не смог обеспечить выставочный стенд новинками.

Но глобально проблема со вспышкой не испортила впечатления от выставки. **Ambiente** – это выставка-тренд, проходящая под неизменным девизом «Жить, дарить, украшать, праздновать!». Это встречи коллег, партнеров и друзей.





НОВИНКИ 2020

С 07.02.2020 по 11.02.2020 во Франкфурте прошла международная выставка потребительских товаров Ambiente (Internationale Frankfurter Messe) – центральное событие на мировом рынке посуды и товаров для HoReCa.

Цвета, формы, материалы – три тенденции товаров для дома в 2020 году по версии экспертов выставки Ambiente. WILMAX шагает в ногу со временем – добро пожаловать на фирменный стенд! С радостью и гордостью презентуем самые последние разработки, яркие и стильные новинки и фирменные коллекции компании WILMAX.

wilmax.uk | sales@wilmax.ru
facebook.com/WilmaxRussia
youtube.com/wilmaxengland
@wilmax_cis



messe frankfurt
ambiente



Chafing dishes



SandStone



Stainless Steel



Color Boom



SlateStone



Тренд Russia – Belorussia – Ukraine



Выставка Ambiente уже много лет не нуждается в особом представлении. На выставке свои творения предлагают не только всемирно известные бренды, но и динамично развивающиеся российские компании и производства стран бывшего СССР, Украины и Белоруссии. На зарубежной площадке последние часто ассоциируются с Россией, так как все, говорящее на русском языке, для многих за рубежом – русские.



Наши партнеры и друзья из стран бывшего СССР: **ДОБРУШСКИЙ ФАРФОРОВЫЙ ЗАВОД** и «**БЕРОССИ**» (Белоруссия) и производители чугунной посуды «**БЕЛОЦЕРКОВЛИТ**» и «**НАША МАЙСТЕРНЯ**», керамическая фабрика **MANNA CERAMICS** и производитель эмалированной посуды «**НОВОМОСКОВСКАЯ ПОСУДА**» из Украины – демонстрируют замечательные изделия собственных производств.

ДОБРУШСКИЙ ФАРФОРОВЫЙ ЗАВОД – интересна его морская серия, где предлагается сервировать стол в «пивном» стиле, с кружками и с тарелками с крабами и различными морскими гадами. Хороша классическая коллекция «Балерина» с золотым отливом. Самое главное, что хочется отметить, – продукция белорусского



завода получила сертификат лицензирования продукции, востребованный и регламентированный во всем мире: знаки SMETA и Sedex.

С удовольствием отметим и компанию «**НОВОМОСКОВСКАЯ ПОСУДА**» из Днепропетровской области, которая также, следуя цветовой палитре 2020 года (синему цвету), предложила эмалированные кастрюли разных объемов, в том числе и порционные, которые могут быть востребованы в национальных кафе и ресторанах.

Уже несколько лет **РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР (далее РЭЦ) И «ЭКСПОЦЕНТР»** представляют Россию на общем стенде на площадке Ambiente. Благодаря организации «Экспоцентром» и РЭЦ мероприятий на Ambiente 2020 активно работали представители российского рынка непродовольственных товаров. Экспозиция предприятий народных художественных промыслов России и демонстрация изделий российских фабрик на крупной профессиональной площадке мирового уровня – знаковое событие, дающее возможность продемонстрировать лучшие изделия отечественных и национальных брендов.

По словам экспертов, российский стенд стал эффективной зоной презентации, способствующей сотрудничеству российских предприятий с зарубежными партнерами, инвесторами и профессиональным сообществом в целом. Продукция российских производителей сочетает в себе национальные традиции и современность.



Россия в этом году формально представлена 13 компаниями, среди которых **ЗПИ «АЛЬТЕРНАТИВА»**, «**БЫТ-ПЛАСТ**», «**ДЕКОРСТАЙЛГЛАСС**», **GIPFEL**, «**ЭВИС**», «**ГЛАСТАР**», **ЛЫСЬВЕНСКИЙ ЗАВОД ЭМАЛИРОВАННОЙ ПОСУДЫ**, **PROMSIZ**, **ГУСЕВСКОЙ ХРУСТАЛЬНЫЙ ЗАВОД ИМ. МАЛЬЦОВА**, «**САХА ТААС**», **ИМПЕРАТОРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД «РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»** и др.

На протяжении всех дней работы выставки шли интенсивные переговоры российских компаний с иностранными клиентами. Все экспоненты отметили высокую продуктивность такой работы. Было организовано более 100 b2b



встреч, и каждая компания получила от 8 до 30 результативных контактов.

Так, Гусевской хрустальный завод им. Мальцова достиг договоренности с компанией Le Noble Tokyo (Япония) о поставке партии изделий из горного хрусталя с алмазной огранкой и гравировкой. А Императорский ювелирный завод «Русские Самоцветы» получил заказы из Италии и Германии на поставку предметов интерьера и изделий с эмалью. Компания PROMSIZ из Калуги заключила соглашение с фирмой Fortessa на поставку продукции в США, получила заказ от другой американской фирмы Agamco и договорилась с компанией Bingo о поставке нового ассортимента в Грузию. Торговая компания «Эвис» (г. Владимир) провела несколько результативных встреч с компанией «Саха Таас» из Якутии, которая представила уникальные изделия из чаройта, обсидиана, горного хрусталя, других самоцветов.

Еще более широкая география стран, с которыми провела деловые переговоры компания «ДекорСтайлГласс» из города Гусь-Хрустального. В рамках выставки у нее состоялись встречи с клиентами из Алжира, Аргентины, Германии, Израиля,

Индии, Кении, Кувейта, Латвии, Словении, Турции.

Вообще хочется отметить смелость и харизматичность российских компаний, которые в сложных экономических условиях приезжают, участвуют и составляют конкуренцию западным производителям.

Это завод пластмассовых изделий из Башкирии «Альтернатива», который все больше продвигается в сторону экспорта, со своей продукцией завоевывая мировое пространство. К этой выставке он подготовил серию салатников, выполненную в серых и бежевых тонах, посуду для животных с интересным принтом, комоды и несколько изделий для сада-огорода и отдельную детскую коллекцию.

Лысьвенский завод эмалированной посуды, который, являясь участником многих международных выставок, не только расширяет свой ассортимент с учетом потребностей российского потребителя, но и, основываясь на мировых трендах, технологиях и тенденциях, завоевывает европейских покупателей и байеров.

Компания «Бытпласт» продемонстрировала товары и цвета, модные для текущего года на международной выставке Ambiente. В 2020 году



«Бытпласт» представил свою продукцию на выставке уже в пятый раз, не однажды отмечая, что Ambiente дает компании возможность диалога с уже имеющимися европейскими клиентами и, конечно же, знакомства с новыми. Только за последний год «Бытпласт» расширил географию поставок в Европу, добавив к списку стран-клиентов Эстонию и Польшу. На выставке впервые были представлены уникальные товары, защищенные патентом: сиденье Kidfinity с удобными раздвижными поручнями с надежным замком, нескользящей поверхностью из soft-touch материала и с развивающими игрушками.

2020 год ознаменовался заметным прорывом разнокалиберной посуды по различным товарным группам рынка, поэтому увлечение посетителей товарами из России является закономерным. Да и китайская логистика на данный момент сомнительна.

Выставка Ambiente явилась масштабным мастер-классом профессионалов со всего мира и площадкой общения специалистов любого уровня. И участие российских предприятий в ней – это неограниченный опыт и открытие новых горизонтов.



Алматинская площадка: развитие налицо

Традиционная алматинская выставка *Houseware* в этом году прошла несколько раньше обычного: с 29 февраля по 3 марта и была совмещена с *Home Textile*. В результате количество участников и посетителей увеличилось по сравнению с прошлым годом.



Главные ворота выставочного комплекса «Атакент»

ОБЩАЯ КАРТИНА

Большинство экспонентов в этом году – российские компании, в том числе впервые посетившие данную выставочную площадку: ООО «ЗПИ «Альтернатива», ООО «Пилот МС», ПАО «Ашинский металлургический завод» (АМЕТ), ОАО «Павловский ордена Почета завод художественных металлоизделий им. Кирова», ООО «ТВС-Евразия» (российское представительство итальянской компании TVS).

Среди постоянных участников: ОАО «Кукморский завод Металлопосуды» (ТМ Kukmara), стенд кото-

рого встречал посетителей прямо у входа, ООО «Посуда Люкс» (ТМ «Мечта»), ООО «Гвур» (ТМ Jarko), ООО «ЗИЛ-Гарант», ПАО «Нептун», компания «Корпорация ЕС».

В числе посетителей оказались представители компании «Борисовская керамика», которые приехали на данную выставку впервые, так сказать «на разведку».

Все это свидетельствует о высокой степени заинтересованности российских брендов в распространении своей продукции на территории Казахстана.



Стенд ОАО «Кукморский завод Металлопосуды»

HOUSEWARE & HOME TEXTILE 2020
Статистика:
количество участников – 49 компаний;
число посетителей – более 6300 человек.

К сожалению, в этот раз на выставке не было местных производителей хозяйственной утвари и предметов интерьера, которые демонстрировали свою продукцию в прошлые годы.

При этом, как и прежде, из местных участников рынка выделялась посудная компания, осуществляющая дистрибуцию бренда **Nice Cooker**. Повышенным вниманием также пользовался стенд компании, продвигающий посуду от **BergHOFF**.

Стоит также отметить минимальное количество эмалированной и чугунной посуды. Зато довольно много было представлено посуды из непокрытого алюминия, в основном это казаны и формы для выпечки.

В почете у местных потребителей посуда большого объема, например, казаны и кастрюли объемом от 9-10 до 16-25 л (и даже более); это связано с особенностями местного рынка. Причем такие гигантские, по российским меркам, кухонные изделия выполняются как из алюминия, так и из нержавеющей стали.

Большие казаны выставлялись в комплекте с уагами (уличная «комфорка» для казана, работающая на газе или ином топливе).

Поскольку выставка начала свою работу в выходной день, число желающих приобрести посудные изделия российского производителя оказалось высоко. В результате значительная часть экспонентов распродала выставочную продукцию буквально в первые часы выставки (90% изделий были забронированы и ждали своих владельцев в последний день выставочного мероприятия). Так что участники возвращались обратно налегке.



Стенд компании BergHOFF

Во второй и третий дни было организовано групповое посещение выставки предпринимателями из Киргизии и Казахстана (автобусные бизнес-туры сформировали организаторы *Houseware* и *Home Textile*). Некоторые из приехавших уже работают с российскими компаниями, но большинство только планирует заключать взаимовыгодные договоры.

В разговоре с участниками казахстанского посудного рынка выяснилось, что российским компаниям в ряде случаев выгоднее работать со здешними закупщиками, а не с китайскими. Цена закупки для российской компании напрямую в Китае выше, нежели на закупку точно такой же продукции (и того же объема) у казахстанского закупщика, который экономит на таможенном оформлении и логистике.



Узбекская керамика

Казалось бы, еще одно звено (казахстанский перекупщик) в торговой цепочке добавляет хлопот и увеличивает расходы... Но оказывается, транспортные расходы и переход границы в данном случае выходят еще дороже.

Рынок Казахстана далек от насыщения, причем практически во всех товарных категориях как кухонной, так и столовой утвари. Однако заинтересованность магазинов или дистрибьюторов в налаживании деловых контактов сохраняется невысокой. Такая картина наблюдается достаточно давно, по крайней мере в рамках выставочной деятельности. Представители бизнеса вообще неохотно посещают выставочную площадку, на это указывают все участники. Именно по этой причине автобусные бизнес-туры хоть как-то выравнивают ситуацию. Количество контактов во время группового посещения представителей бизнеса сразу



Стенд ООО «ЗПИ «Альтернатива»

В рамках выставки была организована деловая программа, где слушатели могли познакомиться с рыночной ситуацией, узнать о мерах государственной поддержки бизнесу, а также получить ответы на вопросы, связанные с дистрибуцией и распространением товара. В числе спикеров от журналов «Посуда» и «Хозторг» выступил выпускающий редактор изданий Алексей Трембицкий с докладом «Ситуация в сегментах бытовой и посудной утвари. Перспективы развития розничной торговли».

возрастает. Стоит надеяться, что в будущем эти контакты перерастут в реальное сотрудничество.

По словам конечных потребителей (на данной выставке – они главные герои), российская посуда – дефицитный товар. Именно эту продукцию, а не китайскую хотят видеть у себя дома 99,99% посетителей. Именно эта продукция видится им качественной, долговечной, безопасной и в некоторой степени родной. Покупатели буквально гонятся за российским фарфором, нержавеющей сталью, антипригарной утварью.

Несмотря на то, что самой востребованной на алматинском рынке является посуда экономкласса, покупатели стараются приобретать и более дорогие изделия, предпочитают пользоваться качественной и износостойкой посудой.

НЕМНОГО О НОВИНКАХ

ООО «Гвур» (ТМ Jarko) вышло к посетителю со своей новинкой – сковородой, приспособленной для использования на индукционной плите, а также стеклянными крышками, окантованными силиконовым





Продукция
ООО «Гвур»
(ТМ Jarko)



Продукция
ООО «Гвур»
(ТМ Jarko)

ободком. Кроме того, пожалуй, только у них были мини-сковороды с антипригарным покрытием (диаметром 14 см), рассчитанные на приготовление одной порции блюда, например одного яйца. Компания также предлагала актуальные здесь крышки большого диаметра – 32 см.

ООО «Посуда Люкс» (торговая марка «Мечта»), чей ассортиментный ряд насчитывает более 450 наименований, продемонстрировала на своем стенде самые интересные позиции. Среди них линейка сковород «Премиум» с инновационным усиленным покрытием в двух оттенках: «Грей» и «Мокко». Благодаря толщине дна данной посуды 6 мм и толщине стенок 4 мм обеспечивается равномерный прогрев на любых конфорках. Кстати, в скором будущем компания готовит представить модель, которая подходит для использования на индукционной плите. Серия «Гранит», чей объем составляет около 85% от всего ассортимента, пополнилась изделиями в новом дизайне (включая оттенки синего).

Несмотря на подавляющее большинство представляемых на выставке изделий большого объема, «Мечта»

показала и изделия небольшой вместительности: 1,7-2 л. По словам представителя компании, одним из серьезных преимуществ выставленной здесь продукции является дно, прокрашенное с внешней стороны. Это позволяет мыть посуду в посудомоечной машине, где неизбежен контакт с агрессивными моющими средствами (расточенное дно с непокрытым алюминием может при таком контакте пострадать от коррозии).

Торговая марка АМЕТ (ПАО «Ашинский металлургический завод») впервые приняла участие в выставке. Специально для данной экспозиции были привезены сковороды диаметрами 28 см и более (максимальный диаметр, который может предложить компания, 31,6 см) и посуда больших размеров, например кастрюли от 9 до 50 л, профессиональная «навеска», а также утварь для туристических походов и питания в различных государственных учреждениях. Практически всех посетителей выставки не оставил равнодушным чайник со свистком из полированной нержавеющей стали объемом 3 л и термосы с широким горлом. К сожалению, многие покупатели не знают о

том, что хранение готовых горячих блюд в подобных термосах не должно превышать 6 часов (какие бы термосы ни были), спустя это время теплое блюдо начинает портиться.

Представитель завода указала на новую технологическую особенность ряда термосов: теперь вакуум между стенками создается путем аккуратного прокола, что уменьшает толщину дна термоса, а следовательно, и его общий размер; при этом не уменьшается время сохранения заданной температуры, то есть данное усовершенствование не снижает эксплуатационных характеристик термоса. По установленным стандартам термосы АМЕТ с узким горлом держат температуру до 6 часов при объеме до 0,75 л и до 24 часов при объеме от 1 л и более. Компания также привезла на выставку столовые приборы, включая приборы с нитридтитановым покрытием, которые буквально приковывали внимание посетителей.

Российское представительство итальянского бренда TVS (ООО «ТВС-Евразия») подготовило для выставки глубокие сковороды, ориентируясь на особенности местной кухни. Это



Продукция ТМ «Мечта»



Продукция
Павловского завода
им. Кирова



Стенд ООО «ТВС-Евразия»



У стенда Nice Cooker



Стенд «Корпорация ЕС»

такие линейки, как: Natura, Mineralia, Virtus, Diamante. На выставочном стенде компании можно было увидеть модели с покрытием повышенной износостойкости. Несмотря на то что вся продукция TVS изготавливается только на заводе, расположенном в Италии (по утверждению представителя стенда), посуда рассчитана на массового потребителя. Демократичные цены (не более 10 000 тенге на магазинной полке, или 1500 рублей) обеспечиваются исключением дополнительных торговых звеньев (сокращение цепочки поставки), а следовательно, уходом от наценок. Завод работает напрямую с торговой точкой (магазином), исключая импортера и дистрибьютора.

Продукция Павловского завода им. Кирова вызвала также неподдельный интерес. Недавно выпущенные модели «Купеческая» (М-24), « Оптима» (М-27) и « Оптима лайт» (М-32), а также форма для жарки яиц пришлось по душе большинству посетителей. В целом компания привезла 19 моделей для сегмента Home и 2 модели для сегмента HoReCa. Сотрудники компании сходятся во мнении, что заинтересованность покупателей Казахстана к российскому ассортименту, включая столовые приборы, высока. Основная часть покупателей предпочитает продукцию низкого и среднего ценовых сегментов, но особенно нуждаясь в упа-



Чугунная кастрюля
от «Пилот МС»

ковке (хотя покупать рассыпью). Однако данная специфика покупательских потребностей не должна быть помехой для развития бизнеса.

Известный производитель кухонной утвари ОАО «Кукморский завод Металлопосуды» (ТМ Kukmara) приехал на выставку с новыми линейками сковород: «Гранит-Ультра» разных оттенков (коричневый, красный, синий, зеленый) и Elite Stone. Обе линейки выполнены методом ручного литья и имеют многослойное покрытие повышенной прочности («Гранит-Ультра» включает минералы, близкие по твердости алмазу, а Elite Stone частицы твердой горной породы в виде каменной крошки). Помимо сковород компания предлагает различную посуду: казаны, кастрюли, включая посуду из нержавеющей стали.

Компания ПАО «Нептун» предложила вниманию посетителей электрические сушилки, сепараторы, электрошашлычницы и иную технику.

ООО «ЗИЛ-Гарант» традиционно выставило пластиковую утварь и антипригарную посуду различных брендов.

Один из крупнейших заводов пластиковой утвари ООО «ЗПИ «Альтернатива», в ассортименте которого свыше 3000 наименований продукции, принял участие в данной выставке впервые (хотя имеет партнеров в Казахстане). В числе новинок завода: цельнолитые ящики в пластиковом комоде, аксессуары для сада и огорода, емкости для хранения, пластиковая посуда и мебель, а также детские игрушки. Компания постоянно обновляет декоры своей продукции, предлагая только актуальные оттеночные решения и рисунки. Недавно ООО «ЗПИ «Альтернатива» заключило договор с компанией «Детский мир» и создало онлайн-платформу для заказа понравившихся изделий посредством Интернета.

Известный дистрибьютор «Пилот



Чайник ТМ «АМЕТ»

МС» привез на свой стенд эмалированную посуду с различными деколями («Дольче Вита», «Палермо»), а также сковороды собственного бренда «Традиция». Помимо этого на выставочной полке компании стояла эмалированная чугунная кастрюля объемом 3,2 л (бренд Myron Cook).

В целом выставка прошла удачно. Практически все компании-участницы пополнили список потенциальных клиентов на 15-20 позиций. Есть все основания предполагать, что в следующем году посудный бизнес в Казахстане увеличится в объеме и на выставочной площадке появятся новые компании.



Достоинства мировых брендов

Среди известных марок посудной утвари есть несколько имен, которые любимы всеми без исключения. Этим изделиям рады в каждом доме. Их отличает безукоризненный стиль и высшее качество исполнения. На российском рынке такую продукцию представляет известная компания «Антарес Трейд».



KUHN RIKON – лидер на рынке посуды и кухонных принадлежностей Швейцарии. Это семейная компания со штаб-квартирой в городе Рикон и филиалами в Великобритании, Испании и США. Продукты этой марки можно увидеть более чем в 50 странах мира.

Каждая семья, где ценят уют и семейную кухню, знакома с этой маркой и с удовольствием годами использует данную посуду.

Название бренда идет от фамилии основателя – **Kuhn** и города **Rikon** (Рикон), расположенного недалеко от Цюриха. К наименованию марки часто добавляется слово **Switzerland**, что подразумевает международный знак качества.

Один из показателей известности и качества продукции Kuhn Rikon – про-

дажа изделий этой марки в собственном магазине известного музея современного искусства в Нью-Йорке «MoMa». Продукция выполнена из стали марки 18/10, что делает ее устойчивой к коррозии и обеспечивает ее твердость; 10% никеля придают блеск и устойчивость к воздействию кислот. Данная марка стали лишает металл магнитных свойств и делает его инертным, то есть не вступающим в реакцию с какими-либо продуктами питания.

Компания «Антарес Трейд» начала дистрибуцию бренда Kuhn Rikon в России и организовала большую презентацию, которая состоялась 18 февраля в кулинарной студии «Вкусотеррия» в присутствии партнеров, торговых сетей из Москвы и регионов России, блогеров и журналистов. Бренд-шеф Максим Шитов провел блестящий мастер-класс по этой

марке! Он специально подобрал меню, наглядно демонстрирующее все особенности посуды. Отдельное внимание было уделено коллекции Durotherm, которая не имеет аналогов на рынке, так как позволяет доготовлять блюдо без использования плиты!

В качестве показательного блюда был выбран грузинский аджапсанда, тонкий аромат которого способны продемонстрировать только очень опытные кулинары. Однако благодаря исключительным свойствам кастрюли Durotherm блюдо раскрыло все свои вкусовые качества без особых хлопот. Меламиновая подставка позволила дойти блюду до готовности уже без кухонной конфорки. Гости были в восторге!

Какие свойства этой линейки позволили так виртуозно приготовить грузинское блюдо?

Это стало возможно благодаря двойным стенкам из нержавеющей стали 18/10 у кастрюли и крышки и многослойному дну Superthermic®. Блюдо доготовлялось (томилось) в горячей кастрюле на специальной меламиновой подставке. На ней же можно ставить горячую кастрюлю прямо на стол. Пользуясь посудой **Durotherm**, вы никогда не обожжете руки, так как сделать этого попросту не сможете – ручки не нагреваются. Вам не надо прятать кастрюлю под теплое одеяло – она сохранит аромат и тепло еды в течение 2 часов! И, несомненно, швейцарское качество дает 10-летнюю гарантию на изделия!

Но это не все. На мастер-классе шеф-повар продемонстрировал гостям отличительные особенности приготовления стейка рибай на трех различных сковородах:

- на стальной сковороде без антипригарного покрытия Kuhn Rikon Silver Star;
- на стальной сковороде с антипригарным покрытием Kuhn Rikon Silver Star;
- на алюминиевой сковороде с антипригарным покрытием Biotan от Gastrolux.

Все три варианта мяса получились безупречны, при этом гости убедились в простоте приготовления стейка на стальных сковородах Kuhn Rikon.

После увлекательного мастер-класса новинкой из Швейцарии заинтересовались магазины не только в Москве, но и в регионах РФ



Новинка – сковорода-ВОК от Gastrolux® позволяет молниеносно приготовить любимое блюдо при сильном температурном режиме. Процесс готовки происходит при постоянном помешивании: прожаренные кусочки специальной лопаткой перемещаются наверх, а сырые – вниз.

Компания Gastrolux® производит лучшую посуду для жарки с покрытием BIOTAN®. Название покрытия отражает соединение натурального минерала и высокотехнологичные способы его нанесения.



Бренд Gastrolux пришел из Дании. Сегодня компания Gastrolux является одним из ведущих мировых производителей посуды. Изделия этой марки можно увидеть более чем в 25 странах мира. Неповторимая самобытная датская мода отражается в дизайне продуктов Gastrolux. Покрытие BIOTAN с момента своего появления на рынке стало синонимом качества для покупателей из многих стран мира.



Gastrolux сочетает высокие технологии и собственные передовые разработки (ноу-хау) с экологически чистым производством в богатом традициями городке Рюомгор.



Известный французский бренд Emile Henry порадовал своих почитателей уникальной формой для запекания любых видов сыра. Теперь достаточно взять форму, положить в нее порцию сыра, добавить специи (по вкусу) и поставить в духовку. Дальнейшее, словно по волшебству, произойдет само собой. Подавать приготовленное блюдо можно в используемой форме. И WOW-эффект обеспечен!



Среди любителей этого блюда – люди всех возрастов, ценители семейных застолий и ярких вечеринок. По мнению многих из них, приготовленный в духовом шкафу сыр прекрасно подходит к тостам или крекеру. Им можно художественно залить тушеные овощи и мясо. Кроме того, такой сыр не уступает различным соусам, особенно если сбрызнуть его измельченными сухариками или мелконарезанными кусочками хлеба. Другими словами, у такого блюда просто неограниченные возможности, что называется, на любую фантазию!



Lekue подарила всем ценителям яркой кухни самый простой, быстрый и удобный способ приготовить еду с эффектом гриля в домашних условиях! Мясо, овощи, бутерброды, пицца – теперь получаются без дыма и неприятного запаха! И это на ваших глазах в течение нескольких минут! При этом сохраняются вкусовые качества натуральных продуктов. Это настоящее чудо. Кроме того, после использования гриль легко очищается вручную, а также его можно мыть в посудомоечной машине.



В результате вы получите вкус как у блюда, приготовленного на открытом огне за городом. Потрясающий эффект – быстро, чисто и удобно. Трудно представить себе большее совершенство.



Еще одна новинка от бренда Lekue – нож для удаления сердцевинки из овощей и фруктов. Инструмент выполнен из высококачественной нержавеющей стали с лезвиями, способными осушивать два размера резки. Теперь каждый желающий, без специальных навыков, способен создавать различные закуски в виде всевозможных дизайнерских стаканчиков из овощей и фруктов. Радость, удивление, восторг от таких оригинальных закусок обеспечены!

Яркого застолья!



Teflon™ the Nonstick Brand

Актуальные новости компании  **Chemours™**
Новые формулы

Женева, Швейцария, 7 февраля 2020 года

Компания Chemours, мировой химический концерн с лидирующими позициями на рынке титановых технологий, фторированных продуктов и химических решений, стремится вдохновить своих заказчиков инновационными предложениями по продуктам и усовершенствованием качества существующих линеек.

С марта 2020 года Chemours запускает обновленный ассортимент покрытий Teflon™ для роликового наката с суперхарактеристиками по долговечности и долгосрочным антипригарным свойствам, разработанных для экономически эффективного выпуска посуды для жарки и выпечки больших производственных объемов.



НОВЫЙ ВЫБОР КАЧЕСТВА

Поскольку существуют разные запросы рынка по характеристикам и внешнему виду антипригарных покрытий, компания Chemours предлагает две системы продуктов.

Teflon™ Classic Roller Coat – это дальнейшая доработка существующего покрытия новой формулой верхнего слоя, которая кардинально улучшает характеристики продолжительности непригорания и долгосрочного сопротивления к царапинам. Тесты нового покрытия продемонстрировали увеличение показателей на 200%, что позволит сохранить привлекательность внешнего вида посуды еще дольше.

Дополнительно новое предложение по роликовому накату включает технологию Teflon™ Rock. Она предоставляет возможность безграничных опций по окрашиванию посуды путем выбора любых комбинаций из 6 основных цветов и 8 дополнительных, позволяющих создать ощущение вечности натурального камня и прочности скалы.

Teflon™ Classic Roller Coat поставляется в модных цветах, что позволит превратить посуду для жарки и выпечки в стильные аксессуары. Шесть эмоциональных оттенков добавляют новые привлекательные цветовые акценты в вашу кухню: чувственный Curacao Blue, экзотический Mango Gold, летний Berry Purple, успокаивающий Chocolate Brown, классический Pure Pewter и элегантный Sterling Silver.

Teflon™ Xtra разработан для гибридной технологии нанесения покрытия. Это комбинация роликового наката с укрепленным материалом, применяемым для предварительной подготовки поверхности, и покрытия, нанесенного методом «навеса» верхнего слоя, которая позволяет добиться уникального сопротивления истиранию и долговечности. Покрытие прошло испытание по протоколу Shaker Test (истирание, антипригарные свойства и царапины), что подтверждает его уникальность и отменные качественные характеристики.

Wilbert Broeksmit, топ-менеджер по продуктам Teflon™ Branded Coatings, смотрит на перспективы-2020 с большими ожиданиями: «Данные новые покрытия роликового наката завершают серию работ по повышению качества, начатых компанией Chemours в 2018 году. Сейчас мы предлагаем новый выбор покрытий для посуды с пост-формовкой как для жарки, так и для выпечки. Не только тесты на прочность, но и антипригарные свойства покрытия продемонстрировали великолепные результаты. Это должно дать большие возможности для производителей и продавцов в плане усиления позиций в стратегии «входа на рынок» и продвижения товара».



Подготовлено по материалам, предоставленным компанией Chemours и ее региональным представителем по ключевым клиентам Татьяной Маркиной, Chemours, СНГ



Антипригарный Бренд

КОГДА ДОСТИЖЕНИЕ ВСТРЕЧАЕТСЯ С ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ

- Подтверждённые долгосрочные антипригарные качества
- Изготовлены без PFOA, APE, BPA
- Допустим длительный нагрев при использовании любых источниках тепла до 260C
- Исключительная гарантия качества от бренда, которому Вы можете доверять: 80% опрошенных потребителей знают бренд Teflon™



Китайский синдром в действии. Чего ожидать?

Вспышку коронавируса COVID-19 китайские власти пока называют эпидемией. Хотя количество погибших людей, а также число подтвержденных случаев заражения растет не только в Китае, но и в других странах мира. 28 февраля ВОЗ изменила уровень угрозы коронавируса со статуса «высокий» на статус «очень высокий». Эта тема у всех на устах, она не сходит с главных полос печатных изданий мира. К ситуации с коронавирусом прибавился еще и обвал рубля (сразу после мартовских праздников). Все эти события влияют не только на бизнес-климат, но и на настроение людей в целом.



Эксперты Аналитического кредитного рейтингового агентства (сокр. АКРА) называют несколько негативных факторов, которые повлияли на сложившуюся экономическую ситуацию. Это, конечно, вспышка коронавируса.

«В связи с распространением болезни за пределами Китая снижается экономическая активность во многих странах...», – говорится в комментариях АКРА.

Мировой бизнес в той или иной мере завязан с Китаем. Под ударом туризм, гражданская авиация, наземный транспорт, общепит, гостиничный бизнес, ретейл. Последствия эпидемии уже наступили для котировок акций компаний в сфере продажи премиальных товаров и услуг. Если человек испуган, он не полетит в отпуск, откажется от шоппинга и отменит поход в кино – перестанет тратить деньги, рассуждают экономисты.

В развитых странах отменены международные симпозиумы, конференции, выставки и мероприятия. В Москве на месяц, до 10 апреля, из-за коронавируса запрещены массовые мероприятия, где будет больше 5 тысяч участников. Соответствующий указ подписал мэр города Сергей Собянин. В документе говорится о запрете проведения спортивных, зрелищных, публичных и иных массовых мероприятий.

Россия впервые начала серьезно ограничивать авиасообщение с Европой из-за пандемии коронавируса, разрешив летать в Германию, Испанию, Италию и Францию только «Аэрофлоту» и лишь в семь городов. В правительстве также допустили организацию специальных рейсов для вывоза граждан РФ из этих стран, пишет «Коммерсантъ».

Фондовые рынки, в том числе азиатский, чувствительны к панике

Справка. На 13.03.2020 года на рынках США случился крупнейший обвал с 1987 года. Dow Jones потерял 9,33%, а NASDAQ – 7,85%. Торги на биржах Азии открылись падением. Сильнее всего за неделю потрепало биржи Европы – британский FTSE 100 упал на 20,9%, германский DAX потерял 22%, CAC 40 во Франции – 23,4%. Почти на четверть – 24% – упал канадский S&P/TSX. Российский РТС за неделю потерял 25,5%, упав с 1296 до 966 пунктов – тоже за неделю.



Ambiente

Крупнейшая в мире выставка потребительских товаров Ambiente была первой ведущей торговой ярмаркой, которая пострадала от воздействия коронавируса. Компании из Китая занимают существенную долю среди экспонентов и второе место по числу посетителей среди всех стран, не считая Германии. Некоторые авиакомпании (включая главного немецкого авиаперевозчика Lufthansa) отказались от перевозок в Китай и из Китая, поэтому проблема для китайских бизнесменов, направляющихся на Ambiente, существовала.

Комментируя вспышку коронавируса, Detlef Braun, член Executive Board of Messe Frankfurt, сказал: «Власти в настоящее время оценивают, что нет никакой опасности для всех событий на территории «Мессе Франкфурт». Однако в настоящее время представителям компаний не разрешается ездить во Франкфурт, если они прибывают из районов, находящихся под карантином китайских властей, таких как Wuhan и Hubei. Поэтому мы ожидаем меньшее количество китайских экспонентов по сравнению с регистрацией экспонентов и посетителей из Китая».

Да, действительно, паника, начавшаяся с возникновением вспышки коронавирусной инфекции, повлияла на количественный состав посетителей и участников выставки. Многим сетевым байерам категорически запрещалось выезжать за пределы своей страны, ведь, если бы кто-то из менеджеров подхватил инфекцию, закрывать бы пришлось целые сети.

Еще одним явно заметным фактором был шторм Siara. На два дня было парализовано авиасообщение между Франкфуртом и многими городами. Рейсы или переносились, или отменялись вовсе. Железнодорожное сообщение было нарушено, в поездах люди ехали стоя, так как не хватало сидячих мест.

Бизнес в залах, к общей радости, пострадал не так сильно, как ожидалось, и в целом по всем категориям было размещено большое количество заказов. Тем не менее экспоненты были разочарованы чувством неуверенности посетителей.

Некоторые компании не смогли

продемонстрировать новинки, так как груз из Китая не был вовремя доставлен. В нескольких залах были замечены пустые стенды и надписи гласили, что стенды пустуют из-за вспышки коронавируса.

Тем не менее глобальных признаков ухудшения потребительского настроения пока не чувствовалось.

США. Чикаго.
Выставка The Inspired Home Show (прежде The International Home + Housewares Show)

THE
INSPIRED
HOME
SHOW | IHA'S GLOBAL HOME +
HOUSEWARES MARKET

March 14 - 17, 2020
McCormick Place | Chicago

Из-за вспышки коронавируса выставка THE INSPIRED HOME SHOW 2020 отменена. THE INSPIRED HOME SHOW 2020 CANCELLED AMID CORONAVIRUS CONCERNS. Deborah A. Teschke, старший менеджер по связям с общественностью, сообщает: «После тщательного рассмотрения событий относительно продолжающегося распространения COVID-19 (Coronavirus) за рубежом и недавних случаев в Соединенных Штатах, правление и совет директоров Международной ассоциации предметов домашнего обихода/International Housewares Associations решили не проводить Inspired Home Show 2020, запланированную на 14-17 марта 2020 года в McCormick Place в Чикаго».

«В течение последних нескольких недель мы очень внимательно следили за этой ситуацией, и нашей главной заботой была безопасность и благополучие индустрии товаров для дома и домашнего обихода», – сказал Derek Miller, президент IHA.

Совет директоров IHA принял это решение после консультаций с отраслевыми участниками, включая экспонентов и ретейлеров. В конце концов, глобальный характер мероприятия в сочетании с обеспокоенностью во всем мире в отношении вспышки коронавируса и продолжающихся ограничений на поездки делает невозможным проведение Inspired Home Show на следующей неделе.

Совет директоров и сотрудники IHA будут работать над финансовыми показателями отрасли и влиянием проблемы на отрасль и Ассоциацию.

цию. Как только анализ будет завершен, будет предоставлена дополнительная информация о возмещении финансовых потерь экспонентам.

IHA ранее объявила, что International Sourcing Expo не откроется в 2020 году из-за ограничений на поездки между Китаем и США.

Выставка Inspired Home Show 2021 состоится 13-16 марта в чикагском комплексе McCormick Place.

HKTDС Hong Kong Houseware Fair.
Перенос выставки на июль 2020 года



Безопасность экспонентов и покупателей всегда была приоритетом для гонконгского Совета по развитию торговли (HKTDС). Учитывая нынешнее развитие вспышки коронавируса и в соответствии с мерами здравоохранения, принятыми правительством САР Гонконг, было принято решение о переносе восьми выставок HKTDС, первоначально запланированных на 6-30 апреля 2020 года. В соответствии с новой схемой HKTDС Hong Kong International Lighting Fair (весенняя сессия), HKTDС Hong Kong Electronics Fair (весенняя сессия), HKTDС International ICT Expo, HKTDС Hong Kong Houseware Fair, HKTDС Hong Kong International Home Textiles & Furnishings Fair, HKTDС Hong Kong Fashion Week, HKTDС Hong Kong Gifts & Premium Fair и Hong Kong International Printing & Packaging Fair будут проходить с 25 по 28 июля 2020 года в Hong Kong Convention & Exhibition Centre.

Canton Fair в Guangzhou 2020



Кантонскую ярмарку (Canton Fair) в Гуанчжоу без преувеличения можно назвать витриной китайского экономического чуда. Тут рождаются идеи, демонстрируются новые технологии и задаются тренды. На официальном сайте <https://www.cantonfair.org.cn/en> говорится, что 21 февраля министерство торговли провело онлайн-брифинг по вопросам поддержания стабильности внешней торговли, инвестиций и стимулирования потребления.



Отвечая на вопрос журналиста о том, «будет ли весенняя Кантонская ярмарка перенесена или отменена», генеральный директор Департамента внешней торговли министерства торговли КНР Li Xingqian сказал, что в настоящее время подготовка 127-й Кантонской ярмарки идет неуклонно в соответствии с планом. Информация о выставке на официальном портале Facebook следующая: «После вспышки пневмонии, вызванной новым коронавирусом, и по указанию министерства торговли КНР, Центр внешней торговли Китая (ЦФТЦ) быстро задействовал механизмы реагирования, чтобы предотвратить распространение эпидемии. Чтобы защитить здоровье своих сотрудников и клиентов, мы внедрили самые всесторонние и строгие меры профилактики и контроля».

По тегу министерства коммерции провинции Гуанчжоу выставочный комплекс – место проведения Кантонской ярмарки – приостанавливает свою работу (информация на 03.03.2020). Но регистрация на официальном сайте продолжается (прим. редакции).

International Commodity Fair, Москва, «Экспоцентр»

International Commodity Fair MOSCOW

За последний месяц очень часто возникал один вопрос: ожидается ли отмена выставки International Commodity Fair из-за распространения коронавируса?

Выставка International Commodity Fair, которая ежегодно проводится в начале лета, в этом году не отменяется. По просьбе китайских партнеров международная выставка International Commodity Fair переносится на 24-26 августа 2020 года и пройдет в павильоне №1 ЦВК «Экспоцентр», Москва. Кроме того, новые даты проекта совпадают с началом периода деловой активности. Будем надеяться, что к этому времени ситуация выровняется.

Вирус – не повод терять рынок!



Продолжающий убивать людей коронавирус не дает спокойно жить не только в связи с заботой о здоровье, но и по причине нарушения делового сотрудничества. В Казах-

стан, граничащий с Китаем, большинство товаров приходят именно из Поднебесной. И нарушение потоков товаров, которые стоят у границы и ожидают своих закупщиков дольше обычного, уже привело к некоторому дефициту и понижению курса местной валюты. Однако на высшем уровне ситуацию не рассматривают как кризисную и не видят повода для паники. В чем-то власти Казахстана правы, среди местного населения согласно официальной информации пока не было выявлено ни одного инфицированного COVID-19. Хотя некоторые граждане проходят карантин в соответствующих медицинских учреждениях.

Ситуация может измениться, если вирус (не дай бог) распространится в крупных городах, где высока плотность населения и велики миграционные потоки как туристов, так и тех, кто периодически уезжает на заработки в другие государства.

На выставке Houseware и Home Textile в этот раз не было представителей китайских компаний. Вызвано это закрытием границ с целью ограничения переноса вируса из районов с неспокойной эпидемиологической обстановкой. Однако участники местного рынка не выражают особенного беспокойства по данному поводу. При общении с профессиональными посетителями стало понятно, что граница, хоть и находится под зорким надзором медицинских служб, не является препятствием для торговли. Лишь в первый месяц, когда коронавирус только начинал завоевывать территории, были сложности, которые теперь ощущаются в значительно меньшей степени. Во-первых, вирус не может длительное время существовать на предметах и, соответственно, товарах, поэтому передерживать их сверх нормы на границе нет никакого смысла. Во-вторых, без китайской продукции жителям Казахстана не обойтись; собственное производство в настоящее время находится на весьма низком уровне. Так что закрывать поток китайской продукции невыгодно и бессмысленно.

В настоящее время коронавирус скорее является поводом для создания неблагоприятной экономической ситуации за счет смещения интереса покупателей и участников рынка в сторону борьбы с данным вирусом. Очевидно, что с нагнетанием и без того тяжелой обстановки пик продаж произойдет в сегменте противовирусных препаратов, средств индивидуальной защиты (различные маски, перчатки и иные аксессуары),

препаратов народной медицины, поддерживающих иммунитет, а также в туристическом секторе, точнее в той его части, куда вирус пока не проник (недолго уже до сезона массовых отпусков). Посудный сегмент, вполне возможно, потеряет на время распространения инфекции часть покупательской аудитории.

Первые признаки негативного влияния коронавируса на экономику уже спрогнозированы. Это разворот инфляции в России от замедления к росту. До сих пор инфляция в России снижалась. В январе она была 2,4%, в феврале — 2,3%. По итогам марта возможен рост до 2,4%. Ускорение годовой инфляции может начаться раньше, чем ожидалось на фоне волатильности на валютном рынке, говорится в подготовленной Минэкономразвития «Картине инфляции» за март.

Правда, стимулирующим фактором может стать «раскрутка» домашнего питания, хотя в условиях местной среднеазиатской культуры это сделать непросто. Большинство жителей постоянно питаются в недорогих кафе, где представлена во всем разнообразии национальная кухня.

Всеяет надежду то, что на волне имеющихся ограничений на ввозимые из Китая товары (в силу приостановки деятельности ряда китайских фабрик и приостановки транспортных потоков внутри КНР) есть вероятность увеличения спроса на продукцию другого партнера по бизнесу, а именно России. Тем более, что российскую продукцию, особенно в сегменте бытовой утвари и, в частности, посуды, в Казахстане ценят гораздо выше, нежели китайскую. Так что отечественным предприятиям стоит усилить внимание к своему доброму партнеру – Казахстану и выйти к нему с интересным предложением. Конечно, менталитет и национальные мотивы не всегда способствуют быстрому подписанию коммерческих соглашений, но это не означает, что не нужно пробовать и добиваться своего. По мнению ряда представителей рынка, сейчас наступает благодатная почва для завязывания деловых взаимоотношений и увеличения поставок из России в Казахстан.

Чем грозит коронавирус российским экспортерам ННЭ? Прокомментировала вопрос гендиректор РЭЦ Вероника Никишина

«Китай основной потребитель наших несырьевых неэнергетических товаров, в 2019 году объем поставок составил 14,5 млрд. долларов. Поэтому неудивительно, что распространение коронавируса приведет к сложностям для российских поставщиков. Эпидемия уже усложнила транспортировку, а также процесс заключения сделок, поскольку люди привыкли вести переговоры лично, а сейчас вынуждены отдавать предпочтение видеосвязи. Кроме того, из соображений безопасности уже отменили по всему миру около 400 коммерческих выставок, в десяти из которых участие российских экспортеров должен был организовывать РЭЦ, – рассказала гендиректор РЭЦ Вероника Никишина, – После анализа первых данных на начало 2020 года будет оценено влияние коронавирусной инфекции на экспорт.

По материалам РИА Новости

Подтверждением тому может служить существенное увеличение российских компаний в качестве участников на профессиональных выставках Houseware и Home Textile.

Логистика

Вслед за продуктовой розницей с проблемами поставок из Китая из-за логистических сложностей начал сталкиваться непродовольственный ретейл. Проблемы сказываются на поставке товаров, чья логистика завязана на наземной транспортировке в Китае: Ухань – важнейший транспортный узел, соединяющий Пекин, Шанхай и Гонконг. Пока коллапса нет: грузоперевозки осуществляются, хотя цепочка поставок между Китаем и Европой, конечно же, нарушена. Практически закрыта для грузовых перевозок провинция Хубэй. Поезда из Уханя и в Ухань отменены. Многие производственные компании Китая работают в усеченном режиме. Во время затянувшихся каникул многие грузовладельцы вынуждены были срочно перебрасывать запланированные к отправке по железной дороге грузы на морские линии и в аэропорты (там, где самолеты летали). На конец февраля авиаперевозки с Россией встали, остаются только рейсы «Аэрофлота» на Шереметьево из Пекина, Гуанчжоу, Шанхая и Гонконга. На начало февраля, по данным Cirium, число отмененных воздушных рейсов в самом Китае в сообщении других стран с Китаем превысило 10 тысяч. Ухань остался без авиасообщения первым. Самыми пострадавшими городами на начало февраля оказались Ухань (2406 отмененных рейсов из 2606), Пекин (920 из 9113) и Гуанчжоу (829 из 8236). Формально автосообщение сохраняется, границы с Казахста-

ном, Монголией и Россией остаются проходимыми для фур. По данным китайских СМИ, в январе границу с Казахстаном беспрепятственно преодолели 5626 транспортных средств с грузами, что на 3% больше, чем в прошлом году. Закрытым в связи с эпидемиологической ситуацией остается Международный центр приграничного сотрудничества «Хоргос».

Будут ли вовремя доставлены со складов и фабрик Китая на терминалы все грузы, остается вопросом. Без нормальной настройки первой и последней мили будут задерживаться перевозки и по железной дороге, и по морю, и по воздуху.

«Ситуация действительно сложная. Сделки отменяются или пере-

носятся на более поздние сроки. Из Китая мы получаем очень много товаров, и быстро заменить этих поставщиков невозможно, – признается исполнительный директор Ассоциации экспертов рынка ретейла Андрей Карпов, – это касается практически всех групп товаров».

Многие ретейлеры сами работают напрямую с Китаем. Но те компании, которые поставляют товары в сети, столкнулись с проблемой штрафных санкций на недополучение ассортимента. Если карантин затянется, быстро заменить поставщиков бизнесу будет сложно.

С того момента, когда товар из Китая оказывается в России, проходит 2-3 месяца. Это время на доставку до склада или магазина и его последующую продажу.

ЕСЛИ СИТУАЦИЯ С КОРОНАВИРУСОМ НЕ УЛУЧШИТСЯ В ТЕЧЕНИЕ НЕСКОЛЬКИХ МЕСЯЦЕВ, МЫ УВИДИМ НАСТОЯЩИЙ КОЛЛАПС В ТОРГОВЛЕ.

Торговые агенты не заключили новые контракты с китайскими фабриками, потому что многие фабрики на юге Китая закрыты на карантин.

Логистика нарушена. Нет поставок, штрафные санкции ведущих ретейлеров выбивают поставщиков с рынка непродовольственного сектора.

Те фабрики, которые частично работают на китайских комплектующих, в Европе тоже могут закрыться.

Байеры не посетили выставки. Нет новой продукции. Нет крупных контрактов.

Какие товары подорожают после падения курса рубля? Комментарии профессора факультета финансов и банковского дела РАНХиГС Юрия Юденкова.

Импортные товары могут подорожать в диапазоне 10-35% на фоне падения рубля и коронавируса, полагают эксперты. Цены на товары международных компаний, выпускаемые в России, подскочат максимум на 10%. Подорожают сильнее прочего детские товары, обувь и одежда, электроника и бытовая техника, а также лекарства. Может вырасти на 10-15% и стоимость жилья.

При этом радикального подорожания товаров первой необходимости не ожидается.

«Очевиднее всего падение рубля отразится на заграничных поездках. Второе – цены на импортные товары. Это и авто, и одежда, и техника. Посмотрим, как справится с инфляцией ЦБ, но для него это станет серьезным испытанием», – отметил профессор факультета финансов и банковского дела РАНХиГС Юрий Юденков в беседе с «Вечерней Москвой».

Основным фактором, который привел к сложившейся ситуации, Юденков называет отсутствие соглашения с ОПЕК.

«Коронавирус, падение мировых индексов, усиливающееся санкционное давление тоже льют воду на мельницу снижения», – добавил Юденков.



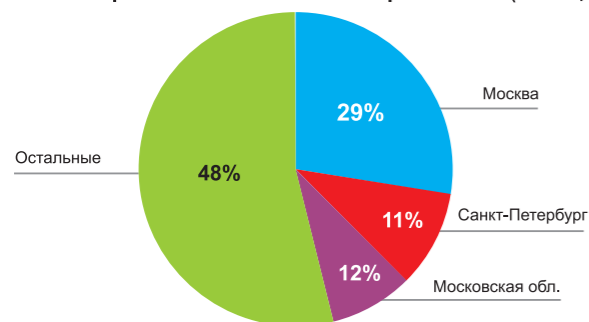
Посуда в цифрах. Промежуточные итоги

Подходит к концу первый квартал 2020 года. Все праздники пролетели молниеносно, и самое время сравнить потребительскую активность прошедшего времени.



Анализируя цифры, итоги прошлых лет и мнения покупателей, можно прийти к усредненному значению, так как и мнения в разных регионах разные, и покупательская способность различна.

Покупательская способность столичных регионов России по сравнению с остальными регионами (2019 год)



Активность покупателей зависит от множества факторов магазина – где он находится, потребности его региона, ассортимента магазина, экономического резерва потенциального покупателя. Окончательный выбор покупателя товара формируется под воздействием множества культурных, социальных, личностных и психологических факторов. Почему московский покупатель активнее? Да, это совершенно отличный менталитет, это другие, более квалифицированные разборчивые покупатели, это иная покупательская финансовая способность и качество жизни.

Общая покупательная способность россиян в 2019 году продолжает падать. В 2017 году Москва занимала 30%, Санкт-Петербург – 11%, МО – 13%, остальные регионы – 46%. Покупатель стал другим, разбирающимся. Если в Москве низкая цена иногда отпугивает покупателя, то в регионах цена является решающей. Хотя в настоящий момент по сравнению с аналитикой прошлых лет потенциал регионов увеличивается. Жители периферии остро реагируют на новинки, у них еще не «замылился» взгляд, и в регионах появляется слой финансово состоятельной публики.

КАКУЮ ПОСУДУ ПОКУПАЮТ РОССИЯНЕ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ?

Все рекорды бьют показатели интернет-торговли – объем онлайн в этом году увеличился на треть. По итогам первых 9 месяцев 2019-го, оборот Wildberries, например, достиг 140 млрд рублей, что на 84% больше, чем за аналогичный период прошлого года. При этом количество заказов увеличилось более чем вдвое. Впечатляющие показатели и у компании Ozon: в 2019-м оборот их продаж в Петербурге вырос на 33%, а количество заказов – на 56% (по сравнению с 2018-м).

В Москве и Санкт-Петербурге платят онлайн чаще и больше, чем во всей России. Если соотнести количество зафиксированных на территории каждого региона транзакций и численность населения в этом регионе, то окажется, что самые активные покупатели, чаще всего дистанционно оплачивающие покупки в российских

интернет-магазинах, живут в Санкт-Петербурге и Москве.

Жители двух столичных городов совершают онлайн-платежи в три раза чаще, чем среднестатистический житель России. К регионам с высокой активностью совершения онлайн-платежей (выше, чем в среднем по России) также относятся Башкирия и Татарстан, Новосибирская, Свердловская области и Краснодарский край и Ростовская область.

Отдаленные регионы еще не могут вследствие интернет-неграмотности совершать онлайн-покупки. И нет еще уверенного доверия к покупке, которую ты не видишь и не трогаешь руками. По оценкам интернет-компаний, большой процент покупок совершается по сковородам и кастрюлям. Почему? Да потому, что в этом секторе больше всего новинок и смены технологий. И они быстрее выходят из строя, быстрее заменяемы.

Что чаще всего покупают россияне?



КОГДА ПРОДАВАТЬ?

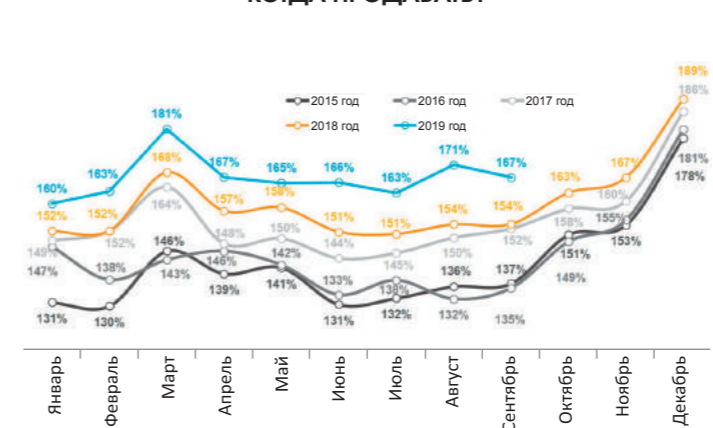


Диаграмма повседневных расходов россиян дает картинку маркетологам о закупках товаров и логистике – о складских запасах. Самый большой пик приходится на декабрь. Это понятно, конечно, в последние годы происходит снижение потребительской активности в целом, и бизнес не может полностью рассчитывать на популярность предновогодних продаж. Но все же именно предновогодние продажи являются наиболее активными. Выделяется небольшой пик активности в марте. Все-таки

Средний чек, Россия (руб., номинал)

	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июнь	Июль	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Год. ср.	Год. YoY
2019	560	573	574	557	553	556	546						560	-0,14%
2018	565	570	567	558	552	543	527	537	551	551	583	624	561	-0,97%
2017	565	569	528	557	548	551	547	52	570	570	579	626	566	2,63%
2016	553	532	532	534	532	532	545	542	566	566	578	625	552	3,55%
2015	544	527	532	522	528	512	514	519	536	536	549	596	533	-3,60%
2014	501	518	532	527	542	537	538	562	569	569	581	670	553	6,37%
2013	514	502	521	516	480	487	493	505	541	541	560	605	520	-

главный гендерный покупатель посуды – это женщины, и подарки к 8 Марта делают этот месяц активным. Летом всегда активность продаж падает, все покупатели в отпусках, на дачах – это закономерно.

Для выбора подарка к 23 Февраля в 2020 году женщинам нужно в среднем 4 минуты 20 секунд, подсчитали специалисты. Большинство подарков мужчинам укладывается в сумму до 5 тыс. рублей.

В Ozon отмечают, что в этом году на подарок тратят на 200 рублей больше, чем в 2019 году.



СКОЛЬКО ТРАТЯТ ПОКУПАТЕЛИ И КОГДА?

Как отмечают эксперты, потребление населения остается драйвером экономики, обеспечивая более половины роста ВВП. И в этом смысле важно, что происходит с нашими доходами и расходами.

В прошлом году, например, в структуре расходов среднего россиянина негативное влияние на потребительскую активность оказывали обязательные платежи по кредитам и налогам, которые в течение года выросли на 0,9 п.п. Но с четвертого квартала 2019 года темпы роста кредитования физических лиц замедлились, и благодаря постепенному снижению кредитных ставок ситуация с долговой нагрузкой на население в этом году улучшится, что отразится и на потребительской активности.

Средний чек российского покупателя

(последняя неделя декабря 2019 – начало 2020 года) по неделям



Прошлогодня финансовая активность отмечается увеличением средств на покупки после летнего отдыха только к сентябрю. Здесь играет важную роль возвращение женской половины с дач, походы по магазинам и спонтанные покупки. Студенты активно начинают жизнь, снимается жилье, и в сентябре покупается посуда. Далее сильный всплеск активности в декабре – новогодняя лихорадка, ну и небольшой подъем в марте, который, конечно же, обусловлен в основном подготовкой к Международному женскому дню.

Средний чек жителя России за один поход в магазин в январе 2020 года уменьшился по сравнению с декабрем на 67,5 рублей, или на 10,9%, и составил 552 рубля, говорится в исследовании холдинга «Ромир» (РИА Новости). За год размер среднего чека также сократился: по сравнению с январем прошлого года чек потерял 7,3 рубля, или 1,3%.

В январе средний чек снизился во всех федеральных округах: в Сибирском – на 13,3% по сравнению с декабрем (до 470 рублей), в Южном (вместе с Северо-Кавказским) – на 11,8% (до 557 рублей), в Центральном – на 11,5% (до 607 рублей), в Приволжском – на 9,9% (до 505 рублей), в Северо-Западном – на 9,6% (до 615 рублей), в Дальневосточном – на 9,5% (до 661 рубля), в Уральском округе – на 8,7% (до 590 рублей).

«Ромир» объясняет сокращение среднего чека в январе в первую очередь сезонным фактором – высокой базой декабря: «При этом, несмотря на годовую инфляцию, средний чек по сравнению с прошлым годом снижается. Это значит, что за одну покупку россияне покупают все меньше товаров».

Средний чек в Москве и Санкт-Петербурге в январе по сравнению с предыдущим месяцем снизился меньше, чем в среднем по стране – на 10 и на 6,5% соответственно. По сравнению с январем 2019 года показатель в Москве уменьшился на 0,7%, тогда как в Петербурге он, напротив, вырос на 2,7%.

По диаграмме мы видим, что расходы покупателя в новогодний период самые высокие, далее снижение активности, потом идет небольшой всплеск потребительской активности из-за Дня святого Валентина.



На 7-й неделе объем повседневных расходов типичной российской семьи немного вырос и достиг отметки в 4773 рубля. Так, с 10 по 16 февраля среднестатистическим домохозяйством было потрачено на 360 рублей больше, чем неделей ранее.

По сравнению с аналогичным периодом прошлого года расходы минувшей недели оказались выше на 279 рублей, или на 6,2%.

Если сопоставить текущее значение недельных расходов со средним значением за последний год, то расходы 7-й недели оказались выше среднего значения на 371 рубль, или 8,4%.

В среднем за неделю типичная семья потратила на повседневные товары 4773 рубля, что на 8,1% больше, чем неделей ранее.



Вывод: в январе наблюдается относительное затишье, в праздничные февральские и мартовские дни наступит период активизации покупателей, далее пока судить сложно.



ГДЕ ПРОДАВАТЬ?

Если рассматривать средний чек покупателя в крупных городах России, то мы видим стабильные платежи по Челябинску, Тюмени, в Уфе. Хотя Москва в стоимостном выражении и удерживает свои лидерские позиции, но Санкт-Петербург увеличил свой потенциал потребительской активности. В лидерах Самара, Омск и Ростов-на-Дону.

Эта диаграмма поможет маркетологам лучше сформировать свои потоки по городам России. Здесь наглядно можно посмотреть, в каком регионе среднестатистический покупатель тратит больше или меньше в сравнении с прошлым периодом.

Средний чек, руб., крупных городов России

Регион	Январь 2019	Рост, %
Москва	867	-0,7
Санкт-Петербург	825	2,7
Челябинск	750	0,3
Тюмень	779	0,1
Екатеринбург	802	-0,5
Уфа	812	0,2
Нижний Новгород	865	-3,5
Саратов	851	-1,5
Пермь	790	-2,8
Ростов-на-Дону	873	5,2
Краснодар	705	0,4
Самара	689	3,7
Омск	658	3,9



По схемам видно: чтобы сезонность и региональная принадлежность не влияли на продажи, нужна достойная реклама, максимальное наличие новинок и заполнение полок в пиковые месяцы. Это основные три месяца в году: декабрь (Новый год), март (8 Марта) и сентябрь (возврат после каникул и отпусков). В остальные месяцы будут хороши различные акции, распродажи, дополнительные бонусы, стимулирующие покупку. Также необходимо учитывать: летом, когда все покупки крутятся вокруг сада-огорода-пляжа, приобретаются товары этих категорий. Специфический праздничный новогодний товар нужно готовить к осени-зиме. Особое внимание необходимо уделять упаковке, региональному менталитету и среднему чеку покупателя в разных городах.



P.S. Все данные усреднены и являются рекомендательными. Сделаны на основании опросов покупателей и интернет-магазинов, сетевых аналитиков и маркетологов. Потребительский рынок dp.ru., <https://sia.ru>, исследование «Ромир».

Посуда из нержавеющей стали

Согласно статистике современные покупатели кухонной утвари предпочитают изделия из коррозионно-стойкой стали, или, иначе говоря, из «нержавейки». Если бы не ценовой фактор и мнения некоторых специалистов по поводу иной посуды, пожалуй, приобрелась бы только нержавеющая утварь и... Впрочем, нержавейка нержавейке рознь, равно как и посудные изделия из нее. Так что совершать покупки следует обдуманно.

МАТЕРИАЛ

Существует немалое количество марок нержавеющей стали, каждая из которых рассчитана на определенные условия эксплуатации. Пищевая нержавейка не должна вступать в реакцию с кислотами и солями, входящими в состав продуктов. С этой целью в нее добавляют различные легирующие элементы. К ним относятся хром, никель, молибден, марганец, медь, сера, титан, фосфор и др. По ГОСТу (ГОСТ 27002-86) коррозионно-стойкая сталь обязана содержать не менее 10,5% хрома; ее стойкость к внешней среде напрямую зависит от количества последнего. При содержании хрома от 15 до 17% (может быть и до 27%) сталь обладает гораздо большей сопротивляемостью к коррозии. Устойчивость к кислотным средам определяется наличием никеля, а стабильность при высоких температурах присутствием титана.

Вообще видов нержавеющей стали довольно много, и даже в настоящее время ученые работают над новыми «рецептами» этого материала. Строго говоря, сегодня сколько производителей, столько может быть и марок (правда, их отличия, как правило, незначительны). Если говорить о пищевой нержавеющей стали, то она должна соответствовать заявленным потребителем требованиям, поскольку ГОСТа для пищевой стали не существует. Так что предъявлять претензии к производителю или продавцу нержавеющей посуды в случае ее быстрого износа или потери первоначальных качеств проблематично. Этим, кстати, пользуются недобросовестные участники рынка, предлагая изделия из недорогой нержавейки.

Стоит также сказать, что определить на глаз (а также на вкус, запах или зуб) марку нержавеющей стали, а тем более дать заключения по

ее свойствам, невозможно. С этой целью проводят специальный спектральный анализ в лабораторных условиях.

Одной из самых популярных марок стали, которая используется для производства посуды, является AISI 304 или 08X18H10 (упрощенно 18/10, что означает: в составе сплава содержится 18% хрома и 10% никеля). Различные обозначения вызваны отсутствием единых международных стандартов (чаще всего в России помимо своих обозначений встречаются американские (AISI), итальянские, чешские, французские и немецкие).

Сталь 18/10 отличается приемлемой ценой и рассчитана на посуду, которая не будет контактировать с растворами, содержащими каустическую соду и сульфаминовые кислоты. Благодаря своим качествам, она является чуть ли не лучшей «посудной» сталью. Ее отличают:

Соотношения международных стандартов для обозначения пищевых сталей

Испытание на прочность по Польди	США ASTM	Италия UNI	Россия ГОСТ	Чехия ГОСТ PN	Франция AF NOR	Германия DIN (W/ Nr.)
AKV7	AISI 304	X50Ni1810	08X18H10	17 240	Z7CN18-09	1.4301
AKV2	AISI304L	X2CrNi1811	03X18H11	17 249	Z3CN19 -121	1.4306
AKV EX7	AISI 316	X5CrNiMo1712 2	-	17 346	Z7CND17-12-02	1.4401
AKV EX2	AISI 316L	X2CrNiMo 1713 2	03X12H14M2	17 349	Z3CND18 -12-02	1.4404
AKVS7	AISI 321	X6CrNiTa 1811	08X18H10T	17 248	Z6CNT 18-10	1.4541
AKV EX S9	AISI 316Ti	X6CrNiMoTi 1712	08X17H13M2	17 348	Z6CNDT 17-12	1.4571

- прочность, сохраняемая при нагреве;
- простота обработки, включая полировку и сварку;
- прекрасная стойкость к коррозии, в том числе к межкристаллической коррозии.

Неплохо зарекомендовала себя и так называемая марка 18/8, а для сильно-агрессивных сред самой оптимальной будет сталь AISI 316. На слуху также AISI 409 (из нее выполняется большинство столовых приборов), AISI 321, AISI 430, AISI 410 и др.

ДИЗАЙН

Создатели посуды из нержавеющей стали, функционируя в условиях жесткой конкуренции, вынуждены не только предлагать новые интересные дизайны, но и расширять функциональные возможности своих товарных линеек.

В итоге покупатели нержавеющей посудной утвари в первую очередь сталкиваются с разными:

- толщинами стали;
- устройствами дна;
- креплениями и видами ручек;
- конструкцией крышек.

Толщина стали – очень важный параметр, от которого зависит жесткость конструкции (при достаточной толщине форма не искажается вследствие перепадов температуры, а также минимальна деформация в случае падения на жесткую поверхность). Достаточной жесткостью и стабильностью обладают изделия из стали толщиной 0,5-0,6 мм.

Поскольку сталь обладает низкой теплоемкостью (нержавейку в бытовых условиях проблематично нагреть выше 100 °С), в дно стальной посуды впаивается алюминиевая прослойка или вкладка (алюминий обладает прекрасной теплопроводностью и хорошей теплоемкостью), таким образом, происходит более правильный нагрев посуды (теплораспределение), что препятствует теплотерям и пригоранию в процессе эксплуатации посуды. Такое дно с прослойкой нередко называют «сэндвичем» или «сэндвич-панелью». Получается, что между внутренней и наружной стенками дна соз-

Коррозионная стойкость сталей по AISI

Тип по AISI	AISI 304	AISI 304L	AISI 316	AISI 316L	AISI 321	AISI 316 Ti
Пресная вода и умеренный климат	+	+	+	+	+	+
Промышленные применения	+	+	+	+	+	+
Морская вода / Морские суда	+	+	+	+	+	+
Неагрессивные и слабо агрессивные среды	+	+	+	+	+	+
Сильные окислители / Кислоты	+	+	+	+	+	+
Сильные восстановители / Щелочи	-	-	+	+	-	+

дается капсула или камера, в которую жестко вмонтирована (впаяна) алюминиевая пластина. Проведенное исследование кастрюль различных брендов дало понять, что не все производители полностью заполняют капсульное дно алюминия (довольно часто встречаются пустоты), к тому же толщина алюминия может быть небольшой. Все это не лучшим образом сказывается на эксплуатационных характеристиках посуды.

Помимо алюминия вкладка может быть медной или стальной. Кроме того, эти материалы могут сочетаться в одном посудном изделии. В частности, использование обычной стали (которая магнитится) необходимо для посуды, предназначенной для индукционных плит (для всех остальных плит она подходит автоматически). Медь обладает наибольшей теплопроводностью.

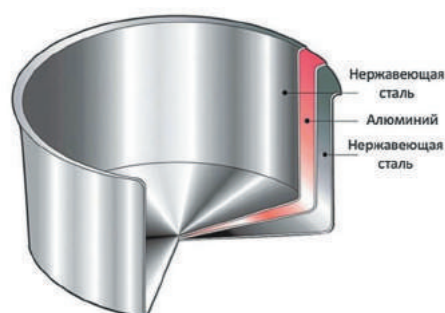


К сталям нержавеющей категории относятся сплавы, в химическом составе которых содержится значительное количество (до 27%) хрома. Этот элемент способствует формированию оксидной пленки, которая обеспечивает нержавейке высокую коррозионную устойчивость.

Тип стали	Соотношение элементов	Свойства стали
Хромистые	От 12 до 14% Cr До 0,45% C	Хорошая устойчивость к химической коррозии в среде с повышенным содержанием водяного пара, азотной и уксусной кислоты
	От 16 до 18% Cr Около 0,1 % C	Повышенная коррозионная стойкость, которая сохраняется при высоких температурах, не превышающих 900 °С. Проявляется устойчивость к парам серы, холодным растворам органических кислот, мыла и пр.
	От 18 до 28% Cr	Антикоррозионные свойства сохраняются при температурах до 1150 °С
Хромоникелевые	18% Cr, 8% Ni	Устойчивость к действию азотной кислоты, концентрированной серной, фосфорной и другим кислотам
	+ 1,5-2,5% Mo	Добавка молибдена способствует повышению устойчивости к действию серной и уксусной кислот
	+ 3% Cu	Добавка меди помогает противостоять коррозии, которая возникает в малоагрессивных средах при нагрузках растяжения
	+ 2-3% Si	Добавка кремния помогает противостоять действию серной и соляной кислот
Хромо-марганцевоникелевые	Cr, Ni, Mn	Хорошая устойчивость к действию молочной, уксусной и кислот, которые могут присутствовать во фруктовых соках. Широко применяются в молочной промышленности

Разновидности нержавеющей сталей относительно содержания в них хрома





выполнены из одного слоя нержавеющей стали, то ее толщина не должна быть менее 0,5-0,8 мм. Если посуда имеет внутренний и наружный слой коррозионно-стойкой стали, то допускается использование более тонкой стали.

Ручки посуды могут держаться как на заклепках, так и на точечной сварке. У каждого способа крепления есть свои достоинства и недостатки. В частности, заклепки со временем могут расшатываться и пропускать жидкость (подклепать их в домашних условиях удастся не всегда). Точечная сварка, увы, порой выполняется некачественно, и в этом случае такое соединение недолговечно.



Снаружи ручки могут иметь пластиковую или силиконовую оплетку, следовательно они не нагреваются в процессе готовки, что нравится многим хозяйкам. Однако посуда с такими ручками (если они несъемные) непригодна для использования в духовом шкафу.

С целью уменьшения нагрева ручек из стали их крепят точечной сваркой не к корпусу посуды, а к специальному пупырышкату, таким образом уменьшая площадь «теплооста».

Для удобства хранения посуды ее ручки могут быть съемными или складными. Последние встречаются чаще.

Крышки бывают стеклянными и металлическими. Стеклянные часто имеют ободок из такой же нержавеющей стали (если идут в комплекте с посудой) и ручку, которая крепится на винте. Ручки металлических крышек крепятся либо методом точечной сварки, либо при помощи заклепок (как и ручки посуды).

Дизайны посуды из нержавеющей стали предполагают в первую очередь:

- оригинальные формы;
- полированную или матированную поверхность;
- нанесение декора.

Многообразие форм наблюдается в основном у кастрюль, они могут быть цилиндрическими, конусообразными, в форме тора и пр. Некоторым формам производители

дают собственные имена, например «яблоко».

Полированная или матовая поверхность – дело вкуса. Здесь выбор зависит от потребителя. Говорят, что за полированной посудой требуется ухаживать дольше, но для кого-то протереть кастрюлю после мытья тряпочкой не представляется сложным.

Другое дело декор. Как правило, на посуду из нержавеющей стали в качестве декора наносится эмалевое покрытие. Получается эмалированная посуда из нержавеющей стали.

Признаком нержавеющей посуды высокого уровня является нанесение на внутреннюю стенку шкалы, определяющей объем (последняя наносится путем химического травления).

ОСОБЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Сегодня производители посуды-утвари из нержавеющей стали, работая в условиях жесткой конкуренции, предлагают покупателям массу интересных технических решений. На рынке можно наблюдать посуду с оригинальным креплением ручек, носиком для слива, дополнительными аксессуарами (позволяющими приготовить интересные блюда). Одни решения запатентованы и являются собственностью определенного бренда, другие беспрепятственно используются многими компаниями.

Например, одно из последних решений – не нагревающиеся наружные стенки. Технология чем-то напоминает Tri-ply, но капсульное пространство стенок устроено таким образом, что они сохраняют свою изначальную температуру или испытывают незначительный нагрев. Вероятно, неизбежные тепломосты не передают температуру на наружные стенки.



Есть также посуда с двойными стенками, в которой блюду продолжаете готовиться (доходить) уже без кухонной плиты. При этом происходит экономия электроэнергии до 60%, а пища сохраняет свою температуру до двух часов (эффект термоса). В данном случае речь идет о серии **Durotherm** от швейцарского бренда **Kuhn Rikon**.

Самые известные производители посудных изделий из нержавеющей стали на территории России – **Ашинский металлургический завод (АМЕТ)** и бренд «**Гурман**» (**ВСМПО**). Большинство отечественных производителей размещают свое производство или заказы за рубежом, в частности в Китае, например **Röndell**. К числу самых популярных брендов, предлагающих посуду из нержавеющей стали на российском рынке, можно отнести следующие: **Tesco, Taller, Bekker, Regent, Mayer & Boch, Berghoff, Gipfel, Frybest**,

Kukmara (недавно занялась посудой из нержавеющей стали) и др.

СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

Рынок посудной утвари из коррозионно-стойкой стали представлен великим разнообразием моделей, марок и ценовых рамок. Самые дешевые модели могут стоить до 1 тыс. рублей. Средняя категория от 3 тыс. до 7 тыс. рублей. Все, что дороже, относится к высокому ценовому сегменту. Цена напрямую зависит от объема посуды, толщины стали, работы дизайнера, устройства имеющихся капсульных зон (дна и стенок), декоративного оформления и, разумеется, рыночной конъюнктуры. Как ни странно, но покупатели находятся во всех ценовых сегментах, включая и те, где одно изделие объемом 3-5 л может стоить около 20 тыс. рублей и даже больше. Несмотря на столь высокую ценовую планку, умелые продавцы «докажут» справедливость цены и правильность выбора такой посуды. Насколько это оправданно для покупателя, решать только ему. Но прежде чем совершать покупку, стоит самостоятельно провести некоторое сравнение желаемой посуды с посудой среднего ценового уровня. Таким образом будет ясно, за что продавец просит свою цену. Точно так же следует поступать при подборе дешевой нержавеющей утвари, чтобы потом не удивляться, почему посуда прослужила недолго.

Поскольку рынок утвари из пищевой нержавеющей стали развивается достаточно хорошо, есть все основания предполагать появление в ближайшем будущем новых интересных технических и дизайнерских решений.



Цвет настроения – СИНИЙ

Начало года обусловлено разными задачами и тенденциями. Наконец-то строчка из песни «цвет настроения синий» обрела смысл в мире торговли, ретейла, в мире моды товаров для дома. Институт Цвета Pantone назвал цвет, который определит настроение моды в этом году. На этот раз им стал «Классический синий» (Classic Blue). После ультрафиолетовых вариаций и всех оттенков живого коралла, вневременной, элегантный и спокойный Classic Blue стал для дизайнеров глотком свежего воздуха. В зимнем сезоне актуальный синий претендует на то, чтобы занять место практичного черного, а с приходом весны он готов по-новому заиграть в тандемах с яркими оттенками. На основании выделенного тренда можно прогнозировать динамику покупок и текущего года.



Новую палитру цвета года ежегодно заявляет компания Pantone LLC, принадлежащая X-Rite, Incorporated, поставщику профессиональных цветовых стандартов и цифровых решений.

ПАЛИТРА 2020 ГОДА



Процесс выбора цвета года требует тщательного рассмотрения и анализа тенденций. Чтобы ежегодно делать правильный выбор, специалисты из Института Цвета Pantone прочесывают мир в поисках новых цветовых трендов. Сюда могут входить индустрия развлечений, фильмы, художественные выставки, мода, все сферы дизайна, а также новые образы жизни и изменения в социально-экономических условиях. Тренды могут также быть связаны с новыми технологиями, материалами, текстурами и эффектами, влияющими на цвет, платформами социальных сетей и даже предстоящими спортивными мероприятиями, привлекающими внимание всего мира.

PANTONE 19-4052, Classic Blue («Классический синий»), объявлен цветом 2020 года. Классический синий цвет – это вечный оттенок, самый элегантный и аристократичный в своей простоте.

Синий – самый спокойный оттенок из всей палитры. Его глубокий и насыщенный тон наводит на мысли о вечном, ему присуща некая таинственность и мистичность. Все оттенки синего ассоциируются с безмятежностью, покоем, расслаблением, внутренним балансом.

Во многих культурах мира синий признан цветом просветления и духовного развития.

Если говорить об ассоциациях, которые возникают с синим, то они напрямую зависят от глубины его оттенка. Глубокий синий – спокойный оттенок, ассоциирующийся со стабильностью, стойкостью, консерватизмом, традициями.

Компания Pantone обосновывает такой выбор большой потребностью людей в настоящее время в чувстве надежности и стабильности, в чем-то, на что положиться. А классический синий приносит состояние покоя и умиротворения. «Classic Blue подчеркивает нашу потребность в надежном и стабильном фундаменте, на котором мы сможем строить, вступая в новую эру. Прочный и надежный синий оттенок передает то ощущение уверенности и постоянства, на которое мы всегда можем рассчитывать, –



говорит Leatrice Eiseman, исполнительный директор Института Цвета Pantone, описывая новый тренд, – Бескрайний синий PANTONE 19-4052 Classic Blue, напоминающий о бесконечном, безграничном вечернем небе, заставляет нас смотреть на вещи, выходя за рамки простого и очевидного, стимулируя нас мыслить шире, побуждая к более глубоким размышлениям, расширению наших перспектив и открывая новые потоки общения».

Традиционно воспринимающийся нашей психикой как успокаивающий, цвет PANTONE 19-4052 приносит ощущение мира и покоя, предлагая своеобразное убежище. Помогая сконцентрироваться и придавая ясности, PANTONE 19-4052 Classic Blue заново отцентрирует наши мысли. Вдумчивый синий оттенок Classic Blue способствует развитию устойчивости и уверенности.

Так как прогресс технологий продолжает опережать способности человека обрабатывать массивы новой информации, легко понять, почему мы тяготеем к цветам, обещающим защиту. Неагрессивный и вызывающий ощущение близости PANTONE 19-4052 Classic Blue – цвет, взаимодействие с которым всегда легко и непринужденно.

«Цвет года Pantone подчеркивает взаимосвязь между тенденциями цвета и тем, что происходит в нашей глобальной культуре в настоящий момент, это цвет, который отражает то, что, по мнению людей, им нужно сейчас, – добавила Laurie Pressman, вице-президент Института Цвета Pantone. – Поскольку общество по-прежнему признает цвет в качестве критически важной формы общения и способа выражения и воздействия на идеи и эмоции, дизайнерам и брендам необходимо использовать цвет для взаимодействия с аудиторией. Выбор цвета года показывает стратегическое направление в мире трендов и дизайна, отражая работу Института Цвета Pantone, который круглый год ищет подобные направления для брендов и дизайнеров».

CLASSIC BLUE В ДОМАШНЕМ ДЕКОРЕ



В течение 20 лет цвет года Pantone влияет на решения в области дизайна и покупки продуктов в различных отраслях промышленности, включая моду, интерьеры и промышленный дизайн, а также продуктовый, графический дизайн и дизайн упаковки.

Передавая ощущение защиты, Classic Blue – фаворит для домашнего декора. Цвет легко наносится на самые разные материалы, текстуры и отделки. Базовый классический синий цвет благодаря своей приглушенности хорошо сочетается со всеми цветами спектра. Универсальный и современный цвет года PANTONE 19-4052 хорошо подойдет для натуральных тканей и высокотехнологичных, он эффектно смотрится в глянцевых, металлик, перламутре, на самой разной фактуре и материалах.

Синий цвет 2020 года благодаря своему приглушенному оттенку позволяет смело экспериментировать и создавать яркие сочетания для помещений и декораций.

Несмотря на все свои качества и характеристики, синий часто воспринимается как холодный цвет в оформлении. В сервировке новогоднего стола применяется палитра синего цвета, так как зима ассоциируется со снегом, с чистым ярким небом, что и дает это приятное сочетание сине-белого. Если стены комнаты окрашены синим, то такое цветовое решение может вызвать ощущение холода и вызвать меланхолию. В этом случае энергию можно сбалансировать, используя теплые цвета, например оранжевый, желтый, красный, в шторах, коврах, подушках, рамах.



ПОСУДА В ТРЕНДЕ



Цвет оказывает довольно большое влияние на эмоциональное состояние человека. Цветовая гамма посуды также имеет значение и действительно влияет на аппетит человека.

Посуда голубого и салатного цветов считается нейтральной, она приятна для глаз, но не усиливает аппетит. Посуду в этом оттенке можно использовать для всех блюд. Посуда темного-синего цвета выглядит довольно изысканно и сама по себе привлекает внимание. А вот пища, положенная на тарелки этого цвета, выглядит не очень аппетитно, что способствует уменьшению количества и размера порций. Пожалуй, темные цвета посуды – лучшее решение для тех, кто хочет похудеть.

Владельцы синей посуды стремятся к совершенству! Поэтому к синим тарелкам обязательно будут прилагаться начищенные до блеска столовые приборы и белоснежные крахмаленные салфетки!

На международных выставках HОMI и Ambiente, которые официально открывают год, тренд синего цвета был особенно популярен. И не только в керамике и фарфоре, но и в стекле. Изумительно смотрится синяя керамика от **Kutahya**. Она идеально сочетается с природными оттенками скатерти и аксессуарами.

Турецкий концерн **Pasabahce** представил несколько новинок глубокого синего цвета.



Easy Life в своих коллекциях не обошла палитру синего. Разнообразие форм и цветовых решений серии Interiors позволяют создавать интересный микс и составить коллекцию в красивой цветовой гамме. Высококачественный фарфор, современные формы с популярным эффектом «мятой» поверхности заставляют цвет «играть», делая его более глубоким и содержательным, особенно кружки в глубоком синем цвете.



Бренд **Blumarine** использует синий цвет почти во всех коллекциях. Продукция компании Blumarine славится нетривиальным дизайном и высоким качеством, как и все, что производится на Апеннингах. Итальянская компания занимается производством практически всего, что нужно для создания уюта в доме. Одним из направлений Blumarine является изготовление посуды и столовых приборов.



Кастрилы именно синего оттенка марки **Staub**, входящей в концерн Swilling, на выставке Ambiente тестировали на сколы.

Не стоит в стороне от модных тенденций французская компания **Emile Henry**. На выставке в Милане она презентовала несколько новинок, в том числе и керамику синего цвета.

Японские керамисты очень любят использовать синий цвет в своих дизайнерских проектах.

«**Льсьвенский завод эмалированной посуды**» представил новинку в трендовом синем цвете.

Гусевской хрустальный завод имени Мальцова презентовал роскошные бокалы и вазы насыщенного модного цвета 2020 года. Насыщенный кобальтовый цвет уже давно пользуется особой популярностью (серия «Императорская» коллекции «Лилия»). Образцы изделий из Гусь-Хрустального находятся в собраниях крупнейших российских музеев – таких как Московский Кремль, Исторический музей, Государственный Эрмитаж, музей-заповедник Петергоф. Их можно увидеть и за рубежом – например, в знаменитом Corning Museum of Glass (США), в частных собраниях известных коллекционеров.



В связи с беспокойным характером текущего времени во всем, начиная с социальных проблем, настроения мирового сообщества и заканчивая политическими и мировыми проблемами безопасности, этот цвет был выбран не случайно. Он принесет в дома покой и уверенность в будущем.





Коллекция Leafy

Красивая и динамичная форма бокалов с плавным геометрическим рисунком из новой коллекции Leafy для воды и безалкогольных напитков от Pasabahce уже доступна к отгрузке из Турции и в скором времени появится на складе в России. Стильная информационная упаковка бокалов откроет возможность для идеального подарка.

www.pasabahce.com/ru



Эй, синьоры ЛИМОНЫ!

Сочные дольки, обжатые специальными захватами-прищепками от **Roland**, дарят сок до последней капли. При этом руки остаются сухими и не липкими! Просто и оригинально! Непременно попробуйте!

www.fabrikatorsusa.com



Угощайтесь!

Приготовление мяса, овощей или морских продуктов в специальном блюде от известного бренда – это только начало приятной встречи, которую вы планируете организовать со своими друзьями. Но это начало того стоит благодаря посуде от **BEKA**.

Но это начало того стоит благодаря посуде от **BEKA**.

www.bekanorthamerica.com

Главный напиток – всегда под рукой!

Подарить себе минутку блаженства в суетном и напряженном мире – это так просто! Нужно только нажать на одну из кнопок кофеварки **Cloer** – и долгожданный миг не заставит себя долго ждать.

www.cloer.com



Вареники любят все!

Приготовить вареники в домашних условиях очень просто, особенно если вы имеете специальную форму от **Chefn**. С ее помощью ваше блюдо получится быстро, никогда не развалится и будет иметь потрясающий успех у домочадцев и тех, кто непременно заглянет в гости.

www.chefn.com



Чашка-подсвечник!

Вечер при свечах может стать еще более запоминающимся со свечами, стилизованными под чашки с кофе или чаем. Данные аксессуары от **Maia Ming Designs** привнесут в вечернее рандеву частичку новизны и свежести!

www.maia mingdesigns.com





Лаконичность и изящество

Простые на вид формы новой коллекции столовых приборов от **Cuisinart** отличаются неповторимым изяществом и достоинством. Дизайн, впитавший в себя «вечную классику», не обошелся без современных ноток, проявляющихся в волнообразных ребрах и гранях ручек каждого из предметов. Держа нож, вилку или ложку данного набора, невольно задумываешься о

бесперебойности бытия.

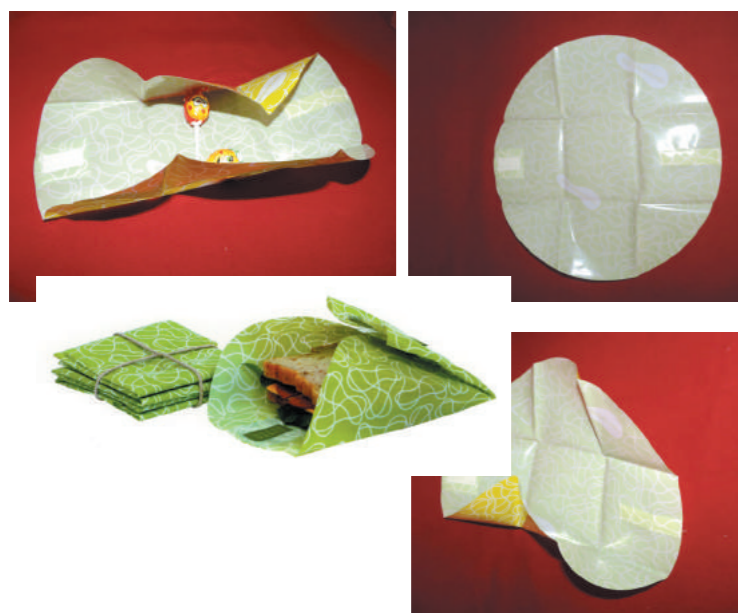
www.cuisinart.com

Вездесущий СИЛИКОН

Известный бренд **Silicomart** продолжает обновлять свои коллекции посудных аксессуаров! В частности, крайне удобными оказались силиконовые крышки, присасывающиеся к краю посуды за счет образования вакуума! Как говорится, все гениальное – просто!



www.silicomart.com



Правильный бутерброд!

Приготовить сэндвич – лишь часть дела! Главное – правильно упаковать кушанье, иначе обеденная пауза в дороге может оказаться не столь приятной. С **Food Kozy** от **U-Konserve** неприятностей не произойдет. Специальный футляр для готовых продуктов из пищевой износостойкой пленки сохранит содержимое в первозданном виде!

www.mightynest.com

Комбуча – для тебя

Емкость для хранения и подачи комбучи объемом 315 мл от **Mortier Pilon** имеет откидную крышку flip-top и механизм на защелке для ее фиксации. Комбуча (или «чайный гриб») – слегка газированный напиток, который получают в процессе выращивания специальной культуры с полезными бактериями. В первую фазу комбучу настаивают на сладком чае, а затем готовый продукт переливают в специальную емкость для употребления и дальнейшей ферментации (что возможно благодаря герметичной крышке). Таким образом вкусовые свойства напитка усиливаются, а в основной банке освобождается место для новой партии комбучи. Практичная крышка позволяет использовать емкость не только для комбучи, но и для других напитков.



www.designboom.ru

И ровный зубочисток ряд!

Хранительница зубочисток из специального керамогранита от **Talisman** вмещает примерно 50 заостренных палочек, которые требуются большинству из нас после еды. В виде альтернативы в такую подставку можно поместить несколько канапе с ягодами, которые удачно дополняют любую праздничную сервировку. Изделие можно мыть в посудомоечной машине.

www.talismandesigns.com



Натираем по-взрослому!

Натирка и сбор цедры могут быть объединены! Благодаря компактному контейнеру, расположенному под теркой от **Chef'n**, процедура получения измельченной цедры проста и приятна как никогда!

www.chefn.com



Kukmara®

Сделано в России

Основан в 1950



*Посуда
на все времена!*



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

Тел: 8 800 333 93 45, www.kukmara.com, kzmp@mail.ru

vk.com/kukmara

[instagram.com/kukmara_posuda](https://www.instagram.com/kukmara_posuda)

facebook.com/tmkukmara

youtube/user/TMKukmara