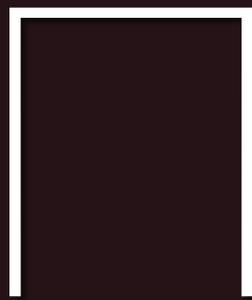


ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ



ПОСУДА

2022-2

Wilmax
ENGLAND

Выставки

Рынок

Экология

Актуально

Традиции

**Форматы
продаж**



#ТермоСтекло_Wilmax

Paşabahçe Casablanca



Посуда вне времени!



О торговой марке «Сибирские товары» мы попросили рассказать директора Филиала «Новокузнецкий» ООО «Стальэмаль» Олега Анатольевича Фильченко.

– Каков основной профиль вашего предприятия?

– В нашем цехе производится стальная эмалированная продукция ТМ «Сибирские товары». Ассортимент разнообразен – от кружки 0,25 л до бака 40 л.

– В каких регионах реализуется продукция?

– Посуду ТМ «Сибирские товары» можно встретить в самых отдаленных уголках России.

Наши эмалированные чайники, ведра, кастрюли, ковши, дуршлаги, блюда, тазы, миски, позницы и бидоны радуют покупателей от Калининграда до Камчатки. Хозяйственно-бытовые изделия экономкласса уже давно известны нашим покупателям. В настоящий момент мы активно покоряем рынок среднего ценового сегмента. В ассортименте появились изделия с ободком из нержавеющей стали – кастрюли цилиндрической и сферической форм 2; 3; 4; 5,5 л, а также наборы из них. Разнообразие цветовой палитры, форм, соответствие внутреннего и внешнего стеклокерамического покрытия нормам и требованиям ГОСТ 24788-2018, использование качественного сырья, фурнитуры и комплектующих элементов позволяют конкурировать на рынке товаров народного потребления.

– Каковы современные этапы развития производства?

– Стараюсь удовлетворить запросы в качественной стальной хозяйственно-бытовой эмалированной посуде, мы постоянно осуществляем модернизацию нашего предприятия. Новая газовая печь, линия лазерной резки, использование робототехники позволяют наращивать объемы производства,

улучшать качество продукции ТМ «Сибирские товары».

– Почему эмалированная посуда ТМ «Сибирские товары» пользуется популярностью?

– Безопасность, экологичность, удобство и разнообразие форм нашей продукции легко позволяет проявить свою индивидуальность в приготовлении традиционных, полезных и вкусных блюд.

– Что нового вы представите нашим читателям?

– На предприятии постоянно ведется разработка новых видов продукции, форм и вариантов ее оформления. Например, новинками конца прошлого года и начала этого стали:

● кастрюля цилиндрическая 1,4 л;

● кастрюли с нержавеющей ободком цилиндрической и сферической форм 5,5 л;

● чайники 3 л со свистком.

– Где можно приобрести вашу продукцию?

– Посуда ТМ «Сибирские товары» представлена в маркетплейсах, региональных и федеральных сетях.

654010, РФ, КУЗБАСС, Кемеровская обл., г. Новокузнецк, площадь Побед, 1, +7 (3843) 79-22-43, 79-23-39, 79-24-19,

www.sibtov.com



Посуда

2022-2

Обложка предоставлена
компанией WILMAX

10 Слово редактора

16 Новости

Выставки

32 Таблица выставок

Рынок

34 Актуальные товары на рынке
посуды – 2022



38 Некоторые проблемы отечественного
посудного рынка

VENSAL
BON APPÉTIT DE FRANCE

VENSAL – французский
бренд посуды для
приготовления высокого
качества.

- ◆ Кастрюли
- ◆ Ковши
- ◆ Сковороды
- ◆ Сотейники
- ◆ Формы для выпечки
- ◆ Чайники наплитные



*Эталон тонкого вкуса
и изысканности!*

www.vensal.ru

[@vensal_official](https://www.instagram.com/vensal_official)

sales@vensal.ru

8 (495) 788 35 28

Kukmara[®]



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

Тел: 8 800 333 93 45, www.kukmara.com



Экология

40 Вторичная переработка

Актуально

42 Эко-сервировка

Ситуация

45 Цепи порваны. Транспортный коллапс или испытание?

Традиции

46 Пасхальные радости



Форматы продаж

50 Посуда на эмоциях

Маркетинг

52 Посуда – всегда подарок!



54 Солонка, салфетница и не только...

57 Котелок, миска, кружка...

Этикет

60 Секреты винного бокала

62 Стильные штучки

Подписка-2022

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

Подписка открыта для всех желающих, проживающих на территории РФ, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья. Подписка осуществляется на сайте журнала: www.posudainfo.ru. Для оплаты зайдите на сайт, кликните «Подписка», заполните заявку, которую получит отдел подписки. После получения заявки отдел подписки пришлет вам счет, который оплачивается как по безналичному расчету, так и наличными средствами в любом отделении Сбербанка.

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

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

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

Журнал издается с 2004 года. Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС 77 – 67969 от 13 декабря 2016 года.

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

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

+7 (903) 768-12-30

*На правах рекламы



интернет-магазин
tnp.amet.ru



ПАО «Ашинский метзавод»

ПАО «Ашинский метзавод»
456010, Челябинская область, г.Аша ул. Мира,9
Тел.: +7 (35159) 31368 E-mail: sale@amet.ru



ДОБРЫЙ ДЕНЬ, ДОРОГОЙ ЧИТАТЕЛЬ!



Достаточно мало времени прошло с момента выпуска первого номера этого года. Но события недавних дней ускорили быстротечность времени. То, что было актуально еще недавно, потеряло свою остроту сегодня. Пандемия неожиданно закончилась, и на арену вступили другие страшные новости, которые полностью затмили предыдущие. Санкции, которые мы имели ранее, оказались «цветочками» по сравнению с текущим положением вещей.

Рыночная ситуация довольно сложная. Логистика нарушена. Простаивает более 50% импортных поставок. В качестве причины называется отказ ряда ключевых контейнерных линий от букинга судов в направлении российских портов. 1 марта логистическим компаниям из РФ сообщили, что крупнейшие европейские порты приостанавливают обработку и размещение товаров российского экспорта и импорта.

ЕС утвердил отключение от SWIFT семи российских банков. Санкции в банковском секторе и запрет на проведение взаиморасчетов с участием российских компаний привели к невозможности проведения платежей через отдельные российские банки и усилению валютного контроля в России.

Позитивная новость – зафиксированы цены на сырье. Правительство РФ оперативно подготовило нормативные документы для реализации указа президента по ограничению на ввоз и вывоз отдельных видов сырья и продукции в условиях недружественных действий со стороны ряда государств.

Конечно, это общие тенденции развития ситуации, но они касаются, в частности, и закупок, и производства на рынке посуды и товаров народного потребления. Производство во многом зависело от импортного сырья и запчастей. Интегрирование в европейскую экономику нельзя недооценивать. Сколько времени производители смогут продержаться на запасах, когда восстановятся связи, насколько рынок сможет «переобуться» в отечественное сырье, возможно ли это?

Сейчас рынок занимает выжидательную позицию. На полках магазинов товарные запасы пока есть, проводятся акции. Основную массу составляет посуда российского производства и импорт из стран Юго-Восточной Азии. Посуды европейских марок, которая представлена небольшим ассортиментом: налитная посуда, стекло, керамика, и хрустальные изделия, почти нет. Ее сметают с полок. По словам маркетологов METRO, импортные товары пользуются повышенным спросом, несмотря на цены. Основные покупки были сделаны до 1 марта, поэтому количество немецких, французских сервизов, английского фарфора поубавилось. Фарфоровые изделия, хрусталь, стекло и сервизы европейских марок повышены в стоимости. Поставщики/оптовики занимаются бесконечными манипуляциями с ценами в сторону увеличения, перепиывают ценники.

Ждем и надеемся, что рынок сможет приспособиться к ситуации: или будет вынужден переоборудовать производство и развивать производство внутри страны, или ситуация с санкциями разрешится на обоюдовыгодных условиях.

Мы еженедельно продолжаем рассылать новости посудного рынка по нашей клиентской базе. Новости разные, но мы надеемся, что позитивных новостей будет с каждым днем больше. Желаем благополучия, важных успешных проектов и мирного яркого неба. До встречи на страницах нашего издания, дорогие наши читатели!

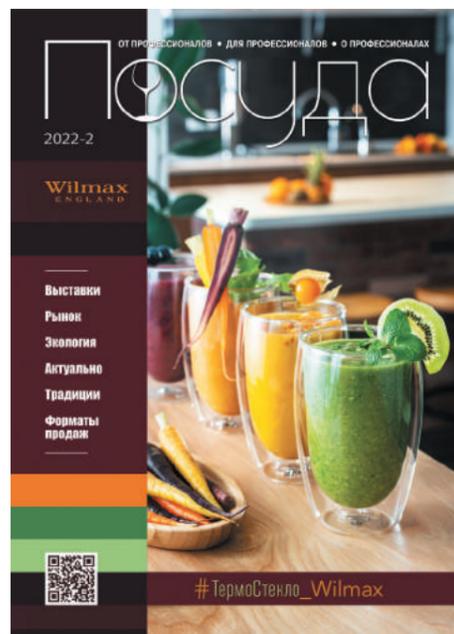
С уважением, главный редактор

Ковшова Татьяна Ковшова

Редакция

Главный редактор: Татьяна Ковшова.
 Выпускающий редактор: Алексей Трембицкий.
 Копирайтер: Евгения Максимова.
 Работа с сайтом: Андрей Макаров.
 Отдел рекламы и PR: Елена Меджитова – руководитель отдела рекламы и PR, Татьяна Толмачева – PR-менеджер.
 Подписка: Маргарита Гардева.
 Корректор: Татьяна Беляева.
 Корреспонденты: Мария Ков, Женья Максимова, Алексей Усачев, Анна Коньшина, Алексей Трембицкий.
 Перевод: Мария Ковшова.
 Дизайн и верстка: Алексей Барсуков.

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



Читайте в следующем номере:

- МАРКЕТИНГ
- НОВОСТИ
- СИТУАЦИЯ
- АКТУАЛЬНО



КЛАССИКА ГЖЕЛИ В НОВОМ ПРОЧТЕНИИ



ТВЕРДЫЙ ФАРФОР



Г. МОСКВА, УЛ. ПЯТНИЦКАЯ, Д. 10, СТР. 1



Меньше места для хранения, больше места для жизни: компактные кастрюли WALMER Preston


WALMER

На современных кухнях, большинство из которых не может похвастаться большими площадями, место – самый ценный ресурс. Посуда, конструкция которой предусматривает компактное хранение, – это находка на вес золота. Новая серия Preston английского бренда WALMER – как раз одна из них.

УДОБНЫЕ ДЕТАЛИ

Ручки кастрюль этой серии имеют покрытие Soft-touch, точно так же как и ручки на крышках. На внутреннюю стенку кастрюль нанесена мерная шкала, которая помогает дозировать ингредиенты.

ПОЛНЫЙ НАБОР

В серию Preston включены три самых ходовых вида кастрюль:

- небольшая полуторалитровая кастрюля, в которой удобно разогревать обед для 1-2 человек, варить яйца или каши на завтрак;
- универсальная кастрюля на 3 л, позволяющая обеспечить всю семью горячим обедом или ужином;
- большая кастрюля объемом 5,4 л, в которой можно сварить суп на всю неделю.

СТАВИМ ОДНО В ДРУГОЕ!

Кастрюли Preston прекрасно штабелируются, образуя стопку, которая занимает совсем немного места в шкафу или на полке. Обратите внимание: компактное хранение предусмотрено и для крышек: они также ставятся одна на другую поверх кастрюль, вам не придется подыскивать для них отдельное место!



ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

Корпус кастрюль Preston сделан из высококачественной нержавеющей стали марки 18/10. Толщина стенок корпуса – 0,6 мм вместо обычных для таких кастрюль 0,4-0,5 мм. Можно быть уверенным: кастрюля Preston прослужит долго, не деформируется и не потеряет вид.

МНОГОСЛОЙНОЕ ДНО

Дно, а вслед за ним и стенки кастрюль Preston разогреваются на 30% быстрее, чем у обычных моделей, благодаря многослойному дну и технологии пайки impact. Она позволяет соединить дно со стенками без пустот в зоне их смычки. Толщина дна у Preston 5 мм – это больше, чем у большинства кастрюль. Блюда в кастрюлях с толстым дном получаются вкусней благодаря равномерному нагреву!





WILMAX England – британский бренд высококачественной столовой и барной посуды.

Ассортимент компании насчитывает более 2500 наименований.

Посуда WILMAX выгодно подчеркнет подачу блюда, украсит интерьер и прослужит не один год. А многообразие форм, стилей и материалов удовлетворит любой, даже самый взыскательный вкус.

FINE PORCELAIN
STAINLESS STEEL
NATURAL BAMBOO
CRYSTALLINE GLASS
THERMO GLASS

wilmax.uk
wilmax.ru

WILMAX



Идеальная посуда для хранения WILMAX

Для хранения сыпучих продуктов имеет большое значение температурный режим, уровень влажности, а особенно выбранная емкость. Поскольку многие сыпучие продукты (чай, кофе, специи, приправы и сухофрукты) обладают специфическими запахами, то при их хранении важно обеспечить герметичность, чтобы ароматы не смешивались и не распространялись на другие продукты. Идеально справиться с этой задачей помогут банки для сыпучих продуктов WILMAX.

В ассортименте компании представлены образцы цилиндрической формы в разных объемах – от 400 до 2000 мл. Малые и средние размеры будут удобны для хранения специй, круп, чая, кофе, сахара, орехов, бобовых и пр. Продуманные размеры банок позволят удобно расфасовать любую фигурную пасту, а в узких высоких образцах отлично разместятся спагетти.

Банки изготовлены из боросиликатного термостойкого стекла и доступны к приобретению с двумя вариантами крышек: из нержавеющей стали 18/10 или натурального бамбука. Эргономичная и плотно прилегающая – она надежно защищает содержимое от пыли и вредителей. Силиконовый уплотнитель крышки помогает обеспечить большую герметичность.

wilmax.ru | @wilmax.ru



Новый адрес офиса продаж компании «Клен»

С 9 марта компания «Клен» переехала в новый офис продаж по адресу Алтуфьевское ш., 1, корп. 1. Новый офис продаж располагается в бизнес-центре «Бета-Центр», рядом с м. Владыкино и м. Окружная.

www.klenmarket.ru

Новые международные награды RÖNDELL

Компания RÖNDELL получила две награды в международном конкурсе промышленного дизайна Kitchen Innovation of the Year 2022, который прошел в Германии. В категории «Дизайн», «Функциональность», «Технологии» и «Качество материалов» были представлены коллекции **Stripes** и **Royal Blue**.

Коллекция посуды **Stripes** выполнена из литого алюминия и нержавеющей стали, оснащена оригинальными бакелитовыми ручками с покрытием Soft-touch и эффектными силиконовыми вставками. Кастрюли легко складываются одна в другую по принципу «матрешки». В коллекцию входят сковороды разного диаметра, кастрюли, ковш, чайник, френч-пресс и кухонные аксессуары.

Коллекция из литого алюминия **Royal Blue** выполнена с внешним дизайнерским покрытием глубокого синего цвета с мерцающими частицами и внутренним усиленным трехслойным антипригарным покрытием нового поколения Eclipse HB от PPG. В коллекцию **Royal Blue** входят сковороды разного диаметра, сковорода-гриль, сотейник и вок. Новинка будет представлена на рынке России в середине 2022 года.

www.rondell.ru

Большие кружки для гурманов

Российское производство мирового концерна Pasabahce разработало серии для гурманов чая и кофе: в России появился большой размер кружки Chroma («Крома») от Pasabahce вместимостью 370 мл. Кружка идеально подходит для таких кофейных напитков как латте, а также для любителей пить много чая.

Кружка имеет артикул 55813 и доступна как в упаковке для поштучных продаж, так и в подарочной упаковке по 2 изделия. Кружки меньшего размера (260 мл) с артикулом 55773 подойдут для коротких посиделок на бегу в ритме активной жизни. Все кружки изготовлены из закаленного стекла с повышенной термостойкостью.

Изначально форма и размер были созданы для локального рынка и на зарубежных заводах не производится.



www.pasabahce.com/ru

«Технолайн» запустит новое производство в Набережных Челнах

В Набережных Челнах начнут выпускать штампованную алюминиевую посуду и роботы-пылесосы. Производство наладит компания «Технолайн», резидент ТОСЭР (Территория опережающего социально-экономического развития в РФ), который занимается продукцией под брендом Polaris.

– Если смотреть линейку посуды от Polaris, то она покрывает полностью весь ряд: начиная от совсем небольших блинниц, заканчивая достаточно крупными пятилитровыми кастрюлями, сковородками и вок-посудой, – рассказал Chelny-biz.ru Алексей Левченко, технический директор компании.

Сегодня на предприятии запущено серийное производство микроволновых печей, мясорубок, пылесосов, чайников и другой мелкой бытовой техники.

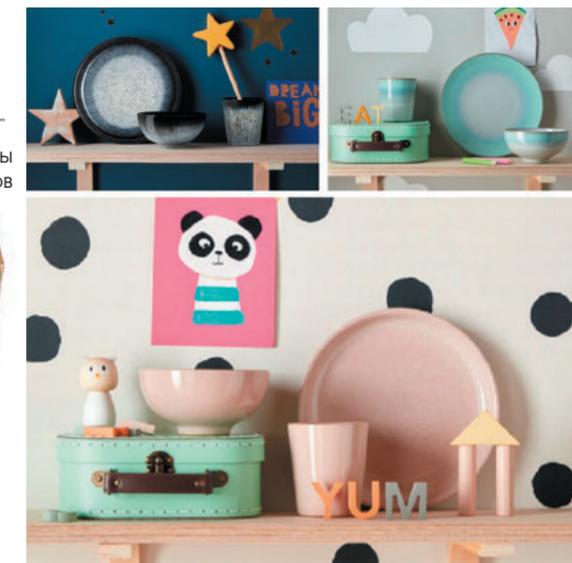
www.chelny-biz.ru

Denby для детей

Компания «Топ Стиль» представила новинки детской посуды английского бренда Denby. Это керамическая серия столовых сервизов Mini Me ручной работы.

Изделия выполнены в приглушенной цветовой палитре в разнообразных сочетаниях матовой и глянцевой текстурной глазури: «Сияние», «Голубая дымка», «Белая дымка», «Розовое облако», «Голубой кварц», «Голубое облако», «Чайная Роза». В состав наборов входит безбортовая тарелка диаметром 21 см, миска для каши, супа или салата диаметром 13 см (объем 480 мл), а также стакан объемом 250 мл. Посуду можно использовать в микроволновой печи, морозильной камере и посудомоечной машине. Наборы поставляются в красивой подарочной коробке.

www.toppodarky.ru





Весна и возрождение от Trendy style

Коллекция Trendy style – это олицетворение весны и возрождения. С ярких цветов и теплых оттенков этой линии начинается весеннее настроение: солнце начинает греть и светить ярче, небо радуется своими оттенками синего, птицы своим пением напоминают о предстоящем лете. Ассортимент этой линии представлен кастрюлями, жаровнями, ковшами, классическими и блинными сковородками и выполнен в трех цветовых решениях:

Mystery – томный цвет спелой сливы, который представляет собой весенние цветы;

Lime – яркий, почти неоновый цвет, сразу привлекающий к себе внимание;

Malachite – такой глубокий зеленый цвет будет напоминать о скоро приближающемся лете.

Коллекция Trendy style надолго сохранит свою первозданную яркость и привлекательность. А превосходные антипригарные свойства и прочность покрытия будут радовать на протяжении очень долгого времени. Антипригарное покрытие этой линии выдерживает не менее 7000 циклов стирания.

С предметами из коллекции Trendy style готовка никогда не покажется скучной повинностью, а станет увлекательным кулинарным приключением с неизменно отличным результатом, который понравится и вам, и вашим близким!

www.kukmara.com

Новые поступления в ассортименте ENS Group



Компания ENS Group расширила ассортимент фарфоровой посуды серии **Naturel** от торговой марки **Nouvelle Home**. Среди новинок – сервировочное блюдо в форме котика. Размер – 18x20x2 см. Блюдо представлено в подарочной упаковке. Также ассортимент компании ENS Group пополнился новинками фарфоровой посуды «**Белый мрамор**» от **Nouvelle Home**. Посуда предназначена для сервировки стола. Поставляется в подарочной упаковке.

www.ens-group.com

CENTRAL ASIA
houseware

29 МАЯ - 01 ИЮНЯ
MAY - JUNE
2022

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

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

Central Asia
Trade Exhibitions

Организаторы: Central Asia Trade Exhibitions

Казахстан - Алматы

м-он Самал 1, д. 9/2, 43

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

info@houseware.kz

www.houseware.kz



4 SEASONS
inspiration



WILMAX.UK

WILMAX.RU

С цветочными узорами

Ассортимент компании «Элан Галерея» пополнился новыми кастрюлями из нержавеющей стали серии «Гармония вкуса: «Серебро Ирисы». Стенки изделий украшает цветочный рисунок в голубом и черном цветах. Посуда выполнена из высококачественной стали 18/10. Имеет капсулированное дно с алюминиевой прослойкой, благодаря чему нагревание посуды происходит быстро и равномерно. Кроме того, в ассортименте компании появились новинки фарфоровой посуды с рельефными узорами. Изделия выполнены в скандинавском стиле. В поступлении представлена посуда серий «Айсберг волны», «Розы», «Кружево», «Птички на ветке» и «Сфера», а также разнообразная фигурная посуда – набор для специй в виде кошечек, масленка-коровка и многое другое.



AvantSPACE – новый компактный набор от Tognana



Набор кастрюль и сковородок AvantSPACE из 8 предметов – это новая коллекция посуды от Tognana, предназначенная для оптимизации пространства на кухне. Корпус кастрюль выполнен из литого алюминия с пятислойным внутренним антипригарным покрытием, усиленным твердыми минералами. Толстое дно гарантирует оптимальную производительность на всех типах плит и в духовке. Съемные ручки подходят для всех корпусов кастрюль, оснащены нескользящими силиконовыми прихватками. Крышки из закаленного стекла и многоцелевого силикона: штабелируемые и компактные, с двумя типами слива, медленным и быстрым, их также можно использовать в качестве подставок, они устойчивы в духовке до 180 °С.

www.shop.tognana.com

Новая линейка фарфора в компании «Клен»

Компания «Клен» сообщила о поступлении новой линейки фарфоровой посуды **Corone Gourmet Colore**. Посуда выполнена в элегантных современных формах и эффектных трендовых оттенках синего, зеленого и серого. Серия прекрасно сочетается с Corone Gourmet теплого молочного оттенка. В ассортименте большой выбор вариаций для создания идеальной подачи блюда.

www.klenmarket.ru



Wilmax
ENGLAND

СТОЛОВАЯ
ПОСУДА

«Шербет» от Maxwell & Williams

Коллекция фарфоровых кружек «Шербет» от Maxwell & Williams – для тех, кто хочет освежить пространство кухни, добавив очаровательных пастельных тонов. Объем кружек – 370 мл. Изделия можно мыть в посудомоечной машине и использовать в микроволновой печи.



«Аметист» со знаком качества



«Ашинский метзавод» стал лауреатом федерального этапа программы «100 лучших товаров России» 2021 года. Церемония вручения наград предприятиям-победителям прошла в декабре в Челябинске. Компания представила на конкурс посуду серии «Аметист». Звание лауреата предоставляет право применять значок качества при продвижении продукции.

Серия посуды «Аметист» подходит для всех видов плит, включая индукционные. Корпус кастрюли имеет прямую форму, эргономичные плоские ручки, выполненные, как и корпус, из коррозионно-стойкой стали. Внешний вид посуды отличается улучшенной зеркальной полировкой, за счет которой приготовленные блюда остывают гораздо медленнее, чем в обычной посуде.

Для производства серии посуды «Аметист» на заводе была внедрена и освоена технология получения теплораспределительного слоя (ТРС) методом диффузионной сварки. Такой метод позволил обеспечить полное заполнение капсулы, образованной дном корпуса посуды и внешней накладкой, выполненной из нержавеющей стали с ферромагнитными свойствами, алюминием толщиной 3 мм, согласно требованиям ГОСТ. ТРС не только позволяет равномерно распределять тепло по дну посуды за счет алюминиевого слоя, но и способствует ее плотному прилеганию к конфорке. Будь то чугунные конфорки-блины или стеклокерамические вращающиеся поверхности с современными нагревательными элементами. Кроме этого, данная технология обеспечивает надежное сцепление всех компонентов дна, а значит, его высокую прочность.

Серия «Аметист» выпускается в комплектации с металлической и со стеклянной крышкой с металлическим ободком и пароотводом. Упаковка выполнена в сиреневой гамме, оснащена удобной с ручкой для переноски.

Фирменный интернет-магазин Amef – tnp.amef.ru/shop

Koda с двойными стенками

Коллекция стаканов и кружек из боросиликатного стекла с двойными стенками Koda пополнила ассортимент компании Esprado. В коллекцию входят: набор из двух бокалов объемом 200 мл, набор из двух бокалов объемом 300 мл и кружка 300 мл. Изделия можно мыть в посудомоечной машине (при температуре до 65 °С) и использовать в микроволновой печи.



www.esprado.com



Горница®

ПРОИЗВОДСТВО РОССИИ

Горница

«Горница»

– это литая алюминиевая посуда с антипригарным покрытием, выпущенная на собственном производственном предприятии.

Посуда «Горница»

– это сковороды, жаровни, блинницы, казаны и кастрюли – всего более 500 наименований продукции, объёмов, дизайна и цветовой гаммы.



На сегодняшний день именно «Горница» задаёт тренды в стиле и дизайне алюминиевой антипригарной посуды, разрабатывая всё более сложные и эмоциональные характеры для своей продукции, чтобы она соответствовала изменяющемуся характеру и уровню жизни своих потребителей. «Горница» создаёт новые современные формы, цвета и функциональность – первая выпускает на рынок свежий, дерзкий формат, казалось бы, привычного производства.



«Горница»

никогда не стоит на месте, осмеливается на новые промышленные эксперименты, которые в результате всегда подтверждают правильность решений и профессионализм компании, проверенный годами. За качеством «Горницы» уже устремляются покупатели России, Беларуси, Узбекистана, Казахстана, – и таких результатов работы молодое производственное предприятие добилось всего за несколько лет работы. Такое быстрое признание у потребителей и торговых партнёров прямым образом свидетельствует о стабильности, ответственности и большом потенциале компании «Горница».



**СОТРУДНИЧАТЬ
С НАМИ ЛЕГКО, НАДЁЖНО И ПЕРСПЕКТИВНО**

Находка для ценителей чая: сохраняющие тепло чайники Ceraflame

Чайники, сохраняющие тепло напитка, всегда ценились. В разных концах света для этого применяли свои технологии: например, в Японии создали чугунные чайники-тэцубины, в Китае – чайники из знаменитой исинской глины, а Европа много веков подряд отдавала предпочтение чайникам из фарфора.

Чайники бразильского бренда Ceraflame тоже умеют сохранять тепло. Однако при этом они лишены недостатков, которые есть у многих чайников, в том числе и тех, что перечислены выше. Керамика Ceraflame не является ни хрупкой, ни тяжелой. Кроме того, она не боится перепадов температуры, не лопается и не трескается. Ее можно мыть в посудомоечной машине.

Ceraflame выпускает как наплитные чайники для кипячения воды, так и заварочные. Последние идеально подходят для того, чтобы дать вкусу чая раскрыться в полной мере. Керамика Ceraflame, созданная по особой, держасьейся в секрете технологии, удерживает тепло в течение значительного времени и постепенно, без перепадов и скачков температуры, передает его напитку. Попробуйте и вы поймете: секрет хорошего чая в правильном чайнике!



www.ceraflame.ru



«Подсолнухи» от ТМ «Эстет»

Компания «Мегаторг» представила новую серию эмалированной посуды с декором «Подсолнухи» от ТМ «Эстет». В серию вошли кастрюли разных размеров, миски, чайник, блюдо, ковш и кружки. Кастрюли оснащены эмалированными крышками.

www.megatorg-spb.ru

Керамические бульонницы «Лофт» в компании «Коралл»

Компания «Коралл» представила серию керамических бульонниц с двумя ручками «Лофт». Объем изделий 650 мл. Покрытие комбинированное (матовое и глазурованное). В ассортименте 4 цвета. Допускается использование в микроволновой печи.

www.korall.ru



«Жасмин» – новая коллекция Добрушского фарфорового завода

«Фарфор Белой Руси» представил новую коллекцию посуды с рисунком «Жасмин». Рисунок нанесен глазурными красками. Коллекция тарелок и салатников различных форм и размеров может стать прекрасным подарком к весенним праздникам.

www.dfz.by

Новые сковороды в «Гала-Центре»

Компания «Гала-Центр» представила глубокую сковороду «Аржанта» от Satoshi. Сковорода изготовлена из литого алюминия с антипригарным покрытием мраморного цвета. Сковорода подходит для всех типов плит, в том числе индукционных. Новинка доступна в двух цветах.

www.galacentre.ru



Новая линейка сковород iPAN

Компания «Лионтрейд» представила новую линейку литых сковород iPAN. Новинка отличается уникальным пятислойным гранитным покрытием ILAG (Швейцария). Толщина дна – 8 мм, стенок – 5 мм. Бакелитовые ручки оснащены манжетой из нержавеющей стали, которая отвечает за высокую износоустойчивость ручки и защиту от перегрева.

В линейку входят сковороды диаметром от 24 до 28 см и соответствующего размера крышки. Благодаря большой высоте крышек создается микросистема вентиляции, при которой поддерживается давление пара в сковороде.

www.ipan-shop.ru



Joseph
Joseph®



На фото: лимитированная коллекция Sage бренда Joseph Joseph




LibertyJones

На фото: посуда из фарфора коллекции Marble бренда Liberty Jones

 FineDesign

Компания FineDesignGroup — оптовый поставщик
и эксклюзивный дистрибьютор Joseph Joseph в России.
+7 (495) 540-48-60, для регионов 8 (800) 550-72-98 www.finedesigngroup.ru



 FineDesign

Компания FineDesignGroup — оптовый поставщик
и эксклюзивный дистрибьютор Liberty Jones в России.
+7 (495) 540-48-60, для регионов 8 (800) 550-72-98 www.finedesigngroup.ru



«Северное сияние» в бокале от LSA International

Компания **Finedesign** сообщила о поступлении новой коллекции **Aurora** от бренда LSA International. В коллекцию вошли наборы бокалов и стаканов из тонкостенного стекла фиолетового цвета. Дизайн коллекции вдохновлен переливающимися цветами северного сияния. В коллекции представлены бокалы для белого и красного вина, шампанского, martini, высокие и низкие стаканы для коктейлей и безалкогольных напитков. Хрустальное стекло расписывается вручную, после чего обжигается при высокой температуре. Материал не содержит свинца. Рекомендуется мыть вручную в теплой мыльной воде и вытирать насухо мягкой тканью.

www.megatorg-spb.ru



Серия сковородок Panadero со съёмной ручкой

Торговая марка **Esprado** представила новую коллекцию сковородок Panadero со съёмной ручкой. Сковорода изготовлена из высококачественного литого алюминия с использованием трехслойного антипригарного покрытия **ILAG® Ultimate**. В коллекцию входят самые востребованные диаметры сковород – 20/24/28 см. Сковороды Panadero можно использовать на всех типах плит, включая индукционные. Сковороду без ручки можно использовать в духовом шкафу в качестве формы для запекания при температуре до 230 °С.

www.esprado.com



Группа Fiskars отчиталась за 2021 год

Группа Fiskars опубликовала финансовый отчет за 2021 год, сообщив о положительных результатах. В частности, сектор **Vita**, который охватывает товары премиум-класса и предметы роскоши для категорий посуды, напитков и предметов интерьера, состоящий из таких брендов, как Iittala, Royal Copenhagen, Waterford и Wedgwood, сообщил об увеличении чистых продаж на 19,3% в I-IV кварталах 2021 года. Наибольший рост был в Китае, Северной и Южной Америке и странах Северной Европы. На уровне каналов чистые продажи больше всего выросли в электронной коммерции. Тем не менее, компания указывает на «постоянные проблемы в глобальных цепочках поставок, а также на инфляцию цен на сырье и энергию» в предстоящем году и заявляет, что, хотя Fiskars «удалось смягчить эти факторы, они по-прежнему представляют риск для результатов в 2022 году».

www.tablewareinternational.com

Правительство объявило о мерах поддержки бизнеса на фоне санкций

Правительство на фоне введенных против России санкций реализует дополнительные меры поддержки малого и среднего бизнеса, сообщил на заседании премьер-министр Михаил Мишустин.

«Правительство введет мораторий на плановые проверки для индивидуальных предпринимателей, малых и средних предприятий начиная с 10 марта и до конца года. За исключением случаев, когда есть риски для жизни и здоровья наших граждан», – рассказал он.

Кроме того, правительство на полгода продлевает программу компенсаций предпринимателям расходов на использование Системы быстрых платежей (СБП). Таким образом, бизнесу компенсируют банковские комиссии за осуществленные гражданами с января по июнь 2022 года покупки товаров и услуг. На эти цели кабмин выделит 500 млн руб.

В 2022 году правительство выделило 6,2 млрд руб. на программу «ФОТ 3.0». Она позволяет компаниям из сферы общепита, гостиничного бизнеса, культуры и спорта, сохранившим не менее 90% рабочих мест, получить ссуды на выплату зарплат и погашение арендных и коммунальных платежей по ставке не выше 3% годовых.

Также Мишустин объявил о запуске нового этапа амнистии капиталов. «К параметрам, которые применялись во время третьего этапа, добавится возможность декларирования наличных денежных средств. Также в законе вместо ценных бумаг появится определение «финансовые активы». То есть можно будет легализовать не только акции или облигации, но и, например, производные финансовые инструменты – это фьючерсные контракты, опционные и другие», – пояснил премьер-министр.

Кабмин также намерен рассмотреть поправки в Налоговый кодекс, благодаря которым правительство получит право оперативно вносить изменения, например продлевать сроки уплаты налогов. Подобные полномочия планируют предоставить в том числе региональным властям. Предполагается, что мера будет действовать весь 2022 год.

www.vedomosti.ru

Новинка от Le Creuset

Компания Le Creuset представила новую сковороду **Signature Frying Pan**. Новинка изготовлена из литого чугуна с внешним цветным покрытием. Сковорода оснащена деревянной ручкой. Корпус имеет дополнительную литую ручку для удобного захвата. В ассортименте 11 цветов и три размера – 24/26/28 см.

www.lecreuset.co.uk



Разделочные доски от Frybest

Компания Frybest пополнила ассортимент новыми разделочными досками. Доски серий **Emerald** и **Burgundy** имеют антибактериальное покрытие **Kleon**. Благодаря силиконовому ободку доска не скользит на поверхности. Изделия можно использовать с обеих сторон.

www.frybest.ru



«Ашинский метзавод» повышает цены

В связи с ростом цен на сырье, материалы и комплектующие ПАО «Ашинский метзавод» повышает отпускные цены на товары народного потребления с 16 марта 2022 года:

- из коррозионно-стойкой стали – посуда, термосы, столовые приборы, кухонные принадлежности, шампуры на 7%;
- из углеродистой стали – садово-огородный и снегоуборочный инвентарь, мангалы на 10%.

www.tnp.amet.ru





Жаропрочная новинка от Ceraflame

В магазине **Domos** появилась новая коллекция кастрюль Ceraflame Hammered (Бразилия). Посуда изготовлена из высококачественной жаропрочной керамики. Изделия покрыты гладкой эмалью, устойчивой к трещинам и царапинам. Кастрюли поставляются в Россию ограниченным тиражом и продаются эксклюзивно в магазине Domos. Огнеупорная керамика подходит для использования на открытом огне, газовой, электрической, стеклокерамической, галогеновой плите. Не предназначена для использования на индукционных плитах.

www.domos.ru

Familia открыла сразу три гипермаркета

Сеть off-price-магазинов Familia открыла три новых гипермаркета площадью от 860 до 1100 кв. м. Магазины начали свою работу в Архангельске, Череповце и Северодвинске. Ранее магазин Familia впервые открылся в Нижнекамске.

www.shopandmall.ru



Универсальные кружки Picnic от Phibo

Компания «Бытпласт» представила новые универсальные кружки линейки Picnic от Phibo. Легкие и прочные кружки объемом 400 мл благодаря матовой поверхности и эргономичной ручке удобно держать в руках. Подойдут для подачи холодных и горячих напитков. Изготавливаются из на 100% перерабатываемого прочного безопасного полипропилена. Не содержат бисфенол А. Можно использовать в СВЧ и мыть в посудомоечной машине.

www.bytplast.ru

Двустенные кофейники WALMER

Мы привыкли к тому, что двустенное стекло применяют для чашек и кружек. Они долго сохраняют тепло чая и кофе, и удовольствие можно растягивать глоток за глотком. Двустенные предметы – любимцы покупателей, такая посуда всегда популярна. Точное соединение двух стеклянных колб в производстве – это манипуляция, требующая высокого профессионализма мастеров. Чаще всего такую конструкцию применяют для небольших предметов. Но английский бренд WALMER за годы работы с боросиликатным стеклом в совершенстве овладел технологией. И сейчас в ассортименте бренда появились более крупные предметы посуды с корпусом из двустенного боросиликатного стекла. Это стильные кофейники френч-прессы **Floral** и **Solid**. Приготовленный в них кофе долго остается горячим. Двойные стенки прекрасно сохраняют температуру. Огромный плюс – не нагревающаяся внешняя стенка и остающаяся всегда холодной ручка кофейников.



www.walmer-cookware.com



WILMAX.UK

WILMAX.RU

КОЛЛЕКЦИЯ ХРУСТАЛЬНОЕ СТЕКЛО
CRYSTALLINE



Wilmax
ENGLAND



НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
Барбекю и грили 2022 международная выставка Москва	17.03.22-20.03.22 МВЦ «Крокус Экспо» World Expo Group	Canton Fair (China Import and Export Trade Fair) китайская выставка импортно-экспортных товаров Китай, Гуанчжоу	Предварительная дата 23.04.22-27.04.22 China Foreign Trade Centre
HouseHold Expo 2022 международная промышленная выставка непродовольственных товаров Москва	22.03.22-24.03. ГК «Майер» МВЦ «Крокус Экспо 2022»	Для дома и дачи. Архангельск 2022 торговая ярмарка Архангельск	10.05.22-13.05.22 ООО «Поморская ярмарка»
Maison & Objet Paris (M&O) 2022 международный салон интерьерного дизайна, предметов декора и подарков Франция, Франция, Париж	24.03.22-28.03.22 SAFI	The Hotel Show Dubai 2022 международная выставка индустрии гостеприимства ОАЭ, Дубай	24.05.22-26.05.22 DMG events Middle East, Asia & Africa
Hostelco 2022 международная выставка индустрии гостеприимства Испания, Барселона	04.04.22-07.04.22 Fira de Barcelona Gran Via/FELAC	Central Asia Houseware 2022 международная выставка посуды, товаров для дома и сувениров Казахстан, Алматы	29.05.22-01.06.22 Central Asia Trade Exhibitions
Собственная торговая марка IPLS 2022 международная специализированная выставка контрактного производства и СТМ Москва	05.04.22-06.04.22 МВЦ «Крокус Экспо»/ RX	Homeliving & Houseware Fair Daegu Summer 2022 международная выставка товаров для дома Южная Корея, Дэгу	09.06.22-12.06.22 Exco Messe Korea Inc.
Table & Kitchenware Expo Tokyo 2022 выставка посуды и кухонных принадлежностей Япония, Токио	06.04.22-08.04.22 Tokyo Big Sight/Reed Exhibitions Japan Ltd.	International Commodity Fair 2022 международная выставка потребительских товаров Москва	14.06.22-16.06.22 Messe Frankfurt RUS
Весенний торжок. Северодвинск 2022 торговая ярмарка Северодвинск	15.04.22-17.04.22 НПЦ «Звездочка»/ ООО «Поморская ярмарка»	China Commodity Fair 2022 национальная выставка качественных потребительских товаров из Китая Москва	14.06.22-16.06.22 Messe Frankfurt RUS
Весенний торжок. Архангельск 2022 торговая ярмарка Архангельск	19.04.22-22.04.22 Дворец спорта профсоюзов/ООО «Поморская ярмарка»	Hotel & Hospitality Show 2022 международная выставка индустрии гостеприимства Южно-Африканская Республика, Йоханнесбург	19.06.22-21.06.22 DMG Events
Все для лета в «Экспофоруме 2022» международная выставка-ярмарка Санкт-Петербург	21.04.22-24.04.22 «Экспофорум»/ Выставочное объединение «ФАРЭКСПО»	Gifts & Home China Chengdu 2022 международная выставка подарков, ремесленных изделий, часов и товаров для дома Китай, Чэнду	24.06.22-26.06.22 Reed Huabo Exhibitions (Shenzhen) Co., Ltd.

HOUSEHOLD EXPO

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

13-15 СЕНТЯБРЯ 2022

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Всё, что дома пригодится!

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

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

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



Актуальные товары на рынке посуды – 2022

Традиционный спрос на посуду довольно стабилен. Но каждый год ряд изделий выходит на первый план по объему продаж. Предлагаем обсудить линейку топовых предложений в текущем году.

ПОНИМАНИЕ СИТУАЦИИ

Перед тем как выделить ряд изделий, которые, по мнению экспертов, будут наиболее востребованы конечными потребителями, стоит напомнить о формировании классического уровня спроса. Неизменная модель предусматривает, что спрос на посуду вызван несколькими постоянными причинами:

- заменой пришедших в негодность изделий (естественный износ) – 30-35%;
- возникновением новых домохозяйств – 25-35%;
- приобретение подарка – 15-20%;
- спонтанными причинами, среди которых на первом месте стихийная покупка, – 25-30%.

В последнее время внезапных покупок стало намного больше, вот почему продавцы так любят оригинальные и не очень дорогие новинки, которые привлекают многих случайных покупателей.

К этому стоит добавить стимулирующие покупку посуды факторы:

- акционная распродажа (скидка, бонус, иная привилегия);
- использование новейших технологий в конкретной посуде;
- модные тенденции.

По последним исследованиям, большинство покупателей посуды, сделавших приобретение в интернет-магазине, остались довольны и планируют продолжать осуществлять покупки именно в них, причем все более важную роль в подобных покупках играет доставка.

ТЯГА К СОВРЕМЕННОМУ

Значительная доля конечных потребителей ценит свое кухонное пространство и предпочитает обустроить его максимально ярко и эффективно. Это ведет к спросу на эргономичные, практичные и дизайнерские предметы посуды к которым относится не только столовая и кухонная утварь, но и многочисленные аксессуары, а также инструменты.

Кроме того, сохраняющий свою актуальность тренд здорового образа жизни, и питания в частности, предусматривает приобретение только экологически безопасных предметов посуды, предпочтительно от успешно зарекомендовавших себя брендов.

Следовательно, новейшие антипригарные покрытия, универсальный в своем применении силикон, оригинальные цвета практичного стекла – это перспективные направления материалов, посуда из которых будет востребована не только в ближайшие месяцы, но в течение ближайших нескольких лет. Что касается непосредственно самой посуды, то многое будет зависеть от дизайнерского исполнения и эксплуатационных характеристик.

ОТ ОБЩЕГО К КОНКРЕТНОМУ

Перечислим наиболее востребованную продукцию, спрос на которую, по мнению экспертов рынка, сохранится на высоком уровне до конца года.



АКСЕССУАРЫ ИЗ СИЛИКОНА И НЕЙЛОНА

Пожалуй, нет сегодня такой ниши в посудном сегменте, где не встречается пищевой силикон. Этот материал по праву завоевал лидирующие позиции среди кухонных и столовых аксессуаров. Его преимущества – гигиеничность, экологическая безопасность, выносливость, выдерживание высокой температуры (250-300 °C) без изменения



свойств и пр. – позволили применять его буквально на каждом шагу: прихватки, оплетки, коврики для теста, подставки под горячее, антискользящие вставки, кухонные рукавицы... И конечно же, силикон весьма широко применяется для изготовления форм для запекания, именно с этого и началось заполнение силиконовыми изделиями посудной ниши. Единственное, что не переносит силикон, – это порезы, поэтому он не может использоваться для разделочных досок.

Изношенный силикон подвергается вторичной переработке, его можно утилизировать путем сжигания без выброса в атмосферу ядовитых веществ.

В настоящий момент количество силиконовых предметов для кухни постоянно растет и покупатели с удовольствием приобретают такие изделия. Тенденция явно продолжится в течение ближайших лет.

Нейлон – более жесткий материал, в первую очередь он является прекрасным заменителем пластика, применяется для лопаток, венчиков, из него также получается хорошая оплетка для ручек кухонной посуды и, в частности ножей.



ПОСУДА С АНТИПРИГАРНЫМ ПОКРЫТИЕМ

Если антипригарные сковороды уже давно прочно вошли буквально на каждую домашнюю кухню, то расширение антипригарного ассортимента за счет кастрюль, ковшей, сотейников и аналогичных изделий стало заметным лишь в последние два-три года. Потребители стараются минимизировать время для мытья кухонной посуды, и антипригарная посуда является для этого оптимальным вариантом. Приготовление пасты, тушеного мяса, всевозможных гарниров и пр. упрощается с появлением антипригарной посуды для варения и тушения. Но главное – не приходится оттирать посуду от прилипших остатков пищи!

Сегодня на рынке наблюдается явное повышение интереса не только к антипригарным сковородам, но и другой антипригарной посуде. Покупатели особенно внимательно следят за появлением новейших разработок антипригарных покрытий и предпочитают посуду с внушительной толщиной дна (5-6 мм) и стенок (2-3 мм), даже если ее стоимость выше ожидаемого (желаемого).

Среди требований потребителей к антипригарным покрытиям главными являются износостойкость и эко-



логическая безопасность. Данная информация обязательно должна быть отражена на продаваемой посуде.

Что касается цвета, то подавляющее большинство покупателей предпочитают традиционные серо-черные оттенки.

Около половины от всех покупателей, приобретающих антипригарную посуду, выбирают модели со съемными ручками. В основном с целью экономии пространства при хранении. В духовом шкафу посуду, которой пользуются на варочной панели, используют редко, хотя при отсутствии ручек она вполне пригодна для этого. В то же время всевозможные противни и формы для запекания применяются в домашней духовке довольно часто (не реже, чем силиконовые формы).

Так что практически вся антипригарная посуда, выполненная с учетом пожеланий конечных потребителей, продолжает и будет продолжать пользоваться устойчивым спросом. Кстати, при ежедневном использовании такой посуды, особенно сковород, ее требуется регулярно обновлять (из-за постепенного снижения и потери антипригарных качеств), так что предложение такой посуды еще очень долго будет сохранять свою актуальность.

БИОРАЗЛАГАЕМАЯ ПОСУДА

«Зеленый» тренд продолжает охватывать новые пространства. В отношении одноразовой и многоразовой посуды из пластика мы видим появление безопасной альтернативы из растительного сырья. Главным преимуществом является

Набор детской посуды из рисовой шелухи



ществом такой продукции является не только ее более безопасное производство, но и довольно быстрый процесс безотходной утилизации (особенно в специальных условиях). Такая посуда полностью перегнивает в почве за несколько месяцев либо становится компостом, который широко используется в качестве растительных удобрений.



Тема, откровенно говоря, не нова. Но с возведением во главу угла здорового образа жизни стала явным триггером для замещения нежелательных пластиков вполне безопасным альтернативным материалом. Сегодня процесс набирает обороты, несмотря на то что стоимость биоматериала намного выше стоимости пластикового сырья. Впрочем, с увеличением числа переходов на безопасную биоразлагаемую посуду цена может снижаться.

РАЗДЕЛОЧНЫЕ ДОСКИ ИЗ ПЛАСТИКА

Выведение пластика из оборота полностью (за исключением пресловутых стирольных стаканчиков и тарелочек) сегодня фактически невозможно. Зона применения пластика сегодня настолько широка, что даже представить себе кухню без пластика не получится. Но мы коснемся в данном случае разделочных досок. В отличие от дерева они более гигиеничны, эргономичнее, не тре-



буют тщательного ухода; в следах от ножа, как правило, не формируются колонии бактерий, поскольку такие доски хорошо промываются. К тому же изделия из пластика нередко обогащают антибактериальными добавками, которые включают в состав массы, из которой производят будущие доски.

Среди других привлекательных качеств пластиковых досок – их цена. Данные доски относятся к невысокому ценовому сегменту, следовательно, доступны абсолютному большинству конечных покупателей.

Благодаря перечисленным качествам пластиковые доски продолжают пользоваться активным спросом и пока нет оснований предполагать изменение ситуации в обозримом будущем.

ЕМКОСТИ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ИНГРЕДИЕНТОВ И ТРАНСПОРТИРОВКИ ГОТОВЫХ БЛЮД



Систематизация и упорядочение имеющихся на кухне ингредиентов (от сыпучих до жидких) – естественное желание каждой хозяйки, мечтающей, чтобы было все что нужно и чтобы это все было под рукой. Данное желание является частью тренда по оптимизации систем хранения в домашних условиях.

Для таких целей сегодня выпускается немало емкостей из пластика и стекла. Спрос на них сохраняется устойчиво высоким. При том, что популярность такой продукции сохраняется уже в течение многих лет, нет оснований предполагать снижения активности продаж таких изделий. Эксперты полагают, что до насыщения рынка банками для хранения еще далеко. Еще более пер-



спективным является предложение боксов для хранения и переноски готовых блюд, в том числе жидких и горячих. Особой популярностью сегодня пользуются ланч-боксы, в которых перевозятся не только бутерброды, но и фрукты, овощи, салаты, гарниры.

За последние полтора года к данной группе изделий стоит отнести и стеклянные судочки с герметичными пластиковыми крышками для хранения готовых продуктов в холодильнике. Они также вполне подходят для транспортировки. Среди возможных минусов – больший, чем у пластика, вес, среди возможных плюсов – меньше контакта с пластиком (за исключением крышки), что особенно важно для ценителей здорового питания.

ЦВЕТНОЕ СТЕКЛО И СТЕКЛОКЕРАМИКА

В сегменте столовой посуды продолжает развиваться тренд предметов из цветного стекла, а также посуды из стеклокерамики. Традиционные тарелки, миски, менажницы и пр., выполненные из прочного стекла, особенно опалового, являются частым предметом приобретения рачительными хозяйками, ценящими изящество и практичность. Аналогичные изделия из стеклокерамики также являются не менее популярным видом столовой утвари и пользуются не меньшим покупательским вниманием.

Стекло и стеклокерамика в некоторой степени стали заменой дорогостоящему фарфору и не всегда привлекательному фаянсу. К тому же посуда из стекла и стекло-



керамики менее капризна в плане ухода, в частности она прекрасно переносит машинную мойку.

К стеклянной посуде стоит также отнести популярные бутылки для воды, соков, коктейлей и пр., а также особенно популярные в последнее время стаканы с двойными стенками.

Отвечая реалиям современной жизни и потребностям молодого поколения, посуда из стекла и стеклокерамики сохраняет свою актуальность и будет пользоваться вниманием потребителей еще в течение длительного срока. Сегмент только набирает обороты, до насыщения рынка такой посудой еще далеко.

ИНСТРУМЕНТЫ И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ ИЗМЕЛЬЧЕНИЯ, ФИГУРНОЙ НАРЕЗКИ, ВЫПЕЧКИ И ПР.

Оригинальные инструменты, позволяющие оперативно обращаться с чистой и нарезкой всевозможных овощей, фруктов (в том числе мелких ягод), открытием различных консервов (включая крышки стеклянных банок), приданием нужных форм при измельчении и нарезке ингредиентов, работе с тестом и пр. являются неотъемлемой частью каждой кухни! И со временем значимость этих ручных «мелочей» только возрастает. Дизайнерские новинки в данном сегменте представляют высокий интерес всем, кто любит домашнюю кухню и проводит на ней значительное время. Применение пластика, силикона, нейлона и других современных материалов делает вышеперечисленные изделия еще более привлекательными и доступными для широкой покупательской аудитории.

Ситуация с покупательской активностью в данной посудной группе сохраняется и, по мнению специалистов, сохранится даже в отдаленной перспективе.



В ЗАВЕРШЕНИЕ

Следует отметить, что спрос на конкретное посудное изделие может сформироваться молниеносно при появлении по-настоящему привлекательного, полезного и качественного товара, поэтому никогда не нужно ограничивать свой ассортимент только проверенными позициями.

Кроме того, продавцам следует учитывать фактор сезонности посудного рынка, означающий, что спрос со второй половины мая по первую половину сентября включительно снижается на значительную часть посудных принадлежностей. Как известно, лето и, в частности, теплое время года – это традиционный период отпусков, когда покупатели могут акцентировать свое внимание лишь на посуде для загородного отдыха, в частности из пластика, и с недавних пор – из биоразлагаемого сырья.

Некоторые проблемы отечественного посудного рынка

Цены поползли вверх еще сильнее, уровень продаж за последние дни заметно изменился. На посудном рынке ожидается период очередного преодоления неблагоприятной ситуации, на этот раз связанный с военными действиями на территории Украины. Но ряд трудностей вовсе не вызван сегодняшней геополитической картиной. Последняя лишь подталкивает участников рынка к незамедлительному решению тянущихся годами проблем. И надо использовать данный стимул для устранения нездоровой рыночной ситуации.

ВОПРОКИ ПЕССИМИСТИЧЕСКИМ ОЖИДАНИЯМ

Все понимают, что нет ничего вечного. Ситуация с изоляцией России в свете последних событий через какое-то время начнет восстанавливаться и вернется в цивилизованное русло. Но пока мы видим приостановку поставок из Европы, рост цен, переориентацию на изделия китайских и отечественных предприятий.

При этом больных мест меньше не становится и их нужно преодолевать. Кстати, отечественные производители посудных изделий получают в сложившейся ситуации дополнительные привилегии в виде переключения конечных потребителей на российские изделия. Скорее всего, доступная по наличию и цене посуда в скором будущем будет поступать в точки продаж из цехов родных фабрик.

Но, как известно, радоваться фарфору от «Дулево» и фарфору, предположим, от Narumi не совсем одно и то же. По крайней мере, пока. Конечно, у нас тоже есть коллекционный фарфор, например от ИФЗ и других марок, но не все согласится на отказ от мировых брендов в своем доме. Поэтому ожидать быстрого замещения спроса одних марок другими не приходится. Скорее всего, в ближайшей перспективе нас ожидает **вынужденная замена бренда** в случае прихода посуды в негодность. При такой замене ставится цель не соревноваться в дизайнерском исполнении, а стоит задача восстановить утраченный функционал. При этом, например, посуда из стекла или стеклокерамики (как кухонная, так и столовая) будет пополнять рынок



вполне регулярно уже знакомым ассортиментом (основной объем стеклянной посуды производится на территории России). Скорее всего, не будет неожиданностей и с посудными изделиями из нержавеющей стали, а также из глины (у нас достаточно собственных производителей таких товаров). Учитывая широкое распространение китайского антипригарного покрытия Pfluo, не должно быть дефицита и в сегменте антипригарной кухонной посуды.

Есть высокая вероятность попадания к нам аналогов европейских новинок из Китая, то есть отечественный рынок **лишается оперативных поставок** непосредственно от законодателей моды. Но объ-

ективно говоря, рано или поздно Западу понадобится расширять территорию сбыта и Россия как сильный партнер (закупщик) спрогнозирует разморозку экспортных потоков от европейских поставщиков.

Так что самое правильное сегодня – набраться терпения и работать по тем направлениям, которые открыты; совершенствовать свою деятельность в условиях ограниченных возможностей; здесь тоже хватает своих больных мест.

БОРЬБА С ЗАВИСИМОСТЬЮ

Согласно статистике, за последнее десятилетие зависимость посудного рынка России от импорта если

не возростала, то уж никак не снижалась. Исключение составляли только изделия из стекла и пластика. Сегодня мы наблюдаем болезненный момент, связанный с **приостановкой поставок** целым рядом компаний (в первую очередь из Европы). Но потенциал у отечественного производителя есть, и опускать руки не стоит. Сегодня следует активнее продвигать выгодную ценовую политику для всех покупателей. Ведь посуда от российского производителя на порядок дешевле, чем от западноевропейского.

Следующим слабым звеном уже не один год является **изготовление и предложение фурнитуры** в виде посудных ручек, в частности из бакелита и металла. Российские производители посуды в большинстве случаев пользуются фурнитурой иностранного производства (турецкой, итальянской и др.). Неужели наши мастера не в силах изготавливать свою фурнитуру? Хочется верить, что нет.

Похожая ситуация с изделиями из эмалированной стали. По каким-то причинам укоренилось мнение, что **европейская эмаль якобы лучше**, безопаснее и прочнее. При этом объективного подтверждения этому нет. Известно, что некоторые заводы предлагают свои пищевые и непищевые (для наружной обработки посуды) эмали высочайшего качества, которые служат десятилетиями.

Не лучшим образом обстоят дела и со **столовыми инструментами** из нержавеющей стали. В России выпускают либо художественно исполненные вилки, ложки, ножи, либо совсем безытересные дешевые модели. Продукция среднего ценового сегмента от отечественного производителя, за редким исключением, отсутствует. При этом возможности для выпуска столовых приборов высокого качества, соответствующих своему времени, в нашей стране есть. Надо восстанавливать былые цеха и выпускать качественный и недорогой товар, ослабляя зависимость от зарубежного поставщика.

ДЛЯ ДОМАШНЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

Во времена любых потрясений домашняя кухня и домашнее питание особенно востребовано: и по экономическим соображениям, и по психологическим причинам. Поэтому для наших хозяек следует выпускать долговечные и стильные сковороды, сотейники, кастрюли. Увы, в этом сегменте наши производители, включая тех, кто размещает



заказы в Китае, тоже не могут пока полностью удовлетворить потребности покупателей.

А ГДЕ «ТОТ САМЫЙ» ЧУГУН?

Как ни странно, но с некоторыми пор в России перестали появляться сковороды и другая посуда из чугуна. Сегодня наши покупатели могут приобретать либо зарубежный чугун от именитых марок (очень дорогие изделия), либо не всегда качественные чугунные изделия по пате, привезенные в основном из Азии. Недавно, правда, на рынке появилась марка украинской достойной чугунной посуды Maysterna, но в любом случае вышеперечисленного не хватает на всех желающих. И это явно не красит наш посудный рынок. В России необходимо возобновить производство чугунной посуды, тем более что имеющиеся сегодня мощности (плавильные печи, прокат, создание готовой продукции) позволяют разместить такое производство, в виде дополнительного (сопутствующего), ориентированного на выпуск продукции для дома.

ВОПРОС ПРЕСТИЖА

Определенная прослойка покупателей всегда стремится окружать себя посудой премиум-класса, которая в своем большинстве выпускается за рубежом. С некоторых пор **пополнять себя такой посудой будет проблематично**, и российскому производителю стоит выходить на премиальный уровень исполнения своей продукции, одновременно раскручивая свой собственный бренд. Кстати, позитивные примеры таких производств есть среди производителей антипригарной, пластиковой и стальной посуды.

ТРУДНОСТИ С ПОСТАВКАМИ

Если кто-то думает, что «контейнерный кризис» прошел и сегодня товарные потоки, правда, уже по новым ценам исправно идут из Китая к своим заказчикам, глубоко ошибается. Недостающее количество контейнеров в целом восстановлено. Это так. Но их отправка лишилась преж-

ней оперативности, будем надеяться временно. А транспортировка грузов автопоездами через китайскую границу сопряжена с существенными задержками (в том числе из-за загруженности дорог и таможенных проверок), дополнительными выплатами и иными расходами и неудобствами.

СЛОЖНОСТИ С РАЗМЕЩЕНИЕМ ТОВАРОВ В МАГАЗИНАХ

Проблема тянется уже много лет. Поставщикам далеко не всегда удается договориться с поставками в федеральные и региональные сети: последние выдвигают очень жесткие требования и выставляют весьма строгие временные рамки, в которых приходится находиться поставщику. Сегодня при снижении импорта, нашим производителям и поставщикам следует быстрее открывать дорогу к конечному покупателю. Иначе потребности покупателей окажутся неудовлетворенными.

ЭТО НЕ КОНЕЦ ИСТОРИИ

Скорее всего, санкционная политика многих государств в отношении нашей страны даст толчок для роста объемов посудной утвари российского производства. Эффективность фабрик начнет постепенно расти, но достойный уровень качества, особенно при исполнении дизайна, будет появляться не сразу. Так что необходимо еще сильнее сконцентрировать внимание на постоянном **росте потребительских характеристик** при увеличении объемов выпуска доступной домашней посуды.

Конечно, больных точек на рынке значительно больше перечисленных в данном обзоре, но даже устранение этих приведет к существенному позитивному сдвигу в плане обеспечения всевозможной посудой отечественного потребителя. Главное здесь, конечно, находить возможность выпускать импортозамещающие позиции.

В дальнейшем мы еще обязательно вернемся к теме насыщения отечественного посудного рынка требуемым объемом посудных изделий.



Вторичная переработка

Сейчас настолько противоречивое революционное время, что говорить о глобальных экологических тенденциях стало намного важнее, нежели о модных. В сложившейся ситуации, когда по всему миру отменяются спортивные соревнования, модные показы, грандиозные шоу, когда бренды вынужденно закрывают свои бутики и даже приостанавливают производство, единственное, что остается делать каждому человеку, – быть осознанным. Несмотря на то что многие люди по всему миру уже давно начали более трепетно и осознанно относиться к экологии, мы все еще не можем избежать различных экологических катастроф и климатических изменений. Но тренды осознанной жизни на «зеленой стороне» уже заданы, и каждый из нас может начать им следовать, чтобы завтра наша жизнь стала лучше, чем сегодня. Разумное потребление ресурсов нашей планеты – это не просто слова, это едва ли не единственный путь к сохранению нашей планеты.

Важной тенденцией последнего времени стало осознанное потребление, осознанный подход к выбору товаров – прежде всего с экологической и этической точек зрения. Людей все чаще интересует, где и кем был создан приобретаемый товар, не страдали ли при производстве животные, каковы условия труда на фабриках-изготовителях, вредит ли производство товара окружающей среде, возможна ли экологичная утилизация или вторичная переработка купленного.

Все эти запросы заставляют производителей задумываться над производством продуктов из переработанного сырья. Особенно остро тренд затронул мир моды и красоты. С 2017 года дизайнеры активно начали уходить от использования натурального меха и т.д. Использование инновационных материалов позволяет компаниям исследовать новые границы креативности в дизайне и одновременно удовлетворить спрос. За последние пять лет от использования натурального меха уже отказались Chanel, Gucci, Burberry, Furla, Versace, Jimmy Choo, Diane von Furstenberg, 3.1 Phillip Lim и многие другие бренды. Благодаря такому социальному проекту, как Fashion Revolution, мир узнал об условиях труда на производствах крупных модных брендов, что впоследствии также сказалось на спросе покупателей.

Действительно, свежим трендом сегодня являются изделия из переработанных материалов. Легкая промышленность – вторая в мире по уровню загрязнения природы. К примеру в этом году в честь Всемирного дня океанов ETRO создали пуховик, полностью изготовленный из материалов, полученных из 120 переработанных пластиковых бутылок.

МИР ПОСУДЫ

Самым динамично развивающимся сегментом отечественного посудного рынка на сегодняшний день является сегмент стеклянной посуды: кухонной и столовой. В числе топовых предприятий, разместивших свое производство на территории России: ARC International, Pasabahce, Гусь-Хрустальный стекольный завод, Васильевский стекольный завод и др.

При этом часть стеклянной посудной продукции на заводах выполняется из стекла вторичной переработки, что существенно изменяет подход к производству и благотворно влияет на состояние окружающей среды. Примечательно, что использованное стекло может многократно проходить процесс переработки и являться сырьем для нового изделия. Для этого бой или негодную тару предварительно готовят (сортируют, отмывают), затем измельчают, расплавляют и разливают



по формам. Разумеется, данный процесс в реальности включает целый ряд различных технологических процедур, которые требуют отдельного рассмотрения, поэтому здесь предлагается только общее описание.

Основная доля отправляемого на переработку стекла используется для изготовления тары для алкогольных и безалкогольных напитков (традиционные бутылки) а также консервированных овощей, сладостей и пр. (банки).

Но в то же время ряд предприятий успешно выполняет из такого сырья столовую посуду: тарелки, кружки, блюда и пр. В большей степени в этом вопросе преуспели зарубежные компании, в частности из Испании. Но и в нашей стране такие гиганты, как ARC International и Pasabahce, с успехом выполняют посуду из стекла, бывшего в употреблении.

ФИНАНСОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Насколько выгодно заниматься переработкой стекла и получением из него сырья для новых изделий? Как показывает практика, с одной стороны – выгодно, с другой, не очень. Ведь действительно, иногда лучше построить новый дом, чем переделать старый. Это же утверждение можно применить и к переработке сырья. Но европейские страны, например, скандинавские в большей части, к этому относятся более ответственно и взвешенно, с прицелом на будущее. Строятся заводы по переработке сырья, вводятся в эксплуатацию новые инновационные технологии. Какие плюсы? Во-первых, устраняется большая доля стеклянного мусора, который в силу своих свойств практически не подвержен естественному разложению в природной среде. Во-вторых, такое сырье легче переработать, чем получить новую стекломассу из кварцевого песка и дополнительных ингредиентов.

Самая главная сложность возникает только в том, что для налаживания данного процесса требуется иметь соответствующее оборудование для получения сырья нужной фракции и расплавления его до состояния однородной массы определенной температуры. Именно по этой причине важнейшее значение имеет предварительная сортировка негодного стекла (в частности, по цветовому признаку: зеленое стекло, коричневое, бесцветное и др.).

Конечно, не всякое стекло подходит для вторичной переработки с целью последующего создания новых

посудных изделий. Например, практически все посудное стекло является закаленным, а не посудное – обычным, следовательно, сценарии их подготовки отличаются. А лабораторное стекло имеет свои отличительные признаки и иную температуру плавления.

ЭКОПРОГНОЗ

Правительство России начинает понемногу уделять этой проблеме внимание. Это обязывает бизнес вводить экологические стандарты и заниматься экологическим менеджментом.

Пример использования стекла вторичной переработки продемонстрировала компания Pasabahce. Как мировой лидер, следующий мировым тенденциям, она создала уникальную коллекцию посуды из переработанного стекла.

На правах рекламы

Aware Collection – это на 100% переработанное Стекло, на 100% Здравый Смысл, на 100% Pasabahce.

Коллекции стеклянной посуды из на 100% переработанного стекла и на 100% переработанной упаковки сохранили в себе все традиции стиля Pasabahce и эстетики новых модных решений. На создание этой экологически чистой серии компанию вдохновила красота пролива Босфор и его уникальный бирюзовый цвет. По сравнению с другими переработанными стеклянными изделиями этот вариант представляет собой изделия наилучшего качества от Pasabahce с ее фирменным цветом, четкостью и прозрачностью, коллекция изумляет новыми совершенными формами и интересными изгибами. Стаканы серии Penguin 275 и 390 мл привлекают особое внимание. Эти стаканы отлично сочетаются с декантером с пробковой крышкой из коллекции Aware, amphora, объем 1 л.

Вывод: чем больше компаний будут эко-ориентированы, тем меньше вероятности глобальной экологической катастрофы.

В новых реалиях, при растущем внимании к проблемам экологии со стороны государства и общества, по мнению экспертов, бизнес будет ориентироваться не только на получение прибыли, но и на защиту окружающей среды.



Эко-сервировка

Не один год так называемая биоразлагаемая столовая посуда привлекает внимание участников посудного рынка. Однако при явных преимуществах таких изделий приобретают ее сегодня не столь активно, как посуду из пластика, стекла, фарфора, керамики... Изменится ли ситуация в будущем и нужно ли сегодня занимать свою нишу с такой посудой?

О ЧЕМ РЕЧЬ

Изначально нужно понимать, что собой представляет биоразлагаемая посуда, о которой так много говорят... Например, деревянная мисочка или ложечка тоже являются полностью разлагаемой в природной среде продукцией. Но сегодня мало кто пользуется такими изделиями. Пресловутый вафельный стаканчик, в котором традиционно продают известное мороженое, также относится к биоразлагаемому материалу, причем срок его утилизации в естественной среде совсем недолог.

Однако когда в профессиональной среде звучит термин «биоразлагаемая посуда», все понимают, что речь идет в первую очередь о заместителе пластика, который, по последним данным, наносит непоправимый вред окружающей среде, а кроме того, в ряде случаев способен выделять токсические вещества, которые вместе с пищей попадают на организм человека. Это касается как одноразовой, так и многоразовой посуды.

Конечно, не все пластиковые изделия наносят вред в процессе эксплуатации и занимают нетленную нишу на мусорных полигонах (доля таких изделий поступает на вторичную переработку), но все же значительная часть пластиковых посудных изделий – это трудноутилизируемый мусор и не всегда высококачественное сырье.

По этой причине на государственном уровне периодически обсуждаются запреты на использование ряда пищевых изделий из пластика, а также используется жесткая класси-



фикация пластиков по сфере их применения в посудном сегменте.

На этом фоне появление биоразлагаемой посуды выглядит универсальным решением проблем с отходами, но если сопоставлять одноразовую пластиковую и альтернативную ей биоразлагаемую посуду, то первая обходится и производителю, и потребителю в разы дешевле. Этот вопрос цены до сих пор тормозит окончательный отказ от пресловутых пластиковых одноразовых стаканчиков и тарелочек...

НЮАНСЫ ПРОИЗВОДСТВА И РАСПАДА

Производители не раскрывают все тонкости получения сырья для биоразлагаемой посуды, объясняя это коммерческой тайной, или же недоговаривают моменты, связан-

ные с производством последней. Но основные материалы, применяемые в производстве, хорошо известны. Среди них:

- древесина, включая бамбук;
- небеленые картон и бумага;
- пальмовые листья;
- сахарный тростник;
- кукурузный крахмал;
- биоразлагаемый полипропилен.

Перечисленное сырье используется в подготовленном виде, причем нередко производители используют комбинацию основных материалов. Как правило, материал измельчается и затем спрессовывается в нужной форме. При этом без добавок (в частности, сохраняющих форму в процессе эксплуатации) не обходится. Поэтому, говоря о сроке разложения основного компонента сырья, составляющем от нескольких недель до полугода, нельзя то же самое сказать о сроке разложения готового изделия. Так, биоразлагаемый полипропилен, выполненный из натуральных продуктов, распадается на элементарные частицы в течение 1-5 лет.

Но даже при сроке распада сырья на простейшие вещества в течение нескольких лет, это несопоставимо с периодом разложения

Важным моментом биоразлагаемой посуды является ее внешний вид. Помимо машинной штамповки биомассы, ее необходимо покрасить. Цвет сегодня является важнейшим фактором, формирующим объемы продаж. По этой причине производители постоянно находятся в поиске требуемых безопасных (природных) колоров, которыми обрабатывают свою посуду. Увы, далеко не все цвета и не все краски пригодны для нанесения на картон или высохший крахмал, поэтому большинство изделий имеют пастельные оттенки. Яркие оттенки и орнаменты, как правило, находятся под защитной тонкой полиэтиленовой пленкой, но данную посуду уже нельзя отнести к биоразлагаемой.

По данным Verified Market Research, мировой рынок биоразлагаемой посуды в 2018 году оценивался в \$2754,9 млн. Ожидается, что к 2025 году он вырастет до \$4355,1 млн, то есть более чем в 1,5 раза. Этому способствуют жесткие меры по отказу наиболее развитых стран от одноразовых пластиковых предметов.

Компания «Эколайн» в середине 2020 года проводила исследование в пяти районах Москвы, которое показало, что 80-90% содержимого мусорного контейнера составляла упаковка, 55% которой было изготовлено из пластика. И половина из него не подлежала переработке по различным причинам.

привычного пластика, который может лежать в земле столетия.

Кстати, когда мы говорим о разложении этого процесса в специальных условиях (компостных зонах), где процесс разложения либо доходит до простейших веществ (метан, углекислый газ, вода, аммиак, сероводород), либо до создания биогумуса, используемого в дальнейшем в качестве удобрения.

При этом без утилизации в специальных условиях, но в условиях естественной среды (влага, температура, контакт с почвой), биоразлагаемая посуда также будет разлагаться, но на это может уйти гораздо больше времени.

Актуальность биоразлагаемых мисок, тарелок, стаканов и контейнеров в данный момент определить сложно. Дело в том, что конечный потребитель заботится о пользовательских характеристиках и продажной цене. Вклад в сохранение экологии рассматривается большинством покупателей как следование модной тенденции или же вообще не рассматривается, особенно если за этот вклад приходится доплачивать из

личного кошелька. Возможно, чаще покупатель реагирует на непривычный материал, что вызывает в нем любопытство и стимулирует покупку. Но, как правило, дело ограничивается разовым приобретением.

Однако если экологические тренды будут и дальше влиять на формирование маркетинговой политики в мировом пространстве, потреб-

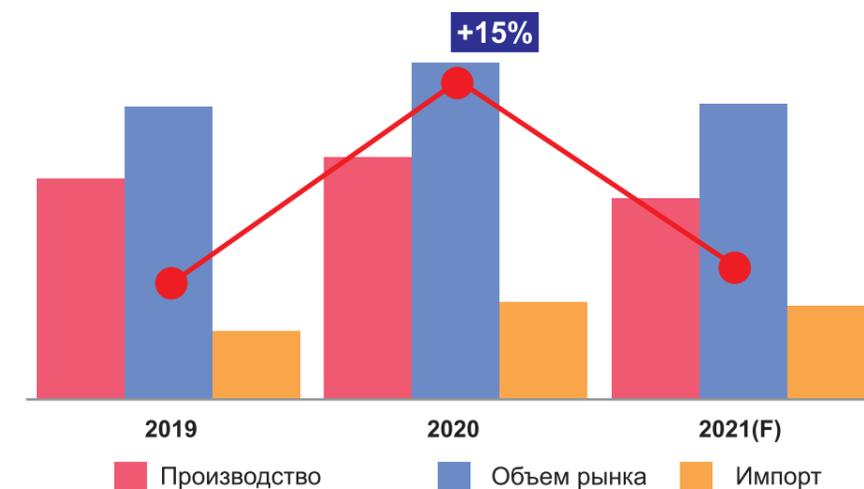
ность конечных покупателей неминуемо сместится в сторону более безопасных посудных изделий. В свою очередь этому также будет способствовать законодательная база, которая просто исключит возможность использования не разлагаемой в природной среде одноразовой посуды.

ОДНОРАЗОВАЯ И МНОГОРАЗОВАЯ ПОСУДА

Посуда из биоразлагаемого сырья может быть как одноразовой, так и многоразовой. К последней, в частности, относятся боксы и емкости, в которых может храниться жидкая пища, а также продукты в морозильной камере. Также в многоразовой биоразлагаемой посуде можно разогревать пищу в СВЧ-печи. Одноразовая посуда в некоторых случаях также приспособлена для микроволновки и морозильной камеры, но о таких возможностях должна свидетельствовать соответствующая маркировка.

Более того, часть многоразовых биоразлагаемых посудных изделий пригодна для мытья в посудомоечной машине. Учитывая довольно агрессивную машинную мойку, стоит понимать, что в составе такого сырья могут присутствовать добавки, препятствующие быстрому разложению данных изделий даже в специальных условиях.

Динамика рынка одноразовой посуды в России, 2018-2020 годы



К весне 2021 года более 55% кафе и ресторанов в крупных городах продавали еду с доставкой; к концу года число таких заведений выросло более чем на 70% (в том числе при помощи нанятых агрегаторов). Крупнейшие службы доставки значительно увеличили свою выручку. Только за время первого локдауна (апрель 2020 года) Яндекс. Еда в 2,3 раза, а Delivery Club в 3 раза. Соответственно, растет спрос и на упаковку, в том числе и на биоразлагаемую, на которую постепенно переходят крупные игроки рынка.

И все-таки, говоря о многоразовой посуде из биоразлагаемого сырья, следует понимать, что срок жизни такой посуды ограничивается небольшим количеством традиционных циклов (мытьё, сушка, разогрев пищи) и, в отличие от посуды из керамики или стекла, она не считается долговечной.

Информация взята из открытых источников



Структура продаж одноразовой посуды в различные сегменты HoReCa



ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

Главным потребителем любой одноразовой посуды, включая биоразлагаемую, являются предприятия общественного питания. Сегмент HoReCa потребляет порядка 90% одноразовой посуды. В связи с заметным уклоном в сторону сохранения экологии часть предприятий питания перешла на посуду из натурального сырья (включая боксы на вынос) – биоразлагаемую или компостируемую – и предлагает своим клиентам питаться исключи-

тельно из нее. Пропаганда здорового питания, включая пикники за городом, также предполагает использование несинтетической утвари, в частности из бумаги, картона, крахмала, измельченных растительных волокон (включая древесные).

Динамика роста спроса на натуральный посудный материал, идущий на производство одноразовых посудных изделий, несколько снизилась в 2020 году. Причиной стала неблагоприятная эпидемиологиче-

ская ситуация и ограничения, препятствующие свободному посещению кафе, ресторанов, баров и аналогичных им заведений. Однако уже с 2021 года отмечается рост объемов закупок такой продукции, особенно заметный в весенне-осенний период, когда функционирует масса заведений открытого типа.



ПЕРСПЕКТИВЫ

Безусловно, ниша биоразлагаемой посуды только начинает заполняться инвестиционными проектами, но гадать о потенциальной перспективности данного направления не приходится. Динамика перехода на безопасную и легко утилизируемую безотходную в первую очередь одноразовую (а затем и многоразовую) посуду очевидна. Это подтверждено опытом западноевропейских государств, а также стремительным развитием технологий, увеличивающих список применяемого биоразлагаемого сырья и каналов его продвижения от современных производителей до конечных потребителей.

При этом поставки в сегмент HoReCa будут сохранять примерно одинаковый объем в течение года (за небольшими исключениями), а поставки в точки розничных продаж особенно в группе одноразовой посуды, скорее всего будут носить выраженный сезонный характер (рост в теплое время года и в период традиционных праздничных дней).

От постоянного роста стоимости натурального сырья и фактического увеличения амортизационных расходов на производственное оборудование зависит срок окупаемости вложений и выход на стабильные рельсы заказов и поставок. Другими словами, сегодня мы наблюдаем благодатную почву для вложений в бизнес одноразовой и многоразовой биоразлагаемой продукции, которая по всем прогнозам в скором времени значительно вытеснит пластиковую посуду с торговых полок.



Цепи порваны

Транспортный коллапс или испытание?

Весь мир сильно интегрирован друг в друга. В каком-то фантазийном мире хотелось представить, наверное, утопическую картину мирового устройства, когда все четко, все друг другу помогают, голубое красивое небо, все работают, учатся. Весь мир соединен логистической цепочкой, которая работает бесперебойно и поставляет те материалы, в которых заинтересовано государство, которое трудится над определенным продуктом! Но....

Санкции в связи с военными действиями на Украине разорвали логистические цепочки, и они оказались не такими крепкими, как казалось нам еще недавно.



ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ

По пути в Россию застряли грузы на сотни миллионов евро, рассказали «Российской газете» представители транспортных компаний. В Минпромторге считают, что логистический кризис спровоцирован саботажем самих глобальных логистических компаний. Такую точку зрения отчасти разделяют даже в некоторых из зарубежных компаний. Российские поставщики и перевозчики ищут альтернативные маршруты и стараются занять освобождающиеся ниши.

Решение ограничить или свернуть деятельность в России приняли более десятка крупнейших перевозчиков. Среди них американские FedEx и UPS, приостановившие все поставки, и немецкая DHL, приостановившая некоторые рейсы; Maersk, остановившая прием заказов на перевозку контейнеров, а также немецкая Hapag-Lloyd; японская Ocean Network Express, тайваньская Yang Ming, датско-американская Shipco и швейцарско-итальянская MSC, приостановившие прием заказов, и другие компании.

САНКЦИИ ВРЕДЯТ САМОМУ ЗАПАДУ

Приостановлено от 50 до 70% общего объема экспорта из России, пока не будет найдена возможность его перевозки, рассказывает «РГ» директор по развитию бизнеса FM Logistic в России Алексей Мисаилов. Простаивает также более 50% импортных поставок, отмечает заместитель генерального директора VMJ-logistics Константин Бондаренко. В качестве причины он называет отказ ряда ключевых контейнерных линий от букинга судов в направлении российских портов.

В зарубежных логистических компаниях логистический кризис острожно объясняют остановившимися авиаперевозками и общим неблагоприятным фоном в условиях действующих санкций.

Прекращение поставок связано с затруднениями при прохождении грузов через европейские порты в Нидерландах и Германии. Таможенники вместо существовавшей ранее выборочной проверки ввели тотальный досмотр. Из-за этого с контейнерами стоят в порту по неделе. Про-

веряют каждый контейнер, чтобы убедиться в отсутствии грузов двойного назначения, санкционных товаров или грузов для получателей, попавших под санкции. Возникающие заторы вынуждают отказаться от приема заказов. К тому же европейские страховые компании отказываются страховать грузы, следующие в Россию из Азии, а поставщики требуют теперь полную предоплату.

ЧТО КИТАЙ?

Вслед за крупнейшими перевозчиками от работы с российскими грузами начали отказываться и европейские терминалы, пишет «Коммерсантъ» со ссылкой на источники. Ряд портов в Роттердаме, Антверпене и Гамбурге, ключевых на товарном маршруте Азия-Европа, перестали загружать или разгружать суда грузами, идущими в Россию или поступившими оттуда. Проблемы возникли в связи с решением таможенных органов Нидерландов и Бельгии приостановить выпуск отправок в Россию.

Часть грузовладельцев приняла решение двигаться в обход России. В начале марта появилась информация о том, что Китай останавливает транзит в Европу через Россию.

Китай может поставлять в Россию грузы по так называемому Новому Шелковому пути. Пока это возможно только через порты Владивостока.

На Дальнем Востоке все пока действительно спокойно. Так, коммерческий директор ПАО «ВМТП» Елена Казарина в беседе с vgdok.com отметила, что Владивостокский морской торговый порт работает в штатном режиме.

Ждем и надеемся, что на рынок все-таки будут поставляться материалы, сырье и грузы. На это надеются и поставщики, и покупатели, и закупщики.



Пасхальные радости

Быстротечность времени и сменяемость картинок бытия диктует почти ежедневную смену настроений. Поэтому сейчас особенно важна поддержка и поднятие духа. Есть праздники, которые, перепрыгнув эпоху советского атеистического безвременья, прочно вошли в жизнь русских людей.



Праздник Светлого Воскресения знают все, он особенно ярко отмечается почти в каждой семье. Пекут или покупают куличи, красят яйца, с «бабушкиных» времен готовят пасху. Каждая семья стремится отметить праздник в своем доме, в кругу самых близких и любимых людей. Даже если кто-то не считает себя человеком верующим, это не повод отказываться от приятных сюрпризов, вкусовых и подарков на Пасху. И сейчас это особенно важно. Важно, чтобы радовались дети, чтобы семья собралась вместе за семейным столом, чтобы вера помогала пережить любые невзгоды, вера в светлое и доброе...

Приготовление к празднику всегда сплавивает семью. Пасхальный стол является главным компонентом торжества, поэтому особое внимание следует уделить сервировке, так как она создает особенное настроение и атмосферу душевности, любви и тепла.

В Европе этот светлый день очень любим и почитаем наравне с Рождеством и каждая хозяйка имеет и соответствующую празднику коллекцию сервировочной посуды, и полный арсенал кухонных гаджетов для приго-

товления всех атрибутов праздника. Это и яркая посуда с нежными пасхальными зайцами, и кухонные аксессуары, и разнообразные формы для куличей, тортов и пирогов, формочки для кексов и печенья.

Уже давно в отечественных магазинах можно купить различные аксессуары для сервировки праздничного стола.

СЕРВИРОВКА

Сервировка стола занимает очень важную позицию в празднике Пасхи. Атрибуты праздника очень красивы. Это и крашенки: они и яркие, и нежных пастельных тонов, и вкусные сдобные куличи. Все яства достойны красивой сервировки, поэтому на стол нужно выставить самую красивую посуду, предназначенную для таких торжественных поводов. Для каждого человека предусматривают число тарелок, соответствующее количеству подаваемых блюд. По обе стороны от тарелки располагают столовые приборы, не забывают о солонках и перечницах, выполненных в тематике праздника. Для кулича стоит подготовить блюда из комплекта с чашками или красивые десертные тарелки.



Главная модная тенденция последних лет – это естественность во всем. Следует избегать в пасхальной сервировке позолоченных ваз и приборов, громоздких искусственных композиций. Основная идея пасхальной сервировки – это пробуждение природы после долгого зимнего сна! Поэтому лучшим решением для декора стола будут живые цветы (тюльпаны, гиацинты, нарциссы), веточки вербы с пушистыми почками либо веточки деревьев и кустарников, заранее срезанные и поставленные в вазу, которая должна иметь торжественный вид. Красиво смотрятся фарфоровые вазы, сейчас они продаются разных видов. За неимением вазы, можно поставить цветы в высокий молочник.

Кроме того, из года в год коллекцию посуды можно пополнять, приобретая необычные салатники в виде капусты или моркови, менажницы для яиц с изящной росписью и т.д. Очень красиво смотрится комбинированная посуда, допустим, крупная тарелка белого цвета, а поверх нее установлена более мелкая нежных тонов. Кроме того, большой популярностью пользуются яркие желтые тарелки, символизирующие солнце.

Кроме выбора индивидуальной посуды в сервировке на Пасху можно творчески подойти к украшению стола оригинальными кувшинами, подсвечниками, конфетницами.

СКАТЕРТЬ

В приготовлении стоит не только учесть традиции и обычаи, но и соблюсти модные тенденции дизайна праздничного тематического стола. Основа для пасхальной сервировки – это эффектно оформленные блюда, соответствующая скатерть, преимущественно из натуральных тканей. Столы на Пасху принято накрывать скатертью, сверкающей своей белизной. Но если вы все же захотите отойти от белого цвета, то для праздничной сервировки стола отлично подойдут ткани светло-зеленого, голубого, розового оттенков. Текстиль может быть с рисунком – главное, чтобы чувствовалось весеннее настроение: цвета должны быть сочными и яркими. Также можно задекорировать белую скатерть нашивками в форме яиц



или букв ХВ из другой ткани. Интересные варианты тканей можно приобрести на «Большой льняной мануфактуре» (г. Кострома). Очень красиво на пасхальном столе смотрятся ленты – ими можно связать столовые приборы, завязать роскошный бант на горлышке вазы, просто выложить декоративными завитками в блюдо с крашенками. Интересные решения предлагает интернет-магазин «Скатерти Хоум», который начал свою работу в декабре 2016 года. Основное направление, конечно, это продажа скатертей. Также представлен широкий ассортимент хлопковых, полиэстеровых, гобеленовых и льняных скатертей. Пока еще можно купить скатерть в интернет-магазине (<https://stockmann.ru/category/8911-skateri-kukhonnye>): серии Coincasa размером 140x250 см по цене около 3500 руб. со скидкой. Это великолепная скатерть красного цвета на праздничный стол. К ней можно подобрать в тон салфетки.



ФОРМЫ ДЛЯ КУЛИЧЕЙ

Формы для выпечки куличей предлагают многие компании. Особенность этих форм – высокие, круглой формы.

МАРКА SCOVO

Компания SCOVO предложила круглую форму для кулича серии «Забава» диаметром от 14 до 18 см. Форма для кулича в линейке «Забава» подарит хозяйке радость от цветовой гаммы и упростит процесс приготовления праздничного блюда. Благодаря многослойному антипригарному покрытию подгорание просто невозможно, выпечку легко вынимать из формы, а толщина стенок идеально пропускает тепло. Кулич будет готов быстрее, чем обычно. Цены колеблются в различных магазинах от 180 до 290 руб., в зависимости от размера и розницы. На Яндекс.Маркете они продаются по цене 249 руб. за единицу.



МАРКА «ДОЛЯНА»

Для того, чтобы куличи свободнее вынимались из формы, производят формы с застежками. Марка «Доляна» предлагает потребителю разъемную форму для выпечки серии «Элин» с антипригарным покрытием и удобной застежкой размером 14x10 см по ценам от 300 руб. за единицу (в зависимости от предложения).

**МАРКА VARI**

Питерская компания VARI также участвует в рейтинге компаний, предлагающих формы для выпечки кулича. Форма классическая, выполнена из алюминия с антипригарным покрытием, диаметр от 14 до 18 см.

Эта форма будет отличным выбором для всех любителей домашней выпечки ценой около 300 руб. Антипригарное покрытие препятствует пригоранию и обеспечивает легкое мытье после использования.

**СИЛИКОНОВЫЕ ФОРМЫ**

Также удобны аналоги из силикона, которые можно купить практически в любом магазине, – разного цвета и размера. Российский «Хорс» предлагает заботливым хозяйкам купить форму для выпечки кулича (10x8 см) за цену около от 250 до 400 руб.

**ОСНОВНАЯ СЕРВИРОВКА СТОЛА**

По тому, как украшен стол, можно судить о вкусе хозяйки дома. Некоторые настолько щепетильно относятся к подбору каждой детали, что в итоге получается шедевр.

Накрывая пасхальный стол, стоит строго следить за тем, чтобы все тарелки, салатники и блюда являлись представителями одного сервиза или хотя бы одной дизайнерской линейки того или иного производителя. Если у вас нет достаточного количества одинаковых тарелок, можно подойти к задаче сервировки пасхального стола творчески и объединить два разных сервиза. Чередование, например, солнечно-желтой и ярко-сала-



товой посуды будет смотреться не только гармонично, но и по-пасхальному нарядно. Если по ободу тарелок вы увидите сидящих зайчат на весеннем лугу, то смело покупайте эту посуду к этому празднику, она неизменно подойдет.

Крупные производители фарфора выпускают специальные серии столовой и сервировочной посуды для праздничного пасхального стола. Самый известный европейский производитель, в коллекции которого много праздничных фарфоровых сервизов – это компания Villeroy & Boch. В Европе эта марка – ценового сегмента – средний плюс, а в России она позиционируется как посуда премиум-класса. На текущий момент хочется порадоваться за покупателей, уже имеющих такие сервизы, так как импорт временно будет недоступен. К сожалению, российские производители столовых сервизов не балуют потребителей пасхальными наборами. Поэтому в основном праздничные весенние сервизы поставляются в Россию из Европы или Китая.

В качестве альтернативы можно присмотреть сервизы нежных тонов или с цветочным орнаментом. Тарелки с трогательными цветочками и синей окантовкой можно использовать как в будни, так и в праздники. Нежный рисунок ситца с рассыпанными мелкими цветами по полю фарфоровой композиции – пример наивысшего керамического искусства, прекрасно подходящего для сервировки пасхального стола.

Чтобы это было наглядно и покупатель стремился к приобретению тематических изделий к празднику, предложите магазину красиво сервировать праздничный стол рядом с предлагаемым товаром, чтобы покупатель тоже захотел иметь красиво оформленный стол к празднику (так уже практикуют во всех сетевых магазинах, имеющих зарубежную франшизу).

**ПАСХАЛЬНЫЕ БЛЮДА**

Важной составляющей атрибутики пасхального стола являются подставки под яйца или пасхальные блюда. На столе центральное место по традиции занимает блюдо с куличами и крашеными яйцами. Здесь пригодятся разнообразные сервировочные блюда.

Тарелка для пасхального украшения стола имеет специальные выемки для яиц по окружности и в центре – для кулича или творожной пасхи. Блюдо может быть выполнено различными материалами. Производители предлагают глиняные и керамические, фаянсовые и фарфоровые, пластиковые и даже деревянные аналоги! Пасхальные блюда китайского производства и российских производителей можно купить от 150 до 500 руб. Например, пасхальница «Гжель» стоит по акции чуть меньше 700 руб.

в опте (без золота). А блюда крупных европейских производителей стоят гораздо дороже в зависимости от бренда.

Многие мастера изготавливают классические подставки под яйца. И для обыденной жизни, и в праздник Пасхи – они особенные, с нежными атрибутами праздника. Пасхальная роспись этих блюд всегда мила, интересна и дышит природой.

**ПОДСТАВКИ ПОД ЯЙЦА**

Симпатично смотрятся пасхальные яйца в специальной подставке. Они выпускаются из разных материалов: металлические, фарфоровые, силиконовые формочки, стеклянные. Но лучше всех смотрятся крашенки в фарфоровых формах. Яйца – это одно из самых распространенных блюд как при повседневном, так и праздничном принятии пищи. На сайте интернет-магазинов можно увидеть широкий выбор оригинальных изделий от известных европейских и российских компаний-изготовителей, так что можно подобрать подставку под яйцо на любой вкус.

МАРКА SIMA-LAND

Пасхальная подставка для 3 яиц и кулича от бренда SIMA-LAND изготовлена из качественного пластика, в центре имеется яркая вставка. Аксессуар станет достойным украшением праздничного стола, создаст радостное настроение и наполнит пространство вашего дома благостной энергией на весь год вперед. Цена колеблется от 130 до 200 руб., в зависимости от магазина.



Разные люди, разные страны, разные традиции. Хочется надеяться, что вера и любовь победит насилие и злость. Эта вера в добро, любовь, воскресение души, надежда на лучшее будущее.



Посуда на эмоциях

Количество эмоциональных покупок посуды увеличилось за последние 5-7 лет: их доля в натуральном выражении в общем объеме совершаемых приобретений за отчетный период возросла с 5-7 до 15-20%. Считается, что такая динамика наблюдается исключительно в офлайн-магазинах. При этом онлайн-формат демонстрирует лишь рост продаж запланированных потребителями изделий. Так ли это на самом деле?

ОБЩАЯ КАРТИНА

Посуда – весьма нетиповой товар. Здесь как нигде совмещены эстетика и функциональность. И первое, и второе интересует потенциального покупателя в равной степени. Отсутствие того или другого исключает даже мысль о совершении покупки. Конечно, так можно говорить о любом изделии на рынке, потому что дизайн – стал практически главной составляющей не только современного быта, но и жизни в целом. Но все-таки посуду отличает то, что она обладает формой, которая предназначена для рук, другими словами, чтобы понять посуду, ее необходимо подержать в руках. Это касается как кухонных принадлежностей, так и столовых. Поэтому дизайнерская задумка и



Рассмотрим ситуацию, когда при прочих равных условиях одинаковый перспективный товар поступил в офлайн-торговое пространство и на онлайн-прилавок. Где скорость продаж будет выше и от чего она зависит?

Ответить на этот вопрос можно только с определенной долей вероятности, хотя изначально кажется, что ответ очевиден. Количество просмотров онлайн-торговых площадок измеряется сотнями. Но это только просмотры... «Всеобщую любовь» в виде покупки еще доказать надо. Выражаясь точнее, число реально заинтересованных покупателей сильно отличается от общего числа просматривающих. И если мы взглянем на кривую продаж, то в начальный момент число покупок (заказов) в интернет-магазине может оказаться достаточно высоким, однако этот период не будет продолжительным. Статистика продаж по офлайн-счетчику тоже продемонстрирует высокие показатели, но их концентрация растянется во времени, поскольку число знакомств с товаром не столь высоко в кратковременном периоде в сравнении с интернет-магазином. Это одно из важнейших отличий между удаленной торговлей и традиционной.

Еще нужно сказать вот о чем. Стоит отличать ожидаемые покупки, рассчитанные на основе анализа имеющегося предложения, от стихийных. Удовлетворение стихийных потребностей в первую очередь произойдет в течение первого периода (недели, месяца... зависит от объема товарооборота и масштаба торговой точки), выше мы подробно это описали. Плановые продажи растянутся на более длительный период времени.

В связи с этим владельцам онлайн-точек требуется чаще обновлять ассортимент, зарабатывая на первоначальном обороте, владельцам офлайн-точек сильнее поддерживать перспективную товарную матрицу.

В идеале, когда происходит одновременная взаимная поддержка офлайн-площадок онлайн-площадками.

эстетика автора посудного изделия, заложенные в искусном исполнении мастера, полностью раскрываются непосредственно при тактильном контакте. Данная особенность формирует особенное отношение к посуде и позволяет говорить о том, что только непосредственный контакт в офлайн-магазине с неожиданно понравившимся посудным изделием стимулирует непредвзятую покупку. Однако ряд маркетологов не учитывают иных стимулов, которые, например, присутствуют в онлайн-формате. А между тем их исключение снижает точность статистических данных.

Среди моментов, воздействующих на покупателя в онлайн-торговой точке, следует выделить следующие:

- большой объем товарных позиций;
- неограниченное время изучения ассортимента и сбора своей покупательской корзины;
- возможность оперативного получения большого объема сопутствующей информации о желаемой посуде от ее прежних покупателей при наличии Интернета.

Казалось бы, все это является типичным повторением достоинств онлайн-торговли. Причем факторы воздействия на покупателя лежат в области



неожиданных предложений (в частности по цене), от которых сложно отказаться (заслуга выкладки и маркетинговой работы)...

Кроме того, перечисленные выше преимущества постепенно становятся частью реализуемых изделий, даже если они не входят в состав товара. Удобство выбора продается, так же, как и упаковка. Фактически конечный потребитель приобретает тот комфорт, который невозможно физически подержать в руках, как, например, посуду в офлайне, но при этом его можно почувствовать.

Получается, что если в офлайн-магазине покупатель видит предмет посуды, может его взять в руки и подержать (это часто провоцирует покупку в конечном итоге), то в онлайн-магазине, покупатель может почувствовать объективное удобство, в частности при изучении ценности потенциальной покупки на фоне уровня спроса на аналогичные изделия, а также может сравнить заинтересовавшее его изделие с аналогичными, поскольку аналогов сегодня много (особенно в виртуальном пространстве).

Получается, что способы представления посудного ассортимента в офлайне и онлайн несколько отличаются, но «работают» на одно и то же, а именно на рост выручки и лояльное отношение покупателя.

Дальше – больше. Опыт e-commerce как в европейских странах, так и в России свидетельствует, что с ростом пользовательского опыта в мировой сети работа в онлайн-сегменте не требует увеличения штата сотрудников (исключение может касаться только службы доставки). А вот число заказов при этом увеличивается чуть ли некратно каждые 3-6 месяцев.

Определив причины роста продаж, следует предусмотреть и точку

насыщения, когда наступает максимальное количество проданных товаров в единицу времени. За ним следует снижение или затухание спроса до нового выгодного либо привлекательного предложения.

Кривая спроса в этом случае замкнута, но не постоянно. Дискретные периоды есть, и они связаны именно с переключением внимания от «отработанного» артикула к новому более перспективному. Важно, что низкий уровень покупательской активности, приходящий на период замены части ассортимента, не является константой, более того уровень спроса периодически восстанавливается до первоначального уровня вплоть до наступления нового цикла.

ВАЖНЫЕ ДЕТАЛИ

И все-таки при прочих равных условиях, рассмотренных выше, всегда имеются так называемые исключения из правил. Есть товары, которые всегда хуже продаются удаленно.

Например, менажницы из прозрачного стекла не производят впечатления на потенциального покупателя. При этом в традиционном магазине они «уходят» лучше. В связи с этим продавцы «продают» их с содержимым: икрой, фруктами, иными деликатесами. На аппетитные продукты обращает куда больше внимания покупателей.

То есть в интернет-магазине важно как можно привлекательнее представлять каждое посудное изделие. Яркие сочные тона, выразительные контуры, посуда в интерьере и другие варианты постановочных фотокадров или видеороликов существенно влияют на покупателей, формируя сиюминутные потребности, выливающиеся в совершение покупок.

Если говорить об упаковке, то демонстрация упакованного товара

в онлайн-формате может не привести к желаемому уровню продаж и вообще к демонстрации необходим «живой» пример, то есть товар без упаковки. Иначе покупатели могут просто не заметить его.

Важнейшим стимулирующим продажи рычагом является демонстрация товара в процессе его применения. Это позволяет глубже раскрыть потенциал изделия, заострить внимание на его привлекательных качествах.

В онлайн-формате для этих целей может быть использован только видеформат (включая работу со статичными изображениями), офлайн-площадки способны использовать «живые» встречи в виде мастер-классов, поварских шоу и пр.

ЭМОЦИИ И ФОРМАТЫ

Как известно, градация посудных магазинов начинается от экономсегмента и заканчивается товарами премиум-класса. Где эмоциональных продаж больше? Ответ: в среднем ценовом сегменте. Формирование выручки в дешевом сегменте связано с высоким оборотом «типового набора», разбавляемого для порядка альтернативными позициями.

Товары уровня люкс не позиционируют с недорогими предметами и аксессуарами, отнимая тем самым статус у первых.

Поэтому остается промежуточный формат – «средний», где незначительный дополнительный расход для покупателя не станет болезненным, а удовлетворение сиюминутной покупательской потребности доставит приятное впечатление.

Следовательно, наибольший поток продаж изделий под влиянием внезапного желания приобретения понравившегося изделия сконцентрирован в среднем ценовом сегменте. По всей вероятности, такая картина сохранится и в дальнейшем.

В заключение хочется добавить, что рост эмоциональных продаж, вызванный стихийными желаниями конечных потребителей, не может постоянно сохраняться на том же уровне. Как правило, за периодом активного спроса наступает снижение заинтересованности. Компаниям важно всегда использовать благоприятный период для проведения активных продаж. Кроме того, создавать постоянно пополняемую базу наиболее востребованных (в том числе потенциально привлекательных) изделий.



Посуда – всегда подарок!

Впереди немало праздничных дат. Следовательно, спрос на посуду в это время традиционно увеличивается, особенно которую приобретают в качестве подарка. О каких же предметах идет речь? Вопрос не самый простой, но торговым точкам нужно как можно скорее найти на него правильный ответ. Закупщики заранее готовятся к праздничным датам, чтобы удовлетворить покупательские потребности.

ОТ ЧАСТНОГО К ОБЩЕМУ

Посуда была и остается прекрасным подарком к любому торжественному случаю. При этом к выбору такого подарка стоит подойти обдуманно.

С одной стороны, любая посуда может стать подарком, достаточно только его грамотно упаковать и достойно преподнести.

С другой стороны, выбор подарочной посуды требует терпения и времени. Все зависит от повода и пристрастий человека. Кому-то по душе качественная кухонная утварь, кого-то порадует чашечка из костяного фарфора или изящный декантер для вина.

Предпочтения в посуде во многом зависят от образа жизни человека. Люди с активной жизненной позицией редко проводят длительное время за трапезой; мечтатели и представители творческих профессий, наоборот, склонны к перекусам и чаепитиям: такие паузы способствуют раскрытию их внутреннего потенциала. Следовательно, первые отдают предпочтение практичным столовым предметам, а вторые, скорее всего, остановят выбор на дизайнерских изделиях. Конечно, это не строгое правило: чтобы не ошибиться с подарком, нужно знать человека. Но тем не менее...

К сожалению, не всегда удается понять вкусовые предпочтения человека, которому хотелось бы подари-



рить что-то из «посудной лавки». Поэтому существуют общепринятые универсальные подарки, которые как минимум не вызовут недоумения

у их получателя и, более того, займут достойное место среди других посудных принадлежностей.

КЛАССИКА

Как показала практика, на посудных полках любого магазина наибольшее число позиций составляет так называемая универсальная посуда, предназначенная для всех покупателей, независимо от пола и возраста. Это и наборы, и единичные изделия. Первые прекрасно подойдут для людей уже образовавших семью и периодически занимающихся обустройством своего быта. Набор столовой посуды прекрасный подарок ко дню рождения, новоселью, юбилейной дате и пр. Единичный столовый предмет ориентирован только на конкрет-

ного человека, может подчеркивать его увлечения, наклонности (хобби), статус. Предметы кухонной посуды, как единичные, так и в наборе, будут оценены всеми, кто проводит время за приготовлением различных блюд, а также любит приглашать к столу гостей.

Сегодня очень популярны изделия из стекла, керамики, стеклокерамики, включая емкости, предназначенные для открытого огня. Очень часто в магазине можно собрать собственный набор в едином стиле (из предметов одной коллекции).

Питьевое стекло и хрусталь – беспроектный подарок. Эти предметы украсят любое застолье. Сегодня из бокалов и фужеров можно пить как алкогольные, так и безалкогольные напитки.

Сковороды также являются весьма популярным подарком к празднику. В первую очередь речь идет о сковородах с антипригарным покрытием. Дело в том, что срок «полезной» жизни антипригарной посуды, которой пользуются почти ежедневно, составляет от полугода до 2,5 лет (иногда до трех лет), поэтому возможность ее обновления воспринимается хозяйками с большим энтузиазмом.

Сегодня большое внимание уделяется здоровому питанию и экологически безопасной посуде, поэтому значок экологической безопасности на упаковке добавит «баллов» подарочной посуде.

УПАКОВКЕ – ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ

Главное, что отличает посуду-подарок от обычной посуды, – это упаковка. Она может быть фабричной, а может быть самодельной, то есть изготовленной собственноручно из упаковочного материала. При этом подарочную посуду традиционно лишают ценника. Подарок с ценником просто не принят. Однако ряд посудных изделий имеет гарантию от производителя, которая сохраняется только при наличии магазинного чека. Чтобы не потерять эту гарантию, чек можно сложить вместе с техническим паспортом, не афишируя его наличие.

Очень часто покупатель совершает покупку посуды в качестве подарка самому себе. Приобретение таких изделий не вызвано острой необходимостью, но доставляет наслаждение своему владельцу. При этом подарочная упаковка играет не последнюю роль. Практика последних лет показала, что покупатели предпочитают упакованную посуду:

будь то экономичный блистер или картонная коробочка. При этом на любой упаковке необходим минимум информации об изделии: назначение, условия эксплуатации, информация о производителе и поставщике и пр.

Добавляет привлекательности посуда, упакованная в экологически благоприятный материал (хорошо разлагается в естественной среде). Это связано с «зеленым» трендом, повсеместно распространившимся в последнее время и умело используемым многими продавцами.

ЧТО ЗАБОТИТ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОСУДЫ КАК ПОДАРОКА

Покупатель заинтересован в подарке, который вызовет позитивные эмоции одаряемого. Поэтому лучше ориентироваться не только на классические варианты, но и на традиционные рекомендации.

Так, круглая тарелка традиционно является символом солнца, которое несет в дом свет, тепло и уют. Поэтому набор из тарелок лишним не станет. Пиалы, миски и иные глубокие столовые предметы желательны дарить в наборе, когда они вложены друг в друга, можно положить внутрь единичного изделия какой-либо сюрприза. Дело в том, что дарить глубокую кухонную или столовую посуду пустой не принято. Точно так же, согласно поверью, нельзя дарить нож (ножи). В обмен на такой подарок следует попросить любую самую обычную монетку: в таком случае подарок формально превращается в приобретение.

Весьма популярными подарками из числа сервировочной утвари являются горки, менажницы, а также мармиты, позволяющие поддерживать горячее блюдо в розогретом состоянии на столе. Это не только удобно, но и романтично.

К свежим подарочным решениям можно отнести стеклянные стаканы (чашки) с двойным дном, порционные сковороды, кастрюли для варки длинной пасты, принадлежности для нарезки и измельчения сыра, а также тажины.

Женщине с маленькими детьми надо дарить специальную детскую посуду, которая упрощает процесс кормления малышей.

Рискованным подарком может стать посуда для использования в походах, для приготовления национальных блюд, специфическая посуда и блинная сковорода. Эти изделия следует дарить только тем, кто в них реально нуждается в силу своего образа жизни.



НА ЧТО ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ ПРОДАВЦОВ

Чтобы сохранить спрос на подарочную посуду в течение всего года, следует заранее позаботиться о соответствующем ассортименте: то есть о грамотно упакованной продукции, которая может выглядеть достойным подарком. Кроме того, следует правильно позиционировать такую посуду. Например, демонстрировать не только ее применение, но и процесс выбора, а также момент вручения.

При этом часть ассортимента можно специально подготавливать к праздничному случаю. У нас пока широко используется только новогодняя и масленичная реклама. А между тем количество ярких дат значительно больше. К таким событиям магазин может сам готовить соответствующий антураж некоторой части своего торгового зала и собирать в нем продукцию, подходящую к конкретному случаю. Кстати, дни рождения – тоже своего рода такой «случай» и к ним также желательно иметь соответствующую полку, обновляемую раз в месяц.

В любом случае продавцам следует помнить, что приобретение посуды сопряжено с эмоциональным фактором. Покупка посудного изделия основана на эстетическом представлении, поэтому не может не вызывать положительные эмоции, поднятие настроения. А это уже само по себе праздник, праздник души! И чем ярче будет выглядеть посуда – символ праздника, тем больше подарков сделает покупатель!



Солонка, салфетница и не только...

Каждая сервировка предполагает наличие на столе соли и салфеток, для которых используются солонки и салфетницы. А еще в числе настольных прятностей и приправ часто встречается перец и иные специи, которые также хранятся в специальной посуде. Именно о вышеупомянутых посудных изделиях поговорим в данной статье.

ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Невозможно себе представить трапезу без традиционных приправ – соли, перца и пр. – и емкостей для их хранения на столе. Однако, понимая значимость такой посуды, мы не часто встречаем продавца, уделяющего почетное место на прилавке солонке или перечнице. И напрасно. Спрос на емкости для сыпучих приправ напрямую зависит от привлекательной выкладки и информационного сопровождения.

Вспомним, к слову, что солонка и сама соль несут сакральный смысл, дошедший до нас из глубины веков. В частности, до сих пор рассыпанная соль считается недобрый знаком. При этом были времена, когда соль выступала в качестве оберега.

Как известно, в древности и в средние века соль была редким продуктом и пользовалась огромным спросом (не случайно из-за нее случались войны). Солонки выполнялись из дорогих материалов, в частности драгметаллов, и стоили почти столько же, как и их содержимое. Кстати, перец и раньше, и теперь также хранят в солонках...

В случаях приемов дорогих гостей сохраняется обычай встречать приезжих с караваем и солью. Гостю необходимо отломить кусочек хлеба, сбобрить его солью (солонка для этого стоит прямо в центре испеченного хлеба) и съесть.



В стародавние времена (в зависимости от территориального расположения) солонки именовались по-разному. В одной только Архангельской области известно несколько таких названий: берестенка,

дупенка, колодчик, кубышка, кутька, коренушка, солило, чухарь. Сегодня подобные наименования практически исчезли из лексикона даже в отдаленных регионах России.

Поскольку соль считалась особо ценным продуктом, хранили ее бережно, расходовали экономно. И только в дни больших праздников угощали солью гостей. При венчании и бракосочетании щепотку соли могли бросить на счастье в жениха и невесту.

Со временем ценность пищевой (поваренной) соли снижалась. Причина – увеличение добычи соляных месторождений и рост выварочного производства. При этом соль имеет разную степень помола и очистки.

Чем более трудоемким был процесс приготовления конечного продукта, тем выше становилась его стоимость. Однако уже к началу позапрошлого века соль перестала иметь то значение, как прежде, и стала естественной и постоянной приправой в каждом доме.

А вот значение солонки сохранилось. Это хорошо заметно в дошедшем до сегодняшних дней фольклоре. Не случайно до сих пор мы видим в продаже весьма изящные и дизайнерские солонки из стекла, керамики и дерева. Последние очень часто украшены различной росписью, в том числе копирующей древнюю символику, например, призывающую относиться к соли с аккуратностью и умеренностью.



МАТЕРИАЛ

В настоящее время солонки изготавливают из стекла, металла, пластика, дерева, композитных и комбинированных материалов. Объем солонки различен: для хранения на столе – не превышает 100 г; для кулинарных целей больше – около 250-500 г.

Для подсолки готовой пищи в крышке солонки имеется миниатюрная ложечка, для которой в крышке солонки есть специальная выемка. Многие солонки имеют отверстия в плотно закрытых крышках, через которые удобно подсаливать пищу. Кстати, солонку с отвер-



Сегодня можно приобрести не только классическую поваренную соль, но и соль морскую, извлеченную из разных солончаков, а также соль с различными добавками. О пользе последней говорить сложно, ее использование в кулинарии оправданно лишь приданием блюдам особого привкуса. Поэтому в качестве специй такая соль продолжает пользоваться популярностью, но на столе обычно не появляется. В сервировочные солонки обычно насыпают привычную поваренную соль (либо грубого помола, либо мелкого).



стием в крышке впервые предложил американец Джон Мэсон в 1858 году. Поскольку соль весьма гигроскопичный продукт (активно впитывает влагу), ее не хранят в открытой посуде.

Срок годности соли практически неограничен, в силу чего ее активно используют в качестве консерванта, например при приготовлении рассола.

ЦЕННОСТЬ И СТОИМОСТЬ

Купить настольную солонку совсем не сложно. Великое разнообразие данных аксессуаров позволяет полностью реализовать пожелания. Например, посеребренные и позолоченные солонки, состоящие из двух отдельных емкостей из прозрачного стекла (для соли и перца) от «Жуковской мануфактуры» обойдутся покупателю более чем в 25 000 руб. Трехъемкостная солонка из окрашенного стекла и вставок из серебра (бренд Antikvari) и простого металла выйдет дешевле – 13-14 тыс. руб. Стоимость пары емкостей от Philippi из нержавеющей стали без каких-либо украшений достигает почти 12 тыс. руб.

Высокая стоимость для большинства российских покупателей подразумевает использование данной солонки в течение долгих лет жизни.

Конечно, есть и недорогие позиции из пластика, дерева, стекла. И их

большинство. В основном их выдает машинное производство и кустарное исполнение. Дешевый набор для соли и перца можно приобрести за 800-1000 руб. Сомнительная дешевизна не снижает значимости солонки на столе, к тому же недорогой аксессуар всегда можно вскорости заменить на более солидный.

Именитые бренды предлагают следующую ориентировочную ценовую градацию двухсекционных солонки (вторая секция для перца или иной сыпучей пряности): более 10 тыс. руб.; менее 10 тыс. руб.; от 5 до 8 тыс. руб.; менее 3 тыс. руб.; менее 2 тыс. руб.

Ниже примеры различных моделей с ценами, актуальными на конец прошлого года (информация взята из открытых источников):

- Gefu 10 411 682 (стекло + нержавеющая сталь) – 8850-00 руб.
- Joseph Joseph 21619015 (керамика + нержавеющая сталь + мельничный механизм) – 5130-00 руб.
- Cilio 28 294 567 (стекло + нержавеющая сталь) – 4072-00 руб.
- Bogacho 39 862 859 (белоснежные фарфоровые емкости с золотистым декором на деревянной подставке) – 3960-00 руб.
- Eva Solo 15 514 362 – (фарфор белого цвета) – 2390-00 руб.
- Milaton 39 040 874 – (белая керамика с росписью) – 2080-00 руб.
- Gipfel 17 361 202 – (нержавеющая сталь) – 1787-00 руб.

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Сегодня спрос на солонки и перечницы нельзя назвать высоким. Исключение составляет сувенирная продукция, она же подарочная. Нетиповые, винтажные или в стиле хайтек солонки с удовольствием дарят друг другу или покупают в качестве памятного сувенира. Увеличение объемов продаж специалисты видят именно в этом сегменте. При этом солонки с названием населенных пунктов (городов), кулинарных рецептов, исторических событий не пользуются особенно высоким спросом, поскольку их коллекционированием сегодня почти никто не занимается, за исключением коллекционеров, но об этом скажем отдельно. А покупать серию, состоящую из десятка



и более предметов, необходимости нет. Поэтому маркетологи стараются максимально привлечь покупателей к теме солонки, при этом склоняя их к предложению имеющегося ассортимента.

СКОЛЬКО СОЛОНОК ДОЛЖНО БЫТЬ В ДОМЕ?

На этот вопрос невозможно дать правильный ответ. При покупке сервиза обычно в каждом из них имеется солонка. При использовании ежедневной столовой посуды на столе достаточно одной. Солонка – это не индивидуальный инструмент, как ложка или вилка. Солью без ограничения пользуются все, кто сидит за столом.

При этом заменять солонки не воспрещается хоть каждый день! Кому-то это покажется даже интересным. Некоторые хозяйки выставляют праздничные солонки в связи со значимыми религиозными событиями или памятными семейными датами.

Следовательно, приобретение и использование солонки – процесс творческий и глубоко индивидуальный. И порадовать себя изящной солонкой всегда уместно. Ведь солонка, как и любая посуда, способна улучшить настроение и даже наделить вдохновением.

ЕМКОСТИ ДЛЯ ПЕРЦА И ДРУГИХ СПЕЦИЙ

Говоря о соли, нельзя обойти вниманием прибор для хранения таких специй, как перец и горчица. На Руси эти пряности издавна получили широкое распространение. Не случайно солонки часто продаются в наборе с перечницей и «горчицницей». Правда, горчица не сыпучий продукт, ее набирают как соус специальной ложечкой. Но тем не менее эта пряность стоит в тройке лидеров.

Современные реалии расширили или даже изменили вкусовые предпочтения наших сограждан. И теперь вместе с солью (солонкой) некоторые постоянно держат на столе иные сухие специи, для использования которых превосходно подходят стандартные солонки, особенно солонки с отверстиями в крышечках. Это позволяет посыпать необходимым количеством специй готовое блюдо у себя в тарелке и наслаждаться изысканными ароматами.

Таким образом солонка нынче существенно расширила ареал своего применения, и продавцам следует учитывать это обстоятельство с целью привлечения внимания покупателей к разнообразным солонкам.



САЛФЕТНИЦА

Не менее значимый предмет на современном столе – салфетница, разумеется вместе с салфетками. Конечно, можно сервировать стол матерчатыми многоразовыми салфетками. Но в современном мире это случается только лишь по случаю праздничных обедов и ужинов, а также с приходом гостей. В повседневной жизни в расход идут одноразовые бумажные салфетки, которые непременно должны стоять на столе в каждом доме. Именно для них изготавливается (продается) огромное количество разнообразных салфеток!

Чем промокнуть губы или вытереть свежий след от кофе (чая) – конечно же, салфеткой. Без нее сегодня трудно представить любую ежедневную трапезу.

Как и в случае с солонкой, салфетницы можно менять согласно собственному настроению. Тем более, что этот товар редко входит в состав посудных наборов и сервизов. Обычно салфетницу приходится докупать отдельно, ориентируясь на общий интерьер помещения, цвет и вид столовой или кухонной посуды.

Важно, чтобы салфетница гармонировала со скатертью и другими настольными сервировочными предметами.

Стоимость салфетниц начинается от сотни рублей (из недорогого пластика) до громадных сумм, если речь идет от дорогих изделиях, украшенных драгоценностями. При этом их значение абсолютно одинаково.

Есть определенные причины, по которым следует выбирать салфетницы. Например, если в доме салфетницей пользуются маленькие дети, то лучше остановиться на практичном, небьющемся варианте из пластика или нержавеющей стали, нежели из фарфора или керамики. Для стиля кантри прекрасно подходят деревянные (в том числе расписные) салфетницы и не очень уместно будут смотреться салфетницы из матового стекла с металлом и силиконом.

Особыми традициями и мистическими способностями ни одноразовые салфетки, ни места для их нахождения обзавестись не успели, поэтому у покупателей имеется полная свобода выбора этих изделий без каких-либо ограничений!



Котелок, миска, кружка...

В описаниях столовой и кухонной посуды, увы, мало внимания уделяется посуде туристической, той, что используют в пеших походах, сплавах, многодневных велосипедных и автомобильных поездках. А между тем данная тема весьма актуальная, тем более в пору развития внутреннего туризма. Кроме того, туристическая посуда занимает довольно заметную нишу посудного рынка.

Данное вступление – почти дословная ремарка одного из представителей рынка. И не согласиться с ней невозможно. Поэтому начнем, как говорится, копать.



ПЕРВЫЕ «РАСКОПКИ»

Изначально человек покорял новые территории не на самолете или поезде, а пешком либо на «живом» транспорте: лошадях, собаках, верблюдах, слонах и пр. Время в пути составляло недели, месяцы и даже годы. Делать остановки (вклю-

чая короткие привалы) нередко приходилось в дороге, где нередко организовывали ночлег и походную кухню. А какая кухня без посуды? Традиционный котелок, вилка, черпак, нож, миска, кружка – вот обязательные предметы походного кашеварения. Кстати, отечественный армейский

котелок тоже относится к походной утвари и может совмещать в себе целый посудный комплект, включая даже флягу (в зависимости от комплектации и рода войск). А, например, в югославском военном наборе котелок дополняется столовыми приборами – ножом, вилкой и ложкой, компактно собираемыми в единую деталь.

Термос – является отдельным посудным предметом в каждом походе, прежде всего благодаря доступным моделям с колбой из металла, которая не бьется и длительное время сохраняет необходимую температуру. Сегодня на рынке немало российских и зарубежных компаний, предлагающих такую продукцию. При этом отечественные марки часто не уступают зарубежным термосам по качеству исполнения и длительности сохранения температуры внутри колбы. Сегодня термосы в равной степени рассчитаны не только на сохранение температуры жидкостей, но и полноценных обедов, включая десерты. В походе термос значительно облегчает путь, поскольку позволяет совершать короткие привалы, предусматривающие питание без процесса приготовления.



МАТЕРИАЛ – ОСНОВА ВСЕГО

Для туристов-походников сегодня предназначается масса вариантов кухонно-столовых предметов, выполненных из алюминия, нержавеющей стали и титана. Последовательность указанных материалов демонстрирует увеличение их стоимости: алюминий – самый дешевый, нержавейка ощутимо дороже и самый дорогой из них – титан. При этом титан – наиболее легкий, что и является ценным качеством для тех, кто увлекается пешеходными маршрутами, например, любит ходить в горы. Нержавеющая сталь достаточно надежный и долговечный материал, но котелки из него – самые тяжелые (из вышеперечисленных). Что касается алюминия, то отношение к этому материалу, в первую очередь непокрытому или не анодирован-





ному, неоднозначное. Ряд специалистов считают, что частицы этого материала, попадающие с пищей в организм человека, могут нанести вред (по этой причине и применяют анодирование как меру изоляции алюминия от прямых контактов с продуктами).

Как ни странно, но для походов существует и посуда с антипригарным покрытием (из тонкостенного алюминия).

А те, кто отправляется в поход на автомобиле, нередко используют чугунную посуду, поскольку готовить в ней порой удобнее (хорошее распределение тепла, естественный антипригарный эффект), а вес не играет роли, когда передвигаешься на колесах.

В общем, материал может быть любым. Объем походного котелка из расчета на двоих составляет не менее 1 л (фляга идет на такой же объем). Кстати, котелки времен Пер-

вой мировой войны вмещали 2,3-2,5 л.

Помимо веса и объема важнейшим качеством походной посуды является его компактность. Не случайно у военных котелков форма боба и по своей конструкции они напоминают матрешку (то есть все складывается одно в другое).

В длительных пеших передвижениях котелок в комплекте с посудой и столовыми приборами – вещь просто необходимая, но плоские котелки бобовидной формы не всегда удобны для использования на природе. Многие ценители походной трапезы предпочитают классическую круглую форму. В ней удобнее готовить (размешивать ингредиенты, ставить на угли и пр.), особенно если обед готовится не на коленках, а на газовой конфорке. Но это дело вкуса. Для тех, кто оказывается в походных условиях довольно часто, изначально неудобство перетекает в привычку, а привычка – это, как известно, вторая натура.

Сегодня большинство путешественников-«дикарей» пользуются компактными газовыми горелками и баллончиками с запасом газа, поэтому, независимо от капризов природы, всегда могут обеспечить себя свежей горячей едой.

КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ ПОХОДНЫЙ КУХОННЫЙ НАБОР?

Первостепенно, как мы говорили выше, в арсенале путешественника, самостоятельно открывающего себе красоты природы, должен быть котелок. Кроме того, необходимы кружка и миска. Нож, вилка и ложка – также необходимые сегодня атрибуты. Это из расчета на одного человека. Нередко к этому прибавляются небольшие чайник и скородра, особенно если в речь идет о группе путешественников. При передвижении на личном автомобиле количество посудных принадлежностей может быть существенно увеличено.

Дополнительный комфорт в автомобильном «походе» создают столовые приборы и одноразовая посуда, а также термосы. Пластиковые многоразовые посудные изделия тоже весьма частые спутники автомобилистов-путешественников.

Пластиковая утварь широко используется и теми, кто применяет комбинированные поездки, включающие частичное передвижение на транспорте и своим ходом (или на велосипеде).

Выбирая посуду из пластика, всегда следует обращать внимание на ее маркировку и не использовать посудные предметы из непищевого материала, а также внимательно следить за пригодностью такого пластика к контакту с горячими блюдами, алкогольными напитками, а также чистящим средствам и пр.



ЧТО ПРЕДЛАГАЕТ РЫНОК?

Итак, материал, вес, компактность, безопасность, качество исполнения. Вот киты, на которых держатся потребности потребителей. Цена и комплектность – исключительно параметры поставщиков и магазинов.

Сегодня магазины готовы предложить широкий ассортимент продукции для любителей активного походного отдыха. Но стоит заметить, что большинство необходимых аксессуаров продаются в спортивных магазинах, а не в посудных. В определенной степени количество потенциальных покупателей при таком раскладе снижается. Происходит отсеивание нецелевой аудитории. Но при этом купить недорогой котелок или кастрюльку будет выгоднее в посудном отделе торговой точки с широким ассортиментом предлагаемой продукции, нежели в магазине, где ведутся продажи специализированных товаров.

Что касается интернет-продаж, то это наиболее популярный торговый канал для подавляющего большинства туристов, ведь по статистике практически все из них активные пользователи Интернета! Поэтому самый большой товароборот туристической и близкой к ней посуды приходится на сетевые маркетплейсы.

Если пройтись по ценам, то надо заметить, что походная посуда вовсе не относится к дешевой. Даже алюминиевые принадлежности – котелок с миской в зависимости от исполнения обойдутся от 800 до 1600 руб. Анодированный чайник на 0,8 или 1,2 л обойдется в 1,4-1,8 тыс. руб. Пластиковая посуда из поликарбоната наиболее дорогая, вероятно в силу своих прочностных характеристик. Посуда из обычного пищевого пластика, включая одноразовые изделия, является максимально доступной и пользуется популярностью у широкого круга покупателей.

Посуда с антипригарным покрытием (в основном скородра) для походных целей используется не часто и не является специальной туристической посудой (за редким исключением). Если она тонкостенная, то срок ее службы не велик. А толстостенные изделия не удобны для походов.

Силиконовые изделия тоже находят широкое применение в условиях «быта на природе» – складные миски, ведерки, салфетки и пр. Однако в настоящий момент их применение расценивается как дополнительное удобство. Вполне возможно, более широкий спектр силиконовых изделий (как обязательных) появится в большинстве походных рюкзаков через 1-2 года.

ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Поскольку в последнее время сектор пешего туризма в России набирает обороты, доля туристических посудных предметов и аксессуаров как для неорганизованного отдыха «дикарями», так и для организованных групповых выездов в определенные районы с периодическим комфортным проживанием будет увеличиваться. Учитывая постоянный рост цен, покупатели будут чаще пользоваться продукцией эконом-класса. Поэтому на первом месте стоит алюминий (при возможности анодированный) и пластик. В этой связи можно предположить, что будут пользоваться спросом и армейские посудные комплекты.

Силикон – это, как уже писалось выше, перспективный материал. Пока предметов из него не так много. К тому же стоимость качественного силикона достаточно высока. Следовательно, в силиконовых предметах посуды на сегодняшний день заинтересована незначительная часть туристов-путешественников.

Компактные инструменты для открытия консервов и приготовления пищи на открытом огне в природных условиях из нержавеющей стали будут пользоваться спросом наравне с основными кухонными принадлежностями из алюминия. Уже не первый год продажи таких изделий увеличиваются с приходом теплого сезона.

Что касается одноразовой посуды, то она в туристических целях будет приобретаться в качестве дополнительной или запасной. Такую посуду чаще приобретают любители пикников, просто выезжающие за город для отдыха в любимом уголке природы.



Секреты винного бокала

Наступил март, а значит позади морозы, метели и постоянное желание согреться. А впереди романтические теплые вечера, динамичные вечеринки, пикники и ужины на террасе с бокалом вина.

Вино пили с незапамятных времен и использовали для этого абсолютно разную посуду.

Считается, что самыми первыми о специальной посуде для употребления вина задумались древние греки. Это был целый набор, состоящий из сосудов различных форм и размеров, в которых полагалось хранить вино, подавать воду, смешивать их и разливать в чаши, форма которых определялась тем, как из нее будут пить – один ли человек или ее пустят вкруговую, будут понемногу отпивать или прикончат одним глотком, не ставя на стол...

Разговоры о форме винного бокала – дело относительно новое, особенно если сравнивать их с тысячелетиями истории вина. Бурдюки, бараньи рога, кубки и фужеры самых разнообразных форм и размеров – что только не использовало человечество, чтобы удовлетворить жажду. Однако по-настоящему ценители задумались о влиянии бокала на вино лишь в XX веке, когда его стали употреблять не просто для того, чтобы «запить» еду.



Форма бокала – не прихоть производителя посуды, а результат долгих поисков волшебного равновесия, которое позволит вину показать себя во всей красе.

Существует версия, что Клаус Ридель, гурман стекольного мастерства, сидел однажды вечером с гостями за столом. Очевидно, после ужина гости наслаждались вином и делились впечатлениями. Тут Ридель заметил, что мнения гостей по поводу вина сильно расходятся, а посмотрев на бокалы в руках гостей, понял, что пьют они из разной посуды – разного размера и формы.

Вскоре при участии дегустаторов и виноделов был разработан ряд бокалов под красное и белое



вино из разных сортов винограда, де-факто ставших стандартом для производителей винной посуды – это произошло уже в начале 1960-х. Дизайн бокалов целиком основывается на методе «проб и ошибок»: в результате многочисленных дегустаций, в которых участвуют виноделы и эксперты, остается несколько бокалов, признанных наиболее подходящими для данного типа вина и лучше других передающих его характеристики.

От формы бокала, толщины стенок и многих других факторов зависит то, как раскроется вино и насколько сможет показать все свои сильные стороны, об этом знают ценители вин. Для них существует большой выбор бокалов, в зависимости от сорта и возраста вина. А также различные декантеры, позволяющие вину определенных сортов насытиться кислородом.

А как быть обычным людям, которые просто любят за бокалом вина поговорить с друзьями или отпраздновать небольшое событие и которые не претендуют на звание знатока? Здесь важно понять простой принцип: красота вина раскрывается, когда оно «дышит». Красное вино более насыщенное, и для его раскрытия нужна большая поверхность соприкосновения с воздухом, а еще оно не капризно к окружающей температуре, поэтому бокалы для красного вина шире и больше. Белое вино более нежное, поэтому требует меньшего контакта с кис-

лородом, и пьют его охлажденным, оно не должно нагреваться. Поэтому бокалы для белого вина меньше и не такие широкие. Если вы не готовы погрузиться в мир винного этикета, но хотите грамотно и красиво угощать гостей вином, дома достаточно иметь два вида бокалов: для красного и для белого вина.

Отдельно про бокалы для шампанского: легкое игристое вино не обладает уникальными характеристиками, но завораживает игрой пузырьков и красотой цвета, поэтому его хорошо пить из высоких узких бокалов, называемых «флейта», в которых благодаря длинной стенке эти факторы раскрываются во всей красе. Для более дорогого шампанского подойдет бокал «тюльпан», он позволяет не только насладиться игрой пузырьков, но и оценить уровень самого вина. Широкий и плоский бокал используется в основном для построения «каскадов», когда вино из верхнего бокала стекает в нижние, и практически не применяется при сервировке стола. Кстати, так как раньше шампанские вина были сладкими, строение бокала призвано доставлять напиток на зоны языка, отвечающие за сладкий вкус, поэтому современное игристое может показаться кислее, чем есть на самом деле.

Часто возникает вопрос: стекло или хрусталь? В чем разница? Можно много рассуждать о строении и эстетике современного стекла, но, говоря о бокалах, можно отметить, что в хру-

стале вино будет звучать гораздо интереснее и изысканнее, чем в стекле. Некоторые связывают это с тонкостью стенок бокала, позволяющей увидеть красоту цвета и доставить вино непосредственно на необходимые рецепторы за счет тонкого ободка, кто-то говорит о пониженной теплопроводности хрустала, за счет чего вино медленнее нагревается и не теряет свой вкус, а кто-то приписывает хрусталу магические свойства. В любом случае хрустальный бокал будет изысканно смотреться на столе и добавит статуса даже обычному вину. В современном варианте на стол часто подаются бокалы из «хрустального» стекла – кристаллита. Существует мнение, что хрусталь капризен в уходе, высок в цене и свинец, который добавляют в массу, не безопасен. Поэтому ряд производителей решают модернизировать свои производства заменой 24%-ного оксида свинца PbO на более экологичные добавки с сохранением лучших качеств хрустала. Часть оксида свинца заменена оксидами кадмия, бария и цинка. Всего 14% разных оксидов.

Этот материал уже нельзя назвать хрусталем из-за отсутствия в нем оксида свинца, производители называют его современным хрустальным стеклом или кристаллитом. Считается, что современные бокалы из инновационного материала не уступают по своему качеству изделия из классического хрустала.

И, как обычно напоследок, общие рекомендации:

- вино наливаем в бокал на одну треть, как правило до места, где бокал начинает сужаться. Это красиво и позволит вину вдоволь «надышаться». Это правило не касается «флейт» для игристого. Здесь чем больше вина, тем лучше видна игра пузырьков;

- бокал держим исключительно за ножку, не прикасаясь к чаше. Это позволит не нагревать вино (в отличие от коньяка) и не оставлять отпечатки пальцев на бокале, так как по мере опустошения содержимого бокал приобретает неряшливый вид;

- вспоминаем, что этикет – это в первую очередь удобство и уместность. Так что, оказавшись на веселой вечеринке, не стоит лишать себя праздника просто потому, что у хозяев не было в наличии «правильных» бокалов.

- помним об умеренности: вино напиток изысканный и любит красоту во всем.

Преподаватель этикета
Татьяна Рожкова



Меняется культура приема пищи



В России уверенно меняется культура приема пищи. Если раньше скатерть и красивую посуду доставали только к празднику, то сегодня хозяйки стараются организовывать сервировку даже в будний день.

Причем привычка сформируется почти сразу – вы просто уже не сможете завтракать, обедать или ужинать без красивых обязательных атрибутов. Тем более сейчас приготовление пищи дома – это не только модное увлечение, но и приятный досуг, и сервировка здесь играет не последнюю роль, ведь вкусная трапеза определяет наличие красивой посуды. Каждое блюдо должно подаваться так, чтобы не только стать пищей для насыщения, но быть приятным для глаз.

И это довольно легко сделать, если вы воспользуетесь серией Linden от Pasabahce. Компания внимает модным трендам и приготовила для потребителя эту уютную серию тарелок и салатников, которая сделает стол еще более уютным и оригинальным. В тренде безопасность и натуральность, паттерн этих изделий напоминает древесный срез. Все серии произведены в России.

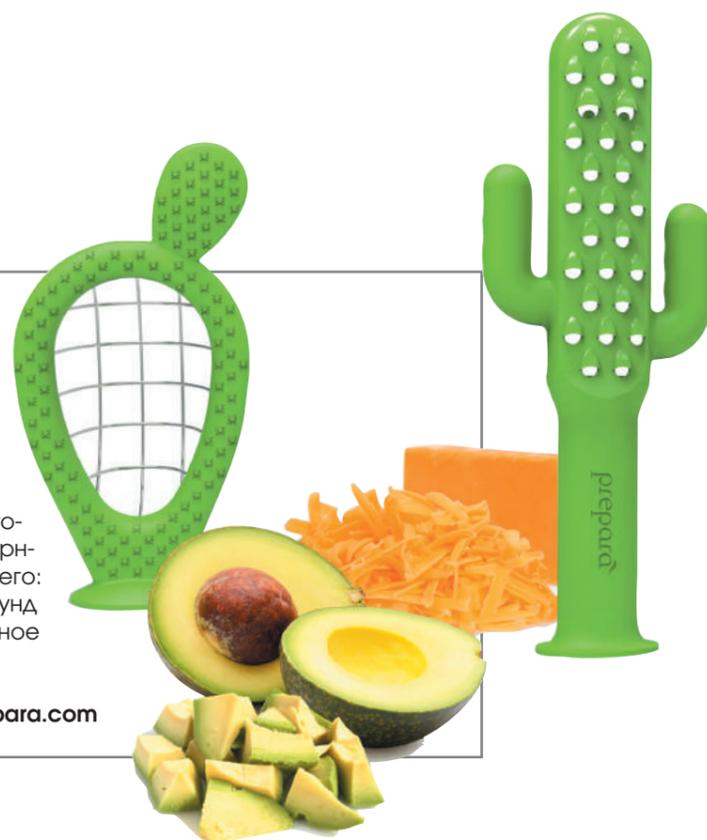
www.pasabahce.com/ru



Терка – для сыра, а специальный нож – для авокадо

Freshlink Product Development (Prepara) подготовила новинки в виде кактуса, вдохновившись вестерн-образами Дикого Запада. Здесь ничего лишнего: удобно, ярко, надежно и эффективно! Несколько секунд – и перед вами ровные кубики авокадо и достаточное количество сырной стружки.

www.prepara.com



Деликатные приборы

Ассортимент сети магазинов **Kuchenland Home** пополнился новой линией столовых приборов **Vienna**. Изделия выполнены из нержавеющей стали с матовой полировкой. Рекомендуется мыть вручную не жесткой губкой без применения абразивных средств во избежание появления царапин на поверхности приборов.

www.kuchenland.ru



Крупные формы для больших трапез

Компания «**Анна Лафарг**» представила новые коллекции керамики Home & Style. Коллекция ручной работы **Melograno** создана для больших семейных трапез. Крупные формы, неровные края, теплый цвет фона и флористический декор позволят оформить сервировку праздничного обеда.

Производители рекомендуют мыть предметы вручную сразу после использования, хотя и не запрещают деликатный цикл в посудомоечной машине с неагрессивными моющими средствами. После мытья посуду рекомендуется сушить естественным образом или протереть сухим полотенцем.

www.annalafarg.ru





Эмалированная посуда всегда прекрасна!

Компания «**СтальЭмаль**» выпустила новый набор эмалированных кастрюль «**Амариллис**». Изделия привлекают внимание своей сферической формой, имеют белоснежный цвет эмали с яркой цветочной декорью и представлены объемами 2/3/4/5,5 л.

www.rusposuda.ru

Эксклюзивный сервиз



Фабрика «**Семикаракорская керамика**» представила эксклюзивный керамический столовый сервиз ручной работы «**Зимний сон**». Сервиз включает 24 предмета: 6 мисок, большой и малый салатники, 6 подтарельников, 6 пирожковых тарелок, супник, половник, блюдо с крышкой под мяско, постановочную тарелку. Изделия декорированы сюжетной подглазурной росписью с изображением донских зимних пейзажей.

www.aksinia.ru



Противень для плиты

В ассортименте компании «**Гала-Центр**» представлен литой противень для плиты от **Satoshi**. Изделие с антипригарным покрытием под «мрамор» предназначено для приготовления блюд, требующих быстрой обжарки. Посуда удобна для приготовления овощей, оладьев, стейков, рыбы и сырников. Отсутствие бортиков увеличивает площадь поверхности и позволяет приготовить большее количество продуктов. Размер – 47x29 см. Противень оснащен силиконовыми протекторами ручек. Подходит для всех типов плит, включая индукционные.

www.galacentre.ru



Керамическая новинка

В сети магазинов «**Посуда Центр**» появилась новая коллекция посуды торговой марки **DeNastia**. Посуда выполнена из керамики, покрыта глазурью синего цвета. В коллекции представлены салатники, десертные и суповые тарелки, а также кружки и блюда. Приятно, что посуда продается отдельными предметами, что позволяет собрать индивидуальный набор для сервировки стола на каждый день.

www.posudacenter.ru

Мельнички на все случаи жизни

Большинство блюд требуют специй. Но у каждого из нас имеются свои вкусовые предпочтения, поэтому некоторые специи лучше добавлять в уже приготовленное блюдо. Здесь, как нельзя кстати, подойдут мельнички от **Cole and Mason**, созданные специально для самых разнообразных приправ.

www.williams-oliver.ru



Просто и красиво

Красиво нарезать фрукты или овощи одним движением теперь не составляет никакого труда благодаря нарезкам от **Zyliss**. А специальные дисковые ножи для разрезания пиццы или других запеченных блюд из теста подойдут каждой хозяйке. Это проверено!



Для тех, кто ценит комфорт

Для всех, кто ценит комфорт в процессе приготовления любимого блюда, незаменимой деталью станет дозатор от **Rosti Mepal** для свежих специй, например чеснока. Измельчение долек острой приправы принесет немало наслаждение, ведь этот процесс будет происходить быстро и уберечь руки от резкого запаха.

www.spoonka.ru



Просто! Удобно! Быстро!

Шинковка зелени может отнять немало времени. Но благодаря ручному измельчителю от **IPAC** даже мужчины, редко занимающиеся приготовлением пиццы, смогут за несколько секунд нашинковать целый пучок укропа или петрушки. Советуем попробовать!



Горница®

ПРОИЗВОДСТВО



РОССИИ



интернет-магазин

www.gornitsa.com

8-800-201-43-01

Производитель ООО «Горница»

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