

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

# ПРОСУДО

2023-2

**Wilmax**  
ENGLAND

**.Julia**  
VYSOTSKAYA

**Новости  
рынка**

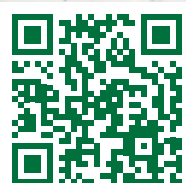
**Тренды**

**Советы  
маркетологу**

**Производители**

**Ритейл**

**Стильные  
штучки**



# Borcam - Bake & Store

## Формы для запекания и хранения





ООО «Эмаль»  
+7 (3519) 24-63-80  
+7 (3519) 24-73-22  
email-mmk@mail.ru  
www.emal-mmk.ru

# Кухня начинается с нашей посуды



Содержание

Обложка предоставлена  
компанией WILMAX

10 Слово редактора

14 Новости



Производители

36 Прозрачный выбор



6



ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ | ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ | О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

# ПОСУДА

2023-2

Выставки

40 Таблица выставок

Рынок

42 С упаковкой порядок!



Тенденции

44 Тренды: инновации и мода

49 Тренды: керамика, сталь, силикон



30 лет  
с вами



**EME**  
MADE IN ITALY

[www.italdom.net](http://www.italdom.net) | [italdom@italdom.net](mailto:italdom@italdom.net) | (812) 374-38-36

## Маркетинг

- 52 Индукция на кухне: ловушка или обоснованный выбор?



- 54 Французский пресс. История. Детали. Рейтинг



## Ритейл

- 58 Искусство мерчандайзинга

## Советы маркетологу

- 62 Несколько слов об одноразовой посуде

## Сервировка

- 64 Находки на Пасху



## На заметку

- 68 Бесплезные находки

## Для души

- 70 Зефирные хитрости

- 72 Стильные штучки

## Подписка-2023

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](http://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



Коллекция Marshmallow —  
надежная каменная керамика  
в современном дизайне

FineDesign

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





**ЗДРАВСТВУЙТЕ, ДОРОГИЕ И ЛЮБИМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!**

Зимний период на посудном рынке характерен активностью продаж, которые продолжают, так как зимние праздники пока еще флером окутывают покупателей, и новыми поставками. Что хочется отметить? На прилавках торговых центров и специализированных магазинов, несмотря на санкции, появляется посуда и европейских брендов, и китайского производства. Насколько импортная продукция превалирует над отечественной посудой, мы попытались выяснить у представителей компаний и у маркетологов.

Про новинки. Выставки также подтвердили мнение, что новинки есть, они с завидной частотой завозятся, появляются на складах и прилавках. Какие позиции наиболее интересные, мы подсмотрели на выставочных мероприятиях. Тренды закупщиков этого сезона – привезти много качественной модной и стильной посуды, новые разработки и интересные дизайны. Иначе не заставишь потенциального покупателя расстаться с деньгами.

Рада за отечественных производителей, которые благодаря своему неустанному упорству и харизме радуют нас новинками. Здесь больше всех радуют российские заводы по производству наплитной посуды, в сфере сервировки пока заметных подвижек не наблюдается.

Все так же популярен онлайн-шопинг. Более трети россиян выбрали для праздничного шопинга онлайн-площадки. По сравнению с предыдущим годом спрос на популярные категории товаров остался неизменным, несмотря на то что расходы на подарки снизились. Подтвердилось мнение, что покупатели в этом году в значительной степени ориентировались на качество продукции и цены.

Конечно, за прошедший год многое и многие изменились. Всех лихорадит. Изменилась жизнь, отношение к ней и к бизнесу в целом. Отношение к миру стало совсем иным.

Тренды этого года, которые выложены на мировых выставочных платформах, говорят о преобладании спокойных оттенков в сочетании с различными видами материалов и естественными красками. Стремление к гармонии и размеренности подталкивает к производству интересной посуды. Необходимость восстановиться и взглянуть на мир по-доброму подталкивает производителей к активному реагированию на текущую ситуацию и предложению товаров с оттенками, близкими к природным.

В этом номере разговариваем о ситуации на полках, трендах и маркетинге. В новостной рубрике вы найдете новинки компаний и гаджеты, выбор которых, надеюсь, поможет вам в работе. Производители и дистрибьюторы активно начали работу в новом году на обновленном рыночном пространстве.

Не забываем, что выставка HouseHold Expo весна работает на площадке «Экспоцентра» с 21 по 23 марта.

Спасибо вам, что вы с нами, спасибо за то, что мы – вместе!

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.

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

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



**Читайте в следующем номере\*:**

- НОВОСТИ РЫНКА
- УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПОСУДА
- ЛЕТНИЙ СЕЗОН
- РАЗВИТИЕ ИЛИ ТУПИК
- ДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ
- НА ПРИЛАВКАХ МАГАЗИНА

\*Возможны изменения

[posudainfo.ru](http://posudainfo.ru)



**ЛЮБИМАЯ ПОСУДА  
СДЕЛАНА НАМИ**

Высокое качество с 1960 года



**+7 (49241) 3 77 99**  
[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)

Гусь-Хрустальный, ул. Интернациональная 114

# WALMER Organic – модная сервировка в ЭКОСТИЛЕ



## ЭКЗОТИЧЕСКАЯ ДРЕВЕСИНА С УНИКАЛЬНЫМИ СВОЙСТВАМИ

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



## УСТОЙЧИВОСТЬ К ВЛАГЕ

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

## РУЧНАЯ РАБОТА

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



## ШИРОКАЯ ЛИНЕЙКА

В коллекцию входят сервировочные блюда различных форм и размеров, менажницы, миски и держатель для бумажных полотенец. Всего 30 различных наименований посуды. С ее помощью можно полностью сервировать стол в едином стиле.

## МОДНО!

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





## Форма для запекания от Horecs

Компания Horecs представила новую форму для запекания **Stampo**. Форма выполнена из фарфора, имеет утолщенное дно и высокие бортики. Изделие подойдет для приготовления мяса, рыбы, овощей. Форма представлена в трех размерах – grande, media и piccolo.

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



## Долгожданное пополнение коллекции **Pasabahce**



Бокалы с укрепленным краем, толстостенные кувшины, закаленные тарелки, чайные пары и стаканы для горячих напитков – это посуда от Pasabahce, она создана для долгого использования и выдерживает самую интенсивную эксплуатацию.

Стильная и прочная, она также привлекательна и своей ценой – купить такую посуду, значит, приобрести отличную стеклянную посуду на долгие годы.

С прошлого года компания представила на рынок серию Timeless. Стекло этой коллекции имеет чистую, без примесей, прозрачную и ровную структуру и уникальный резной рисунок на внешней поверхности. Стаканы, бокалы от Timeless идеально подходят для различных алкогольных и безалкогольных напитков и вносят свежие идеи в любую сервировку и дизайн стола. Весной этого года ожидается пополнение коллекции Timeless вазочками для мороженого.

Исходя из правильной подачи, сервировка стола должна быть выдержана в едином стиле. Купив коллекцию Timeless, можно идеально накрыть стол: подача мороженого или порционного фруктового салата будет великолепна!

Эта серия не только подойдет для домашних хозяйств, но и замечательно работает на ниве HoReCa. Поставляется поштучно и в подарочной упаковке по 2 шт.

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



## Бизнес с Китаем – время зарабатывать на маркетплейсах

Международная выставка потребительских товаров International Commodity Fair / China Commodity Fair 2023 – площадка, где можно найти производителей и поставщиков из Китая и России и тут же узнать, как выйти с их продукцией на маркетплейсы.

Дружественные отношения между Россией и Китаем дают возможность заполнить освободившиеся на рынке ниши. А China Commodity Fair – это прямой выход на поставщиков и производителей из Китая.

Экспоненты International Commodity Fair и China Commodity Fair представят закупщикам из России, Китая и Центральной Азии свою продукцию и достижения в сфере товаров народного потребления.

В этом году она откроется в онлайн-формате и пройдет с 30 октября по 1 ноября 2023 года.

[www.icf-expo.ru](http://www.icf-expo.ru)

## Metro развивает формат шоу-румов

Оператор оптовой торговли Metro развивает новый формат взаимодействия с клиентами: компания открывает шоу-румы – многофункциональные центры для бизнес-клиентов. Шоу-румы уже появились в Казани и Нижнем Новгороде, также в этом году запланировано открытие еще нескольких в других городах. Шоу-рум представляет собой современное пространство для мастер-классов с профессионально оборудованной кухней, а также выставочную зону, демонстрирующую товары под собственной торговой маркой.

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



## Новинки BY Collection

В ассортименте компании «Гала-Центр» представлены новые формы для запекания торговой марки BY Collection. Формы выполнены из жаропрочной керамики. Изделия предназначены для приготовления и эффектной подачи блюда на стол.

Линейка товаров для кухни пополнилась двумя сериями кухонных ножей – **Lahta** и **Dvina**. Ножи выполнены из нержавеющей стали. Лезвия коллекции Dvina имеют антиналипающее покрытие.

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



**WALMER**  
БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ПОСУДА

## Красиво пить не запретишь – новый стильный кувшин от WALMER

Правила сервировки предписывают подавать на стол соки, морсы и все безалкогольные напитки не в их фабричных упаковках, а перелитыми в кувшин. И действительно, кувшин на столе – это красиво и удобно.

В коллекциях британского бренда WALMER всегда было много кувшинов, и значительная часть моделей не только предназначена для прохладительных напитков, но подходит и для горячих. Поэтому такие кувшины еще удобнее обычных, ведь в них можно подать и глинтвейн, и чай, и компот.

Именно таков и новый кувшин бренда – модель WALMER Classic. Корпус сделан из боросиликатного стекла и выдерживает от -20 до 280 °С, не боясь при этом и резких перепадов температуры. Объем кувшина 1200 мл – вполне достаточно, чтобы хватило напитка на всю семью!

У кувшина есть удобная крышка-фильтр, сделанная из качественного пищевого пластика. Мелкие и крупные отверстия в зоне фильтра отлично справляются с задачей отделять напиток от листьев мяты, ягод, долек лимона. А уплотнительный силиконовый ободок на крышке не даст ей упасть, когда вы наклоняете кувшин, наливая напиток.

[www.walmer-cookware.com](http://www.walmer-cookware.com)





## Большой ларец

В интернет-магазине «Мир ложек» появился 177-предметный набор «Мондиал» от завода «Нытва» в органайзере «Ларец». Мини-буфет с тремя ящиками покрыт шпоном ясеня и окрашен в цвет «орех». При желании органайзер можно поместить в шкаф шириной 60 см. Вставки-разделители в ящиках изготовлены из массива ясеня, их можно менять местами, чтобы организовать пространство по своему усмотрению.

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



## Салатники Palermo от IDILAND

Торговая марка IDILAND представила новые салатники в линейке Palermo. Изделия выполнены из прозрачного пластика. Содержание в составе натуральной стружки придает изделиям коричневый оттенок и легкий аромат. Салатники представлены в 3 размерах: 0,75; 2,5 и 4 л.

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



## «Гармония» в гипермаркетах «Лента»

Сеть гипермаркетов «Лента» представила новую коллекцию товаров для дома Natpolu собственной торговой марки Homeclub. Коллекция соединила в себе классический стиль с элементами романтики в нежных полутонах. В качестве основных цветов выбраны серый, бежевый и их оттенки в сочетании с фиолетовым и лавандовым, а в качестве паттерна – спокойный и в то же время притягательный арочный орнамент. Новая коллекция представлена в каталоге на 19-21 февраля – «Уют в каждой покупке».

[www.dom.lenta.com](http://www.dom.lenta.com)



smart solutions

Контейнеры для хранения Smart Solutions — идеальная свежесть продуктов



FineDesign

Компания FineDesignGroup — оптовый поставщик и эксклюзивный дистрибьютор Smart Solutions в России. +7 (495) 540-48-60 / 8 (800) 550-72-98 для регионов/ [www.finedesigngroup.ru](http://www.finedesigngroup.ru)



## Tefal со вкусом Bonne Maman

Компания Tefal совместно с французским производителем джемов Bonne Maman представили линейку посуды, приуроченную к христианскому празднику Сретение (Candlemas). Отмечая этот праздник в начале февраля, французы традиционно готовят блины. Лимитированная коллекция, в которую вошли блинные сковороды, формы для запекания с антипригарным покрытием, а также лопатки и кухонные весы, украшена иллюстрациями, которые напоминают о вкусах Bonne Maman.

[www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)



## Steama – новый набор кастрюль от Korkmaz

Турецкий завод Korkmaz выпустил новый набор кастрюль Steama. Посуда изготовлена из нержавеющей стали марки 18/10 Cr-Ni, оснащена капсульной системой Solar Base для лучшей теплопередачи на всех типах варочных панелей, включая индукционные. Крышки из закаленного стекла имеют металлический обод с сетчатым фильтром.

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



## Чайный набор BORK Home

Торговая марка BORK представила новую коллекцию посуды в линейке BORK Home. В чайном наборе соединены костяной фарфор и «авиационный» алюминий. Посуда отличается повышенной прочностью. Минималистичный дизайн созданных вручную предметов украсит современную сервировку. Страна производства – Китай.

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



# Манты и не только!

В 2021 году один из лидеров посудного рынка – бренд **Kukmara** выпустил первые две линейки посуды из нержавеющей стали **Safia** и **Leon**, которые сразу завоевали доверие любителей красивой и качественной посуды. И вот теперь АО «Кукморский завод Металлопосуды» в очередной раз порадовал своих почитателей, представив новинку сезона – трехсекционную мантоварку из высококачественной нержавеющей стали.

**Kukmara**<sup>®</sup>  
Сделано в России  
Основан в 1950

Сложно переоценить посуду, основное предназначение которой – приготовление блюд на пару, особенно если речь идет о вкусной, здоровой и диетической пище. Именно такой посудой и является мантоварка от **TM Kukmara**. Она выполнена в соответствии с ГОСТ, с учетом всех современных требований взыскательных потребителей. Конструкцию изделия можно без стеснения назвать идеальным сочетанием дизайна и функциональности. Трехслойное капсулированное дно кастрюли не деформируется в процессе эксплуатации. Промежуточный слой из алюминия толщиной 3 мм обеспечивает равномерный нагрев по всей площади и длительное сохранение тепла, сокращая время приготовления пищи. Если выключить плиту за 5-10 минут до окончания готовки, блюдо полностью «доходит» само за счет ранее накопленного тепла. В закрытой посуде пища еще долго остается горячей, тем самым позволяет экономить электроэнергию, а продукты, за счет сокращения времени воздействия высоких температур, не успевают потерять своих полезных свойств, витаминов и микроэлементов. Наружный слой дна выполнен из ферромагнитной стали, что обеспечивает использование посуды на всех видах плит, в том числе индукционных. Без крышки кастрюлю можно использовать и в духовом шкафу.

Продуманная конструкция стенок секций препятствует деформации корпуса в процессе эксплуатации, вместительные, высотой 71 мм, они обладают повышенной прочностью. 162 отверстия диаметром 5 мм беспрепятственно пропускают пар через все ярусы. В силу высокого качества металла мантоварка от **TM Kukmara** обладает повышенной стойкостью к коррозии и сохраняет свой первозданный вид долгие годы.

Благодаря прочному креплению ручек с помощью заклепок конструкция обладает повышенной надежностью и без труда выдерживает переноску в полностью загруженном состоянии.

Мантоварка комплектуется крышкой из ударопрочного термостойкого стекла с отверстием для выхода пара. Металлический обод обеспечивает плотное прилегание крышки к корпусу. Через стеклянную крышку вы сможете наблюдать за процессом приготовления.

Мантоварка, как следует из названия, неразрывно связана с приготовлением восточного национального мясного блюда на пару – мантов. Но манты – это только одно из блюд, которое позволяет создать данная посуда, работающая и как классическая пароварка. В секциях с успехом можно готовить одновременно несколько различных блюд. Нижнюю кастрюлю можно использовать отдельно как абсолютно самостоятельную посуду на кухне для приготовления супов, гарниров и компотов.

И это не все. Высокое качество используемой марки нержавеющей стали позволяет хранить в мантоварке все приготовленное. При этом пища сохраняет свой вкус. Нейтральный металл не вступает в реакцию с пищевыми солями и кислотами (в том числе во время нагрева) и исключает появление аллергии.

Безупречно отполированная поверхность стали не имеет царапин, что препятствует скапливанию бактерий на поверхности посуды.

Уход за мантоваркой не вызывает трудностей: посуда легко моется как вручную, так и в посудомоечной машине.

Готовить с мантоваркой от **TM Kukmara** легко и приятно, а все блюда получаются сочными и полезными!

[www.kukmara.com](http://www.kukmara.com)





## «Солнечный» Legle в «Доме Фарфора»

В магазинах «Дом Фарфора» представлены новинки от французского бренда **Legle**. Среди них – коллекция *Sous le soleil* («Под солнцем») из твердого фарфора с платиновой и золотой окантовкой. Дизайнеры использовали классические округлые формы, монохромность и эффектное сочетание белого фарфора с разнообразием оттенков глазури: от мятного и кораллового – до аметистового и бронзового. В составе коллекций все, что нужно для повседневного или праздничного стола: обеденные тарелки, салатники, сервировочные блюда, заварочные чайники и чайные пары.

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



## Новинки в компании «Анна Лафарг»

Компания «Анна Лафарг» представила новинку в каталоге бренда **Home & Style**. Это коллекция посуды из каменной керамики «**Махагон**». Посуда выполнена в коричневом цвете с декоративной текстурой древесины. В составе коллекции – 4 обеденные тарелки 27,5 см, 4 закусочные тарелки 21,5 см, 4 салатника 15,5 см, 0,8 л, 4 кружки 0,4 л. Посуду можно использовать в СВЧ и в посудомоечной машине.

Также в ассортименте появились новые кружки от торговой марки **Maxwell & Williams**. Коллекции «Цветы» и «Птицы» выполнены из фарфора, представлены в подарочных коробках. Объем кружки – 400 мл.

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

## Для праздничной сервировки

В ассортименте компании «**Клен**» появились новые предметы для сервировки. Ведро для шампанского и подставки к ним помогут украсить любое праздничное мероприятие. Блюда для подачи – один из трендов в современном ресторанном бизнесе. Также среди новинок – элегантные этажерки. Изделия выполнены из нержавеющей стали.

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



## ООО «Чернятинский стекольный завод»



## МЫ С ЛЮБОВЬЮ И ЗАБОТОЙ О ЛЮДЯХ СОЗДАЕМ ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТЕКЛА С 1785 ГОДА

Завод основан в 1785 году. Более чем двухвековые традиции производства и опыт работы в отрасли, исполнение крупных наукоемких заказов военно-промышленного комплекса бывшего СССР и нынешней России, гражданского авиа- и судостроения, железнодорожного транспорта, посуды позволяют создавать изделия высокого качества и широкого спектра применения.



Брянская область, Дятьковский район, р.п. Старь, ул. Ленина, д. 6  
Телефон отдела продаж: +7 (48333) 4-51-75, доб. 338



## Ручка для «шефа»

Итальянский производитель фурнитуры для кухонной посуды, компания **La Termoplastica FBM**, представила новую модель ручки с увеличенной длиной. Она предназначена для профессионального набора посуды, используемого шеф-поваром. Ручки серии CHEF имеют улучшенную эргономику и более широкую защиту от пламени. По желанию заказчика ручку можно оснастить стальной вставкой и нанести логотип.



[www.fbm.eu](http://www.fbm.eu)

## Bloomberg о падении оборотов российского ритейла

Санкции откатали оборот розничной торговли в России на более чем 10 лет назад, пишет Bloomberg со ссылкой на экспертов. Они утверждают, что падение оборотов ритейла в 2022 году оказалось сильнее, чем в 2015 году. Участники рынка прогнозируют дальнейшее падение продаж ритейла – по итогам января 2023 года продажи снизятся еще на 10,7% год к году. В этом случае падение розничной торговли продолжится 10 месяцев подряд. Эксперты утверждают, что такого сильного падения не было даже в период пандемии коронавируса, когда рынок существовал в условиях ограничений.

По официальным данным Росстата, в декабре 2022 года оборот розничной торговли снизился на 10,5% год к году, а в 2022 году в целом – на 6,7%.

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



## Набор кухонных принадлежностей Kukmara

Торговая марка Kukmara представила набор брендированных кухонных принадлежностей. В набор входят 9 предметов, изготовленных из силикона с ручками из натурального дерева. Изделия подходят для контакта с посудой с антипригарным покрытием. Продукция изготовлена на заводе в Китае по заказу АО «Кукморский завод Металлопосуды».

[www.market.kukmara.com](http://www.market.kukmara.com)



## ИталДом Поздравляем с юбилеем!

Вот уже 30 лет один из флагманов российского посудного рынка – компания «ИталДом» поставляет на рынок качественную продукцию от ведущих итальянских производителей.

История «ИталДом» началась с терок Gio Casa. Это было в далеком 1993-м... Постепенно компания росла: расширялся ассортимент, увеличивались объемы поставок. Сегодня «ИталДом» является официальным представителем ведущих итальянских производителей, выпускающих товары для дома, кухонные инструменты и аксессуары. В числе партнеров такие известные бренды, как: EME Posaterie, Cosmoplast, I.L.L.A., Mr. Brush, Gensini, Rigamonti, Gio Casa, Zaseves.

Все производственные линии перечисленных выше брендов размещены на территории Италии.

Вне зависимости от экономической и политической ситуации в мире, «ИталДом» радует своих почитателей и работает под девизом: «Только качественные товары по разумным ценам!».

В числе преимуществ компании стоит выделить следующие:

- высококачественная стильная продукция Made in Italy;
- постоянное наличие на складе достаточного количества товара;
- оперативное реагирование на изменение потребительского спроса;
- регулярное проведение акций по имеющемуся ассортименту;
- дружеские отношения с клиентами.

В основе деятельности компании «ИталДом» заложен принцип гармоничного развития бизнеса за счет формирования долгосрочных взаимовыгодных отношений с многочисленными контрагентами и заинтересованности в процветании каждого из них.

Желаем компании «ИталДом» новых достижений и юбилеев!



**COSMOPLAST**  
La qualità è di casa  
FATTO IN ITALIA MADE IN ITALY

## Турецкая сеть Madame Coco пришла в Москву

В ТРЦ «Мега Химки» открыли первый магазин турецкой сети товаров для дома Madame Coco. Магазин площадью около 500 кв. м расположился на первом этаже «Мега Химок». В ассортименте сети – посуда, предметы декора и текстиль.

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

## Подарочные наборы «Пластишка»

Яркую и функциональную посуду «Пластишка» для детей младшего и среднего школьного возраста теперь можно купить в формате подарочных наборов. Яркие декоры нанесены на посуду с помощью IML-технологии. В каждый набор входят детская бутылочка с петлей объемом 400 мл и ланч-бокс. Наборы посуды представлены в трех коллекциях: «Дино», «Коты на пляже» и «Монстры».

Товары «Пластишка» изготавливаются из на 100% перерабатываемого прочного безопасного пищевого полипропилена, не содержат бисфенол А и фталаты.

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



## Probar Premium – для профессионалов и начинающих

В ассортименте компании «Комплекс-Бар» появилась линейка профессионального барного инвентаря Probar Premium. Изделия сочетают в себе современный функциональный дизайн и высокое качество производства. Широкий выбор оттенков и форм поможет адаптировать инвентарь под любую стилистику заведения.

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



## Коллекция Scandi от Nouvelle home

Компания **ENS-Group** представила новую яркую коллекцию фарфора Scandi от Nouvelle home. Особенность коллекции – ребристая внешняя поверхность с матовым покрытием. Изделия выполнены в 4 цветах: розовый, сочный манго, зеленая оливка и арктический синий. Формы и цвета хорошо сочетаются между собой. Посуду можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

[www.ens-group.com](http://www.ens-group.com)



## Чайный набор от Smart Solutions

Создать заметный акцент в интерьере поможет чайный набор от Smart Solutions. В набор входит чайник и две чашки, выполненные из боросиликатного стекла. Удобные ручки обеспечивают комфортное использование предметов. Объем чайника – 1,2 л. Допускается мытье в посудомоечной машине.

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



18/10  
Stainless Steel  
Cutlery

Для ознакомления с ассортиментом коллекции Stainless Steel Cutlery сканируйте QR-code!



**Wilmax**  
ENGLAND



## Дракоши от ОСЗ

«Опытный стекольный завод» всюю готовится к 2024 году и презентовал своим постоянным клиентам 14 коллекций с символом следующего года – драконом.

Коллекция кружек с декором «Милые дракоши» – одна из коллекций с символом следующего года. Милые дракончики придется по вкусу детям, подросткам, а также девушкам, любящим милых мультяшных героев. Декор представлен на кружках для чая в 4 дизайнах и дополнен элементами золотоимитации.

[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)



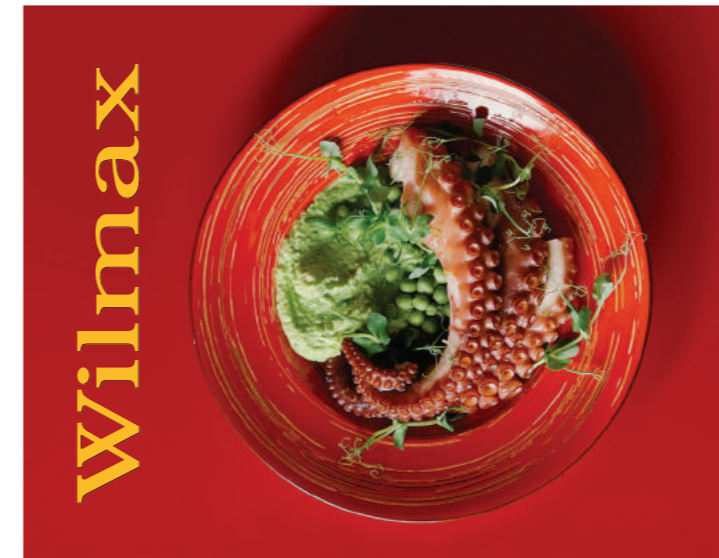
## Telegram-канал WILMAX

У бренда Wilmax открылся телеграм-канал! Он создан как место сбора людей вместе. Именно этой способностью отличается посуда Wilmax. Объединять семью и друзей за красиво накрытым столом. Здесь вы увидите эффектные сервировки, вкусные рецепты и новости из посудного мира. А также сможете завести знакомства с приятными людьми, дружить и вместе делать этот мир лучше!



@wilmax\_cis  
Wilmax Club. СНГ

Будьте ближе – подписывайтесь на телеграм-канал Wilmax!



## Feast от FineDesignGroup: коллекция стекла в винтажном стиле

Для того чтобы привнести в интерьер элемент ретро, совсем не обязательно искать винтажные вещи на блошиных рынках. Дизайнеры умело интегрируют этот стиль в современных товарах для дома, и новая коллекция стаканов Feast – тому подтверждение.

Лаконичный и элегантный дизайн этой коллекции отсылает к эстетике 20-х годов прошлого века. Поверхность стекла мягко отливает на свету оттенками желтого, синего и фиолетового, а декоративное рифление добавляет изыска. В коллекции Feast представлены стаканы, рюмки, креманки и бокалы, а также графин для напитков. Все это можно объединять в любых комбинациях, – например, сделать ретроакцент в сервировке или собрать целый сервиз.

FineDesignGroup – один из крупнейших российских поставщиков стильных и качественных товаров для дома. В ассортименте компании – более 20 известных мировых брендов, а также собственные линейки текстиля, посуды, мебели, декора и кухонных принадлежностей.

Подробнее о FineDesignGroup можно узнать на [www.finedesigngroup.ru](http://www.finedesigngroup.ru)

## Дулевская новинка

В официальном интернет-магазине Дулевского фарфорового завода представлен новый чайный сервиз «Николаевский». Изделия декорированы вручную, в декоре использовано золото 24 карат. В составе сервиза – 21 предмет.

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



## С мерными ложками

Ассортимент посуды в сети магазинов **Cookhouse** пополнился емкостями для хранения продуктов от торговой марки Easy House. В наличии банки с круглыми бамбуковыми крышками, банки с круглыми металлическими крышками и квадратные банки с бамбуковыми крышками и маленькими мерными ложками в комплекте. Все изделия выполнены из прочного боросиликатного стекла. Крышки оснащены силиконовыми уплотнителями для 100%-ной герметичности. Банки предназначены для хранения круп, чая, кофе и орехов.

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



## Prestige Berossi в новом цвете

Компания Berossi представила набор кухонных принадлежностей Prestige Berossi в новом сером цвете. В набор входит сервировочная ложка, лопатка с прорезями и сервировочная вилка. Изделия изготовлены из жаропрочного пищевого пластика, отличаются легкостью, подходят для посуды с антипригарным покрытием и мультиварок.

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



## Новая коллекция бокалов от «Неман»

Стеклозавод «Неман» представил коллекцию бокалов **Arctic**. Бокалы выполнены из прозрачного стекла с неровной фактурой, напоминающей лед. В составе коллекции – наборы бокалов для разных видов напитков.

[www.neman.by](http://www.neman.by)



## Фарфор Horecs с ВАШИМ ЛОГОТИПОМ

Компания **Horecs** предложила услугу по нанесению логотипа на фарфоровую посуду по индивидуальному заказу. Преимущества логотипа – высокая точность цветопередачи, устойчивость изображений к негативным внешним воздействиям и химическим веществам. Прочное закрепление с глазурью достигается за счет спекания прозрачных гранул флюса, содержащихся в красителях, с поверхностью глазури. Эти микроскопические прозрачные гранулы перемешиваются с цветными гранулами минеральных красок, а затем, при воздействии высоких температур, все это спекается в единое целое с поверхностью изделия.

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



## Альтернативный «Смак»

Завод пластмассовых изделий «**Альтернатива**» представил новинку в линейке пищевых контейнеров. Емкость для СВЧ «Смак» выполнена в новом дизайне из высококачественного пищевого пластика. Крышка из эластичного материала плотно закрывается, дольше сохраняя продукты свежими. Объем изделий – 0,7 и 1 л.

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



**Wilmax**  
ENGLAND

**Color  
Boom**  
collection



Красивые сервировки, вкусные рецепты и новости из посудного мира

@wilmax\_cis  
Wilmax Club. CHГ

Подписывайтесь на телеграм-канал бренда!





## Кастрюли от Kukmara теперь с прокрашенным дном!

С конца 2022 года кастрюли Kukmara вместимостью 2; 3 и 4 л имеют окрашенное дно во всех коллекциях с антипригарным покрытием: «Традиция», «Мраморная», «Грация», Granit ultra, Elite Stone, Trendy style. Защищенное окрасочным материалом дно не потемнеет и не окислится, не повредит стеклокерамическую варочную поверхность. Изделия можно безопасно мыть в посудомоечной машине.

Переход с проточенного на окрашенное дно будет поэтапным, поэтому на складе предприятия, в интернет-магазине и в розничных торговых точках могут быть представлены кастрюли с разным исполнением дна: окрашенным и проточенным алюминиевым. Подлинность можно определить по наличию логотипа Kukmara на дне и на стеклянной крышке изделий.

[www.kukmara.com](http://www.kukmara.com)



## «Сково» повысила производственные показатели



Компания «Сково» приняла участие в национальном проекте «Производительность труда». В течение шести месяцев под руководством специалистов на заводе внедрили инструменты оптимизации производства. Благодаря предложенным решениям время изготовления партии из 12 сковородок сократилось на 75%, с 60 до 15 часов, незавершенное производство снизилось на 63%, в то время как выработка увеличилась на 35% – с 294 до 400 изделий на человека в час.

«Изменения затронули и другие сегменты. Теперь на нашем предприятии работают три информационных центра для визуализации и оперативного решения проблем, а производственный анализ полностью переведен в электронный вид и ведется на портале завода. Кроме того, мы внедрили систему предложений по улучшениям», – рассказал управляющий директор компании «Сково» Дмитрий Семченко.

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

## В 2022 году оборот Wildberries вырос на 98%

Wildberries представил итоги работы за 2022 год. Оборот от продаж товаров и услуг на Wildberries (GMV) увеличился на 98% до 1,669 трлн руб. В 2022 году покупатели приобрели через Wildberries 1,9 млрд товаров, что на 81% больше, чем в 2021 году. Из них 96% являются социально значимыми и товарами первой необходимости. Число заказов достигло 1,5 млрд (+88% год к году).

Самые высокие темпы роста продаж отмечены в категориях: «Сантехника» (+321% год к году); «Оборудование для умного дома и безопасности» (+231%); «Продукция для садоводства» (+224%); «Фото- и видеотехника» (+188%) и «Садовая техника» (+185%).

Среди товаров первой необходимости наиболее динамичными темпами росли продажи хозяйственных средств (+158%), продукции для здоровья (+124%) и продуктов питания (+119%).

Наибольшие объемы продаж отмечены в категориях fashion (одежда, обувь, аксессуары), FMCG (продукты, товары для новорожденных, хозяйственные средства и т.д.), продукции для благоустройства дома и дачи, детских товаров, бытовой техники и электроники.

В 2022 году компания продолжила развивать онлайн-платформу для малого бизнеса, сервисы для покупателей, инфраструктуру в регионах страны и создавать новые рабочие места в 7 странах присутствия.

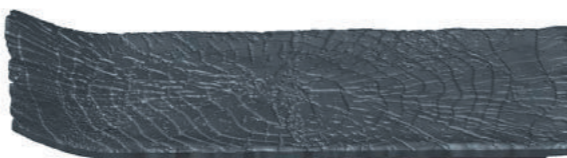
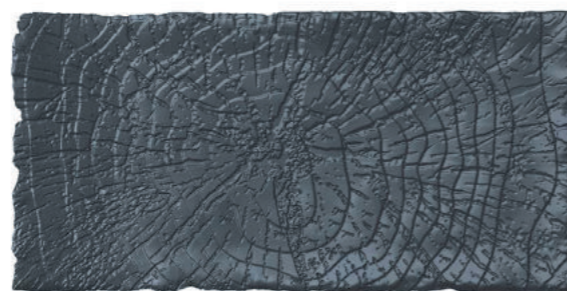
По материалам [www.new-retail.ru](http://www.new-retail.ru)

## Wildberries запретил нереальные скидки

Онлайн-магазин Wildberries внедрил новый алгоритм, который будет контролировать изменение скидок продавцами. Если раньше перечеркнутую (первоначальную) «стоимость» товара продавец указывал на свое усмотрение, то теперь она не может быть выше фактической цены товара, по которой он продавался в течение предыдущей календарной недели. При этом для покупателя информация о скидке указывается только в том случае, если она отличается от средней реальной цены минимум на 5%.

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

## Фарфор P.L. Proff Cuisine с фактурой дерева



Каталог столовой посуды компании RestInternational пополнился серией цветного фарфора Black Raw Wood от торговой марки P.L. Proff Cuisine. В ассортименте тарелки, сервировочные блюда, чайная посуда, салатники, тарелки для пасты и др.

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

## Новинки Императорского фарфорового завода

Императорский фарфоровый завод представил литературную серию кофейных пар с рисунками художника Сергея Соколова. Серия посвящена великим писателям и их значимым произведениям: А.С. Пушкину, Н.В. Гоголю, А.П. Чехову, Л.Н. Толстому и Ф.М. Достоевскому. На белоснежном костяном фарфоре изображены силуэтные профили писателей, их автографы и цитаты из произведений.

Еще одна новинка – коллекция посуды из костяного фарфора с рисунком «Улыбка флоры» от художника Светланы Козлобродовой. В коллекцию вошли: чайный и столовый сервизы, а также чайные пары. Чайный сервиз выполнен на форме «Весенняя» (20 предметов), столовый сервиз – на форме «Премииум» (24 предмета).

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



## Promsiz представил «Пальметту»

Компания Promsiz (г. Гусь-Хрустальный) представила коллекцию стеклянной посуды с узором «Пальметта». В ассортименте бокалы, стаканы, тарелки и заварочный чайник.

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



**SCOVO**

## Теперь всегда рядом!

Последние несколько лет электронная коммерция (ЭК) показывает стремительный рост. Маркетплейсы заявили о себе как о движущей силе отечественной e-commerce. Если в 2021 году доля рынка маркетплейсов была в границах 40% от рынка ЭК РФ, в 2022 году уже 48%, а к 2024 году аналитики прогнозируют долю в 54% от общего числа on-line торговли.

Мы не видим в этой тенденции ничего удивительного - ассортимент, удобство шопинга и гарантии безопасности площадок растут соответственно продажам. Сеть пунктов выдачи огромна и появляется почти в каждом дворе. Заботясь о потребителях, в прошлом году мы заключили прямые контракты с основными маркетплейсами Ozon, Яндекс Маркет и СберМегаМаркет.

Теперь можно приобрести оригинальную продукцию Scovo на любой удобной вам площадке! Также нам удалось прийти к соглашениям по производству продукции под собственной торговой маркой на некоторых электронных площадках.

Цена товаров на маркетплейсах часто ниже, чем в других онлайн-точках или офлайн-магазинах. Периодически мы проводим акции с большими, а главное честными скидками. Например, одна из последних размещена на Ozon-площадке.

**OZON**  
**ПУПЕР-РАСПРОДАЖА**  
ВЫГОДНЕЕ С OZON КАРТОЙ

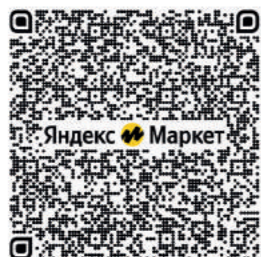
~~1590 Р~~  
**599 Р**

Сотейник 24 см  
и сковорода блинная  
22 см

**SCOVO**

ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 25.02.2023 ПО 04.03.2023. АКЦИОННАЯ ЦЕНА ДЕЙСТВИТЕЛЬНА В ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ВРЕМЕННОЙ ПРОМЕЖУТОК В ОДИН ИЗ ДНЕЙ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ. ТОЧНОЕ ВРЕМЯ ДЕЙСТВИЯ ЦЕНОвого ПРЕДЛОЖЕНИЯ УКАЗАНО НА САЙТЕ OZON.RU. ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, ПРАВИЛАХ ПРОВЕДЕНИЯ, СРОКАХ И МЕСТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ДОСТУПНА НА <https://skl.ru/2v10d>. OZON КАРТА ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ООО «ЕКОМ БАНК», УСЛОВИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ — НА [FINANCE.OZON.RU](https://finance.ozon.ru). ООО «ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ», 123142, Г. МОСКВА, ПРЕСНЕНСКАЯ НАБ., Д. 10, ЭТ. 41, ПОМ. 1, КОМН. 6; ОГРН 5027739244741.

Сканируйте QR-код, переходите на сайт маркетплейса и выбирайте изделия Scovo!



Искать товары Scovo

Следите за новинками Scovo на маркетплейсах, там они появляются первыми!



# Прозрачный выбор



Посуда из стекла – это красиво, удобно и практично!

Стекло – один из самых древних материалов, использовавшихся человеком для изготовления посуды.

Ученые расходятся во мнениях насчет того, где и при каких обстоятельствах оно появилось впервые, но точно ясно – человечество знакомо с этим материалом не менее 6000 лет. И за все это время стекло совсем не потеряло своей актуальности, а, напротив, – спрос на посуду из стекла постоянно растет.

Стекло отличается универсальностью и доступностью. Она облегчает жизнь хозяйке на кухне и радует своим эстетичным внешним видом, а экологичность и гигиеничность являются ее основными конкурентными преимуществами.

Кроме того, посуда из прозрачного стекла придает блюдам и напиткам аппетитный вид.

Стекло популярно не только в домашнем обиходе, но и в заведениях общественного питания. Фруктовые чаи, кофейные напитки, особенно латте, смотрятся более аппетитно в прозрачной кружке или стакане, чем в кружках из керамики или фарфора.

## ПРЕИМУЩЕСТВА ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА

Безупречный внешний вид, стекло не скрывает продукты, демонстрируя их цвет и свежесть.

Невысокая теплопроводность стекла позволит продуктам долго не остывать.

Посуда неприхотлива в уходе, легко моется и сушится. Даже при ежедневном использовании не теряет своего первоначального вида, не окрашивается, не впитывает запахи. Устойчива к воздействию кислот и чистящих средств.

Экологически чистый материал. При контакте с горячей едой и напитками не выделяет вредных токсических веществ.

Гигиеничность. Однородная непористая структура стекла обеспечивает абсолютную гигиену и гарантирует защиту от проникновения бактерий, даже при появлении сколов. Не входит в химическую реакцию с различными продуктами.



# Luminarc ARCOROC

Благодаря бескомпромиссным стандартам ООО «Опытный Стеклольный Завод» получило уважение и мировое признание: именно его международный концерн ARC, глобальный лидер в производстве посуды из стекла, выбрал для запуска производства всемирно известных брендов Luminarc и Arcoroc в России. Совместно с ведущими специалистами группы ARC, обладающими многолетним опытом и производственной экспертизой, на предприятии налажено производство изделий из выдувного стекла, бокалов на ножке, продукции из закаленного и окрашенного стекла.

Продукция брендов ОСЗ, Luminarc, Arcosoc прочно вошла в жизнь потребителей и обеспечивает их красивой и функциональной посудой для комфорта и удовольствия каждый день. На сегодняшний день в регулярном производстве завода находится более 500 видов изделий – от добротной пивной кружки до изящных винных бокалов. Широкий ассортимент продукции, предлагаемой под торговыми марками ОСЗ, а также Luminarc и Arcoroc, которые производятся на заводе по лицензии, успешно заполняет самые разные ниши, существующие на рынке.

Ассортимент категории питьевого стекла активно пополняется как лаконичной продукцией без декора, так и восхитительными моделями с металлизированным эффектом.

Сила закаленного стекла и абсолютная нежность объединились в коллекциях столовой посуды брендов Luminarc и ОСЗ. Нежное, воздушное впечатление от экстрапрочной посуды из прозрачного стекла – словно накрахмаленная пачка балерины, дарящая ощущение легкости и невесомости в интерьере! Столовая посуда из закаленного стекла словно женщина – при внешней изящности и изысканности скрывает в себе огромную силу и потенциал.

ОСЗ может похвастаться широким выбором кружек и чашек для любимых горячих напитков, а также тем, что практически каждая новая кружка становится бестселлером. Исключением не стала новая коллекция кружек «Аура» в трех дизайнах, которая всего за несколько месяцев уверенно приблизилась к лидерам категории.

Функциональная, надежная, красивая посуда одинаково хорошо зарекомендовала себя и в повседневном домашнем быту, и в сфере общественного питания с подачей высокой интенсивности.

[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)  
[www.arc-intl.com](http://www.arc-intl.com)



# Горница®

Сковороды-гриль ТМ «Горница» отличаются не только высокими антипригарными свойствами, но и многообразием видов и форм. По внешней декоративной составляющей в линейке посуды представлены основные четыре серии: «Классик», «Гранит», «Шоколад» и «Графит». Кроме того, данные сковороды различаются по типу ручек: со съёмной ручкой и несъёмной ручкой, а также по форме изделия: квадратные и круглые. Стоит отметить наличие на некоторых видах изделий литого дополнительного держателя для прихватки и наличие носиков для удобства сливания жидкости или масла.



Сковорода - гриль производства ООО «Горница» отлично зарекомендовала себя в приготовлении разнообразных блюд. Благодаря своей способности создавать из еды хрустящие и сочные шедевры с эффектами гриля и ресторанной подачи, этот вид посуды оказался незаменимым кулинарным инструментом в руках любой хозяйки.



НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
<b>HOUSEHOLD EXPO 2023</b> международная промышленная выставка непродовольственных товаров Москва, «Экспоцентр»	<b>21.03.23-23.03.23</b> ООО «МОККА Экспо Групп», ГК «Майер»	<b>ВЕСЕННИЙ ТОРЖОК. СЕВЕРОДВИНСК 2023</b> торговая ярмарка Северодвинск	<b>22.04.23-23.04.23</b> ООО «Поморская ярмарка»
<b>CHRISTMAS BOX. PODARKI 2023</b> международная специализированная выставка товаров подарочной индустрии Москва, «Экспоцентр»	<b>21.03.23-23.03.23</b> ООО «МОККА Экспо Групп», ГК «Майер»	<b>ВЕСЕННЕЕ НАСТРОЕНИЕ 2023</b> межрегиональная выставка-ярмарка Белгород	<b>26.04.23-29.04.23</b> Белгородская ТПП («Белэкспоцентр»)
<b>MOSHOME 2023</b> международная выставка товаров для дома, дизайна интерьера и декора Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	<b>28.03.23-31.03.23</b> ITE Group	<b>МОДНЫЙ БАЗАР. МАЙ 2023</b> всероссийская выставка Волгоград	<b>10.05.23-14.05.23</b> ООО «Выставочный комплекс «ВолгоградЭКСПО»
<b>MOSWEEKHOME 2023</b> выставка индустрии дизайна интерьера и благоустройства помещений Москва, ВДНХ	<b>04.04.23-08.04.23</b> АО «РуссВыставка»	<b>ДЛЯ ДОМА И ДАЧИ. СЕВЕРОДВИНСК 2023</b> торговая ярмарка Северодвинск	<b>10.05.23-14.05.23</b> ООО «Поморская ярмарка»
<b>МОДНЫЙ БАЗАР. АПРЕЛЬ 2023</b> всероссийская выставка Волгоград	<b>05.04.23-09.04.23</b> ООО «Выставочный комплекс «ВолгоградЭКСПО»	<b>CENTRAL ASIA HOUSEWARE 2023</b> международная выставка посуды, товаров для дома и сувениров Казахстан, Алматы	<b>14.05.23-17.05.23</b> Central Asia Trade Exhibitions
<b>ЖАР-ПТИЦА. ВЕСНА 2023</b> XX выставка-ярмарка народных художественных промыслов и ремесел России Москва	<b>12.04.23-16.04.23</b> Ассоциация «Народные художественные промыслы России»	<b>ТЫВА ЭКСПО 2023</b> межрегиональная универсальная выставка-ярмарка Кызыл	<b>19.05.23-21.05.23</b> ООО «Выставочная компания «Сибэкспосервис»
<b>ВЕСЕННИЙ ТОРЖОК. АРХАНГЕЛЬСК 2023</b> торговая ярмарка Архангельск	<b>18.04.23-21.04.23</b> ООО «Поморская ярмарка»	<b>ГОРОД МАСТЕРОВ 2023</b> межрегиональная выставка-ярмарка Белгород	<b>24.05.23-26.05.23</b> Белгородская ТПП («Белэкспоцентр»)
<b>РЕМЕСЛЕННАЯ ИЗБА. ВЕСНА 2023</b> всероссийская выставка-ярмарка изделий народных художественных промыслов и ремесел Волгоград	<b>18.04.23-22.04.23</b> ВВЦ «Регион»	<b>ЛЕТНИЙ ТОРЖОК. АРХАНГЕЛЬСК 2023</b> торговая ярмарка Архангельск	<b>06.06.23-01.06.23</b> ООО «Поморская ярмарка»



# HOUSEHOLD EXPO

## 12-14 СЕНТЯБРЯ 2023

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

**МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР**



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



# С упаковкой порядок!

Тема упаковки посудных изделий сохраняет свою актуальность, поэтому периодически мы возвращаемся к ее обсуждению. Сегодня многих волнует, каким будет упаковочный материал в будущем, смогут ли отечественные компании обеспечить им рынок и готовы ли производители посуды использовать упаковку российского производства.

## КАРТОН И ПЛАСТИК

Разумеется, в связи с уходом ряда зарубежных брендов, обеспечивавших упаковкой отечественные компании, вопросов возникает немало больше, чем перечислено выше. В данном материале мы постараемся показать точки соприкосновения двух рыночных сегментов: посудного и упаковочного. Это позволит сделать ряд выводов о будущем посудной упаковки (материалах, виде, востребованности, целесообразности), высказать очевидные моменты развития упаковочной индустрии с точки зрения применимости к посудному ассортименту.

Ценность упаковки подтверждена многолетней практикой. Конечный потребитель предпочитает профессиональную упаковку, а не обычную оберточную бумагу, которой довольно активно пользовались 20-30 лет назад (в некоторых местах пользуются до сих пор). При этом отпускная цена упакованного товара всегда выше, нежели неупакованного, особенно если упаковка относится к подарочной категории (среди такой упаковки встречается и весьма дорогостоящая). Подавляющая часть упаковок относится к экономклассу (доступна всем конечным потребителям) и выпускается из пластика, а также картона. Данные



материалы обеспечивают посудные изделия защитой от повреждений. На упаковке традиционно содержится краткое описание сохраняемой посуды, а также рекламная информация.

Преимущество пластика (фактически пленки) в ее износостойкости и более высоком уровне защиты от повреждений, особенно в условиях

влажной среды. При этом хрупкие товары из керамики и фарфора, а также объемные предметы: миски, кастрюли и пр. удобнее упаковывать в картон, поскольку это позволяет проложить посуду амортизирующим материалом (например, бумагой), сохраняющим хрупкие изделия от раскалывания в процессе транспортировки.

Итак, говоря сегодня об упаковке посуды, мы более чем в 90% случаев имеем в виду гофрированный картон и полимер (пластик). При этом пластиковые коробки, вакуумные обертки или блистеры из полимера используются чаще, поскольку их производство налажено в лучшей степени, чем картона, который до недавних пор активно заказывался за рубежом.

Однако для полимерной упаковочной продукции необходимы различные ингредиенты, некоторая часть из которых также привозилась из других стран. Сегодня зависимость от импорта нивелируется за счет отечественной химической промышленности. Есть все

основания предполагать, что уже в скором будущем мы будем пользоваться упаковкой только собственного производства.

Известные полимеры – полистирол и полиамид – могут использоваться в качестве упаковочного материала, но известный своими экологическими качествами полипропилен сегодня стараются использовать чаще. Этот пластик подходит для контакта с пищевыми продуктами, следовательно это и «посудный» материал.

Вообще многие опасения по поводу вредного воздействия пластика на человека не обоснованы. По крайней мере, по сравнению с производством бумажной промышленности, когда в атмосферу попадает куда больше вредных компонентов...

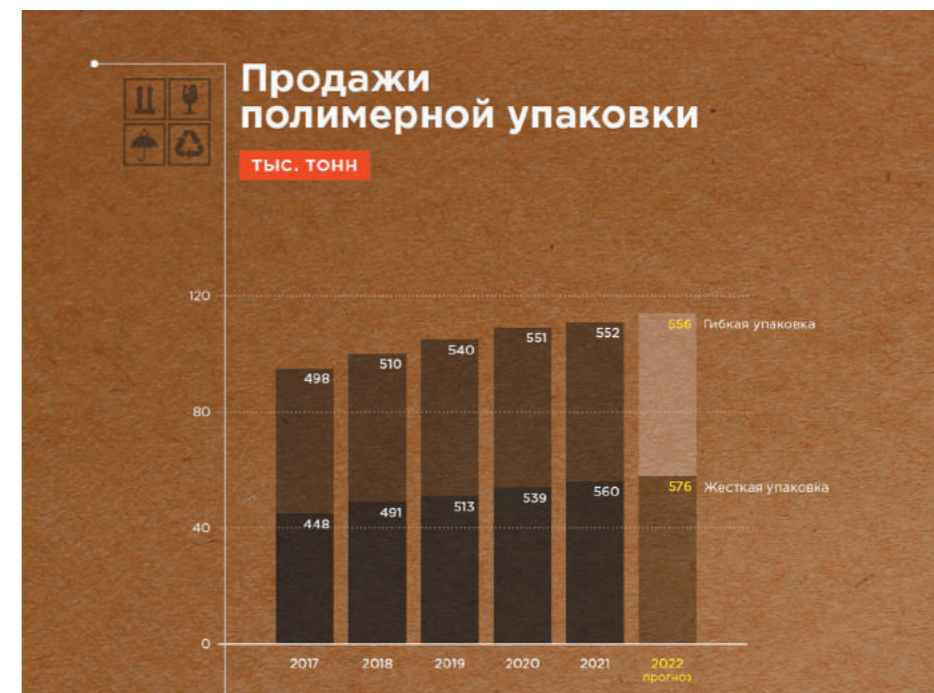
## ВИДЫ УПАКОВОК

Современная упаковка, в частности в посудном сегменте, является частью товара. Сегодня сложно представить себе сковороду, кастрюлю или столовую посуду от известного бренда без упаковки. Россыпь могут продаваться только недорогие изделия из керамики, фаянса, непокрытого алюминия. Однако, упаковка – упаковке рознь.

Так, полимерная упаковка делится на мягкую (гибкую) и жесткую. К мягкой относятся всевозможные пленки, к жесткой, соответственно, твердые формы из полимера, имеющие шов, который образуется в результате запайки упакованного товара. Также бывают вакуумные упаковки (из которых откачан воздух). Последние практически не применяются в посудной индустрии, это лишено смысла.

При этом составной частью упаковки является информационный бумажный листок (памятка для пользователя с информацией по использованию, уходу и хранению посуды), который подкладывается под прозрачный полимерный слой. Данная памятка обычно бывает цветной (яркой), вырезается под размер товара, содержит логотип бренда товара, информацию о производителе и поставщике, а также рекламу.

В ряде случаев информационный листок исполняется на плотной бумаге, часто ламинированной, и не дополняется полимерным «чехлом» (приклеивается на «липучку» непосредственно к посуде). Можно ли назвать такое оформление товара упаковкой – сказать сложно. Если такой бумагой покрыта значительная часть товара (условно более 75%),



то вполне возможно, а если незначительная (например, 20-25%), то навряд ли... При этом четких сведений по этому вопросу нет. В данном случае мы ориентируемся на субъективную визуальную оценку конечных потребителей.

Что касается пленки, в которую часто закладывают товар, то это условно упаковка, тем более, как правило, данная пленка относится к разряду термоусадочных и посуда в нее «запаяется». Внешне такую упаковку нельзя спутать с другой. Бывают, правда, отличия по толщине такой пленки и оттенку.

Прозрачная пленка или прозрачная жесткая форма удивительным образом дают представление о продукции. Конечный потребитель получает максимум информации об упакованном таким образом товаре, плюс к этому имеет возможность познакомиться с посудой на основе своих собственных тактильных ощущений. Поэтому в среднесрочной перспективе данный вид упаковки сохранит свои лидирующие позиции (и даже усилит их), особенно в низком и среднем ценовом сегментах.

Что касается дорогостоящей продукции премиального уровня, то здесь упаковка выполняет не только практическую, но и эстетическую роль. Яркая картонная коробка в данном случае – признак подарка и престижа. Не случайно такую коробку нередко демонстрируют совместно с самим товаром. Дизайнерское исполнение коробки для посуды – тема отдельного разговора. Сейчас можно кратко сказать, что такая коробка должна быть художественно оформлена и подчеркивать

своим видом фирменный стиль представляемого бренда.

На сегодняшний день дефицита в картонных коробках нет, однако в случае ухода с российского рынка каких-либо иностранных брендов сократится и количество элитных зарубежных упаковок. При этом производство отечественных картонных боксов, возможно, возрастет (либо увеличатся их поставки из Китая). Что касается особенной упаковки, в виде кейсов, обшитых тканью, и им подобных, выполненных к особым торжественным случаям, то такая упаковка также с успехом выпускается на российском рынке по предварительному заказу, однако ее доля в массовом выпуске стандартной упаковки сегодня не велика.



Подводя итог, можно сказать, что по всем посудным направлениям присутствие на рынке на сегодняшний день мягкой (пленочной) и жесткой полимерной упаковки можно назвать достаточным. Более того, при увеличении доли рынка за счет роста посудных товаров выпуск соответствующей упаковки может быть увеличен.

**В упаковке посуды используются те же материалы и технологии, что и в упаковке пищевых продуктов, а также бытовых товаров. Поэтому упаковка посуды – лишь некоторая часть упаковочной индустрии, которая испытывает на себе все преимущества и сложности огромного отраслевого направления. На сегодняшний день рынок полимеров (химических производств) и упаковочных технологий на 90% обеспечен собственными мощностями и находится в стадии развития (в значительной части за счет отечественных разработок и функционирующих производственных линий). В связи с этим можно сказать, что текущая санкционная политика практически не влияет на объем и ассортимент выпускаемой синтетической полимерной упаковочной продукции. Более того, за последние два года объем производства и реализации такой продукции вырос с 539 и 551 тыс. тонн по жесткой и мягкой упаковке до более чем 570 и 555 тыс. тонн соответственно. При этом заводы, занимающиеся выпуском полимерной продукции, стараются не повышать цены (в частности, группа СИБУР зафиксировала свои спотовые цены).**



# Тренды: инновации и мода

Очень часто мы говорим о трендах на рынке посуды как о современных дизайнерских направлениях, которые привлекают внимание конечных потребителей. Но так ли уж нужно продавцам ориентироваться на внезапно ставшие модными формы, цвета, принты и пр.?

## МОДНЫЕ ОБНОВЛЕНИЯ

Для начала следует понять, что российский рынок посуды – это колоссальная территория, охватывающая не один национально-культурный пласт, характеризующийся своими вкусовыми предпочтениями, существующими испокон веков. Поэтому любые дизайнерские нововведения накладываются на уже существующие эстетические установки, а также влияют в первую очередь на молодое поколение, которому интересны любые яркие и необычные проявления в быту и сфере потребления.



Большинство дизайнерских новинок, касающиеся наших домохозяйств, в частности интерьеров, приходят к нам извне. Европейские законодатели моды наделяют массой интересных, оригинальных внешних преимуществ практически все стороны нашей домашней жизни, причем это происходит на регулярной основе, то есть минимум ежегодно. Это так называемые сезонные смены оттенков, контрастов, а также форм. Однако это не означает, что каждый новый сезон нашим потребителям требуется обновлять кухонную или столовую посуду, ориентируясь на последние стилевые решения законодателей моды.



## ОТТЕНКИ

Выбирая предмет столовой посуды или кухонной утвари, покупатели, несомненно, обращают внимание на появление новых цветов, текстурных покрытий, фурнитурных решений и, конечно, обновленных форм. Доля стихийных покупок в последнее время увеличилась, но это не связано напрямую с появлением дизайнерских новинок. Стихийно приобретенный предмет может относиться к ранее популярным моделям, может вообще быть из области ретро или иметь оригинальный вид, не принадлежащий к какому-либо стилю.



Однако не учитывать имеющихся дизайнерских тенденций, особенно в сфере цветовых предпочтений, нельзя. Дело в том, что лидеры цветов имеют очень широкое воздействие на сферу потребления в целом и касаются практически всех сторон жизни. И несмотря на то, что это кратковременные веяния, они не проходят бесследно. Мало того, ряд оттеночных предпочтений сохраняется годами, превращаясь в некоторую классическую базовую палитру.



Сегодня представителям посудного рынка следует улавливать дизайнерские решения, носящие наиболее долговременный характер. Поскольку многие приобретаемые предметы посуды радуют своих владельцев долгие годы.

Именно с этой позиции перечислим несколько привлекательных направлений, сравнительно недавно отмеченных на международных выставках и способных сохранить свою актуальность как минимум до конца текущего года.



В первую очередь это оттенки. Одним из лидеров оттеночных решений стал натуральный металлический колор – это цвет полированной и матированной нержавеющей стали. Во многом его появление связано с распространением кухонной посуды из нержавеющей стали как наиболее практичной и всегда сохраняющей свой первоначальный вид.

Сегодня покрытия с серым металлическим колором уверенно входят



в наш быт, и в частности в посудный сегмент. При этом в сегменте столовых приборов сохраняется популярность медных оттенков, которая вызвала бурю эмоций еще 5-7 лет назад.



В числе неметаллических оттенков на первом плане стоят: темно-зеленый, темно-синий и темно-красный оттенки. Они хорошо смотрятся на керамической и эмалированной посуде, а также на сковородах с внешней стороны.

Что касается фарфора, то здесь в моду входят «мраморные» мотивы,



в том числе в сочетании с плавными линиями форм, символизирующими гармоничное движение широких бризовых волн. Это отчасти морская тема, но в сочетании с более холодными и «прозрачными» цветами.

Одновременно со сдержанными тонами в стекле и фарфоре, а также популярной стеклокерамике свою актуальность сохраняют персиковые и апельсиновые краски. Эти теплые сочные контрастные тона помогают выделить некоторые виды посуды на общем фоне «пастельной прохлады», акцентируя внимание потребителей на возникающих контрастах.

При этом не едкие природные тона явно преобладают над сочными в общем объеме сервировочных решений, но не перевешивают в силу своей спокойной умиротворенности.

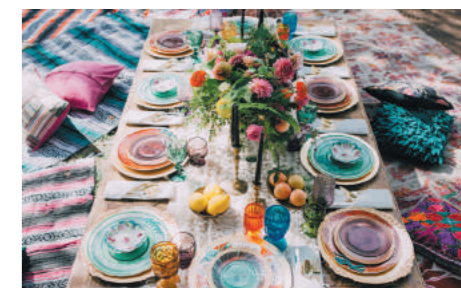
## СТИЛЬ ФОРМЫ

Гармоничное сочетание полностью соответствует набирающей популярность концепции mix & match, для которой характерно совмещение в едином пространстве таких стилей, как ар-деко и кантри. Казалось бы, совершенно полярные стили – претенциозный и спокойный простой (как его часто называют, деревенский) – мирно сожительствоуют на одном столе, не нарушая общего покоя и уюта имеющегося интерьера.

Еще одной интересной парой можно считать смешение японского и скандинавского стилей, полу-



чившее соответствующее название Japandi. Это еще один небезынтересный союз противоположностей, который подчеркивает важную особенность человека – мудрого восприятия разноплановых культурных подходов и единения диаметральных взглядов на обычные предметы нашего быта.



В связи с этим нельзя не отметить и так называемое футуристическое ретро – еще один пример слияния остатков вековой помпезности с жизнеутверждающим хай-теком, где непременно присутствует след натуральных материалов, дополняемый зрительными сигналами высоких (цифровых) технологий.

Конечно, все миксовые модели не сохраняются в изначальном виде, как популярные и привлекающие внимание покупателей, но подходы диаметральных сочетаний сохраняются надолго. При этом доля того или иного стиливого решения еще долго будет базироваться на трех вышеперечисленных «стилевых партнерствах».





Отдельно нужно сказать о ручном исполнении, называемом hand made. Роль изделий не фабричного изготовления несколько увеличилась в последние годы. Связано это с неустойчивостью современного общественно-политического устройства, спасением от которого становятся простые, но при этом уникальные предметы. От них веет духом прежней славы, а главное – антинервной жизни, когда конвейер еще не захватывал производственные мощности и не подчинял себе массы человеческих душ. Предметы hand made остаются в зоне привлекательности широкого круга конечных потребителей, дополняя зону их покупательских интересов.

При этом ручная работа удачно вливается в так называемый стиль бохо,



которому свойственны яркие краски, мягкие контуры, пестрые оттенки, которые в изобилии заполняют внутреннее пространство, но не выглядят неопрятно и безвкусно. Бохо – это пряничный домик изнутри, сладкая сторона нашей жизни, необходимая в качестве убежища от серых буден и стальных железных граней действительности. Несмотря на смену жестких реалий, между ними всегда будет появляться это «кремовое пирожное» как награда за напряженное устремление к высокой цели.

В связи с этим представителям рынка следует не забывать о включении в свой ассортимент посуды из цветного стекла, в частности цветного непрозрачного питьевого стекла с мягкими гранями, различных тарелок и подносов из керамики с орнаментом, а также фарфора с витиеватыми узорами. В данном случае посуда должна иметь тактильные преимущества.

#### К ЧЕМУ СТРЕМИТЬСЯ

Можно еще много рассказывать о возможностях дизайна, но объективно современному покупателю сегодня нужна посуда, либо отражающая яркую действительность с ее жестким разделением на «черное» и «белое», либо укрывающая от этой действительности, дарящая моменты покоя и внутреннего равновесия, уносящая в мир бабушкиных сказок и спасающая от бесконечного перенапряжения.

Именно на стыке таких направлений появляются современные оттенки и потребность в них, а также новые формы и стремление к миксам.

Представителям рынка следует учитывать внешние преобразования и потребности широких слоев населения в эпоху этих преобразований, сохраняя национальные потребности и преимущества, но не отвергая иные подходы как европейского, так и азиатского характера.

В связи с этим можно будет заполнять свою ассортиментную матрицу изделиями перспективных оттенков, которые мы перечислили выше, и стиливыми подходами, гармонично сочетающимися в себе изначально противоположные по формам и оттенкам решения.



# Wilmax

ENGLAND

## Crystalline

collection



wilmax.ru





**Wilmax**  
ENGLAND

**Thermo**  
Glass  
collection



# Тренды: керамика, сталь, силикон

Какая посуда будет привлекать покупателей в наступившем году? Постараемся прояснить ситуацию и поговорим о трендах и покупательских предпочтениях в 2023 году. В этот раз уделим внимание посудным изделиям из керамики, нержавеющей стали и силикона. Будем надеяться, что преуспевающих участников рынка станет больше.

Посудный рынок впитал в себя элементы многих рыночных сегментов, но в своем развитии демонстрирует собственную модель взаимоотношений между продавцом и покупателем. Однако это не мешает строить прогнозы в отношении популярных потребительских предпочтений и определять посудные тренды на основе общих доминирующих направлений развития рынка потребительских товаров. Наиболее активно развивающиеся сегодня посудные сектора – это изделия из керамики, нержавеющей стали, а также предметы из силикона.

## КЕРАМИКА

Керамическая посуда (включая сервировочную продукцию и продукцию для приготовления, а также хранения продуктов) продолжает оставаться достаточно востребованным товаром. Производители готовы предложить новые формы и декоры своим изделиям, причем по вполне доступным ценам. В частности, речь идет о предложении российских производителей, успешно работающих с красной глиной (майолика). Аутентичные мотивы, соединенные с актуальными дизайнерскими направлениями, позволяют предлагать довольно привлекательные изделия для приготовления разнообразных блюд в духовом шкафу и их последующей выкладки на стол.

Одновременно с этим на рынке присутствует немало керамической посуды от зарубежных



производителей. Многочисленные китайские фабрики предлагают разнообразную продукцию в экономсегменте. Изделия европейских брендов выставляются в более высоком ценовом диапазоне.

Керамические формы для кухни в основном представляют собой емкости для запекания, то есть для приготовления пищи в духовом шкафу. Это наиболее простой и полезный способ приготовления, практически исключающий использование жиров как растительного, так и животного происхождения. При этом керамика не способствует пригоранию.

Мода на здоровое питание стимулирует покупателей приобретать именно безопасную посуду, и керамика с этой точки зрения – оптимальный вариант.

С эстетической точки зрения потребность в толстостенных столовых изделиях объясняется желанием создать в своем доме особую атмосферу с источником комфорта и уюта. В секторе HoReCa керамика также очень востребована в последнее время (пожалуй, как в прошлые годы – столовый фаянс). Сегодня посетителям кафе и ресторанов приятно пользоваться посудой, символизирующей свою историю и подчеркивающей традицию предков.

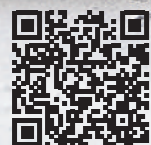
Учитывая множество блюд, готовящихся в профессиональных духовых шкафах ресторанов, керамическая посуда в качестве кухонной востребована и здесь.

Если говорить о цветовой гамме, то сегодня на первое место по популярности выходят естественные



С февраля 2022 года поставки сырья (глины) для производства керамической посуды (равно как и изделий из керамики в целом) в Россию существенно сократились. Россия перестала получать около 90% всех потребляемых каолиновых глин. Однако объемы добычи такого сырья, но уже отечественного, возросли к середине прошлого года и продолжают наращиваться, хотя это требует дополнительных капитальных вложений.

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



Для ознакомления с полным ассортиментом коллекции **Thermo Glass** сканируйте QR-code!



природные оттенки, в частности песочный, болотный, насыщенный зеленый, серый, графитный.

Серый металлический тон («металл») в последнее время выходит чуть ли не на первый план. Поэтому производители керамики стараются находить возможности для создания финишных покрытий таких популярных оттенков.

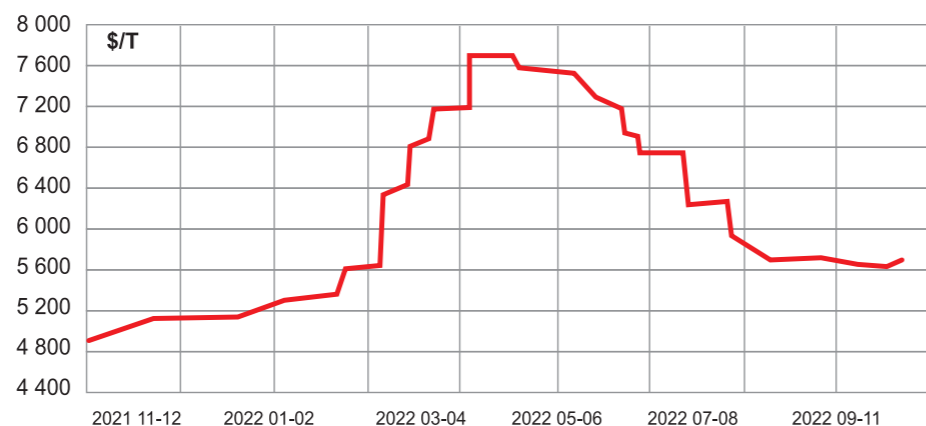
Рисунок, несомненно, также имеет значение, но анализ объемов продаж за последнее время показывает, что посуды без рисунка или с небольшим (незначительным) рисунком продается больше, чем расписной. То есть цвет самой посуды для конечного потребителя имеет более важное значение, нежели обильная подглазурная или надглазурная роспись. Впрочем, причина таких предпочтений, вполне возможно, кроется в более высокой цене на богато расписанную глиняную посуду.

При этом, если говорить о кружках из керамики, здесь представлено



**Резкий скачок цен на нержавеющую сталь на мировом рынке произошел в 2022 году. С марта по август цена держалась на высоком уровне. Причина – резко подорожавший никель, основная легирующая добавка. В настоящее время (после стабилизации цен на никель) цена на нержавеющую сталь снизилась. Потенциальный спрос на «нержавейку» в 2023 году, по мнению аналитиков, будет держаться в пределах 3-4%. Наиболее востребованной по-прежнему остается марка AISI 304 (по российской классификации 08Х18Н10).**

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



очень много самых разнообразных расцветок, включая разнообразные узоры (геометрические, футуристические, оптические), которые радуют покупателей.

Особую популярность набирают рельефные тарелки, порой причудливых форм, а также рисунки цветов и птиц. Конечно, больше таких предметов в сегменте фарфоровой посуды, но и керамика нередко отражает такие веяния моды. В частности, вошедший в моду в прошлом году оранжевый цвет надолго стал одним из ведущих оттенков в керамической посуде.

#### НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ

Посуда из нержавеющей стали стала активно проникать на потре-

бительский рынок, за исключением столовых приборов, которые уже давно радуют большую часть нашего населения. Преимущества «нержавейки» в ее удобстве использования для успешного приготовления множества популярных блюд, высокой износостойкости и очень длительном сроке эксплуатации без потери первоначального вида.

Несмотря на то что хранить готовые блюда и напитки длительное время в посуде из нержавеющей стали не рекомендуется (длительный контакт «нержавейки» с пищевыми солями и кислотами вызывает химическую реакцию, в результате которой в пищу могут выделяться неблагоприятные для здоровья компоненты), готовить в ней безопасно



и очень удобно. Посуда из «нержавейки» не требует практически никакого ухода.

Посудные предметы из нержавеющей стали не впитывают запах и цвет, они слабо реагируют с пищевыми кислотами, их можно мыть абразивными средствами, а кроме того, они подходят для всех видов кухонных плит.

Единственный минус этих изделий – цена. На общем фоне розничная стоимость кухонной посуды из нержавеющей стали выше, чем посуды из ряда других материалов. Исключение составляют дешевые предметы от неизвестного или малоизвестного производителя, который существенно экономит на качестве. Такая посуда, как правило, отличается некачественным капсульным дном (недостаточная толщина алюминиевой вставки, пустоты и пр.) и ненадежным креплением ручек как с помощью заклепок (при плохом исполнении посуда со временем пропускает жидкость), так и методом точечной сварки (халтурное исполнение сварочной работы приводит к тому, что ручки отваливаются, не выдерживая нагрузки).

Сегодня посуду из нержавеющей стали активно предлагают многие отечественные производители, расширяя ассортимент своей кухонной утвари. При этом ценовая категория данных товаров ниже, чем на подобные изделия от европейских брендов. Вне сомнений, данные изделия будут весьма востребованными в ближайшем будущем. Вполне возможно, что это приведет даже к некоторому снижению спроса на антипригарную посуду, где главное место сейчас занимают сковороды.

Цветовое оформление стальной посуды практически отсутствует, оно – естественное. Это может быть полированная или матированная сталь. И покупателя сегодня привлекает такой оттенок. Не случайно производители посуды из других материалов заказывают покрытия (или эмали) «под металл».



#### ПОСУДА И АКСЕССУАРЫ ИЗ СИЛИКОНА

Силикон – идеальный материал для ряда кухонных аксессуаров. В первую очередь силикон применяется для изготовления форм, предназначенных для запекания. Посуда из силикона легко моется, обладает стопроцентным антипригарным эффектом (пища не пригорает), удобно складывается при хранении, после деформации моментально восстанавливает первоначальную форму.

При этом срок службы силикона исчисляется долгими годами, при условии что данный материал выполнен в соответствии со всеми требованиями. В противном случае уже спустя некоторое время применения силикон начинает разрушаться: меняет цвет, коробится, крошится (начинается деструктуризация материала). Использовать разрушающийся силикон не рекомендуется, это может нанести вред здоровью, в том числе спустя некоторое время (то есть по мере накопления канцерогена в организме).

Помимо форм для запекания, силикон широко используется в качестве оплеток, держалок, подставок под горячее, антискользящих ковриков и пр. Сегодня большинство кухонных посудных аксессуаров содержат в себе силиконовые вставки, разных цветов, что существенно разнообразит интерьер каждой кухонной зоны.

Отдельно стоит сказать о детской посуде из силикона. Сегодня эти изделия из-за их травмобезопасности, экологичности и крайне

привлекательного дизайна весьма популярны, и в дальнейшем спрос на них будет только увеличиваться.

В скором будущем изделий с «участием» силикона будет еще больше, спрос на такие посудные изделия растет. Гигиенические и термоизолирующие качества этого материала просто великолепны! При этом есть все основания предполагать, что возрастет доля отечественной продукции из силикона, поскольку при высоком потребительском спросе доля предметов от европейских производителей снизилась, а цены заметно повысились.

Что касается популярных расцветок, то здесь цветовая гамма может выходить за рамки общепринятых оттеночных направлений. Сохраняют популярность яркий красный, желтый, зеленый. Кроме того, недавно популярность получил лазурный оттенок. В общем интерьере разноцветные вкрапления из силиконовых изделий насыщают пространство кухонной зоны яркими веселыми оттенками, поднимают настроение каждой хозяйке.



# Индукция на кухне: ловушка или обоснованный выбор?

Рынок современных кухонных товаров невозможен без посуды, предназначенной для плит с функцией индукции. Обладатели последних могут пользоваться наплитной посудой, обладающей ферромагнитными свойствами (содержат в себе ферромагнетики, в частности: железо, кобальт, никель) и пропускающей электромагнитные волны. Насколько это удобно и каковы перспективы такой посуды на рынке в ближайшее время?



## ЕСТЬ ОГРАНИЧЕНИЯ!

Безусловно, посуда для индукционных варочных поверхностей обладает рядом преимуществ, среди которых на первом месте экономия электроэнергии. Однако и ограничений тоже хватает.

Далеко не все блюда удобно готовить в металлической «индукционной» посуде, включая эмалированную и чугунную. Поэтому для использования на индукционных ва-

рочных поверхностях в дно традиционной посуды ряд производителей включает диск из соответствующего ферромагнитного материала. Так поступают, в частности, с алюминиевой посудой.

При этом нержавеющая посуда с капсульным дном, в котором находится алюминиевый диск, лучше и быстрее распределяет тепло по всей поверхности, однако без стального диска на индукции пользоваться ею нельзя.



Универсальная посуда, предназначенная для всех видов плит, включая индукционные, обойдется покупателю дороже.

## ПРОДВИЖЕНИЕ И СПРОС

Появление нового подхода к нагреву связано с развитием инновационных технологий. Определенные достоинства, в числе которых локальный нагрев соприкасающихся поверхностей (безопасность) и снижение энергозатрат (экономия), стали мотивом для внедрения новинок. Сегодня уже значительная доля покупателей останавливает внимание на индукционных моделях, что ведет к росту продаж востребованной посуды для таких плит.

Однако эксперты не уверены, что в дальнейшем спрос в данном сегменте увеличится. Постепенно покупатели понимают, что наряду с достоинствами «индукционной» кухни здесь имеется и целый набор факторов, препятствующих привычному приготовлению даже элементарного обеда.

Начнем с того, что электромагнитное излучение, позволяющее ра-



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ	СТЕКЛОКЕРАМИКА	ИНДУКЦИОННЫЙ НАГРЕВ	ЧУГУННЫЕ КОНФОРКИ
КПД	74,5%	94%	62,2%
Время нагрева 1 литра воды на разных конфорках	9 мин	7 мин 30 сек	10 мин 30 сек
Расход электроэнергии на нагрев 1 литра воды до кипения	0,15 кВт/ч	0,12 кВт/ч	0,18 кВт/ч
Расход электроэнергии в сутки	12,47 кВт	8,7 кВт	17,4 кВт
Экономия в год при стоимости 1 кВт/ч 4,55 руб.	8 421,48 руб.	14 861,36 руб.	—

зогреть поверхность магнитящегося металла, не лучшим образом сказывается на работающих рядом электроприборах. О влиянии на стоящего рядом человека мнения звучат различные... Далее. При работе индукционной духовки (в меньшей степени варочной поверхности) поблизости размещенные металлические предметы, в первую очередь посуда, могут также нагреваться. Следовательно, в зоне плиты лучше не оставлять утварь, восприимчивую к намагничиванию.

Еще одним ограничением является поверхность дна посуды. Дно должно быть абсолютно ровным и полностью соприкасаться с поверхностью плиты, иначе не соприкасающиеся зоны не будут нагреваться, в результате посуда будет получать неравномерный нагрев, что приведет к подгоранию пищи.

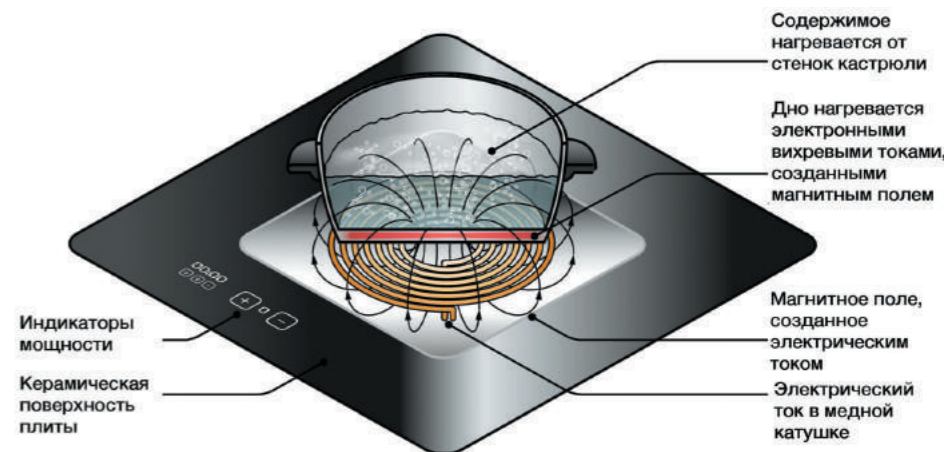
Посуда диаметром меньше 12 см также не приспособлена к индукционным конфоркам.

Развенчан миф о том, что конфорка не нагревается. Да, сама по себе без контакта с ферромагнетиком конфорка даже при включении остается холодной. Но после того, как на нее устанавливается посуда, она разогревается от последней, как любой физический материал. И остывает медленно, как стандартная стеклокерамическая панель.

Цена на индукционную плиту (панель и духовку) выше, чем на обычную электрическую стеклокерамическую; такая же ситуация с ценой на посуду для индукционных плит.

Определенным альтернативным вариантом для покупателей является приобретение независимой варочной панели с индукционными и обычными электрическими конфорками.

Что касается духового шкафа, то здесь ситуация еще более сложная. Традиционно в духовках используется керамическая, стеклянная, алю-



миниевая посуда, а также с недавних времен формы из силикона. Все эти материалы не приспособлены для индукционного воздействия.

В связи с имеющимися ограничениями эксплуатации привычной посуды производители предлагают приобрести металлические подставки-адаптеры под конфорки для применения «не индукционной» посуды.

Одной подставкой для индукционного духового шкафа явно не обойдешься. Поэтому многие покупатели предпочитают классический электрический духовой шкаф.

В связи с вышеперечисленным можно объяснить замедленный прирост спроса на индукционные модели плит, о котором говорят продавцы в известных магазинах электроники. Впрочем, данное явление может быть временным и связано с общим повышением цен на электробытовые товары.

Но, так или иначе, есть основания предполагать, что спрос на «индукционную» посуду тоже может уменьшиться. Хотя в крупных городах он пока сохраняется на том же уровне. Видимо, покупателей подкупает экономия средств на электроэнергию, которая за несколько лет нивелирует расходы на приобретение. По свидетельству пользователей, уже через

1-1,5 года использования индукционной панели экономичная электроэнергия в денежном выражении составила разницу между стоимостью обычной электрической стеклокерамической плиты и индукционной. Правда, в расчет не берутся иные эксплуатационные расходы.

К этому стоит добавить, что при наличии газа (а такого жилья пока еще очень-очень много) вопрос об индукционной посуде вообще не стоит.

## В ИТОГЕ

Сегодня продавцам посуды следует более подробно раскрывать перед покупателями особенности приготовления пищи на электрических и индукционных плитах, а также в таких духовых шкафах. А вместе с этим помогать с выбором соответствующей кухонной посуды. Покупатель должен понимать, что, приобретая качественную дорогостоящую посуду, будет использовать ее не один год. В данном случае лучше остановить выбор на универсальной посуде, которая подходит для всех типов плит. Особенно актуально это для семей с небольшим достатком, так как индукция уменьшает количество используемой электроэнергии.

После приобретения индукционной варочной поверхности закономерно встает вопрос о приобретении современной посуды. Дело не только в том, что используемые ранее эмалированные виды металлической посуды не подходят для новой панели. Но и дизайн родительских кастрюль, мягко говоря, отстает, а точнее не соответствует... современному дизайну удобных стеклокерамических панелей. И, как показывает практика, эмалированную посуду, даже пригодную, меняют. Здесь раздолье для производителей посуды, так как для них как раз потребитель, который часто обновляет свой кухонный арсенал, самый выгодный и любимый. А покупателю приходится раскошеливаться на новую продукцию, в статью расходов нужно включать и эти траты.

Если посуда все же очень любима, но без магнитного диска, то можно приобрести диск-адаптер, который позволит использовать традиционную посуду или посуду диаметром менее 12 см. Кстати, при его применении расход электроэнергии увеличивается, потому что в данном случае пользователь умышленно превращает индукционную плиту в обычную, электрическую...

Дополнительно владельцам индукционных плит нужно позаботиться, чтобы на расстоянии 40-50 см от включенной панели не было работающих электроприборов, так как это может привести к порче последних.



# Французский пресс. История. Детали. Рейтинг

Френч-пресс (french press – французский пресс) – это особое устройство для заваривания кофе или чая, которое в последние годы приобрело массовую популярность во всем мире. Конструкция простая и функциональная, пользоваться легко и удобно.

## ИСТОРИЯ

Первые французские прессы появились еще в 1800-х годах во Франции, хотя до современных моделей им было далеко. Авторство современного варианта приписывают Майеру и Дельфоржу, которые представили свое устройство на выставке в Париже в 1852 году. Чайничек выглядел как простая емкость, где располагалось плоское сито. Оно отфильтровывало неприятные частицы гуаши от модного напитка. В начале XX века конструкция была заметно усовершенствована в Италии, где и был в 1933 году зарегистрирован первый патент на френч-пресс. В течение нескольких последующих лет в патент на френч-пресс вносились изменения,

были доработки. К середине 50-х этот гаджет приобрел современный вид. Дошедший до нашего времени вариант емкости с плунжером придумал дизайнер итальяно-швейцарского происхождения Фалиеро Бонданини в 1958 году.

Как пишут, девайс стал очень популярным в середине прошлого года и его стали называть по имени компании-производителя **CHAMBORD**. В 1991 году **THE MARTIN S.A. COMPANY**, производящую **CHAMBORD**, купила датская компания **BODUM**. Одно время этот гаджет носил нарицательное имя по названию компании.

На постсоветском пространстве френч-прессы завоевали массовую популярность в 2000-х годах, когда они стали встречаться буквально в каждом

магазине чая и кофе, а также в отделах посуды. Но первое время их использовали исключительно для приготовления чая, а кофе готовили другими способами. И, пожалуй, только в последнее десятилетие френч-прессы используют и для кофе.

## ДЕТАЛИ И МАТЕРИАЛ

Френч-пресс предназначен для быстрого заваривания чая или кофе.

Для приготовления чая френч-пресс применяли значительно раньше, чем для кофе. Заваривали ароматный чайный лист без опасения, что чайинки попадут в чашку. Готовить кофе в этом девайсе стали позже. Кофеманы утверждают, что кофе, приготовленный во френч-прессе, значительно отличается от того, который готовится в турке.

Френч-пресс обязательно должен состоять из следующих деталей:

- стеклянного термостойкого корпуса, который напоминает колбу для химических экспериментов;
- ручки с поршнем и крепежом колбы (бывает из металла, пластика и других материалов);
- плунжера (пресса для отжима, который двигается вверх/вниз);
- сетчатого фильтра;
- крышки.

Некоторые изготовители экспериментируют с материалами колбы френч-пресса. Помимо стекла, они используют металлические сплавы, дорогую керамику. Чтобы выделить изделие среди прочих, керамику зачастую дополняют изысканной росписью.

По мнению кофеманов, самый вкусный и ароматный напиток получается в колбах френч-пресса из керамики. Однако приверженцы классики отдают предпочтение термостойкому стеклу. Оно никак не влияет на вкусовые качества и позволяет всецело насладиться процессом приготовления кофе/чая.

Отметим, что стеклянные колбы френч-прессов имеют двойные

стенки, поэтому в них хорошо экстрагируется кофе и сохраняется тепло напитка.

Металлические колбы френч-пресса долго служат. Стекло может треснуть или разбиться, а вот металлу никакие случайности и неловкости не страшны. Однако в магазинах посуды встречаются они крайне редко, поскольку не обладают тем самым характерным внешним видом и не дают насладиться процессом заваривания.

Очень часто стеклянные колбы обрамляют подставкой из металла или пластмассы. Металлические изделия выглядят достойно, имеют различные формы, узоры, оттенки. Классические френч-прессы выполнены из холодной сияющей стали. Более современные экземпляры выделяются блеском черного оникса или платиновым оттенком.

Объем стандартного кухонного гаджета составляет около 600 мл. Есть и большие френч-прессы объемами до 1000 мл, и совсем небольшие, на одну чашку, до 350 мл.

## МАРКИ

Как мы ранее писали, френч-пресс пользуется огромной популярностью и в России, и за рубежом. Назовем наиболее популярные марки френч-прессов, которые поступают на российский рынок.

**WALMER**

**WALMER** – английский бренд посуды, прославившийся по всему миру. Его история берет начало еще в 80-х годах XIX века. На российском рынке продукция была представлена в 2015 году, она сразу отличилась стилем, высоким качеством.

**Röndell**  
Professionals' Recommendation

**RÖNDELL** – бренд из Германии, который был основан в 1988 году. Через год уже была выпущена линейка посуды для профессиональных поваров. С 2006 года ассортимент расширился принадлежностями для домашнего использования, и в этом же году товары стали поступать на российский рынок. Коллекции посуды бренда **RÖNDELL** получили престижные награды в рамках ежегодного международного конкурса промышленного дизайна «Kitchen Innovation of the Year» в 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 и 2021 годах.

**BergHOFF**

**BergHOFF** – бельгийский бренд, основанный в 1994 году Рафом Вантуром (Raf Vanthoor). Изначально среди выпускаемых товаров был представлен только 3 наборами кастрюль, 2 наборами столовых приборов и 1 набором кухонных ножей. После участия на выставке в Москве этот набор получил успех, и деятельность стремительно расширилась. Теперь бренд представляет на мировом рынке инновационные продукты, вдохновляющие инструменты.

**V-TAC**

**TAC INTERNATIONAL, CO., LTD.** – китайская компания, занимающаяся продажей бытовых принадлежностей разного профиля. Это посуда, разные принадлежности, инструменты, приборы для выполнения бытовых задач. Не так давно на российский рынок поступила посуда с таким именем и низкими ценами.

**Mallony**

**MALLONY** – торговая марка из Китая, зарегистрированная в 2004 году. В ассортименте с таким именем можно видеть качественные модели из алюминия, чугуна, устойчивого стекла, силикона, керамики, нержавеющей стали. Недорогие столовые принадлежности, приборы обладают долгим сроком службы.

**vetta**

**VETTA** – торговая марка, которая была создана в начале 1990-х. Сегодня это один из лидеров отечественной оптовой торговли. Под именем **VETTA** на рынок поступают разные хозяйственные товары, посуда, текстиль для дома и многое другое.

**APOLLO**

**APOLLO** – английская торговая марка, зарегистрированная в 2000 году. Она выпускает кухонную утварь, технику, приборы, товары для дома с отличной функциональностью и безупречным качеством.

**MAYER & BOCH**  
GERMAN QUALITY

**MAYER & BOCH** – немецкая торговая марка, производственные мощности которой находятся в Китае. Продукция насчитывает более 7000 наименований, все они поставляются на российский рынок уже больше 20 лет.

В большей мере это экологически чистые керамические изделия, а также посуда из нержавеющей стали.

**BOHMANN**

**BOHMANN** – марка посуды из нержавеющей стали, выпускаемая Турцией и Китаем. Выпускаются уникальные линейки посуды и товаров для дома. Основная идеология – повышение качества, здоровый образ жизни. На российский рынок компания пришла более 7 лет назад. На рынке особенно ценится стильная продукция из нержавеющей стали.

**VITESSE**

**VITESSE**. Торговая марка была основана в 2003 году, правообладатель торговой марки – компания **FRANKLIN INDUSTRIES LIMITED** (Китай, Гонконг). Позже права были переданы компании **VITESSE FRANCE S.A.R.L.** Продукция торговой марки **VITESSE** относится к низкой ценовой категории и рассчитана на широкую покупательскую аудиторию. Основной рынок сбыта – Россия и страны СНГ.

**OFFICINA ALESSI**

**ALESSI** – итальянская компания, основанная в 1921 году. Она специализируется на товарах для дома и малой бытовой технике.

**REGENT**  
Stilь Италия на вашей кухне

**REGENT** – бренд посуды и столовых приборов известен с 1994 года. Продукция представлена огромным ассортиментным рядом, который отличается оригинальным стилем, декором и исполнением. В ассортименте есть как товары для повседневного использования, так и необычные изделия для праздничной сервировки.

**PINTINOX**  
MADE IN ITALY

**PINTINOX**. Итальянская компания, которая начала работать в 1929 году и имела уверенный спрос и на российский рынок.

**POMI D'ORO**

**POMI D'ORO**. Компания появилась на рынке посуды и товаров для дома достаточно недавно и сразу



завоевала признание во всем мире своим качеством и разнообразием ассортимента, в том числе и френч-прессами.



**BIALETTI** – итальянская компания, выпускающая посуду, кофеварки и прочую кухонную утварь. Компания **BIALETTI** объединяет пять торговых марок, выпускающих посуду, кухонные аксессуары и кухонную технику. Это марки: **BIALETTI**, **RONDINE**, **GIRMY**, **AETERNUM** и **CEM**. Каждый из этих брендов славится своими давними традициями изготовления продукции.



**TESCOMA** – это торговая марка, выпускающая посуду и товары для кухни. Страной-изготовителем посуды **TESCOMA** является Чехия. Марка **TESCOMA** появилась в 1992 году. Со дня своего основания и до сих пор **TESCOMA** разрабатывает идеи и дизайн товаров для кухни, осуществляет производство и продажу готовых изделий. Ассортимент продукции **TESCOMA** огромен. В 2000 году состоялось торжественное открытие филиала **TESCOMA** в России. В 2007 году компания приняла участие в проекте «Сертифицированное изделие». С тех пор продукция **TESCOMA** дополнительно маркируется международно-признаваемым знаком качества TUV.



**GIPFEL** – год основания: 1997-й. Позиционируется как бренд в производстве кухонных принадлежностей и посуды. Имеет 500 торговых точек в 50 странах мира. Товарный ассортимент насчитывает свыше 1500 предметов.



**TALLER** – российская фирма, специализирующаяся на посуде из нержавеющей стали, чугуна, бамбука, алюминия. Торговая марка имеет широкий ассортимент товаров для кухни: кастрюли, казаны, ковши, сковородки и френч-прессы.

Это, конечно, не все марки мира, которые выпускают этот вид посуды. Почти каждая компания, которая специализируется на выпуске товаров для дома и кухни, обязательно включает в свой ассортимент френч-пресс. Так что самое главное –

френч-пресс, который изготавливают для продажи, должен быть качественным, модным в исполнении и недорогим.

**ЦЕНЫ на начало марта 2023 года**  
Цены на этот товар вполне демократичные. Например, гаджет от компании **TALLER TR-32339** 600 мл стоит около 900 руб. на маркетплейсах. Он интересен своей формой и материалом. Стекло-колба в пластике, но не снизу, как обычно, а облачена полностью в пластиковую «одежду». И пресс имеет шестигранную форму корпуса. По рейтингу «Яндекс Маркета», эти изделия по покупательской активности на первых местах.



Френч-пресс от **MALLONY Alifo**, 600 мл, серебристый, стоит еще меньше, до 500 руб. (в зависимости от площадки), а объемом в 1 л в металлическом корпусе можно купить на «Яндекс Маркете» за 500 руб.



Одну из самых высоких цен за свое изделие предлагает итальянская компания **BIALETTI**, ее френч-пресс стоит на маркетплейсах более 1300 руб. за единицу товара. Возможно, в цену вкладываются трудности с поставками из-за санкций, потому что сказать, что это изделие сильно отличается от предлагаемых за меньшую



цену аналогов, нельзя. Тот же металлический корпус, стеклянная колба, строгий дизайн.

Множество различных форм и материалов френч-прессов предлагает компания **REGENT**, в том числе и с цветным орнаментом. На прилавках сетей и на просторах маркетплейсов встречаются изделия по цене от 500 до 2500 руб. за единицу товара в зависимости от магазина, от интернет-площадки и, конечно, от материалов изготовления.



Что касается материала изготовления, то на рынке можно увидеть френч-пресс из керамики от компании **LE CREUSET**. Коллекция Stoneware, объемом в 1 л, представлена в 4 цветовых палитрах – розовой, красной, синей и оранжевой. Интересно, живо, но дорого: около 9000 руб. на маркетплейсах.

Компания **GIPFEL** предлагает серию френч-прессов – Luminossi, объемом 0,35 л, в нескольких цветах, в пластиковом корпусе, от 240 руб. Есть в наличии френч-пресс от **GIPFEL** серии Phoenix, в черном цвете, объемом в 1 л, по цене 1690 руб. на онлайн-платформах.

Приблизительно по такой же цене можно купить на онлайн-площадках



френч-прессы этого объема в компании **ROSENBERG** (френч-пресс Rosenberg 350 мл со скидкой за 581 руб. на маркетплейсах).



Компания **TimA** предлагает различные френч-прессы, разных объемов, в пластиковом или металлическом корпусе, цены от 350 до 2000 руб. за френч-пресс «Мокко» 600 мл. Удобно: если колба разобьется, то всегда можно заменить ее колбой этого же бренда (есть в продаже от 200 руб.).



Френч-пресс от **WALMER**, коллекция Drive, объемом в 1000 мл, цвета шоколад, в металлическом корпусе, предлагаются на рынке по цене от 1500 до 2000 руб. на Wildberries.

Достаточно простой френч-пресс бренда **BERGHOFF** предлагает по цене больше 1000 руб., серия Studio, объемом 0,8 л, в серебристом металлическом обрамлении.



Золотистый френч-пресс от компании **FISSMAN**, объемом в 1 л, серии Arabica, предлагается на сайте компании за 3390 руб. за единицу товара. На сайте есть возможность оплатить часть покупки баллами, которые можно накопить за ранее произведенные покупки.

Конечно, марки, которые выпускают френч-пресс, не все указаны в статье, здесь наиболее популярные.



**СОВЕТЫ ПОКУПАТЕЛЮ**

Вне зависимости от цены, формы и материалов изготовления, принцип работы френч-прессов один и тот же. Главное, чтобы все детали плотно прилегали друг к другу; крышка должна легко скользить, но при этом не вываливаться из колбы; колба должна быть ровной, без трещин. Лучше сразу приобрести запасные колбы и фирменные аксессуары этой же марки.

**РЕЙТИНГ ПРОДАЖ**

Наряду с капсулами популярностью для приготовления в домашних условиях пользуется зерновой и молотый кофе. Но если до 2020 года потребительские предпочтения по растворимому и натуральному кофе фиксировались как соотношение 70 к 30, то к 2021-му приоритеты сместились – 60 к 40. Несмотря на санкционные проблемы текущего времени, россияне распробовали вкус настоящего кофе, поэтому не готовы отказаться от него даже при сокращении доходов. Что касается чая, то больших перемен год от года не происходит, но все же по анализу маркетологов покупок листового чая становится больше по сравнению с пакетированным, а значит, и френч-пресс будет всегда популярен.

Медианная цена на френч-пресс составляет на маркетплейсе Wildberries 1113 руб. Продажи приходятся на 10% товаров. Средняя цена продажи френч-прессов составляет 949 руб. На маркетплейсе представлено 1136 брендов, поставляющих френч-пресс. Основные продажи приходятся на 17% брендов. Средний процент выкупа френч-прессов на Wildberries составляет 94%. Средний процент выкупа с учетом возвратов – 93%. С 2019 года продажи кофе демонстрируют небольшой, но стабильный рост, даже несмотря на значительное повышение цены на молотый и растворимый кофе в 2022-2023 годах.

# Искусство мерчандайзинга

Классическая продажа посуды невозможна без привлекательной выкладки. Именно благодаря грамотной подаче посуды на витрине у покупателя возникает желание приобрести изделие. Как же правильно представить посуду, чтобы привлечь потенциальных покупателей и увеличить оборот?



## ВЫБИРАЕМ ПОКУПАТЕЛЯ

Изначально следует узнать свою целевую аудиторию. Она формируется под влиянием причин, побуждающих к покупке.

Основных причин купить посуду не так уж много:

- замена устаревших, испорченных, пришедших в негодность изделий;
- образование нового домохозяйства;
- выбор подарка или памятного сувенира;
- возникновение внезапных эмоций (стихийная покупка).

Удовлетворить все потребности в одном магазине очень сложно (все-таки мы говорим о посудном рынке, который имеет массу отличий от рынка других бытовых изделий). Даже если ассортимент продавца велик, наиболее требовательные покупатели (а число таких существенно выросло за последние 5-7 лет) непременно не найдут в предложенных позициях то, к чему действительно лежит их душа. Поэтому стремление удовлетворить всех и сразу не обещает увенчаться успехом: придется вынужденно работать «под заказ», то есть заниматься поиском желаемого изделия за пределами своего склада (складов). При обслуживании большого ассортимента в формате офлайн осуществлять поиск таких заказных позиций крайне неудобно. По этой причине магазин, как правило, концентрирует свое внимание на типовых потребностях постоянных покупателей и старается удовлетворить в первую очередь их желания. В отношении заказываемой продукции продавец удовлетворяет покупателей только по мере возможности (в порядке очереди).

Резюмируя вышесказанное, можно сказать так: основной ассортимент, выставляемый в торговом зале, формирует массовый потребитель. Кстати, ценовая политика (ценовой сегмент) также определяется на



основе анализа массового спроса. Вот почему важно знать своего покупателя.

Простой пример. Если основная масса жителей готовит на стеклянных варочных поверхностях, им не интересна посуда из непокрытого чугуна, поскольку такие изделия оставляют царапины на поверхности стеклокерамических плит. Зато таким покупателям будет интересна продукция для индукционных кухонных плит (они тоже имеют стеклокерамическую поверхность), довольно модных в последнее время.

## КОГДА ТОВАР ВЫБРАН

Наиболее популярный товар всегда находит своего покупателя, с ним проще работать в торговом зале. Достаточно знать основные правила мерчандайзинга: разделение по категориям, высота главных полок, расстановка по «росту» и продажной цене, формирование кассовой зоны и пр. Но магазину нужно продавать не только несколько десятков ходовых позиций, а гораздо больше. Поэтому имеет смысл интересно продемонстрировать не менее достойные предметы, но менее раскрученные. Как это сделать?

Изначально придерживаться главных правил, которых никто не отменял. Все то же: понятный расклад в зависимости от назначения и материала исполнения (соответственно формирование кухонной и столовой зон); визуально грамотное размещение, позволяющее увидеть потенциальному покупателю на одной полке как можно больше изделий (небольшое впереди, высокое сзади, большое впереди, формирование зоны самых

«продаваемых» товаров – на уровне глаз (дешевая продукция при этом размещается в самом низу), предложение ярких небольших аксессуаров в проходе к кассе и непосредственно рядом с кассиром.

При этом важно, чтобы размещение товара не нарушало логики с точки зрения покупателя. Например, изделия для выпечки не должны «встревать» в стенд с кастрюлями и ковшками из эмалированной стали. Их место – среди противней и форм для запекания. Кастрюля из тонкостенного непокрытого алюминия тоже не может размещаться среди высококачественных изделий из нержавеющей стали с многослойным дном.

Появление нового бренда или новинок от малоизвестного производителя не должно вносить дисбаланс в общую картину торгового помещения. Особенно это актуально



**Тематические композиции при выкладке посуды весьма популярны в последнее время. Тему может задавать продавец (с мерчандайзером). В зависимости от выбранной тематики создается и выкладка. Например, темы «Уютный вечер», «Долгожданная встреча», «Дикий аппетит» подразумевают самые разнообразные варианты представления посуды. Кстати, здесь может быть уместно сочетание кухонных и столовых предметов.**

**При создании композиций нужно исходить из того, что посуда способна выделить любой вариант застолья в памятное событие. А это дорогого стоит. И первый шаг к такому событию может быть сделан при изучении декоративной композиции в посудном зале.**

сегодня, когда ряд брендов теряет российскую аудиторию. Их место занимают товары других марок.

И здесь нужно изначально добиваться правильного восприятия предлагаемой сегодня продукции. Стоит один раз разместить достойные предметы не в своей нише, и потом исправить ситуацию будет трудно: изменить изначальное восприятие покупателей очень сложно.

Продавцу необходимо изначально определить доминирующий фактор в той или иной посуде и использовать его в качестве достоинства перед другими аналогичными изделиями. В дальнейшем формировать выкладку с учетом доминанты.

Главными идеологическими принципами правильной выкладки являются:

- обзор;
- доступность;
- опрятность;
- соответствующий вид товаров «переднего ряда»;
- заполненность полок;
- привлекательность упаковки;
- маркировка цены;
- определенное место на полке;
- постоянное восполнение запасов;
- правило распределения приоритетных мест.

#### СТРЕМЛЕНИЕ К ГАРМОНИИ

Посудный магазин, а тем более посудный торговый зал, – не склад. Здесь даже полки в торговом формате cash & carry имеют особый вид и чередуются с островными зонами и сервировочными решениями. Продавцу изначально важно произвести впечатление на своего покупателя, погрузить его в атмосферу уюта и затем предложить ему прикоснуться к красивому. Если это получается, значит, торговая зона устроена правильно и поток покупателей обеспечен.

Поэтому выкладка не должна выглядеть агрессивной и абсурдной. Если человек заглянул только посмотреть, он должен понимать структуру предлагаемого ассортимента, если пришел потенциальный покупатель за конкретным товаром, он должен его беспрепятственно найти.

Поэтому следует придерживаться логики. Так, кухонный ассортимент по горизонтали начинается с посуды из нержавеющей стали или антипригарных изделий, затем идет эмалированная посуда, после чего предметы из алюминия. Здесь на первый план выходит популярность материала и ценовой фактор в убывающем порядке. По вертикали – все в рамках сложившейся традиции: основной



ассортимент на уровне глаз (но крупное и в коробках может быть ниже), мелкое впереди, большое за ним, дешевое в самом низу.

Горизонталь может быть продолжена (пусть даже с разрывом, вызванным техническими условиями или планировкой торговой площади) предметами для выпечки: антипригарная продукция, жаростойкое стекло, одноразовые формы... Выпечка – это всегда особая зона, и ее нужно сопровождать «вкусными» картинками, запахом ванили, теплыми красками.

Дизайнерские кастрюли из тонкостенного стекла лучше вывести на передний план, поскольку это интересные новинки и пока что редкость на кухнях покупателей.

Точно так же можно поступить с несколькими эмалированными изделиями, если их дизайн явно выделяется на фоне других.

При этом новинки следует продублировать на островке, где их желательно показать на фоне имитации кухонной зоны, пусть даже совершенно условной, абстрактной. Но это поможет построить посетителю магазина мостик между витриной и собственной кухней...

Столовая зона требует еще более внимательного отношения, нежели кухонная. Главными героями здесь всегда были и остаются фарфор и прозрачное или матовое стекло (бокалы, фужеры). Их размещение – всегда в центре внимания. Но, учитывая многочисленную современную покупательскую аудиторию, необходимо представить в поле зрения и модную посуду из стекла, а также стеклокерамики – это практичная и

крайне популярная посуда. Поэтому сервировочной посуде уделяется повышенное внимание.

Не нужно «перемешивать» материалы. Сегодня покупатель не ждет от продавца подвохов. Если уж стенд со стеклом, значит со стеклом, а уж если со стеклокерамикой, так со стеклокерамикой! Лучше визуально разделять эти материалы на полках или стеллажах, потому что неискушенный покупатель очень часто не замечает разницы в этих материалах, но обязательно почувствует себя обманутым, если после покупки поймет, что ошибся. Этот осадок, как следствие нарушения гармонии, останется у него надолго.

#### НЕГЛАСНЫЕ ПРАВИЛА

Не существует правил выкладки товаров. Каждый продавец вправе самостоятельно составлять выкладку. Но при этом существуют так называемые негласные правила, основанные на психологии восприятия товаров покупателем. И игнорировать эти правила можно только в том случае, если магазин предлагает уникальную и крайне необходимую посуду большому количеству покупателей. Приоткроем тайну: таких магазинов сейчас нет. Так что целесообразнее соблюдать правила мерчендайзеров. Мы уже перечислили многие из них. А вот еще.

Единичные изделия покупаются в первую очередь, поэтому их размещают на уровне глаз.

Сервизы и наборы размещают либо на полке чуть ниже уровня глаз (если полка не высокая), либо внизу (если полка высокая), выделяя композицию либо ярким задником, либо



яркой продажной коробкой, являющейся упаковкой. Правило актуально как для дорогих, так и для бюджетных посудных наборов.

Столовая посуда обязательно выставляется с учетом размера, цветовых решений и материала, из которого она изготовлена. При этом вертикальное размещение традиционно говорит о статусе, размере и популярности товаров. Кстати, премиальные предложения нередко размещают за стеклом, чтобы подчеркнуть ценовой уровень таких изделий.

Столовые приборы обычно демонстрируют в виде навески на уровне глаз, хотя для покупателей продаваемые экземпляры размещены в картонной коробке на нижней полке. Данный вариант размещения вполне оправдан. Дорогие столовые приборы непременно дублируют при создании сервировочных решений на островных зонах.

Многочисленные кружки и чашки невысокого ценового сегмента традиционно развешивают за ручки. При этом их количество, в частности в посудных отделах гипермаркетов, просто велико. Разобраться в этом разнообразии сложно. Поэтому продавцу важно сгруппировать изделия по какому-то признаку: цене, материалу, объему, дизайну. Это облегчит выбор покупателя и не вызовет у него раздражения.

Дополнение посуды домашним текстилем нередко приносит рост

продаж как посуды, так и текстиля. Поэтому сервировочные решения, особенно в островных зонах, подразумевают использование «путных» предметов.

#### ИГРА ОТТЕНКОВ

Как ни странно, верное цветовое решение способствует привлечению внимания. По этой причине опытные мерчендайзеры формируют стенды с учетом плавного перехода оттенков. Если не думать об этом, стенд издали будет похож на пестрый лоскут. Это не правильно. Человеческий глаз воспринимает пестроту как короткую вспышку, которая без должного повода скорее раздражает, нежели способствует изучению. Мягкие цветовые переходы, пусть даже с яркими вставками, способствуют более приятному погружению в выставленную продукцию.

Но не надо полагать, что пастельные оттенки лидируют. Вовсе нет. Блеск отполированного металла, яркие грани хрусталя, солнечные рисунки эмалированной посуды – все это должно быть, но важно, чтобы цвета были совместимы, а резкие перепады цветов обоснованы. Например, красный, зеленый и голубой могут контрастировать, человеческий глаз хорошо воспринимает резкие переходы этих оттенков, не случайно именно на них основана система цветности RGB. А вот коричневый с оранжевым лучше не соединять.

Детально рассматривать правильные цветовые сочетания сегодня очень непросто. Ведь помимо цвета присутствует фактура, форма, размещение в перспективе и пр. Всеми этими вопросами может владеть специалист в данной области. Но общий подход таков: цвета должны быть совместимы: холодные оттенки не смешивают с теплыми красками. Многообразие красок допустимо, но не везде. Спокойные оттенки выгодно выделяются на большой площади, яркие ниже или выше уровня глаз.

Но это не все. Говоря о цвете, нельзя не учитывать освещение и подсветку торговых полок. Без последних привлекательно представить дорогое стекло или белоснежный фарфор не получится! Кроме того, не получится выделить фон, на котором выставлены многие посудные изделия. А ведь это необходимо! Сложно себе представить, как тускло будет выглядеть посуда в зале со стандартным освещением. Продавец никогда не сможет выделить привлекательность посудных предметов и моментально потеряет свою нишу с приходом конкурента, способного выделить светом цвет и рисунок своей посуды.

#### ЖЕЛАННЫЕ МЕСТА

Наличие зоны отдыха в посудном зале весьма востребовано. Подающее число покупательниц нуждаются в паузе, им всегда хочется присесть и посмотреть вокруг себя. Поэтому такие места должны быть! Важно, чтобы они стояли напротив «заданной» витрины, бесполезно ставить скамью или миниатюрную зону отдыха рядом с типовым ассортиментом.

Точно так же нужны места для детей. Уголок с детской мебелью, карандашами, чистой бумагой и телевизором с любимыми детскими героями – всегда верный повод увидеться с посетительницей-мамой в скором будущем.

Тема выкладки посуды достаточно объемна и многогранна. Она подчеркивает связь с культурой, историей и зависит от многих факторов, поскольку сама посуда отражает веяния моды, прогресс, фиксирует различные события. В рамках одного стайного материала невозможно обозначить все подходы и мнения в создании работающей посудной выкладки. Это глубоко творческий процесс, который мы неоднократно будем обсуждать в дальнейшем на страницах нашего издания.



# Несколько слов об одноразовой посуде

Одноразовая посуда занимает ощутимую долю на посудном рынке, обслуживая значительную долю фастфуда. При этом сегодня идет серьезное противостояние между пластиковой одноразовой посудой и бумажной. А между тем на рынке присутствует одноразовая посуда из других материалов. Учитывая, что стоимость привычного бумажного стаканчика увеличилась примерно на 20%, стоит вопрос: какая одноразовая посуда ждет нас завтра и сможет ли российский рынок предоставить своим покупателям дешевый стаканчик?

## ТРЕВОЖНОЕ НАЧАЛО

После законодательного ограничения и наложения запрета на использование некоторых видов пластиковой одноразовой продукции закономерной альтернативой стала бумажная пищевая продукция. Не удивительно, что цена напитков в кафе в бумажных стаканчиках сразу возросла. Объяснение простое – стоимость картона для бумажного стаканчика выше, равно как и технология по его изготовлению. Однако после этого все любители фастфуда столкнулись с очередным резким повышением цены, в частности любители горячих напитков – кофе и чая. Оказалось, что резко подорожал пресловутый бумажный стаканчик (в среднем на 15-20%).



Санкционная политика привела к уходу с российского рынка ряда поставщиков материала для производства бумажных одноразовых предметов, в первую очередь стаканчиков. Среди них оказалась финско-шведская Stora Enso. В начале прошлого года, когда это произошло, казалось неминуемо дальнейшее неконтролируемое повышение цен. Однако рынок, похоже, справился с данной проблемой.



## ИНФОРМАЦИЯ К РАЗМЫШЛЕНИЮ

Ежегодно в нашей стране потребляется более 40 млрд одноразовых стаканов, из них примерно 6 млрд – бумажные (по словам Юрия Верещина, создателя крышек Sito-Tea для заваривания чая). Сырье для них, а точнее картон, приходит из Финляндии и Китая. Сегодня финского картона поступает намного меньше, возникший дефицит сопровождается естественным ростом цен. Благодаря определенным запасам часть операторов рынка сдерживают растущие цены, завоевывая предпочтения потребителей якобы более лояльным отношением. Но это временная мера, которая закончится очень быстро. Точно так же, как быстро иссякнет и возможность в принципе использовать материал из Западной Европы. Это очевидно. Что касается поставок сырья из Китая, то... тут тоже есть определенные ограничения, связанные с качеством, сроками, логистикой и пр. В связи с этим нужен новый шаг в направлении создания более доступной экологически безопасной одноразовой посуды, соответствующей всем современным требованиям (тем более, что первоначального сырья в России, за исключением тропических

растений, в частности бамбука, больше, чем в любой другой стране).

Нет оснований переживать, что такой шаг не будет сделан. Основания для столь оптимистичного прогноза есть. Дело в том, что производство одноразовой продукции в нашей стране развито вполне неплохо. Потребляемый импорт составляет всего 13% по «пластику» и 10% по «бумаге» (данные Министерства промышленности и торговли РФ). Следовательно, оставшийся объем приходится на Россию-матушку. Казалось бы, недостающий столь низкий объем совсем не сложно восполнить. Но тут возникают нюансы, заключающиеся в том, что в составе импорта не столько готовая продукция, сколько отбеливающие и другие химикаты, а также комплектующие к импортному оборудованию. Несмотря на то что в общем объеме это не так уж и много, без этого не обойтись! Поэтому приходится тратить значительные суммы на недостающие мелочи, а этого вполне достаточно для роста итоговых цен.

К сожалению, не во всех случаях сегодня можно найти аналоги попавшим под санкции запчастям и отбеливателям (химикатам) в Китае. Поднебесная, конечно, способна

обеспечить практически всем, но для налаживания поставок достойных компонентов как минимум требуется время.

Стоит к этому добавить изначально вовлеченность в отечественные предприятия по изготовлению одноразовой продукции на основе бумажно-целлюлозных волокон иностранных валютных средств, в том числе в виде кредитов... По многим взаиморасчетам еще не вышел срок, так что еще и расплачиваться приходится, что также не дает возможности полностью раскрыть собственный потенциал и выйти к покупателю с полностью российским предложением.

## ПУТИ РЕШЕНИЯ

На самом деле бумажный стаканчик является далеко не самым экологически чистым. Это только по ощущениям он лучше пластикового. А на самом деле он состоит из картона и того же пластика, точнее полимерной пленки, которая используется в качестве ламинирующего покрытия и служит гарантом от протечек и промокания бумаги. То есть утилизация такого стакана куда более сложное и дорогостоящее дело, в отличие от безопасной утилизации обыкновенного пластикового стаканчика.

Подтверждением этого служат многочисленные ремарки сотрудников утилизационных заводов, а также специалистов, занятых в сегменте переработки различного вида сырья. По их мнению, чистый картон, без полимерных (пластиковых) включений, – идеален для переработки, отдельно пластик тоже можно практически без отходов переплавить в новый материал, а вот пищевой картон совместно с пленкой требует гораздо больше времени и усилий для переработки (это не только вопрос затрат времени, но и электричества, отходов и пр.).

Кроме того, на рынке в качестве сырья для одноразовой продукции имеется масса других материалов, в частности полученных в результате переработки древесины, а также отходов ряда злаковых культур. Измельченное и спрессованное сырье растительного происхождения является прекрасным вариантом для дальнейшего одноразового использования и, что очень важно, может быть полностью переработано в природной среде за непродолжительный срок (от полугода до года).

Это уже не говоря о привычном пластике. Не каждый пластик признан негодным для применения в пищевых целях. И в России есть собственные производства для



выпуска безопасной пластиковой продукции, в частности одноразовой.

Еще один новый подход кроется в общем уменьшении доли одноразовой посуды и ее замене на многоразовую, причем это может быть также пластик, хотя у нас есть возможность применения посуды из стекла, керамики, стеклокерамики и других материалов. Надо сказать, что данный переход существенно сократит объемы перерабатываемой использованной одноразовой посуды.

Другими словами, оснований для переживаний (в общей массе присутствующих на рынке проблем) нет. Удовлетворение потребительского спроса в качественной одноразовой посуде за счет российского производства вопрос времени, причем короткого временного интервала. Есть даже все основания для увеличения объема поставок одноразовой посуды в другие страны.

## ПОСУДА НА ЗАКУСКУ

Одно из последних новаторских предложений на рынке одноразовой посуды – съедобная посуда. Конечно, это не совсем «открытие Америки», подобные варианты мы все хорошо помним, так как еще в детстве протестировали вафельные стаканчики с мороженым.

Сегодня технология изготовления одноразовой посуды стоит на совершенно ином уровне (хотя в ее основе также присутствует мука) и данная посуда отличается гораздо более привлекательным видом, а также обладает гораздо более высокими потребительскими качествами. Поэтому есть все основания предполагать, что спрос на нее будет расти. По крайней мере, уже известны примеры роста продаж одноразовой съедобной посуды и появления заказов от зарубежных партнеров.

## И НАПОСЛЕДОК!

Сегодня мы сталкиваемся с небывалым ростом проблем:

конкуренция, потеря партнеров, периодическое снижение потребительского спроса, появление новых условий и ограничений... Но в то же время появляются и новые возможности: возникают материалы с новыми свойствами, освобождаются ниши из-за ухода зарубежных участников рынка, возникают программы государственной поддержки, массово внедряются новые технологии и пр. Очень важно оперативно включиться в изменяющиеся условия и использовать шансы, которые на первый взгляд могут показаться препятствиями. Но именно данные препятствия, точнее усилия по их преодолению, ведут нас к новым путям продвижения собственных проектов, нахождению партнеров и обеспечению своего бизнеса новыми возможностями. Уходит время исключительно спекулятивных перепродаж, рынку требуются реальные свежие решения по внедрению лучших схем работы, обновлению ассортимента, поиску потенциальных клиентов. Все это непосредственно касается и участников рынка, занятых в сфере предложения одноразовой посуды. Безусловно, здесь важны и новые технологии, и новые подходы к предложению обновленных материалов. В настоящий момент все условия для работы в полную силу есть и, следовательно, спрос на одноразовые посудные изделия не останется без ответного предложения.

Что касается пресловутого стаканчика, который является, прежде всего, символом одноразовых посудных изделий, то не стоит сомневаться в его сохранении на рынке. Более того, скорее всего, в скором будущем мы будем иметь возможность использовать стаканчики из разных материалов (не только из пластика и картона); съедобных и биоразлагаемых моделей станет намного больше.





# Находки на Пасху

Кажется, сейчас сложное время, и неужели кто-то может думать о красиво и вкусно накрытом пасхальном столе? Да, именно, когда непросто, потребитель всегда хочет порадовать себя интересными находками, красивой посудой, тем более что повод для этого имеется – скоро Пасхальные праздники. Этот праздник, который, перепрыгнув эпоху советского атеистического безвременья, прочно вошел 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 собиралась вместе за семейным столом, чтобы вера помогла пережить любые невзгоды, вера в светлое и доброе...*



Приготовление к празднику всегда сплачивает 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 приготовления 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. Конечно, для этого праздника существует и тематическая посуда. Но это для особых эстетов. В привычном варианте можно остановиться на красивом сервизе преимущественно пастельных, нежных тонов, который бы символизировал нежное прикосновение весны и светлость праздника.

Для каждого гостя предусматривают число тарелок, соответствующее количеству подаваемых блюд. По обе стороны от тарелки располагают столовые приборы, не забывают о солонках, перечницах,



приборах для яиц, и лучше – выполненных в тематике праздника. Для кулича стоит подготовить блюдца в комплекте 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 современного дизайна. Основа для пасхальной сервировки – это эффектно оформленные блюда, соответствующая

скатерть преимущественно из натуральных тканей. Для пасхальной сервировки стола отлично подойдут ткани белого, светло-зеленого, голубого и розовых оттенков. Текстиль может быть и с рисунком – главное, чтобы чувствовалось весеннее настроение. Также можно задекорировать белую скатерть вышивками в форме яиц или букв ХВ из другой ткани.

В текущей ситуации, при развитии маркетплейсов, необязательно искать скатерти, салфетки и прочий праздничный текстиль в розничном магазине, можно просто зайти на сайт: <https://house-textiles.ru/> и заказать понравившийся вариант. Компания специализируется на постельном белье, одеялах, подушках, покрывалах и, естественно, скатертях. ТД «Лен Поволжья» (г. Кострома) предлагает приятные скатерти пастельных тонов по невысоким ценам от 500 руб. и выше.

Интересные варианты тканей можно приобрести на Павловопосадской платочной мануфактуре. Она выпускает не только всем известные павловопосадские платки, но и скатерти, и дорожки именно к празднику Светлого Воскресения по цене

от 1000 руб. за единицу. 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 «Любимый василек», который сотрудничает с Ивановской мануфактурой. Также представлен широкий ассортимент хлопковых, полиэстеровых, гобеленовых и льняных скатертей. К ним в магазине можно подобрать и салфетки. Цены вполне демократичные, от 135 руб. за метр.

## ФОРМЫ ДЛЯ КУЛИЧЕЙ

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

## МАРКА «СКОВО»

Компания «Сково» предложила круглую форму для кулича серии «Забава» диаметром от 14 до 18 см. Форма для кулича в линейке «Забава» подарит хозяйке радость цветовой гаммой и упростит процесс приготовления праздничного блюда. Благодаря многослойному





антипригарному покрытию подогреть просто невозможно, выпечку легко вынимать из формы, а стенки идеально пропускают 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 183 руб. (диаметр 16 см) за единицу.

#### МАРКА «ДОЛЯНА»

Для того чтобы куличи свободнее вынимались из формы, производят формы с застёжками. Марка «Доляна» предлагает потребителю формы для выпечки: разъемную серию «Элин» с антипригарным покрытием и удобной застёжкой размером 12х10 см по ценам от 450 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. Когда нужно уложиться в бюджет, но не сэкономить на качестве, выбирайте форму серии «Лучшая цена». Материал – штампованный алюминий. Антипригарное покрытие Scandia от



Fissman. Форма для кулича



«Забава» от «Сково»

PPG (Whitford®) прекрасно выдерживает высокие температуры и длительный нагрев и также обеспечивает легкое мытье после использования. Эта форма будет отличным выбором для всех любителей домашней выпечки ценой около 790 руб. (18 см) на сайте компании.

#### СИЛИКОНОВЫЕ ФОРМЫ

Также удобны аналоги из силикона, которые можно купить практически в любом магазине, – разного цвета и размера. Бренд Fissman предлагает на рынок форму для выпечки кулича 10х8 см за цену около 500 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,

Vari. Форма для кулича



«Доляна». Форма для кулича

солнечно-желтой и ярко-салатовой 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 импортный товар сильно подорожал в цене. К сожалению, российские производители столовых сервизов не балуют потребителей пасхальными наборами. Можно найти похожие сервизы под маркой «Доляна» (компания «Сима-Ленд»), а также бренд Lefard Golder Rose представляет интересные решения для пасхального торжества.

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 прекрасно подойдет для 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 красивый оформленный стол к празднику (так уже практикуют во всех сетевых магазинах, имеющих зарубежную франшизу).

#### ПАСХАЛЬНЫЕ БЛЮДА

Важную часть составляют атрибуты пасхального стола, в частности 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 из различных материалов. Производители предлагают глиняные и керамические, фаянсовые и фарфоровые, пластиковые и даже деревянные аналоги! Пасхальные блюда китайского производства и российских производителей можно купить по цене от 150 до 500 руб. Например, пасхальница от Remesco Collection для 8 яиц, материал фарфор, стоит около 700 руб. на онлайн-платформах. 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. Пас-



хальная 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.

Пасхальная подставка для 1 яйца в виде зайчика от бренда Elan Gallery изготовлена из фарфора, стоит по акции на начало марта около 500 руб. И подставка под яйца и куличи от марки «Доляна», роспись под «жостово», стоит около 500 руб. на маркетплейсах. Аксессуар будет



достойным украшением праздничного стола, создаст радостное настроение и наполнит пространство вашего дома позитивной энергией на весь год вперед.



Villeroy Boch

*Разные люди, разные страны, разные традиции. Но вера в добро и ощущение праздника могут творить чудеса.*



«Уточки» от Elan Gallery



# Бесполезные находки

На фоне огромной конкуренции все труднее найти товары, которые бы не оказались на складе в виде неликвида, непродаваемые, со сложной реализацией. Уже много лет с востребованностью приготовления ресторанных изысков в домашних условиях, да и просто моды на домашнюю кухню, особенно в больших городах, на рынке товаров для дома появляются множество всевозможных кухонных гаджетов в помощь хозяйке. Если посмотреть по тегу кухонных помощников, можно увидеть, сколько существует приспособлений для того, чтобы облегчить кухонный быт.

**Всевозможные выдавливатели, держатели овощей и резак, шелушители, нарезатели кубиками, сердечками, необычные терки и прочее, и прочее. Их такое количество, что, покупая все подряд, позарившись на рекламные уловки и маркетинговые ухищрения, можно захлестнуть кухню.**

**То есть рынок производит продукты, которые, давайте будем откровенны, сложно будет продать или «впихнуть» покупателю.**

**Большинство этих кухонных приспособлений можно легко заменить, в том числе и хорошим кухонным ножом. В качестве небольшого пособия маркетологу, что не надо заказывать, и предлагать, и тратить на эти гаджеты деньги своей компании в это сложное тревожное время, мы приводим некоторые примеры.**

## НАЧЕМ:

**1** Яблорезка стальная, не путать с ножом для удаления сердцевины из яблок. Это приспособление предназначено для нарезки яблока ровными дольками. Но, при наличии хороших стальных ножей, можно нарезать идеальные кусочки и без этого кухонного приспособления. Стоимость этих кухонных «помощников» колеблется от 130 до 500 руб. в зависимости от производителя и от материала ручек прибора: пластик или металл. Например, яблорезка от бренда Atlantis стоит 499 руб. («М. Видео»), со скидкой 20% – 399 руб. А яблорезка от Tovolo, которая разрезает яблоко



на 8 долек, с ножами из нержавеющей стали, стоит около 2500 руб. (Williams & Oliver). В то время как на сайте sloncom.ru можно купить яблорезку с пластиковыми ручками за 75 руб.

**2** Рынок предлагает такой кухонный гаджет, как чистка авокадо. Маркетологи утверждают, что авокадорезка поможет нарезать авокадо безопасно и эффективно. По поводу безопасности спорить не будем, а вот с эффективностью явное преувеличение. Острый нож и сноровка хозяйки смогут это сделать значительно быстрее. За покупку этого гаджета вы заплатите от 280 до 2500 руб. (за нож-слайсер для авокадо MoHa).



**3** Действительно, самое большое количество бесполезных кухонных «помощников» предлагает что-то очистить, нарезать или разрезать. К такому гаджету относится бананорезка. Этот гаджет предлагается на рынке товаров для приготовления по цене от 50 до 350 руб., в зависимости от качества ножей и производителя. Даже опытному маркетологу трудно будет продать этот товар.



**4** Среди приспособлений-резаков есть такой прибор, как клубничорезка. Насколько этот слайсер нужен в хозяйстве? Очень спорный вопрос. Как часто нужно нарезать клубнику и зачем? При наличии «правильного» ножа нарезать клубнику можно значительно быстрее.



**5** То же самое касается и приспособления для нарезки винограда и помидоров черри. Ни один повар не позволит себе так разбазаривать финансы, покупая этот бесполезный предмет. Ягоды при сильном надавливании могут помяться, и получится виноградное месиво, а не разрезанные ягоды.



**6** Нож для пиццы в принципе удобен, но он вполне заменяем большим шефским ножом. Ценник у ножа разный, в зависимости от используемых материалов, производителя и раскрученности. Начальная цена – 150 и до 5000 руб. за единицу товара.



**7** Гаджет для лентяев. Кружка, которая сама размешивает сахар. Реклама гласит: «с кружкой-мешалкой с легкостью можно перемешать чай, кофе или любой другой напиток без помощи ложки. Девайс изготовлен из нержавеющей стали и в своей основе имеет крошечный диск, который, быстро вращаясь, сам размешивает сахар или пакетик кофе со сливками. Теперь вам не нужно искать ложку – чудо-кружка самомешалка сделает всю работу за вас. Кружка не требует времени на мытье. Просто налейте в нее немного воды и добавьте каплю моющего средства, нажмите кнопку, и кружка очистится сама за считанные секунды. Чудо-кружка работает на батарейках, что позволяет свободно перемещать ее в офисе, дома и везде». Но что же на самом деле? Много вопросов возникает по поводу длительности перемешивания. От пользователей этим прибором много негативных отзывов, которые говорят о проблемах с чашкой – она быстро выходит из строя, так как от сахара застревает крыльчатка, ее нужно каждый раз мыть. Потребители советуют на работу эту кружку лучше не брать, а дома проще пользоваться нормальной чашкой и ложкой. Много сказано о возникших сомнениях в пользу приобретения этой кружки, которая часто так и остается на прилавке магазина. Цена такого гаджета на прилавке магазина: от 250 до 800 руб. за единицу.



**8** Без этого кухонного «помощника» также можно обойтись. В данном случае он применяется для красивой нарезки масла в виде тонкой соломки.



**9** Помидорорезка. Хорошо отточенным ножом резать помидор не так уж и трудно. И нет ничего сложного в использовании двух рук. Цена такого слайсера от 200 до 500 руб. в розничной продаже.



**10** Бубликорезка или хлеборезка. Очень интересный с виду кухонный гаджет. Но является ли он помощником хозяйке, большой вопрос. Скорее всего, все сойдется во мнении, что разрезать бублик проще ножом. Это приспособление нужно мыть, оно, занимая место в кухонном шкафу, только пылится. Потому что, даже если приобретается такой прибор, им пользуются единожды, а потом используют привычный метод нарезки хлебобулочных изделий – нож для хлеба. Если вы захотите разрезать бублик, то специальный прибор для этого покупать вовсе не обязательно.



**11** Очистка дыни от кожуры занимает не много времени. Если на время предложить соревнование по очистке дыни ножом или этим прибором, то нож выйдет победителем.



**12** Одна покупательница поделилась информацией, что некогда действительно попала на уловку продавца и купила «суперудобную» машинку для измельчения чеснока. Выглядит прилично, но пользоваться таким прибором так и не пришлось. Все быстро вышло из строя, измельчить чеснок так и не получилось. Лежит без дела, деньги потрачены. Потребители обычно предпочитают пользоваться чеснокодавкой, но чаще пользуются обычным ножом.



**13** Устройство для быстрой нарезки лука. Конечно, не все любители домашней готовки любят резать лук. И глаза режет, и ровно порезать не всегда удастся. Держатель для лука – гаджет, который можно с натяжкой назвать полезным на кухне.



ПО РЕЙТИНГУ САМЫХ БЕСПОЛЕЗНЫХ КУХОННЫХ ГАДЖЕТОВ НА ПЕРВОЕ МЕСТО ПО ОПРОСУ ПОКУПАТЕЛЕЙ В МАГАЗИНЕ СТАВЯТСЯ БАНАНОРЕЗКА И ВИНОГРАДОРЕЗКА.

# Зефирные хитрости

В наш безумный век потребления можно найти и купить все, что душе угодно. Машину, квартиру, одежду, еду и так далее. Позвони и все принесут. Были бы деньги. Но есть то, что нигде не купишь, – сделанный своими руками подарок. Нужно только немного усердия, терпения и желание сделать приятное. О своих кулинарных изделиях-подарках нам рассказала Марина Граматкина.

В конце учебного года, после ОГЭ у старшего сына скинулись мы и накрыли сладкий стол. Купили на 26 человек шикарный 10-килограммовый торт у профессионального кондитера. Обошлось почти в 30 000 руб. Достаточно дорого для десерта. Всем понравилось. Красиво и вкусно. Но бабушкам не отнесешь попробовать. По жару все растает.

Решила попробовать сделать для нашего класса в школе подарок своими руками. Прочитала про домашние зефирки. Понравилось. Если делают кондитеры, почему и мне не попробовать? Только не торт, а что-нибудь порционное и полезное.

На свете существует миллион десертов, но лишь один по праву занимает почетное первое место. Сладость, которую можно и полезно кушать всем от мала до велика, – это ЗЕФИР. Чем же он так примечателен? В составе этого чудесного воздушного лакомства – фруктовое пюре, в котором множество витаминов, подаренных ему природой. Агар – это кладезь полезностей! Он не содержит углеводов, сахара и жира. В нем нет крахмала, сои, глютена. Агар поглощает глю-

козу в желудке, способствует удалению шлаков и поглощает желчь. Существуют даже диеты на основе агара. Сахара в домашнем зефире меньше, чем в покупном, в два раза точно! 197 к/Калорий против 331.

Итак, решила, надо начинать.

## ИЗ ЧЕГО ДЕЛАТЬ?

Классический зефир делают из яблок, но можно (и нужно) делать из любых фруктов. В зависимости от вида фрукта или ягоды цвет у зефира будет разный.

Плотность зефиру дает агар. Взвешивать его удобно на ювелирных весах.

Обязательно нужны куриные белки. Я люблю использовать пастеризованный белок в бутылках, но если вы хотите использовать белок от обычного яйца, то отделить его от желтка удобно с помощью сепаратора для яиц.

Количество сахара в зефире бывает разное. Я кладу 250 г сахара на 150 г пюре. Чтобы было не очень сладко.

Но все на ваш вкус.



## ЧЕМ ДЕЛАТЬ?

Зефир лучше делать в планетарном миксере.

Пока взбиваются белки, можно сварить сироп с агаром. Ковшик для сиропа обязательно должен быть из нержавеющей стали с толстым дном. Мешать сироп в ковшике удобнее всего узкой силиконовой лопаткой фирмы Tescoma.

Зефирную массу в кондитерский мешок удобнее всего переключать кондитерской лопаткой фирмы Fissman.

Мешки я использую российского производства Сагамелла из пищевого полиэтилена.

Инструменты для кондитера продаются очень разные. Глаза разбегаются.



Для того чтобы отсадить завитки или цветы из зефира, необходимы кондитерские насадки.

Насадки бывают очень разнообразные: маленькие, стандартные, большие. Насадки тюльпаны, розы, травка, «султан» и много других. Материал насадок – нержавеющая сталь, мне больше нравятся фирмы Атесо. Материал переходников – пищевой пластик.

Первоначально у меня было всего 8 насадок. Но со временем...

## ЧТО ДЕЛАТЬ?

На Новый год я решила сделать зефирный пряник со свечой и мышками. Пока училась пользоваться мешками и насадками, руку набивала на завитках. Было интересно, и дети с мужем в восторге.



Потом надумала сделать зефирные грибы. Форма простая – шляпка и ножка. Должно получиться. Вперед!

Отсадила шляпки и ножки, а потом склеила их шоколадом. Шляпку я покрыла шоколадной глазурью, ножку макнула в маковые зерна. Вокруг уложила бисквитную «траву». Сложнее было с лукошком. Но как без него? Справилась. И так мне это понравилось, что и подставку дорожку не пожалела. Все ахнули!

– Это ты своими руками? Здорово! А как вкусно! Не сравнить с покупным.



И понеслось...

После грибов пошли цветы, затем и целые композиции.



## ГДЕ ХРАНИТЬ?

Лучше всего сохраняется зефир до семи дней при комнатной температуре, желательно в герметичном контейнере. Готовые букеты я обязательно накрываю пищевой пленкой, чтобы не высыхали.



## МУКИ ТВОРЧЕСТВА

Букеты становились все сложнее, цвета разнообразнее, формы изощреннее.

На день рождения мамы букет рядом с книгой (она заслуженный учитель России). На свадьбу брату мужа букет в шикарной упаковке с главным словом – СЧАСТЬЕ!

И вот настал день, когда захотелось сделать нечто сложное. Например, букет для невесты.

Сделала и думаю теперь, а что еще попробовать? Прекрасному предела нет.



Людей сейчас трудно удивить обычным подарком, банальный букет цветов и коробка конфет не особо производят впечатление. Настоящий WOW-эффект может подарить только букет из зефирных цветов или корзина с зефирными грибами! Каждый лепесток в цветке сделан мной вручную! Такие цветы обладают невероятной энергетикой! Представьте, как нежный цветок розы окутывает вас ароматом клубники или черной смородины. Отведав его, вы чувствуете запах лета. Оторваться невозможно!

Материал подготовил А.И. Барсуков



## Messerblock со встроенной заточкой

Компания **KLENG**, переосмыслив традиционное мастерство с использованием инновационных технологий, создала функциональный дуэт – нож и блок со встроенной заточкой Messerblock. Лезвие ножа затачивается после каждого погружения в блок, оставаясь всегда острым. Рукоятка ножа и блок изготовлены из прочного плетеного бамбука. Особая прочность лезвия обеспечивается за счет инновационного покрытия **DLC**.



## Удобно дома и в поездке

Контейнеры серии **Lockie & Lock** от **Pasabahce** – это универсальное решение для хранения продуктов. Крышки контейнеров закрываются с помощью надежных защелок, плотно прилегая к стенкам изделия, обеспечивают полную герметичность. Контейнер не пропускает запахи снаружи или изнутри, что позволяет брать его с собой или хранить в холодильнике рядом с другими продуктами. Контейнеры предлагаются различных форм и объемов. Квадратные, прямоугольные, с перегородкой внутри, с альтернативными цветами крышек, от 355 до 1030 мл.

В настоящий момент контейнеры вместимостью 630 мл доступны на складе ООО «Посуда» (г. Нижний Новгород).



## Bamboo дарит радость

Выполненная из экологически чистого полностью биоразлагаемого сырья (растительное волокно плюс керамика) детская посуда **Bamboo** станет прекрасным поводом порадовать вашего ребенка за завтраком или обедом. Приятно, что данная посуда пригодна для разогрева пищи в микроволновой печи.

## Яркие формы

Продавец «**Мария Busina**» предлагает своим покупателям специальные тарелочки из высококачественного силикона (легко моются и стерилизуются), в комплекте с которыми идут силиконовые ложечки. Посуда предназначена в первую очередь для малышей, поэтому изделия представлены в различных ярких цветовых оттенках.



## «Перья», парящие в воздухе

Оригинальный набор из четырех керамических чашек на металлической подставке «Перья» от **Nouvelle** подарит радостное настроение своим обладателям. Привлекательный дизайн с изображением перьев имитирует парение последних в воздухе, что создает за столом особую атмосферу воздушности и легкости. Объем каждой чашки 300 мл.



## Прекрасное от Мальцова

Вазы «Паужна», выпущенные на свет из рук дизайнера **Светланы Поповой**, сказочными клубочками-колобками раскатились по городам и весям, каждая – со своей волшебной историей и ароматом.



## Простота в лучшем виде

Карбонатор **Brus** от датской компании **Stelton** предназначен для тех, кто хочет самостоятельно готовить газированную воду, а также ищет стильный элемент дизайна для своей кухни. Минималистичный дизайн основан на цилиндрических формах, которые являются классическими для Stelton designs. В линейке представлены устройства трех цветов: сталь, темно-коричневый металл и черный металл.

## «Золотая рыбка» из Гжели

**Гжельский фарфоровый завод** продолжает развивать серию кофейных стаканов с авторской росписью. Среди новинок – кофейный стаканчик с подглазурной цветной росписью «Золотая рыбка» от художника **Дмитрия Титова**. Объем стакана – 420 мл. Изделия можно использовать в микроволновке и мыть в посудомоечной машине.



## «Совушки» радуют малышей

Первая посуда не должна разочаровать ребенка. Поэтому создатели набора «Совушки» выполнили его из полностью биоразлагаемого сырья (50% пшеничного волокна, 50% биоразлагаемого пластика). Яркая посуда, обладающая приятной шероховатой поверхностью, порадует малыша и добавит ему аппетита.

## Прекрасный подарок!

Набор кухонных принадлежностей от **Alteze** – прекрасный подарок на все случаи жизни. В набор входят половник, ложка для соусов, ложка для салатов, ложка для пасты, кухонная лопатка с прорезью, лопатка для жарки, кисточка кулинарная, венчик, кулинарные щипцы, ложка разливная, стакан для хранения, подставка для кухонных принадлежностей. Изделия выполнены из натурального дерева, а рабочие части из пищевого силикона.



## Это удобно! Жаропрочная стеклянная кастрюля с крышкой

Эту устойчивую к высоким температурам кастрюлю можно использовать не только в духовке и на электрической плите, но и на газовой конфорке.

Секрет жаростойкости в химическом составе материала и его толщине. Кроме того, стекло не вступает в

контакт с продуктами, ему не страшны соли, кислоты и щелочи. В такой посуде блюда никогда не приобретут посторонний вкус или запах. Смело готовьте самые кислые соусы и овощные супы, солите рыбу и маринуйте мясо.



## Фокус в сечении ручки

Изысканные поперечные сечения столовых приборов **HEPP TRILOGIE** от дизайнера **Лизы Пинтаске** придают изделиям особый внешний вид. При этом каждая ручка имеет диагонально меняющуюся кромку профиля, которая в итоге образует треугольник в сечении. По мнению экспертов, данные модели ручек дарят незабываемо приятные тактильные ощущения.

## Мыльница для ванной и кухни со сливом

Эту пластиковую подставку под кусковое мыло рекомендуется устанавливать на мойке в кухне или на раковине в ванной. Благодаря оригинальному дизайну вода стекает, не задерживаясь в корпусе, что препятствует намоканию и раскисанию мыла. Следовательно, не будет мыльных следов и разводов! По истечении времени мыльница не теряет свой привлекательный внешний вид. Помимо мыла в данной подставке можно хранить губку для мытья посуды.



# Горница®



Интернет магазин  
[www.gornitsa.com](http://www.gornitsa.com)  
8-800-201-43-01

Производитель ООО «Горница», Россия, г. Армавир, 8 (961) 375 56 06