

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2017-3

Выставки

Чикагский шопинг
от CIA

Розница

Магазин посуды.
Взгляд со стороны

Рынок

Посудные рынки
Белоруссии и России

Производители

Речицкий завод:
пример развития



100%
SILICONE

ПОСУДА ИЗ СИЛИКОНА ДЛЯ ДЕТЕЙ

DOSH | HOME[®]



**amila
kids**
DOSH | HOME



Многообразие стилей,
Высокое качество,
Новые впечатления.



 *Pasabahce*

www.pasabahce.com/ru

Слово редактора

8

Новости

10



Новости «Хозторг»

24

Производители

28 Речицкий завод: пример развития накануне 160-летия



Дистрибьюторы

31 «Топ Стиль».
Практичный взгляд на посуду
и сервировку

Таблица выставок

32

Выставки

34 XII выставка-ярмарка народных мастеров
и художников России «Жар-птица – 2017»

36 China из China



38 Houseware. Алматинский трамплин
для будущего процветания

42 «Тенденции-2017» растут

44 НОМІ – средоточие креативности,
технологий и экспериментов

Послевкусие выставки

48 Чикагский шопинг от GIA

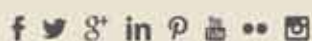
50 Международный конкурс GIA,
или Какой он, лучший магазин,
по версии экспертного жюри



ВЫСТАВКА СТИЛЕЙ ЖИЗНИ



15 • 18 СЕНТЯБРЯ 2017



HOMI
HOMIMILANO.COM



FIERA MILANO

Мнение специалиста

52 Посуда из нержавеющей стали.
История и современность

Рынок

56 Посудные рынки Белоруссии и России.
Профессиональный взгляд



Розница

58 Посудный магазин. Взгляд со стороны



Подписка-2017

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

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

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

Стоимость одного номера – 200 рублей для подписчиков РФ.

Для жителей дальнего зарубежья стоимость подписки одного номера 600 руб. Оплата производится в рублях, доставка наложенным платежом.

Дизайн

64 Итальянский шик.
История и философия



Стильные штучки

70



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.

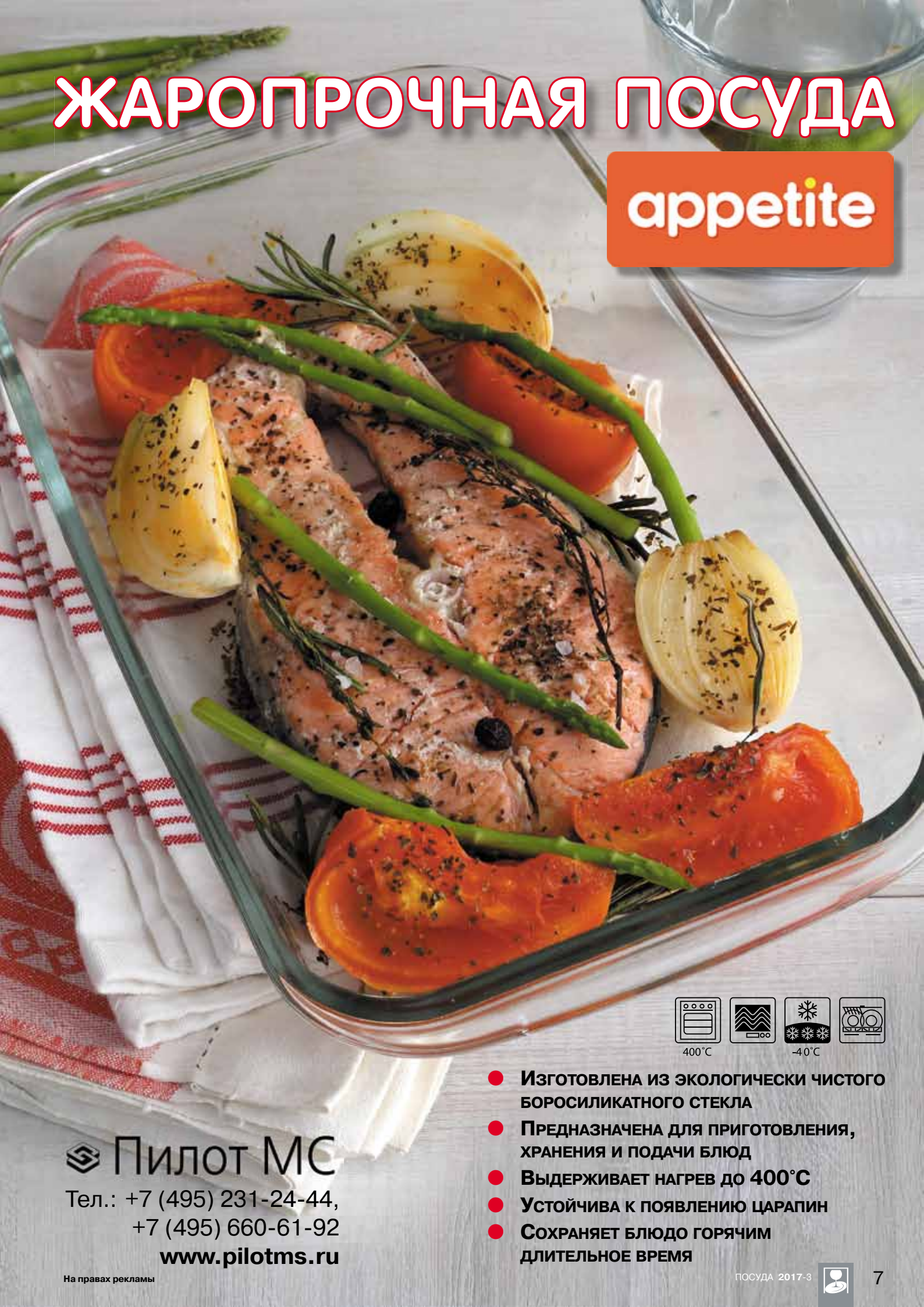
На все вопросы, связанные с получением журнала, вам с удовольствием ответят по тел.:

+7 (495) 718-66-11 +7 (903) 768-12-30



ЖАРОПРОЧНАЯ ПОСУДА

appetite




400°C



-40°C



- Изготовлена из экологически чистого боросиликатного стекла
- Предназначена для приготовления, хранения и подачи блюд
- Выдерживает нагрев до 400°C
- Устойчива к появлению царапин
- Сохраняет блюдо горячим длительное время

 Пилот МС

Тел.: +7 (495) 231-24-44,
+7 (495) 660-61-92

www.pilotms.ru

На правах рекламы

ПОСУДА 2017-3



7



Добрый день, дорогой читатель!

Постоянный унылый пейзаж за окном и ежедневное ожидание чуда начала лета сказываются и на покупательской активности, и на настрое, и на объемах продаж. Тем более, что летний период подразумевает определенный спад. Но, оценивая прошлый период, нельзя не сказать о рыночной ситуации в целом. Европейский рынок стагнировал, да и наши участники рынка посуды приспособились к ситуации. О чем это говорит? Да о том, что компании, которые не справились с ситуацией по объективным причинам, – они сошли с дистанции, а те немногие участники, которые работают, с небольшими потерями пробиваются дальше.

Начало лета всегда отождествляется с отпускным периодом, когда покупатель, да и продавец (исключая сезонные товары и ресторанный сектор) уже одной ногой на отдыхе. Поэтому в этом номере акцент сделан на определение выставочных площадок текущих и пресс-релиз будущих бизнес-посещений.

Интересным оказалось посещение выставки China Commodity Fair 2017, которая во второй раз проходила в «Экспоцентре» под патронажем «Мессе Франкфурт Рус». Хотя выставка еще молода, профессионально она интересно построена по типу открытой бизнес-площадки для переговоров и для заключения сделок с китайскими производителями на месте.

Казахстанская выставка реально позиционируется как выставка-ярмарка. Она небольшая, но достаточно емкая. Собственного производства посуды в Казахстане практически нет, поэтому российская продукция пользуется невероятным спросом. Если казахский рынок вами еще не охвачен, то он вам будет определенно интересен.

Интересной аналитики пока нет, не хочется повторяться о состоянии рынка в текущем периоде. Наш постоянный участник рубрики «Мнение специалиста» Илья Петунов в который раз продемонстрировал глубокое знание проблемы и раскрыл интересные факты и цифры, за что ему огромное спасибо.

В заключение скажу, что хотя сказывается снижение объемов рынка посуды, но положительное изменение курсовой разницы дало надежду дистрибьюторам на рост импорта, а повышение качества отечественной продукции – на стабильную доходность.

**С уважением, главный редактор журнала «Посуда»
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: Наталья Дрошнева,

Мария Ков, Женья Максимова,

Алексей Усачев, Марина Теплова,

Анна Коньшина, Алексей Трембицкий.

Перевод: Марина Теплова.

Дизайн и верстка: Алексей Барсуков.



В номере:

Послевкусие выставки

50 Чикагский шопинг от GIA

Рынок

58 Посудные рынки Белоруссии и России. Профессиональный взгляд

Розница

60 Посудный магазин. Взгляд со стороны

Телефоны: +7 (495) 718-66-11, +7 (903) 768-12-30

E-mail: reklamaposuda@mail.ru pochtaposuda@mail.ru

www.posuda.info www.posudainfo.ru





international
**home +
housewares
show** | 2017
IT'S SMART
march 18 - 21 • chicago

messe frankfurt
ambiente



HOMI
HOMIMILANO.COM

HOUSEHOLD EXPO



Приятный аксессуар на каждый день

Соль, сахар, перец и иная сыпучая приправа, от которых мы не можем отказаться даже при быстром перекусе, могут быть элегантно представлены на нашем столе и радовать своих обладателей каждый день. Емкости, выполненные из качественного фарфора, с пробковыми крышками, и выдержанные в привлекательном скандинавском дизайне, от дизайнеров **Умбры и Николаса Бейкера** (Nicholas Baker & Umbra) способны поднять настроение и временно разбудить аппетит.



Открытие обновленного салона в Краснодаре

Двадцатого мая 2017 года прошло праздничное открытие обновленного торгового салона «Аура Богемии» в Краснодаре. Адрес магазина: г. Краснодар, ул. Чапаева, 88.



По материалам www.auraofbohemia.ru

Структура Мирослава Мельника купила в Москве **Черемушкинский рынок** и собирается провести его реновацию по примеру Даниловского рынка. Новым собственником Черемушкинского рынка стало ООО «Черемушкинский торг». Основным владельцем «Черемушкинского торгога» с долей 55% является М. Мельник.

Инвестиции в рынок могут достичь 175 млн рублей, а за счет расширения числа точек питания, включения в ассортимент фермерских продуктов и открытия собственного интернет-магазина новый собственник может утроить поток покупателей. Интернет-магазин предложит продаваемые на рынке товары. Напомним, что Черемушкинский рынок расположен на юго-западе Москвы. По словам представителя компании, обновление рынка должно завершиться к концу года. В ходе работ планируется сохранить исторические контуры объекта и его назначение как сельскохозяйственного рынка.

По материалам www.retail.ru

Zara делает ставку на крупный формат

Компания **Inditex** ускоряет процесс закрытия магазинов малого формата. Стало известно, что испанская компания концентрируется на развитии магазинов более крупного формата. По мнению руководства, это привлечет больше клиентов.

За прошлый финансовый год Inditex, владеющая такими брендами, как Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka и др., расширилась на 279 магазинов в мире. В России прирост составил 56 точек. В 2017 году компания откроет до 500 новых магазинов, но при этом закроется порядка 200 точек малого формата.

Эксперименты с форматом проводят и многие другие ритейлеры. Например, «Эльдорадо» запустил магазины меньшего размера и с отличающимся ассортиментом. «Лента» также не исключает возможность появления в своей сети магазинов небольшого формата.

Кстати, в 2016 году прибыль ритейлера Zara увеличилась на 10% и составила 3,2 млрд евро. Об этом стало известно из официального сообщения Inditex. В конце 2016 года Inditex управляла 7293 магазинами в 93 странах мира. За отчетный период продажи группы выросли на 12% в сравнении с аналогичным периодом годом ранее и составили 23,3 млрд евро.

По материалам www.retail.ru

Компактно, гигиенично, надежно



от **Shenzhen Stom Industrial Design Co.** Упаковочная машинка позволяет сформировать рукав-пакет нужной длины, в который убирается нужный продукт, после чего его край запаивается. Несмотря на то что данная упаковка является одноразовой, она крайне удобна и с целью хранения, и с точки зрения экономии пространства.

Любую пищу, включая заблаговременно приготовленный сэндвич, а также ингредиенты, включая овощи, фрукты, крупы, зелень, удобно хранить в индивидуальной упаковке, максимально соответствующей размеру и форме продукта. Пищевые боксы из твердых материалов (пластик, стекло) не всегда позволяют максимально рационально использовать свое пространство. Другое дело – мягкая и герметичная упаковка



CRAZY

Crystalex



www.crystalex.cz



Создай свой объем



Удивительной способностью может обладать обыкновенная бутылка для воды и различных напитков. А именно – изменяться в объеме благодаря своему строению в виде спирали и силикону, являющемуся основным материалом. Бутылка прекрасно переносит многократные деформации, направленные на уменьшение или увеличение объема в зависимости от своей наполненности. Хитроумное и одновременно простое решение позволяет почувствовать себя подлинным иллюзионистом!



Оригинальный держатель для рыбы от BVQ



Для рыбаков и просто любителей рыбы, приготовленной на природе, группа компаний **Lion** рекомендует воспользоваться удобным и оригинальным приспособлением марки BVQ. Это держатель для рыбы. Он идеален для приготовления рыбы на гриле и в духовке. Причем рыбу можно фаршировать, но даже без этого результат будет гарантированно превосходным.

По материалам www.lion-trade.ru

Новая коллекция стаканов Enjoy Loft



Компания Pasabahce, предлагая коллекцию Enjoy Loft, продолжает радовать своих клиентов новым дизайном посуды разнообразных оттенков и форм. Изделия этой коллекции выполнены из цветного стекла ультрамодных пастельных тонов.



Идеальная форма стакана и нежные цвета создадут уютную атмосферу дома, на даче, в непогоду и в жаркий летний день. Стильный дизайн стаканов не оставит равнодушными самых требовательных хозяек и их гостей.

В коллекцию Enjoy Loft входят стаканы под прохладительные напитки трех различных форм и цветов. Они доступны для продажи как в наборе по три штуки, так и для поштучных продаж.

www.pasabahce.com/ru

Специально для воков



Выпуклая посуда, в частности такая, как сковороды-вок, нуждается в максимальном прогревании всего объема, поэтому ее применение на классических кухонных плитах весьма проблематично. Избежать досадного недоразумения помог рационализаторский ход **Кима Мьонга** (Kim Myung), который предложил свой вариант бытовой конфорки. Теперь нагревающаяся поверхность может менять свою форму, а точнее образовывать при нажатии на нее подобие чаши, в которой прекрасно помещаются вок или казан, имеющие яйцеобразную форму. Трудно сказать, получит ли проект К. Мьонга широкое распространение, но его идея, безусловно, заслуживает внимания. Благодаря стараниям молодого дизайнера сфера применения кухонной плиты существенно расширилась.

Любимый завтрак



Приготовление завтрака не должно вызывать негативных эмоций. Это то, что следует готовить быстро и красиво, следовательно перед нами должен быть удобный компактный прибор, способный удовлетворить потребности в качественной, быстрой и калорийной еде. Именно из таких задач исходила **Элли Зенг** (Ellie Zeng), создавшая гибрид электродуховки и электросковороды с гриль-сегментом, на котором можно и яичницу приготовить и стейк пожарить. Причем каждая часть прибора работает независимо от другой, поэтому и температура приготовления может варьироваться в зависимости от поставленных задач. Прибавим к этому великолепный дизайн и... будем наслаждаться достойным изобретением!



HOUSEHOLD EXPO

20 МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

12-14 СЕНТЯБРЯ 2017

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



*Всё, что дома
пригодится!*

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

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

«Жар-птица» – хранильница специй

Ассортимент завода пластмассовых изделий «Альтернатива» пополнился новым набором для специй «Жар-птица». В его состав входят солонка, перечница, салфетница и подставка. Изделия выполнены из прозрачного и красного пластика.

По материалам www.alternat.ru



Стеклокружево

Никольский завод светотехнического стекла запустил новую серию моллированной посуды «Кружево». Коллекция тарелок создана на основе рисунков классических кружевных переплетений и представлена в девяти вариантах дизайна, каждый из которых представлен в пяти размерах от 14 до 30 см.

Для декорации стекла используют специальные высокотемпературные керамические краски, которые безвредны для здоровья и стойки к истиранию.

По материалам www.vestitambov.ru



Геологи нашли месторождение стекольного песка в Вологодской области

Геологи АО «Северо-Западное ПГО» (госхолдинг Росгеология) перешли к финальному этапу работ по поиску стекольных песков в Вологодской области. Объект расположен в пределах Горноручейской перспективной площади в Вытегорском районе.

Перед специалистами стояла цель – обнаружить полезные ископаемые, пригодные для производства различных видов стекла: листового оконного, технического, лабораторного, медицинского, парфюмерного и электроосветительного, а также стекловолна для электротехники.

В ходе геологоразведочных работ под Вытегорой были выделены два перспективных блока общим объемом стекольного песка в 464 млн т. Технологические испытания показали, что после обработки эти пески пригодны для производства светотехнического и сигнального стекла, сортовой посуды и т.д.

В 2017 году на месторождении проведут последние технологические испытания и окончательный подсчет ресурсов в соответствии с маркировкой песка, сообщили в пресс-службе Росгеологии.

По материалам www.vologdaregion.ru

УГМК расширяет кабельный бизнес

«Уральская горно-металлургическая компания» (УГМК) объявила о слиянии двух предприятий: АО «Электрокабель» Кольчугинский завод (ЭКЗ) и ЗАО «Кольчугинский завод цветных металлов» (КЦМ). После завершения всех юридических процедур КЦМ перейдет в оперативное управление холдинга «Кабельный Альянс», в структуру которого входит «Электрокабель».

Такое решение принято в связи с расширением кабельного бизнеса и реализацией глобальной программы модернизации ЭКЗ. В течение нескольких лет в техническое перевооружение кабельного производства будет вложено около миллиарда рублей.

Средства, в частности, будут направлены на создание производства кабелей с радиационной сшивкой, расширение производства безгалогенных кабелей, кабелей управления, модернизацию фильерного производства. На площадке КЦМ планируется построить новые цеха, реконструировать существующие и разместить в них уникальное высокотехнологичное оборудование. Все это позволит предприятию активнее осваивать выпуск современных видов кабелей и проводов и повысит конкурентоспособность его продукции.

– УГМК приняла решение о реструктуризации бизнеса. Мы видим большой потенциал рынка кабельно-проводниковой продукции. У «Электрокабеля», который является одним из лидеров отрасли, – большие перспективы. Ему необходимо расширяться, – пояснил генеральный директор холдинга «Кабельный Альянс» Аркадий Рудой.

Создание новых производственных участков, запуск высокотехнологичного оборудования, расширение ассортимента продукции потребуют дополнительных рабочих рук. Для сотрудников «Кольчугцветмета» будет организовано обучение кабельным специальностям на базе объединенного предприятия и в Техническом университете УГМК.

Развитие кабельного производства позволит повысить наполняемость бюджетов города Кольчугино и Владимирской области.

По материалам www.novosti33.ru

Сотрудники ООО «Посуда-Центра сервис» в Братске оформляли липовые возвраты товаров и забирали деньги

В Братске направлено в суд уголовное дело против трех бывших сотрудников магазина ООО «Посуда-Центр сервис», предоставлявших подложные документы на фиктивные возвраты ранее проданного товара и присваивавших якобы полученные покупателями деньги. Как сообщает пресс-служба прокуратуры Иркутской области, мужчины совершали означенные действия преимущественно в выходные и праздничные дни, привлекая к процессу в качестве пособников незнакомых между собой граждан, личности которых также выяснены.

Источник: www.altairk.ru

Новинка TalleR – вок «Итан»



Марка TalleR дополнила ассортимент восточных сковородок из алюминия с антипригарным покрытием диаметром 30 см (TR-4199).

Высококачественное многослойное антипригарное покрытие Whitford QuanTanium® содержит уникальную смесь частиц титана, что обеспечивает покрытие необычайную стойкость к износу и царапинам; прекрасные антипригарные свойства этого покрытия позволяют готовить пищу с минимальным количеством масла.

Внешнее покрытие устойчиво к высоким температурам и загрязнениям и долго сохраняет превосходный внешний вид.

Утолщенное дно 4,0 мм обеспечивает быстрый и равномерный нагрев и защищает от деформации при правильном использовании. Ручки из нержавеющей стали на клепочном креплении дают возможность надежно удерживать посуду во время использования.

Вок пригоден для мойки в посудомоечной машине.

ООО «Таллер»

Тел. +7 (812) 777-90-80 | www.taller.ru

Новости

Столовая посуда из стекла

НОВИНКИ! СЕРИИ ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА К ЛЕТНЕМУ СЕЗОНУ ПРОДАЖ!

Цена !!

830 453 VETTA Солнечный Мисочка Круглая диаметр 20см	84 ₽	830 454 VETTA Солнечный Мисочка Круглая диаметр 18см	98 ₽	830 455 VETTA Солнечный Салатник овальный диаметр 20см	143 ₽
830 456 VETTA Солнечный Тарелка квадратная 20см	89 ₽	830 457 VETTA Солнечный Тарелка квадратная 20см	104 ₽		
830 443 VETTA Солнечный Миска круглая 18см	64 ₽	830 464 VETTA Солнечный Миска круглая 18см	98 ₽	830 445 VETTA Солнечный Миска круглая 18см	143 ₽

Компания «Гала-центр» пополнила ассортимент новыми сериями посуды из стекла собственной торговой марки **VETTA**. В продажу поступили тарелки, салатники и кружки с декорами «Солнечный полдень», «Цветущий луг» и др.

По материалам www.galacentre.ru

В коллекции Карри представлены кастрюли с крышкой объемом 2,0, 2,8 и 5,0 литров.

Кастрюли изготовлены из нержавеющей стали 18/10. Жаростойкое декоративное покрытие устойчиво к загрязнениям и облегчает уход за посудой. Касулированное дно с алюминиевой вставкой толщиной 2,8 мм обеспечивает идеальное распределение тепла.

Новинка!

Коллекция Карри

TalleR
Живи со Вкусом!



(812) 777 90 80

www.taller.ru

Крышки из жаропрочного стекла позволяют следить за процессом приготовления не открывая их. Надежное крепление эргономичных стальных ручек гарантирует безопасное использование. Удобные отметки литража на внутренней поверхности посуды позволяют не использовать при приготовлении дополнительную мерную посуду. Специальное отверстие для выхода пара позволяет готовить с закрытой крышкой, предотвращая выкипание.

Посуда подходит для всех типов плит и пригодна для посудомоечных машин.



TR 7394 | кастрюля 5.0 л



TR 7393 | кастрюля 2.8л



TR 7392 | кастрюля 2.0л



Бумажный мрамор



Шведский дизайнер **Клара Бергман** нашла вдохновение в традиционных методах изготовления коллекции подносов, канцелярских принадлежностей и много другого в технике бумажного мрамора.

Бумажный мрамор - популярная ремесленная декоративная техника, которая использовалась в переплетных и канцелярских принадлежностях на протяжении веков.. Ее предком является японская техника Суминагаши, которая была создана в Японии в 12 веке. «Для меня изучение смешения форм и материалов является одновременно захватывающим и вдохновляющим», - заявляет Клара Бергман.

по материалам www.studioformata.se

Универсальный солдат

Есть ли такая кухонная посуда, в которой можно полноценно приготовить любое блюдо? Сложно сказать, но максимально приближенная к разнообразным задачам посуда есть.



Это своего рода аналог мультиварки с дополнительными опциями от **Рика Уденховена (Rik Oudenhoven)**, который в поисках универсального кухонного повара добавил в свою конструкцию магнитный диск для использования индукции и снабдил свое изобретение различными емкостями, в которых удобно готовить самые различные блюда, включая жидкие, жаренные, кашеобразные и обработанные паром. Возможно, с таким арсеналом выполняемых задач потребитель сталкивается впервые.

Лето с соковыжималкой для цитрусовых от VITEK



Легко вести здоровый образ жизни и наслаждаться вкуснейшими свежесжатыми соками из цитрусовых Вам позволит электрическая соковыжималка **VT-3659W**.

Модель оснащена конусообразной ребристой насадкой, выполненной из высококачественного поликарбоната устойчивого к воздействию органических кислот. Благодаря такой конструкции и мощности прибора 40 Вт Вы получите максимальное количество сока из килограмма фруктов. **Носик** для подачи сока выполнен из **нержавеющей** стали и оснащен системой «**капля-стоп**» – теперь ни одна капля сока не вытечет из носика устройства и не окажется на вашем столе. Для легкого ухода и безопасной работы в

соковыжималке предусмотрены прозрачная крышка от пыли, отсек для хранения шнура и противоскользкие прорезиненные ножки.

К юбилею Durablex

Ассортимент **Iconic Product Collection (IPC)** продолжает расти. В январе 2016 года IPC демократизирует свою коллекцию аксессуаров для культового стекла Picardie от Durablex! Маленькая история:



Чтобы отпраздновать 70-летний юбилей Durablex, дизайн-студия спроектировала набор аксессуаров для украшения дома из стекла. Этот необычный декантер идеально впишется в стильный интерьер.

Наивность на парижской MAISON & OBJET

Основатель винтажных коллекций для дома **Кэролайн Пети-Мейсон** выступила в Париже с набором ручных и украшенных вручную тарелок в наивном стиле. На создание этих творений дизайнера вдохновили путешествия из штата в штат по антикварным лавкам и магазинчикам.



Рисунки очень просты, идеально подходят для тарелок.

В сентябре прошлого года впервые эти изделия были представлены на выставке MAISON & OBJET в Париже. «В этом и в следующем году я продолжу концентрироваться на тарелках, и, если все будет хорошо, добавлю в коллекцию миски и несколько столовых принадлежностей», - отметила Кэролайн.

По материалам <http://www.threesevenus.com/>



Дружковский завод просит продлить действие пошлин на импорт фарфора

Единственный в Украине производитель фарфора ООО «Дружковский фарфоровый завод» просит Министерство экономики и торговли продлить действие спецпошлин на импорт фарфора, срок которого истекает 24 мая.

Об этом на пресс-конференции в Укринформе заявил генеральный директор ООО «Дружковский фарфоровый завод» Роман Локтенко, сообщает корреспондент агентства.

– 24 мая истекает срок введенных правительством специальных мер по ограничению импорта фарфора в Украину. Сегодня, учитывая то, что спецпошлина на импорт фарфоровой продукции составляет 28%, мы работаем с нулевой рентабельностью. Соответственно, если спецпошлину отменяют, для нас будет практически невозможно конкурировать с импортом на внутреннем рынке. Без государственной поддержки фарфоровая промышленность Украины будет потеряна навсегда, – сказал Р.Локтенко.

Он рассказал, что в 2014 году по результатам специального расследования было принято решение о введении специальных мер относительно импорта в Украину посуды и столовых или кухонных приборов из фарфора. Это было связано с тем, что с 1991 года с украинского рынка ушли более 10 предприятий, остался только «Дружковский фарфоровый завод», а доля отечественного производителя фарфора упала до 3%.

Благодаря спецмерам в 2015 году началось постепенное восстановление фарфоровой отрасли Украины. В частности, доля рынка фарфора, которая приходится на ООО «Дружковский фарфоровый завод», в настоящее время составляет 10-15%.

По словам гендиректора, в 2011-2014 годах завод инвестировал около 16 млн евро в новое производство посуды по европейским стандартам, которые соответствуют самым высоким экологическим требованиям. В 2013 году предприятие, кроме бытового фарфора, наладило выпуск ресторанного фарфора, который пользуется спросом в Украине.

– Дружковский завод способен обеспечить значительную часть внутреннего спроса и имеет высокий экспортный потенциал. Наше предприятие расположено в зоне проведения АТО. Это, в принципе, депрессивный регион, огромная безработица и отток высокопрофессиональных кадров. Но даже несмотря на это, мы развиваемся – только за последние полгода было запущено в производство около 30 новых изделий, которые реализуются не только на украинский рынок, – мы пытаемся конкурировать с европейскими поставщиками. Но предприятие до сих пор нуждается в государственной поддержке, – подчеркнул Р. Локтенко.

Он также акцентировал внимание на том, что если государство не продолжит действие спецпошлин и не защитит предприятие, оно может обанкротиться, а следовательно, работу потеряют 350 работников.

– Мы обратились в Минэкономики с просьбой защитить национального производителя, соответствующие письма были направлены на имя вице-премьер-министра Степана Кубива, заместителя министра экономики Натальи Мыкольской. Реакции пока никакой, – констатировал Р. Локтенко.

Руководитель центральной лаборатории ООО «Дружковский фарфоровый завод» Галина Езерская, в свою очередь, рассказала, что предприятие, которое в прошлом году отметило 45-летие, славится на всю Украину выпуском белого фарфора.

– Ни один завод Украины, а в 1971 году, когда открылся «Дружковский фарфоровый», их было 17, не имел такой белизны фарфора, как наш – за счет технологий и сырья. Завод прошел несколько стадий – лет 20-25 был на подъеме, потом начались тяжелые времена для многих предприятий отрасли, но наш завод оставался на плаву. Коллектив завода прилагает много усилий, чтобы фарфоровое производство в Украине не умерло, – отметила она.

По словам Г. Езерской, благодаря новым технологиям и качественному отечественному сырью «дружковцы» с полной гарантией могут заявить, что выпускают качественный фарфор, который со спокойной душой направляют в детские сады, школы, больницы и заведения общественного питания.

– Об импортной продукции мы этого с уверенностью сказать не можем, потому что с 2013 года отменена обязательная сертификация на ввоз импортного фарфора; очень сложно понять, из каких компонентов он сделан. К примеру, недобросовестный иностранный производитель может использовать в красках-деколях тяжелые металлы, которые пагубно влияют на здоровье. А нам бы хотелось, чтобы украинские потребители пользовались качественной продукцией, – резюмировала руководитель центральной лаборатории ООО «Дружковский фарфоровый завод».

Источник: www.ukrinform.ru

Украина отменила пошлину на импорт изделий из фарфора

Украина не продлила 28,8%-ную пошлину на импорт посуды, столовых приборов и кухонных изделий из фарфора, введенную независимо от страны происхождения в 2014 году.

Соответствующее решение Межведомственной комиссии по международной торговле опубликовано в газете «Урядовый курьер».

Напомним, в апреле 2014 года Украина ввела спецпошлину на импорт в страну посуды и столовых и кухонных приборов из фарфора сроком на три года.

Применение специальных мер относительно импорта в Украину посуды и приборов столовых или кухонных из фарфора независимо от страны происхождения и экспорта должно было положительно повлиять на финансово-хозяйственное положение национального товаропроизводителя. В частности, оно должно было способствовать восстановлению объемов производства и продаж, сохранению и возобновлению рабочих мест.

При этом в результате введения спецпошлины в 2015-2016 годах себестоимость посуды, столовых приборов и кухонных изделий из фарфора выросла на 15,07%.

Цена импорта в течение действия специальных мер в 2015-2016 годах снизилась на 6,19%.

Объемы импорта сократились в 2015-м – на 62,03%, в 2016 году – на 3,3%.

В апреле 2015 года Египет пожаловался на Украину в ВТО из-за пошлин на фарфор.

Источник: www.ukrinform.ru

Компакт-барбекю



Компания **Berghoff** выпустила новинку для приготовления барбекю. Ее отличие от других подобных приспособлений – в компактности! По сути, это кастрюля с решеткой, на которой удобно жарить мясо и овощи. При этом размер кастрюли позволяет брать ее с собой даже в пешеходы.

По материалам www.coollest-gadgets.com

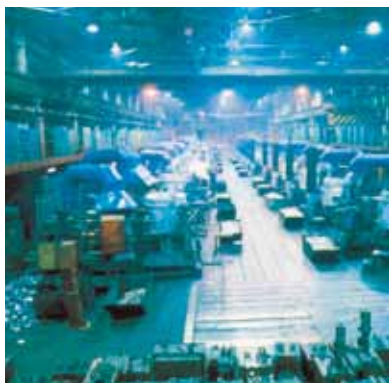
Завод-банкрот попытаются продать за 15% первоначальной цены

В 2016 году ЗАО «Завод алюминиевого литья» выставилось на продажу за 600 млн рублей. Покупателей не нашлось. Затем за четверть стоимости. Покупателей не нашлось. Сегодня цена снижена до 76,5 млн рублей.

Производственный комплекс бывшего барнаульского завода, расположенный по адресу: просп. Космонавтов, 8/29, – это четыре корпуса общей площадью более 40 тыс. кв. м. Три корпуса отданы в аренду. Его не получилось продать летом за 600 млн, в марте 2017 года была предпринята новая попытка – уже за 137,7 млн рублей.

Завод алюминиевого литья признан банкротом в сентябре 2014 года по заявлению «Алтайэнергосбыта» за долг в 11 млн рублей. Как ранее писало издание «Капиталист», в январе 2015 года, при введении процедуры наблюдения, сумма задолженности завода перед всеми кредиторами, а также долг по обязательным платежам составляли 572 млн рублей, задолженность по оплате труда – 10,6 млн рублей.

В 2016 году за 600 млн выставались, кроме имущественного комплекса, также дебиторская задолженность в размере 53,8 млн рублей и доля 49% в уставном капитале ООО «Торговый дом «ЗАЛ». ЗАО «Завод алюминиевого литья» было создано на базе одного из подразделений Алтайского моторного завода, где в 1972 году была сделана первая плавка. Проектная мощность предприятия – 22 тыс. т литья в год. Помимо производства алюминиевых сплавов ЗАО выпускало радиаторы, алюминиевую посуду, формы для выпечки хлеба.



Источник: www.kapitalist.tv



Стильная, прочная и необыкновенно удобная крышка от JARKO в ближайшее время станет любимцей всех хозяек страны! Производство качественной стеклянной крышки под брендом JARKO – одно из основных направлений компании «ГВУРА». Одно из последних предложений компании – крышка с уникальной бакелитовой бобышкой-подставкой. К привычному свойству бакелита – не нагреваться – производители добавили особую форму, и получилась удобная и многофункциональная ручка-подставка. Сняв крышку, можно поставить ее вертикально на стол. Так она займет гораздо меньше места и не оставит грязных и мокрых разводов на столе. Кроме того, в процессе готовки бобышку можно использовать как подставку для ложки, лопатки и других кухонных аксессуаров, которыми обычно помешивают блюда. Стильно, удобно, функционально!

Источник: www.gvura.ru

Арабеска от «Коралла»



Товарные линейки компании «Коралл»полнились новой стеклокерамической посудой «Арабеска» с нежным цветочным орнаментом и волнистым краем салатника и тарелки. Коллекция включает в себя тарелки (диаметр 18 и 24 см), салатники (объем от 350 до 1200 мл) и миску (диаметр 19 см).

Центробежный способ производства данных изделий придает посуде тонкость, легкость, а также делает ее более гладкой. Все предметы можно использовать в СВЧ-печах и мыть в посудомоечных машинах.

Также компания «Коралл»представила новые серии кастрюль («Гурман», «Прима», «Эстет») объемами от 1,7 до 6,4 л и ковш объемом 2 л из нержавеющей стали собственной торговой марки GreenTOP. Все изделия имеют трехслойное дно и стеклянные крышки.

По материалам www.korall.ru

СВЧ-печь расширяет границы!



Привыкнув к традиционной форме микроволновой печи, мы с трудом откликаемся на новую форму! Однако, перестроившись на обновленный формат, находим немало преимуществ. Именно так реагируют на появившуюся новинку – микроволновую печь от представителя дизайнерского бюро Му **Мартина Аргуэлло** (Martín Argüello) покупатели. При этом они не сразу догадываются использовать ряд технических внедрений, существенно расширяющих область применения микроволновки. Так, благодаря различным приспособлениям в такой микроволновке можно полноценно готовить на пару, например, овощи. Для других продуктов предусмотрены соответствующие аксессуары.

Сувенирная ложка «Москва»



В ассортименте **Павловского ордена Почета завода художественных металлоизделий им. Кирова** появилась очередная новинка. Это сувенирная ложка «Москва». Красочная упаковка-открытка для ложки, размером 125x210 мм, с изображениями Красной площади, Большого театра и других символов столицы, помещена в прозрачный пакет с европодвесом. Такой сувенир будет приятным напоминанием о Москве и может использоваться в повседневной жизни. Приобрести сувенирные ложки «Москва» можно в интернет-магазине завода, размещенном на главной странице сайта www.pzhm.ru. Оптовым покупателям заказать сувенирные ложки можно у региональных менеджеров.

По материалам www.pzhm.ru

Синее воскресенье

«Синее воскресенье» – это серия фарфоровых изделий берлинского дизайнера **Анны Бадур**. Она игриво применяет в своих работах традиционный подглазурный кобальтовый синий цвет. Результаты представляют собой органические высококонтрастные структуры, и каждая деталь является уникальным предметом.



Rudolf Kämpf вдохновился Александрией

Бренд Rudolf Kämpf продолжает вдохновляться арабской культурой: на этот раз название новой коллекции дал город Александрия, основанный более 2300 лет назад Александром Македонским.

Фарфоровый набор «Александрия», состоящий из чайника, трех пиал с блюдцами и декоративной тарелки, украшает позолоченный орнамент, который напоминает о величии города, бывшего в свое время одним из важнейших центров эллинистического мира.

Ценители чайных церемоний по достоинству оценят новую коллекцию Rudolf Kämpf. В ней есть все, что гарантирует не только эстетическое удовольствие, но и отличный вкус любимого напитка. Высококачественный твердый фарфор, из которого выполнен сервиз, и наличие небольших, но широких пиал в его составе позволяют чайному листу раскрыть все оттенки его вкусов.



По материалам www.novosti33.ru

Чайник коллекции Infinity от Røndell



Бренд Røndell представляет своим почитателям новую **модель чайника RD-424 Infinity** с внешним фактурным покрытием. Данная модель – это уникальное сочетание стильного дизайна и всех востребованных функций чайника.

Чайник RD-424 Infinity от Røndell – не только функциональный предмет посуды, способный качественно вскипятить воду для любимых горячих напитков, но также и стильный элемент кухонного декора.

Главной дизайнерской особенностью данной модели чайника стало использование уникального на российском рынке

внешнего фактурного покрытия с эффектом кожи SkinLayer. Такое покрытие обеспечивает чайнику невероятную эстетику, позволяя одновременно легко за ним ухаживать: он надолго сохранит эстетичный внешний вид.

Такое дизайнерское решение от Røndell позволяет чайнику выглядеть эксклюзивно и свидетельствует о тонком вкусе его владельца.

Еще один дизайнерский элемент, который впечатлит любителей эстетики – эргономичная ненагревающаяся нейлоновая ручка, которая обеспечит безопасное и комфортное использование чайника.

Одновременно со стильным исполнением чайник RD-424 Infinity обладает востребованным функционалом, позволяющим легко и качественно готовить любимые горячие напитки.

В чайнике предусмотрен востребованный литраж – 2,7 л. Благодаря такому объему вы напоите любимыми горячими напитками всю семью или достаточно большую компанию гостей.

Чайник выполнен из одного из самых экологичных материалов — высококачественной нержавеющей стали 18/10. Данный вид стали обеспечивает чайнику устойчивость к деформациям, сколам, ржавчине, образованию пятен и при этом в течение долгого времени сохраняет эстетичный внешний вид. Дополнительное преимущество данного материала – гарантия непревзойденного вкуса ваших горячих напитков и сохранение природных свойств воды. Капсулированное дно позволит равномерно распределить тепло и особенно быстро вскипятить воду.

Исключительное удобство в обращении с чайником обеспечит удобный клапан открывания свистка: наливать воду в чашки вы можете легко и безопасно. Еще одно преимущество чайника RD-424 Infinity – он подходит для всех видов плит, включая индукционные плиты.

Чайник RD-424 Infinity от Røndell – эксклюзивный дизайн и невероятная функциональность!

Источник: www.rondell.ru

Бариста у вас дома



Компания **OXO** подготовила очередную новинку в виде умной кофеварки, способной, в том числе, дробить кофейные зерна и создавать разные по крепости напитки. При этом одной загрузки кофейного сырья достаточно для приготовления от двух до девяти чашек кофе (в зависимости от рецепта). Для тех, чья жизнь не может проходить без кофе, данный прибор – настоящая находка, сравнимая разве только с живым бариста, который работает в специализированной кофейне.

По материалам www.thechronicleherald.ca

Правильный подход к сервировке

Нежная сервировка в пастельных тонах или всплеск сочных красок на столе? Цветочки и ажур или броские орнаменты? Каждому событию – свое оформление. Советуем внимательно рассмотреть коллекции и не спеша выбрать по своему вкусу. Акции в интернет магазине westwing.ru продлены.



Чтобы погрузиться в сказку хрустала и света, теперь достаточно прибыть на улицу Заславскую, в центр Минска.

В основе нового фирменного салона собственная концепция: никто не должен уйти разочарованным. Представленный здесь ассортимент рассчитан как на клиентов, ведомых конкретной целью, так и на мечтающих о чем-то особенном. Подарочные наборы, сувенирные изделия из стекла и хрустала, интерьерное стекло, изделия для флористики... Впрочем, на то этот мир и стеклянный, чтобы хотелось в него заглянуть. Новые коллекции, представленные в салоне, создавались под девизом: «Для каждого напитка – свой бокал!» Ведь для всякого сосуда разрабатывается собственная, точно выверенная форма, которая мастерски вписывается в хрупкую стилистику.

Новый магазин **Neman** не просто позволяет оперативно информировать потребителей о расширении ассортимента выпускаемой продукции. Каждую пятницу с 10.00 до 16.00 художники-дизайнеры предоставляют грамотную консультацию по производимой предприятием продукции, а также принимают заказы на посуду, выполненную по индивидуальным эскизам.

Добро пожаловать в новый магазин-салон **Neman** (г. Минск, ул. Заславская, 27/3 – между просп. Победителей и ул. Тимирязева).

Источник: www.neman.by



Новаторский подход от McDonalds!



Любимый картофель-фри уже наскучило отправлять в рот поштучно. То ли дело сразу три соломинки! Идея такого аксессуара появилась в McDonalds сравнительно недавно, но уже заинтересовала любителей фастфуда.

Не все чайники одинаковы!

Любители чая и чаепитий не оставят незамеченной модель нового чайника от дизайн-студии **Neda**. Его рукоятка напоминает шею лебедя, в то время как сам он – истинное воплощение простой формы, которая никого не оставляет равнодушным.



Источник: www.neman.by



ROYAL

Crystalex



www.crystalex.cz



«Крымский мост» разлили в бутылки

Заложенное на выдержку еще в 2015 году, в начале строительства моста через Керченский пролив, вино «Крымский мост» начали разливать в стеклянную тару пять винодельческих предприятий Крыма и Краснодарского края.

При изготовлении продукции заводы использовали местный виноград сортов «пино», «шардоне», «рислинг», «мюллер-тургау», «каберне-совиньон» и «мускат белый».

Первые бутылки вина марки «Крымский мост» поступят в розничную продажу в российские магазины только после открытия одноименного моста. Цена бутылки не сообщается. Пуск автомобильного движения по мосту планируется в декабре 2018 года, железнодорожного – в декабре 2019 года. Всего в эксклюзивной коллекции 76 тыс. бутылок. Три краснодарских винозавода разольют по 19 тыс. бутылок, два крымских – те же 19 тыс., но на два предприятия.

Напомним, длина Керченского моста составит 19 тыс. м.



Источник: www.steklosouz.ru

Мы можем!

Тюменский «Стеклотех» начал выпускать бутылки с бугельной пробкой. Ранее такую стеклотару завозили в Россию из-за рубежа. Гендиректор Елена Острягина отметила, что бутылку с бугельной пробкой за Уралом выпускают впервые.

– Сейчас у нас работает заказчик и сам отслеживает все процессы. Уделяется внимание мельчайшим нюансам. Не сомневаюсь, что на «Стеклотехе» удастся освоить новый вид продукции. И именно у нас получится оптимальное соотношение качества, цены и логистической составляющей. На сегодня мы приступили к разработке документации, формокомплектов и тестированию, – говорит Е. Острягина.

Для покупателя бутылка обойдется в 3-4 раза дешевле, чем немецкая или чешская.

Источник: www.steklosouz.ru



«Набор бестселлеров: конверт для запекания Lekue и терка Microplane» со скидкой 30%!



Интернет-магазин Lékue предлагает оригинальный «Набор бестселлеров: конверт для запекания Lekue и терка Microplane» со скидкой 30%!

Интернет-магазин Lékue предлагает оригинальный «Набор бестселлеров: конверт для запекания Lekue и терка Microplane» со скидкой 30%!

В набор входит конверт для запекания Lekue красный на 3-4 порции и терка черная Premium Classic Microplane для сыра и цитрусовых Microplane.

Конверт можно использовать для приготовления пищи, хранения продуктов в холодильнике и для размораживания в

микроволновке. Отличной помощницей в приготовлении станет терка Microplane.

Лезвие терки Microplane из нержавеющей 302-й стали с эргономичной резиновой рукояткой предназначено для натирания твердых сортов сыра типа пармезан, а также для цитрусовой цедры.

Также в интернет-магазине можно приобрести коллекцию посуды известного модного дизайнера **Agatha Ruiz de la Prada**. Форма и цвет – это основа коллекций, созданных Agatha Ruiz de la Prada для Lekue. В этой коллекции объединились опыт в производстве качественной посуды от Lekue и уникальный штрих от модного дизайнера. С 20-летнего возраста дизайнер творит свои модные шедевры. В 21 год она впервые представила свою коллекцию одежды в Мадриде и с тех самых пор завоевала все международные столицы моды. Созданные ею модели одежды и обуви стали иконой творческого самовыражения. Агата сотрудничала с множеством художников и имеет более 100 лицензий.

Набор бестселлеров:
конверт для запекания Lekue на 3-4 порции
* черная терка Microplane для сыра и цедры



Источник: www.lekue-shop.ru

Приглашаем на выставку!

АО «ЭКСПОЦЕНТР» приглашает вашу компанию принять участие в выставке-ярмарке международной торговли и инвестиций 2017 года – China International Trade & Investment Expo Manzhouli 2017, которая пройдет с 18 по 20 августа 2017 года в г. Маньчжурия (КНР).

Не упустите уникальный шанс всего за 3 дня выйти на рынок Китая и Монголии, установить полезные деловые контакты, найти новых клиентов и увеличить объем продаж!

Выставка-ярмарка China International Trade & Investment Expo Manzhouli 2017 – это многоотраслевая выставка-ярмарка, способствующая развитию благоприятных условий для предпринимателей из стран Азии и Европы, обмену информацией, международному торговому сотрудничеству и привлечению инвестиций.

Организаторы выставки-ярмарки:

- Всекитайская Международная торговая палата;
- правительство города Маньчжурия;
- Национальная Торгово-промышленная палата Монголии;
- отделение Комитета по содействию международной торговле во Внутренней Монголии.



MAKE A **SMart** MOVE

Вы увидите продукцию лучших производителей и поставщиков товаров для дома, еще не представленных на европейских и азиатских выставках!

На выставке *International Home + Housewares Show*, вы получите массу новых идей и профессиональных контактов для развития бизнеса и познакомитесь со всемирно известными чикагскими ритейлерами.

10 - 13 Марта
Чикаго, США

Зарегистрируйтесь сейчас и получите
бесплатное приглашение: www.housewares.org

international
**home +
housewares
show** | 2018



INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION®
the home authority

Безвоздушные шины могут появиться уже в 2019-м!

Известный бренд **Bridgestone** занимается разработкой бескамерных колесных шин с 2011 года. Речь, разумеется, идет о шинах, чьи характеристики превышают воздушные шины. В противном случае телеги на колесах с резиновым ободом еще лошади в позапрошлом веке тянули. С появлением новых полимерных материалов безвоздушная шина может иметь не только ходовые преимущества, но и минимальное обслуживание: она не боится проколов, ее не нужно накачивать. Однако пока выпуск колес с такими шинами наладить не просто. Требуется время для внедрения соответствующего оборудования. Экспериментальные модели колес с новым поколением шин в настоящее время можно увидеть на велосипедах.



Фарфоровая лампа

Чешский дизайнер **Ленка Захаркава** (Lenka Zahorkava) помимо прочего разработала дизайн стеклянной подвесной лампы Light 1.0. Для производства своего изделия она использовала белый фарфор, который обладает высокой степенью прозрачности. Изделие выполнено вручную, что придает поверхности лампы необыкновенную текстуру.



Восхождение на гору, длительный поход или кратковременный выезд на природу непременно сопряжен с моментом, когда можно отдохнуть или расслабиться. Комфортный отдых на природе позволяет пополнить запас сил и подарить долгожданное вдохновение. Новый подход к отдыху от Tentsile подразумевает возможность почувствовать себя воспарившим над землей (хотя это не имеет отношения к левитации), словно в гамаке. Однако в отличие от классического гамака здесь в подвешенном состоянии оказывается шатер или палатка, выполненные из легкой дышащей ткани. Преимуществ отдыха в таком «жилище» много: не нужно располагаться на мокрой земле, нет контакта с насекомыми, живущими в траве, не приходится подкладывать матрасик для мягкости. Конструкция растягивается с трех точек и крепится к близстоящим деревьям посредством специальных тросов, которые при правильном натяжении обеспечивают минимальное провисание. Несмотря на легкость такого «жилища» путешественника, оно спокойно может выдержать вес одного и даже двух взрослых человек.



Рабочая «лошадка»

Оказывается, не только дети любят раскачиваться на качелях, аналогом которых с давних пор выступает игрушечная качающаяся лошадка. Взрослым тоже охота повеселиться и вспомнить детство. Ответом на эту потребность стал рабочий стол-качалка, внешне напоминающий раскачивающегося коня. У кого-то такой



предмет вызовет насмешку. Но не стоит забывать, что все мы родом из детства. К тому же у данной модели есть важное преимущество: вместо «лошадиной» головы здесь предусмотрена удобная подставка под планшет или ноутбук. Так что работать и отдыхать можно одновременно. Хотя, скорее всего, качание будет сопровождаться играми на современных электронных гаджетах. Впрочем, все зависит от того, кто оседлает такую прелестную «лошадку».

Заточим по полной!



Обычные и восковые карандаши, а также мелки теперь можно заточить в новой точилке! Сложно дать оценку степени важности этой конструкции, но с ее оригинальным дизайном не поспоришь. **Нирмай Роде** (Nirmayee Rode), создавшая свою версию точилки и предложившая свежую идею, фактически создала новый прибор. А это всегда соблазнительно!

Элементарно, Ватсон!

Иной раз простейшее решение находится так близко, что именно его и не видно. Дизайнеры **Габриэле Чиави и Лоренца Боззоли** (Gabriele Chiave & Lorenza Bozzoli) из компании Alessi сумели придумать простейшее приспособление для легкого и полного опустошения тюбика с зубной пастой. В качестве чудо-аксессуара выступил обыкновенный металлический фиксатор ремня, который удерживает ремень в нужном размере. Оригинально и крайне удобно, не правда ли?



Эргономично и очень просто!

Порой простое и правильное решение не находится либо до тех пор, пока не начнешь серьезно заниматься его поиском, либо пока оно не свалится на голову совершенно случайно, в самый непредсказуемый момент. Как возникла идея при создании рационализаторского продукта у дизайнерской группы **Monitormate**, сказать трудно. Но то, что задумка оказалась гениальной, спора нет. Поскольку именно теперь настольный моноблок получил ту самую компактность, о которой мечтали все! Благодаря тому что монитор стоит на подставке с ножками (именно ее и создали дизайнеры), под ним прекрасно размещается клавиатура. При этом данная подставка является одновременно и порталом для гнезд USB. Вне сомнений, это блестящее решение!



А запах!..

Создать приятный аромат в помещении поможет электрический увлажнитель воздуха от **Мерта Кана Бакира и Мелахат Кешели** (Mert Can Bakir & Melahat Köşeli). Используемые здесь натуральные ингредиенты, помещенные в специальную капсулу, восполняют недостаток природной свежести в любом помещении.



Ради развития мышления!

Этот диван может гораздо больше, чем тот, который стоит в каждом доме. Оригинальная конструкция от **Carlo Ratti Associati и Opendot** позволяет формировать любую поверхность. Дизайнерская задумка основана на тяге к конструированию и полезному заполнению пространства. Неожиданный подход к формированию места отдыха или игровой площадки реализован с помощью простейших блоков на ножках. Да, такая мебель, пусть и будет не основной в доме, но наверняка понравится ее обладателю – ведь она способствует раскрытию способности к логическому мышлению, особенно у детей.



И стулья превращаются...

Тема трансформеров в домашней мебели особенно актуальна в последние годы. В минимальном пространстве люди мечтают поместить все необходимое. Конечно, это не просто. Но иногда удачные решения просто завораживают. Пожалуй, к таким проектам можно отнести набор из стульев от компании My Design. Здесь четыре стула превращаются в стол.



Кольцо-звонок

Каждый, кто занимается бегом, знает, как важно сохранять правильное дыхание и не сбиваться с ритма. Однако нередко на пути бегуна встречаются ничего не подозревающие люди. Ох, как это неудобно! И только простой аксессуар от **Кевина Надолны** (Kevin Nadolny) в виде двойного кольца под пальцы со звончком легко и быстро оповестит окружающих о вашем приближении, и таким образом «беговая дорожка» освободится.



Трудно представить себе стиральную машину нового уровня, которая не имеет барабана и выдает уже сухие вещи, не требующие разглаживания утюгом. Возможно, в скором будущем именно такие агрегаты войдут в наш быт, а пока экспериментальная модель от дизайнера **Джиюн Юн** (Jiyeun Yoon) представляет собой конверт, в который вставляется загрязненная сорочка (на плечиках) и стирается, а потом разглаживается. То есть, поместив вечером рубашку в такой прибор, наутро вы вынимаете ее чистой и свежей. Неплохо! При этом толщина конверта невелика, не более 20 см.



Настоящий рюкзак фотографа!

Отправляясь в путешествие, где планируется провести художественную фотосъемку, не стоит отказываться от специального рюкзака-кейса от Black Ember, в котором уместится все необходимое для съемки, включая сменные объективы, подставки, фотовспышки и пр. Благодаря продуманному дизайну все предметы имеют отдельное место, гарантирующее их сохранность, а утягивающие жгуты придадут рюкзаку объем, максимально соответствующий размеру его содержимого.



Вас снимают!

Разместить веб-камеру от **Canary**, работающую от автономного источника питания, можно везде, в том числе и на улице. Она будет работать даже под дождем! А все благодаря уникальному герметичному креплению, позволяющему установить прибор буквально в любом месте.



Аудиокассета: и снова здравствуйте!

Казалось бы, не так давно магнитофонная кассета была таким же обычным предметом, как современная флешка! Хранительница аналоговой записи, она была хранителем музыкальных вкусов и пропуском в мир меломанов. Сегодня об этом приходится только вспоминать... А что, если восстановить символ давно минувших дней? Ностальгия по кассетам, которые еще хранятся у многих на дальних полках, подтолкнула дизайнеров **Андриуса Земайтиса и Мариуса Пауликаса** (Andrius Žemaitis & Marius Paulikas) создать карманный проигрыватель (меньше самой кассеты), способный воспроизводить пленочную запись через наушники. Получившийся прибор подчеркивает гармонию ретростиля и хай-тека, в котором выполнен проигрыватель.



Цитрусовые рулят!

Приготовить сок из цитрусовых не трудно, а благодаря ручному винтовому прессу от Joseph Joseph делать это очень просто и приятно.



Одна зарядка на все случаи жизни!

Универсальное автономное зарядное устройство – это тот прибор, без которого лучше не отправляться в дорогу, тем более на автомобиле. Во-первых, это ваше спокойствие, во-вторых, агрегат почти не занимает места. Речь в данном случае идет о приборе, созданном в компании **PDE Technology**. Благодаря пусковому току с напряжением 12 V он позволит завести автомобиль в случае разрядки аккумулятора или выступит в роли источника питания автокомпрессора. Кроме того, он способен подпитать любые электронные гаджеты, а также выступить в роли фонарика. При этом универсальность не уменьшает надежности прибора, который сам подзарядается от сети с напряжением 220 V, а также от автоприкуривателя. Очень удобно!



Маленький помощник!



Необыкновенно удобно иметь под рукой маленький складной ножик. И теперь такой инструмент появился. Его создатель – **Винсент Пилот Нг** (Vincent Pilot Ng). Размером с палец человека, этот нож способен выручить в трудный момент, когда необходимо что-то обрезать, заточить. Лезвие ножа выполнено из твердой эластичной стали, долго сохраняющей первоначальную заточку.



Велосипеды, очищающие воздух от смога

Китайское правительство поддержало внедренный проект по очистке воздуха с помощью специальных фильтров, устанавливаемых на велосипеды (автор идеи и исполнитель – студия Roosegaarde). Благодаря такому аксессуару велосипедисты, которых немало в Поднебесной, теперь не только очищают воздух вокруг себя, что уже хорошо само по себе, но и способствуют очистке воздуха в целом.



Речицкий завод: пример развития накануне 160-летия

Процесс восстановления известного Речицкого фарфорового завода не может не радовать отечественного потребителя. Сегодня завод предлагает широкий спектр фарфоровой продукции как для дома, так и для технических целей. Объемы производимых изделий растут, ассортимент расширяется. О том, как сегодня развивается вновь восстановленное производство и чем живет завод в настоящее время, мы попросили рассказать его директора Игоря Ивановича Беднарчика (И.Б.).



Корр.: – *Что послужило толчком к новому этапу развития завода?*

И.Б.: – Речицкий фарфоровый завод – старейшее предприятие Гжели. Его история берет начало с 1858 года, когда в деревне Речицы бывшего Бронницкого уезда Московской губернии основал свой завод предприниматель Михаил Матвеевич Куринов. От него завод перешел к сыну Михаилу, в 1882 году – к жене последнего Евдокии Ивановне, а после ее смерти в 1890 году – к внуку основателя Максиму. В связи с увеличением спроса на отечественную продукцию и в русле проводимой государственной политики импортозамещения у собственников завода появилось желание вернуть ему былую славу. Ведь предприятие за всю свою историю никогда не останавливалось. Даже во время Великой Отечественной войны выпускалась продукция, востребованная как на фронте, так и в тылу.

В начале 2015 года завод вступил в новую стадию своего развития. За два года ассортимент выпускаемой продукции увеличился в десятки раз! Возобновился выпуск химико-лабораторной посуды, технического фарфора,

огнеупорного фарфора, электротехнического фарфора, товаров художественного промысла. Сотрудники завода разработали и внедрили технологию выпуска мелющих тел и кислотоупорных насадок «Инталокс». Постоянно проводятся работы по внедрению новой востребованной продукции.

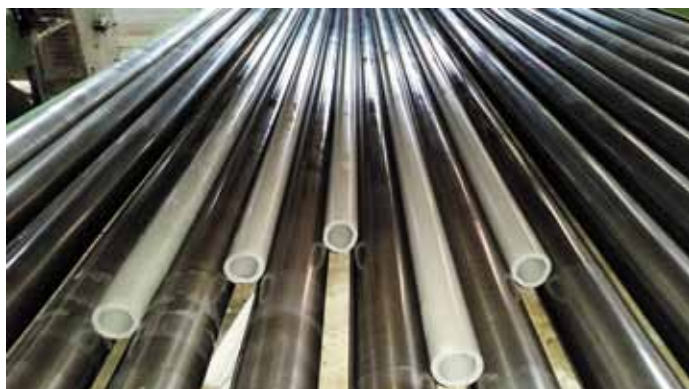


Корр.: – *Каков сегодня ассортимент завода, что пользуется повышенным спросом?*

И.Б.: – Речицкий фарфоровый завод сегодня – это предприятие, выпускающее из фарфора не только художественные изделия – более 200 наименований, но и огромный ассортимент технического фарфора.

Продукция технического фарфора обладает повышенной прочностью, кислотоупорностью, огнеупорностью. Это позволило нам получить признание потребителей не только в России, но и за рубежом. Наша продукция поставляется в Белоруссию, Армению, Казахстан, Азербайджан. Ведутся переговоры о поставках в Польшу и Германию. А наша собственная лаборатория получила в 2016 году государственную аттестацию. На многие виды продукции РФЗ получил авторские патенты. В том числе и на жаропрочную посуду для бытового использования.





Исключительные свойства нашего фарфора воплощаются в продукции, предназначенной для дома. Эти изделия изготавливаются по традиционной гжельской технологии и расписываются вручную нашими живописцами. Каждое изделие – это авторская работа с персональной подписью мастера. Технические свойства нашей посуды позволяют использовать ее в печах, духовых шкафах, СВЧ-печах, посудомоечных машинах и т.п. В последнее время мы начали выпуск изделий с надглазурной росписью цветными красками, что значительно расширило наш ассортимент. Во всем мире особым спросом пользуется продукция ручной работы, и благодаря сравнительно невысокой цене наши изделия стали доступны любому ценителю народного творчества. А свойства нашей посуды превращают ее из домашнего украшения в повседневного помощника на кухне.

Корр.: – *Каковы основные конкурентные преимущества ваших изделий для технических и лабораторных нужд и в чем главное достоинство бытовой посуды?*

И.Б.: – Фарфоровая химико-лабораторная посуда имеет ряд преимуществ перед стеклянной: она более прочная, не боится сильного нагревания, в нее можно наливать горячие жидкости, не опасаясь за целостность посуды. Химическая стойкость изделий из фарфора выше, чем из лабораторного стекла. Главное преимущество фарфора заключается в том, что его можно использовать при температурах до 1100 °С, а покрытый глазурью фарфор до 1300 °С. В нашей химико-лабораторной посуде можно выпаривать растворы досуха и сжигать вещества.

Технический фарфор: трубки, изоляторы, кольца, цилиндры, шары – все эти изделия выпускаются на нашем предприятии и могут составить конкуренцию импортным аналогам.

Трубки из фарфора имеют высокую стойкость к органическим и неорганическим кислотам при высоких температурах. Фарфор обладает высоким сопротивлением разрыву и изгибу.



Фарфоровые шары и кольца применяются для кислото- и газопроводов. Они обладают высокой стойкостью ко всем минеральным и органическим кислотам, а также к разбавленным холодным растворам щелочей.

Наше предприятие единственное в Гжели выпускает термостойкую художественную посуду для дома, которая прекрасно подходит для домашнего использования, абсолютно неприхотлива в уходе, из-за покрытия глазурью при приготовлении пища к ней не пригорает.

Корр.: – *На какую ценовую категорию ориентирована бытовая продукция и насколько высока востребованность таких изделий рынком?*

И.Б.: – Являясь производителем, мы стараемся формировать ценовую политику так, чтобы любой потребитель мог себе позволить купить нашу продукцию. Более бюджетный сегмент – это классическая бело-голубая роспись. Премиум-сегмент – это надглазурная цветная роспись и роспись с элементами позолоты.





Корр.: – *Удастся ли заводу внедрять на своем производстве высокотехнологичное современное оборудование?*

И.Б.: – В последнее время руководство предприятия направляет свои усилия на модернизацию производственных мощностей, повышение качества выпускаемой продукции и расширение ассортимента. Для разработки новых изделий бытового назначения создана инициативная группа, которая активно работает на совмещение желаний потребителей с возможностями технологии.

Корр.: – *Кто сегодня является автором и дизайнером выпускаемой посуды на заводе?*

И.Б.: – На сегодняшний день на заводе создана творческая группа, в которую входят не только художники и модельщики, но и непосредственно те сотрудники, которые реализуют продукцию. Учитываем мнение всех.

Корр.: – *Какие меры по сглаживанию влияния со стороны конкурентов вы применяете?*

И.Б.: – Конкуренция, конечно, есть. Но мы стараемся искать нестандартные решения – это и создание новых форм, и роспись, ведь для «гжели» не свойственна цветная роспись. Мы же в своих изделиях стараемся соединить традицию и современные мотивы. Молодежь сегодня трудно чем-то удивить, классическая «гжель» для них «бабушкин нафталин», поэтому и экспериментируем с росписью, с формами.

Корр.: – *Кто в настоящее время заинтересован работать на вашем заводе? Сколько сотрудников трудится и возможно ли увеличение штата сотрудников?*

И.Б.: – За два года количество сотрудников выросло в разы. На сегодняшний день количество трудящихся у нас людей приближается к сотне. Активно привлекаются молодые, креативные, перспективные специалисты. Мы не боимся брать молодежь



без опыта работы. У нас есть опытные наставники – знатоки технологий.

Корр.: – *Кто является покупателем вашей продукции?*

И.Б.: – При заводе у нас работает фирменный магазин, где представлен весь ассортимент, с которым может ознакомиться любой желающий. Также мы участвуем в выставках, ярмарках, где находим покупателей-оптовиков. У нас есть и постоянные оптовые покупатели из России, Белоруссии.

Корр.: – *Каковы планы завода на ближайшие месяцы? Можно ли говорить о новинках, которые будут*

подготовлены к началу следующего осеннего сезона?

И.Б.: – Планов у завода много. Что касается художественного фарфора, сейчас идет активная подготовка к новогодним праздникам, разрабатываем новый сувенир. 2018 год будет годом Собаки. Для сервировки праздничного стола готовим новый столовый сервиз.

Для Речицкого фарфорового завода 2018 год будет юбилейным, предприятию исполнится 160 лет. К этой дате мы готовим для наших друзей и партнеров сувениры, чтобы поделиться частичкой более чем столетней истории нашего прекрасного предприятия.



Практичный взгляд на посуду и сервировку

Топ Стилль

Группа компаний «Топ Стилль» предлагает оценить преимущества продукции ведущих европейских брендов с практической точки зрения.

Современный уклад жизни внес некоторые коррективы, и значительно возрос спрос на посуду «на каждый день». Посудомоечная машина давно перестала быть роскошью и перешла в разряд бытовых приборов, без которых трудно представить современную кухню, а микроволновая печь – абсолютно незаменимый помощник любой хозяйки. Выбирая посуду, приходится учитывать не только ее эстетические качества, но и практичность ее использования.

ПРАКТИЧНАЯ ДЕКОРИРОВАННАЯ ПОСУДА

Красивая и элегантная столовая посуда может быть практичной. И этого сумел добиться французский бренд Top Art Studio, предлагающий в своем портфолио помимо торжественных фарфоровых сервизов для особых случаев, украшенных золотом и платиной, практичную фарфоровую посуду, которая может похвастаться не только великолепным дизайном, но и возможностью использования в посудомоечной машине и микроволновой печи.



Идеально сочетают в себе эстетику и практичность сервизы: «Шарман» с роскошным цветочным орнаментом и волнистым рельефом, «Миль Флер» с восхитительно живым ботаническим рисунком и необычными формами предметов, «Прованс» в стиле французского кантри, привлекающего своей простотой и очарованием. Все они прекрасно подойдут в качестве посуды на каждый день.

Вся посуда из тонкостенного костяного фарфора английской компании Roy Kirkham, включая детскую серию «Тедди тайм», отвечает требованиям безопасности при контакте с пищей и пригодна для использования в микроволновой печи и мытья в

посудомоечной машине. Популярны дизайны Roy Kirkham – «Роза Редаут», «Пэлс Гарден», «Альпийская земляника» – представлены широкой линейкой чайно-столовых предметов, выполненных в традиционном английском стиле.



Среди дизайнерских коллекций посуды английского бренда Creative Tops порадуют не только своей красотой, но и практичностью: коллекция фарфоровой посуды с белым горошком в стиле винтажного гламура от английского дизайнера Кэти Элис, а также интересные новинки бренда – коллекция красочной посуды в кантри-стиле «Фольклорный фестиваль» с народными скандинавскими орнаментами ручной росписи и коллекция посуды из костяного фарфора нежного элегантного дизайна «Весенние фрукты», иллюстрирующего цветущие фруктовые деревья со спелыми грушами и очаровательной синей птицей, сидящей на ветке.



БЕЛАЯ ПОСУДА – ПРАКТИЧНАЯ, УНИВЕРСАЛЬНАЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ

Профессиональная белая посуда Top Art Studio выдерживает интенсивное использование, может мыться в посудомоечной машине, не боится СВЧ, защищена от сколов и царапин, радует глаз необычными формами. Использование белой посуды вместо декорированной вызвано стремлением к максимальной функциональности и универсальности. Предметы из разных се-



рий легко сочетаются, а одна и та же тарелка может подходить для различных блюд. При этом любые блюда, сервированные на белой посуде, смотрятся изысканно, как приготовленные в ресторане высокой кухни!

КЕРАМИЧЕСКИЕ ПОДСТАВКИ ПОД ГОРЯЧЕЕ

Французский бренд Art Atelier предлагает керамические подставки под горячее красивых дизайнов. Керамические подставки – самые надежные и долговечные для использования под горячее. Керамика не боится воздействия высоких температур и надежно защищает поверхность стола и скатерть от повреждений. Керамическая поверхность подставки легко моется, а пробковое дно создает устойчивость, препятствует скольжению и не царапает поверхность столешницы.

ПРОБКОВЫЕ ПОДСТАВКИ ПРЕМИУМ-КАЧЕСТВА

Пробковые подставки премиум-качества от английского бренда Creative Tops имеют люксовое лакированное покрытие с шелковистой текстурой, которое обеспечивает в разы более устойчивую к царапинам и повреждениям поверхность, легко моется и способно выдерживать температуру до 120 °С. Лакированная отделка края добавляет дополнительную прочность и предотвращает повреждение подставки от воздействия влаги. Пробковый слой толщиной 5 мм предотвращает скольжение по поверхности стола. Суперустойчивые подставки премиум-качества прослужат долгие годы, сохраняя свой первоначальный вид. Отличный выбор для тех, кто ищет лучшее качество!

Большой выбор практичной посуды и предметов сервировки ведущих европейских брендов, которые прослужат долго, вы всегда можете найти в группе компаний «Топ Стилль»!

г. Москва, ул. Оршанская, 5,
м. «Молодежная»
Тел. +7 (495) 980-76-44,
e-mail: info@toppodarky.ru

www.toppodarky.ru



Название выставки и место проведения	Время и организаторы	Название выставки и место проведения	Время и организаторы
ПИЩЕВАЯ ИНДУСТРИЯ. МИНСК-2017 Международная специализированная выставка Минск (Белоруссия)	06.06.17 10.06.17 ТЛЦ «Глобус Парк»	WORLD TEA EXPO 2017 Специализированная выставка Лас-Вегас (США)	13.06.17 15.06.17 Las Vegas Convention Center
ПРОДМАШ. ХОЛОД. УПАК – 2017 Международная специализированная выставка Минск (Белоруссия)	06.06.17 10.06.17 ТЛЦ «Глобус Парк»	NZ GIFT & HOMEWARE FAIR. WINTER 2017 Международная специализированная выставка подарков и сувениров Крайстчерч (Новая Зеландия)	18.06.17 20.06.17 CBS Canterbury Arena
BIOFACH AMERICA LATINA 2017 Международная выставка органических материалов Сан-Паулу (Бразилия)	07.06.17 10.06.17 Parque do Ibirapuera	CRAFT & QUILT FAIR. SYDNEY 2017 Выставка изделий ручной работы и квилта Сидней (Австралия)	22.06.17 25.06.17 Sydney Convention & Exhibition Centre
ЛЕТО КРАСНОЕ – 2017 Ярмарка товаров народного потребления Красноярск (Россия)	07.06.17 13.06.17 МВДЦ «Сибирь»	GIFTS & HOME CHINA (CHENGDU) 2017 Международная выставка подарков, ремесленных изделий, часов и товаров для дома Чэнду (Китай)	23.06.17 25.06.17 Century City New International Convention & Exhibition Center (CCNICEC)
LA MART SAMPLE SALE SPRING 2017 Выставка дизайнерских сувениров и товаров для дома Лос-Анджелес (США)	08.06.17 09.06.17 Los Angeles Convention Center	TENDENCE 2017 Международная выставка подарков и товаров для дома Франкфурт-на-Майне (Германия)	24.06.17 27.06.17 Messe Frankfurt
СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ. ДЕТСТВО. СВАДЕБНЫЙ САЛОН. СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ – 2017 Выставка-ярмарка Челябинск (Россия)	08.06.17 11.06.17 Дворец спорта «Юность»	THE HOTEL SHOW AFRICA 2017 Международная выставка индустрии гостеприимства Йоханнесбург (ЮАР)	24.06.17 27.06.17 Gallagher Convention Centre
COFFEE FEST CHICAGO 2017 Выставка кофе, чая и принадлежностей Чикаго (США)	09.06.17 11.06.17 Navy Pier	FIA LISBOA 2017 Международная выставка ремесел Лиссабон (Португалия)	24.06.17 02.07.17 Feira Internacional de Lisboa
CHINA INTERNATIONAL CONSUMER GOODS FAIR (CICGF) 2017 Китайская международная выставка потребительских товаров Нинбо (Китай)	09.06.17 12.06.17 Ningbo International Conference and Exhibition Center (NICEC)	SAITEX 2017 Международная выставка потребительских товаров Йоханнесбург (ЮАР)	25.06.17 27.06.17 Gallagher Convention Centre
ЛЕТНЯЯ ЯРМАРКА – 2017 всероссийская универсальная ярмарка Ижевск (Россия)	09.06.17 13.06.17 Центральная площадь, мобильный павильон	HOTELEX BEIJING 2017 Международная выставка гостиничного оборудования Пекин (Китай)	26.06.17 28.06.17 China National Convention Center (CNCC)
ЛЕТО. ОТДЫХ НА ЗДОРОВЬЕ – 2017 Межрегиональная универсальная выставка-ярмарка Киров (Россия)	13.06.17 15.06.17 ДК «Родина»	CHFE (SUMMER) 2017 Китайская международная выставка товаров для дома и мебели Нинбо (Китай)	08.07.17 10.07.17 International Conference and Exhibition Center (NICEC)



Название выставки и место проведения	Время и организаторы
TRENDSET (SUMMER) 2017 Международная выставка товаров для дома и офиса, дизайна интерьера, ремесленных изделий Мюнхен (Германия)	08.07.17 10.07.17 Messe Munchen International
СТРАНЫ СНГ В КАЗАНИ – 2017 Универсальная выставка-ярмарка Казань (Россия)	11.07.17 15.07.17 Дворец спорта
VIVANTI (SUMMER) 2017 Немецкая специализированная выставка дизайна интерьера, товаров для дома и подарков Дортмунд (Германия)	15.07.17 17.07.17 Westfalenhallen Dortmund
LA MART SUMMER 2017 Выставка дизайнерских сувениров и товаров для дома Лос-Анджелес (США)	20.07.17 24.07.17 Los Angeles Convention Center
NORDSTIL (SUMMER) 2017 Региональная ярмарка потребительских товаров Гамбург (Германия)	22.07.17 24.07.17 Hamburg Messe & Congress
CRAFT & QUILT FAIR. MELBOURNE 2017 Выставка ремесленных изделий и квилта Мельбурн (Австралия)	27.07.17 30.07.17 Melbourne Convention & Exhibition Centre
ASD MARKET WEEK FALL 2017 Американская международная выставка потребительских товаров Лас-Вегас (США)	30.07.17 02.08.17 Las Vegas Convention Center
THE HOTEL SHOW PHILIPPINES 2017 Международная выставка индустрии гостеприимства Манила (Филиппины)	02.08.17 05.08.17 SMX Convention Center
CDATF 2017 Китайская выставка товаров повседневного спроса Шанхай (Китай)	03.08.17 05.08.17 Shanghai New International Expo
LIFE IN STYLE MELBOURNE 2017 Выставка товаров для дома, интерьерного дизайна Мельбурн (Австралия)	03.08.17 06.08.17 Royal Exhibition Building
REED GIFT FAIRS MELBOURNE. AUTUMN 2017 Международная специализированная выставка подарков и сувениров Мельбурн (Австралия)	05.08.17 09.08.17 Melbourne Convention & Exhibition Centre

Название выставки и место проведения	Время и организаторы
HOTELEX CHENGDU 2017 Международная выставка гостиничного оборудования Чэнду (Китай)	11.08.17 13.08.17 Century City New International Convention & Exhibition Center (CCNICEC)
TORONTO GIFT FAIR FALL 2017 Специализированная ярмарка подарков Торонто (Канада)	13.08.17 16.08.17 Toronto Congress Centre
SHUNDE EXPO 2017 Китайская международная выставка бытовых электроприборов Гуанчжоу (Китай)	17.08.17 19.08.17 Guangdong (Tanzhou) International Convention and Exhibition Center
HONG KONG INTERNATIONAL TEA FAIR 2017 Международная выставка чая Гонконг (Китай)	17.08.17 19.08.17 Hong Kong Convention & Exhibition Centre
HKTDC HOME DELIGHTS EXPO 2017 Выставка бытовой техники и товаров для дома Гонконг (Китай)	17.08.17 21.08.17 Hong Kong Convention & Exhibition Centre
CHINA INTERNATIONAL TRADE & INVESTMENT EXPO MANZHOU LI 2017 Выставка-ярмарка международной торговли и инвестиций Маньчжурия (Китай)	18.08.17 20.08.17 Manzhouli International Exhibition Center
SEATTLE GIFT SHOW 2017 Выставка подарков и сувениров Сиэтл (США)	18.08.17 21.08.17 Washington State Convention & Trade Center
NY NOW SUMMER 2017 Международная выставка подарков, праздничных товаров и сувениров Нью-Йорк (США)	19.08.17 23.08.17 Jacob K. Javits Convention Center
NZ GIFT & HOMEWARE FAIR. SPRING 2017 Международная специализированная выставка подарков и сувениров Окленд (Новая Зеландия)	27.08.17 29.08.17 ASB Showgrounds
ALBERTA GIFT FAIR FALL 2017 Специализированная ярмарка подарков Эдмонтон (Канада)	27.08.17 30.08.17 Edmonton Expo Centre
OSLO DESIGN FAIR. AUTUMN 2017 Выставка-ярмарка Лиллештрот (Норвегия)	30.08.17 02.09.17 Norges Varemesse



XII выставка-ярмарка народных мастеров и художников России «Жар-птица – 2017»

В праздничную пасхальную неделю с 19 по 23 апреля 2017 года в ЦВК «Экспоцентр» прошла XII выставка-ярмарка народных мастеров и художников России «Жар-птица», в которой приняли участие 580 предприятий промыслов, мастеров и ремесленников из 35 регионов России, а также стран СНГ – Армении, Казахстана, Узбекистана, Украины и Белоруссии.



Мероприятие посетили свыше 39 тыс. москвичей и гостей столицы.

Выставка прошла при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, деловым партнером выступило ГБУ «Московский дом национальностей». Соорганизатор выставки АО «Экспоцентр».





На выставке посетители смогли увидеть изделия представителей самых разнообразных промыслов и ремесел. Это дымковская игрушка, хохломская роспись, гжельский и дулевский фарфор, семикаракорский фаянс, вологодское и елецкое кружево, узленская резьба по кости, гусевской хрусталь, оренбургские пуховые платки, абашевская керамика и многое другое. Также были представлены современные направления рукоделия и творчества: вышивка, вязание, валяние, пэчворк, декупаж, скрапбукинг, квиллинг, бисероплетение, авторские украшения и куклы.

На выставке широко была представлена продукция Гжельского фарфорового завода, сортовая посуда Гусевского хрустального завода, богатый ассортимент посуды от мастеров предприятия «Промыслы Вербилок» и Дулевского фарфорового завода; также посетители смогли увидеть и приобрести изделия донской и смоленской керамики, кубачинское столовое серебро и посуду.

«Московский дом национальностей» порадовал москвичей и гостей столицы насыщенной культурной программой с выступлениями лучших фольклорных и этнических коллективов со всех уголков нашей многонациональной страны. Все желающие, узнав об истории этнических видов спорта, смогли принять участие в мастер-классах от профессиональных этноспортсменов.

В «Городе мастеров» посетители могли ознакомиться с приемами художественного мастерства и различными техниками народных художественных промыслов.

В рамках выставки прошло подведение итогов международного конкурса «Войлочное вдохновение».

Гости смогли ознакомиться с национальной кухней Татарстана, Кавказа, Азербайджана и Дальнего Востока и посетить российский ЭКОБИО-салон со специальным разделом «Цветы и семена».

Выставка подарила море позитивного настроения и атмосферу настоящего праздника!



China из China

CHINA: «фарфор, фарфоровая посуда, фарфоровые изделия, фарфоровый», «Китай, китайский». – Прим. ред.

30 мая 2017 года состоялась выставка качественных потребительских товаров из Китая. China Commodity Fair во второй раз открыла свои двери для российских бизнесменов. Более 300 компаний из 12 провинций Китая представили готовые товары для дома и сада, а также возможности для контрактного производства.



Также на выставке была организована уникальная демонстрационная зона люксовых производителей из фарфора, представленная Шаньдунской ассоциацией производителей изделий из фарфора; в рамках выставочных мероприятий на China Commodity Fair 2017 можно было обсудить секреты фарфорового производства с ведущими мастерами, приглашенными специально в Москву этой ассоциацией (основанная в 1995 году Шаньдунская ассоциация производителей изделий из фарфора – это организация, куда входят предприятия и лица, чьей спе-

циализацией является производство и дизайн изделий из фарфора и керамики, а также те, кто занимается исследованиями и разработками в этой сфере индустрии. – Прим. ред.).

На выставке были представлены компании, которые впервые выходят на российский рынок, их число составляет 67%, и 33% участников выставки уже работают с российскими дистрибьюторами. Один из самых важных показателей для обязательного посещения выставки – это то, что 77% от числа участников составляют производители и только 23% – торговые компании.



Компания «Мессе Франкфурт» предоставила редкую возможность, не выезжая в Китай, познакомиться с компаниями-производителями напрямую, без посредников заключить контракт на взаимовыгодных условиях, тем более что на China Commodity Fair выставлены только надежные производители, приезд которых поддерживает правительство КНР. Выставка предлагала уникальную возможность расширения ассортимента собственных торговых марок за счет товаров, которые никогда не были представлены на российском рынке. Важным преимуществом выставки являлось то, что товар был представлен здесь и сейчас, его можно было пощупать и оценить на месте, не потратив время на дистанционные поиски, не потратив деньги на посредников и экспедиторов. Реальное общение с поставщиком создавало некий кредит доверия в дальнейшем.

Также стоит отметить продуктивную деловую программу выставки. 31 мая прошел всем известный по выставке «Консумэкспо» Центр Закупок Сетей: Китай-Россия, что позволяло напрямую решить возможность производства товаров в Китае под собственной торговой маркой, а также встретиться с закупщиками федеральных и региональных розничных сетей.

Что касается участников выставки, то хочется отметить необыкновенно чистый прозрачный фарфор из Китая, который продемонстрировала компания Zibo HuaGuang Ceramics Technology & Culture Co., Ltd. HuaGuang Ceramics является одной из лидирующих компаний Китая, специализирующейся на производстве и экспорте изделий из коста-





ного фарфора и керамики (костяной фарфор – разновидность фарфора, содержащая кроме каолина, полевого шпата и кварца от 25 до 50% костяной золы. – Прим. ред.). Костяной фарфор отличается особой изысканностью, тонкостенностью и просвечиваемостью. По словам представителей компании, продукция HuaGuang Ceramics, изготовленная согласно древним китайским традициям, способна установить гармонию между человеком и природой. Продукция HuaGuang Ceramics является обладателем престижных национальных наград и уже успела завоевать любовь своих клиентов во всем мире. Более того, заслуги компании в производстве высококачественной посуды были отмечены на высшем уровне: в 2014 году чай-



ные сервизы и посуда компании присутствовали на банкете глав государств АТЭС, проходившем в Пекине.

Компания Jstaoxie, которая входит в ассоциацию Yixing County Ceramics Association, подготовила к показу интересные керамические чайники, изысканный фарфор от Zibo Taishan Ceramics Co., Ltd. Zibo Taishan Ceramics специализируется на производстве посуды и чайных сервизов из фарфора. Благодаря своему утонченному дизайну и качеству исполнения продукция компании заслужила титул национальной. Сервизы от Zibo Taishan Ceramics можно встретить в 5-звездочных отелях не только в Китае, но и в США, Канаде, Испании, Аргентине, Бразилии и в России. Компания распо-



лагает мощной производственной базой, современной системой оценки качества и контроля за производством. Лучшие специалисты в области науки, дизайна и менеджмента гарантируют своим клиентам постоянно обновляющийся ассортимент товаров, долговечность изделий и первоклассный сервис. Продукция Zibo Taishan Ceramics изготавливается согласно международным стандартам. Нельзя было не заметить стенд фирмы Jiangsu Jielong Glassware Technology Co., Ltd. Она специализируется на производстве фарфоровой посуды и подарков из белого нефрита, обладающего приятным белым свечением и изящной текстурой. Металлические чайники и посуду из металла представила Yiwu Xiaodingdang Scarf Co., которая была основана в 2015 году как предприятие, специализирующееся на производстве посуды, чайников и других видов товаров для кухни из металла.



Если по каким-то причинам вы не смогли посетить это важное мероприятие, не забудьте в своем календаре отметить месяц май 2018 года как наиболее интересный для посещения выставочного мероприятия, а редакция, в свою очередь, постарается напомнить вам об этом. А сейчас зайдите на сайт www.chinacommodityfair.ru и посмотрите те контакты, которые, возможно, вас заинтересуют.

До встречи в 2018 году!



Houseware. Алматинский трамплин для будущего процветания

С 30 мая по 1 июня в Алматы прошла 15-я Международная выставка посуды, бытовой техники и товаров для дома Houseware. За три дня выставки было зарегистрировано 5640 посетителей. Несмотря на то что данное выставочное мероприятие нельзя назвать крупномасштабным по европейским меркам (количество участников составило чуть более четырех десятков компаний), выставка представляет большой интерес как для казахских, так и для российских бизнесменов. При этом российские представители рынка, уже имеющие партнеров в Казахстане, отмечают существенный потенциал для развития бизнеса в этой стране.



Все участники постарались подготовить для показов свои новинки (в том числе с целью выявления уровня заинтересованности) и товарные позиции, которые хорошо зарекомендовали себя в течение конца 2016 – начала 2017 года.

Так, казахская компания **Nice Cooker** привезла для показа оригинальную посуду с внутренним антипригарным биопокрытием (от Greblon), являющимся особо стойким к механическому воздействию в силу содержания частиц мрамора. По мнению представителя компании – Ирины, такое покрытие выдерживает нагрев до 360 °С и позволяет готовить, словно в каменной посуде, что способствует сохранению в пище большего числа полезных микроэлементов и витаминов и сохраняет естественный вкус продуктов. У этой посуды отстегивается ручка (в этом случае очень удобно готовить в духовом шкафу), а крышка превращается в подставку, причем можно не просто поставить на нее горячую сковороду, но и подавать в ней кушанье на стол. При этом считается, что на такой посуде можно готовить без добавления масла. Недавно вышедшая новинка этой марки – казан-пароварка с двумя секциями (нижняя кастрюля и верхняя решетка) сразу же заинтересовала покупателей. Кстати, в скором будущем эта посуда появится в трехсекционном исполнении и, судя по всему, получит еще большую популярность.

Российская компания «Гвура» (торговая марка **Jarko**) привезла обновленную коллекцию своей антипригарной посуды. Одним из преимуществ изделий данной марки является штамповка уже покрытого антипригарным слоем металла. Покрытие на лист алюминия наносит зарубежный партнер перед продажей материала. Возможно, соблюдение данного условия обеспечивает высочайшее качество выпускаемых в дальнейшем изделий. Проще говоря, покрытие служит длительное время, обладая повышенной износостойкостью. Ручки многих сковород – съемные, что позволяет экономить пространство при хранении.

Салон посуды **La Casa** предлагал на выставке изделия марки **Lenox, Dansk, Pintinox, Bardwil**, а также других хорошо известных мировых брендов. Ценники от 35 тыс. до





68 тыс. тенге и более. Примечательно, что данная продукция пользуется немалым спросом. Правда, по мнению представителя стенда, большой покупательский поток обеспечивает специализированный магазин в Алматы. В то время как выделенный отдел в магазине Астаны привлекает заметно меньшее число покупателей. Все три выставочных дня рядом со стендом стояли заинтересованные люди. Казалось бы, такая продукция может быть интересна только обеспеченным покупателям. Но нет, посмотреть на новинку (подержать в руках, а потом приобрести) стремится каждый. Менталитет, однако.

Обращал на себя внимание и по-дизайнерски выполненный стенд компании «Посуда люкс» (торговая марка «Мечта»), начавшей поставлять антипригарную посуду на рынок сравнительно недавно. На данную выставку в числе уже знакомых предметов (прежде всего, завоевавших популярность антипригарных сковород) компания привезла казаны, рассчитанные на использование как в домашних условиях (на бытовых кухонных плитах), так и на открытом огне (в том числе и на природе). Диаметры такой посуды колеблются от 22 до 28 см. Кроме того, в представляемом ассортименте были жаровни диаметром 26 см, чем-то напоминающие сотейники с двумя небольшими ручками. Цель визита на алматинскую выставку руководство компании и



дело в нахождении официального представителя. Похоже, что задача эта скоро будет выполнена, так как заинтересованность в таком партнерском сотрудничестве проявлялась неоднократно. Если говорить о предпочтениях конечных потребителей, которые как индикаторы рынка подсказывают полезность той или иной товарной позиции, то из всего представленного на выставке ассортимента от «Мечты» они делали ставку на изделия с более прочным трехслойным покрытием, которое имело цветочные вкрапления. Это говорит о том, что потенциальные покупатели предпочитают пусть и более дорогую, но непременно долговечную антипригарную посуду.

Высокий интерес со стороны посетителей вызвал стенд ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды» и ООО «Лысьвенский завод бытовой техники». В посудном ассортименте представители завода привезли несколько обновленных линеек эмалированной посуды с новыми рисунками: «Цветочная», «Ягодный микс», «Сочная клубника», «Богатый урожай», «Кот Баюн». Кроме того, на стенде была представлена абсолютно новая линейка посуды из коррозионно-стойкой (нержавеющей) стали: кастрюли объемами 1,5; 2,0 и 2,5 л. Это только начало представляемого направления кухонной утвари из нержавеющей стали, которое будет в скором будущем существенно расширено.





Весьма колоритной выглядела посуда из Узбекистана, представленная на одноименном стенде. Ручная роспись на чайниках и блюдах, а также других изделиях из керамики привлекала к себе любого пришедшего на выставку человека. Использование традиционных национальных мотивов передает необыкновенную энергетику и дарит только позитивные эмоции.

Компания «Кредмаш» традиционно в ассортименте кухонных принадлежностей привезла на стенд механические мясорубки, соковыжималки и машинки для закатки стеклянных банок (домашнее консервирование).

Среди экспонентов присутствовало немало представителей рынка хозяйственных принадлежностей. Здесь лидировали изделия из пластика. Например, ООО «Виолетпласт» продемонстрировало новые рисунки на ведрах, а также новую серию цветочных горшков.

Один из лидеров местного рынка и, пожалуй, единственная фирма, производящая посуду на территории Казахстана (правда, только из пластика), – производственная компания ZETA (у них была самая большая площадь стенда), выпускающая, в том числе, и хозяйственную утварь из пластика вторичной переработки, привезла немало образцов,



которые тут же нашли своего покупателя. По словам Нуркена Номарова, руководителя данного предприятия, после открытия собственного производства и наладки выпуска продукции, ориентированной на низкую ценовую категорию, стало понятно, что покупатель крайне нуждается в подобных изделиях. Среди топовых позиций компании были выставлены сантехническое ведро с крышкой, ведра, баки и канистры для питьевой воды (вся пищевая продукция выполнена только из первичного пластика), табуретки, ящики, а также другие изделия.

Турецкая компания, зарегистрированная на территории Алматы, – «Мудетор пластик» привезла уникальный в своем роде набор из веника и совка. Несмотря на изобилие подобной продукции в мире, данные изделия имеют очень сильное внешнее отличие от схожих по назначению изделий.

Кроме «Мудетор пластик» турецкую продукцию представляли:

SANCAK (торговая марка Sencer) – широкий выбор электродуховок;

SAMDAN – электробытовую технику;

HARLEM – электродуховки, электрочайники, электрообогреватели и пр.;

LINES – кухонную посуду из нержавеющей стали, а также антипригарную посуду (кастрюли, сковородки) с разноцветным внешним покрытием.

Обновленный ассортимент продемонстрировала и московская компания «ABM пластик». Это прекрасные фужеры, тарелки, скатерти и сумки из спандбонда, но главное, на что невозможно не обратить внимание, – столовые приборы (ложки, вилки, ножи) из пластика, покрашенного под металл. Данный ассортимент пользуется повышенным спросом и уже размещается в ряде крупных торговых сетей.

Широкий ассортимент пластиковой продукции хозяйственного назначения показала и компания NURDECO из Алматы, известная также под своим торговым брендом Patisson. Среди многочисленных систем для хранения, привезенных на выставку, привлекла внимание узкая полка-этажерка с выдвижными ящиками (шириной около 20 см), которую удобно разместить в узком месте. Здесь постоянно концентрировались посетители, рассматривая пластиковую продукцию и осуществляя заказы на поставки.

Нельзя не отметить и компанию Domplast, предоставившую широкий ассортимент пластиковой утвари и не только. По словам представителя компании, масштаб ассортимента можно сравнивать только с российской компанией «Безант».

С желанием обрести представителей и партнеров в Казахстане выступила белорусская компания **Morexbel**, также являющаяся участницей прошедшего выставочного мероприятия. Ассортимент Morexbel включает всевозможные швабры со сменными насадками и различными накладками, необходимые для клининговых компаний и домашнего использования.

Также на выставке присутствовало **ПАО «Стеклоприбор»** – компания из Украины, продемонстрировавшая новые дизайны своей продукции (в частности, бытовых термометров). Кстати, ПАО «Стеклоприбор» также занимается измерительными приборами и лабораторной посудой, что сегодня пользуется немалым спросом не только у специализированных компаний, но и у частных лиц.

Несколько компаний из Китая образовали свою группу стендов, как это часто бывает на подобных выставочных мероприятиях. Среди представляемой ими продукции: холодильное оборудование, предметы быта из пластика, бытовая техника.

Находясь на стенде, нередко случалось вступать в диалог о качестве той или иной посуды, ее износостойкости, популярности, престижности и пр. А один из посетителей целенаправленно искал для себя хорошую сковороду. Не являясь специалистом в данной области, но невольно представляя интересы массового конечного покупателя, он задавал совершенно естественный вопрос: какая сковорода сегодня является хорошей и почему?

Для профессионала рынка, который озадачен не только продвижением собственного товара (в частности, антипригарной посуды), вопрос о том, какая сковорода достойна того, чтобы ее купить, и по эксплуатационным, и по экологическим характеристикам, просто ставит в тупик. По большому счету объяснить отличия сковород и назвать лучшую невозможно. Очень много нюансов. Но отталкиваясь именно от таких примеров, когда покупатель пытается понять, что он хочет или может приобрести, совершенно ясно возникает понимание того, что сегодня достоверной и максимально полной информации о конечном продукте нет и в связи с появлением новых линеек посуды необходимо проводить соответствующее консультирование по выбору предметов кухонной утвари.

Кстати, по этому пути уже пошли некоторые бренды. В частности, здесь же, в Алматы, бренд **Tupperware** создал новый торговый салон, где основное место уделено презентационной площадке, на которой проводятся мастер-классы для заинтересовавшихся потенциальных покупателей. Причем здесь же имеется зона для отдыха детей, которых домохозяйка может взять с собой. Удачный формат магазина непременно принесет должный результат в виде роста объемов продаж уже набравшего популярность бренда.

Выставку Houseware наделили статусом выставочно-продажи. Этим многое сказано. Посетители выставки – в значительной степени конечные потребители (в основном домохозяйки) видят в данном мероприятии обыкновенный базар, где можно по выгодной цене приобрести посудную утварь. Отчасти это действительно так, некоторые экспоненты специально привозят с собой продукцию, которую активно продают. В последний выставочный день все стенды уже практически полностью освобождены от товара (оставшиеся позиции либо не предназначались для продажи, либо не вызвали интереса, и это говорит о том, что ими не нужно заниматься). Однако, несмотря на разбавление потока профессиональных посетителей обычными покупателями, возможностей пообщаться на узкоспециализированные темы было не мало.



Из разговора с **Джелалеттином Мутлу, руководителем международной выставочной компании Central Asia Trade Exhibitions**, являющейся организатором Houseware, стало понятно, что ситуация на посудном рынке усугубилась за последний год. Это в первую очередь отразилось на количестве участников прошедшего мероприятия, а также потоке профессиональных посетителей.

– Никто не хочет совершать первый шаг после затяжного затишья. Однако все мы понимаем важность проведения решительных мер, возможно, в чем-то и рискованных. Сегодня растет конкуренция, и поэтому любое действие, направленное на развитие рыночных взаимоотношений, должно вызывать поддержку и желание повторить то же самое. Рынок не будет развиваться без вливаний извне, без обмена опытом, демонстрации мировых новинок. И мы, как организаторы тематических выставок, стараемся проложить мостик между участниками рынка, чтобы насытить потребителей разнообразным товаром, – сказал Д. Мутлу.

Интервью с Джелалеттином Мутлу читайте на страницах нашего журнала в одном из ближайших номеров.

Выставка показала большие перспективы для развития посудного рынка на территории Казахстана, и прежде всего с помощью привозимой посуды, поскольку местных производителей посуды здесь сейчас, увы, нет.

Алматинский проект Houseware приобрел свою собственную нишу, являясь одновременно и событием мирового значения (не случайно выставка является международной) и особенным местом встречи, отличающимся неповторимым домашним колоритом, который ни в коем случае нельзя связывать с национальными особенностями. Здесь абсолютно все прекрасно себя чувствуют под единой интернациональной крышей. Надо отдать должное организаторам Houseware, которые направили все силы для появления на свет действующего плацдарма деловых взаимоотношений для представителей делового пространства всего Центрально-Азиатского региона, частью которого сегодня является Алматы.

Алматы – очень светлый и сильный город. Светлый, потому что открыт всем, кто входит в него с добрыми намерениями, а сильный – потому что является опорой всему Казахстану и не только. И все это благодаря людям, живущим здесь.

Посетив выставку, можно ознакомиться с местными достопримечательностями, среди которых уникальные коллекции местных музеев, единственный в мире высокогорный каток «Медео», вершина Чимбулак, Большое Алматинское озеро и многое другое!

«Тенденции-2017» растут

Tendence – международная торговая ярмарка потребительских товаров. Она является самым значительным событием в Германии по потребительским товарам на вторую половину года. Сильные бренды и ключевые коммуникаторы используют эту платформу, чтобы представить свои тенденции на зиму и Рождество, а также предоставляют возможность размещать заказы весенне-летней коллекции 2018 года заранее.

Выставка **Tendence** схожа по своей тематике с выставкой **Ambiente** и посвящена товарам для дома и быта. На выставке будет представлена инновационная продукция к осенне-зимнему и рождественскому сезону. Посетителей ожидает широкий спектр новых товаров, интересных дизайнерских и художественных решений для сервировки стола, украшения интерьера дома. Выставка рассчитана главным образом на дилеров, ориентированных на дизайн, высококачественные аксессуары и подарки.



Самым ключевым словом останется слово «новые», так как на выставке будут демонстрироваться последние коллекции товаров прямо с завода. С 24 по 27 июня экспоненты со всего мира представят свою продукцию образа жизни. «Мы достигли нашей цели – стимулирования роста новых коллекций и тенденций в области устройства домашнего хозяйства. Некоторые из залов на самом деле переполнены. Для покупателей там будет большой спектр продукции, особенно сезонных украшений, посуды и домашнего тек-

Название выставки:
Tendence 2017

Время проведения:
24-27 июня 2017 года

Место проведения:
Франкфурт-на-Майне, Германия

Периодичность: ежегодно

Количество участников: 955

Количество посетителей: 24 тыс.



стиля, а также будет демонстрироваться новый сегмент – обустройство дома снаружи», – говорит Bettina Bär, директор **Tendence**.

Помимо этого, компании будут показывать не только свои новые продукты для осенне-зимнего бизнес-периода, но и совершенно новые коллекции весны/лета следующего 2018 года – как гласит лозунг

Tendence: «Два сезона, одно свидание». Участники, которые могут представить продукцию для первого сезона следующего года, будут представлены во всех залах. Стенды этих компаний будут обозначены «Весна-Лето 2018», чтобы покупателям было легко найти нужную компанию. Каталог **Tendence**, а также онлайн-поиск экспонента содержит обзор соответствующих поставщиков.





Особое значение уделяется «этичному стилю» и «зеленым» продуктам. Модные линии, в том числе обувь, которая когда-то была только триггером, стаканы из бамбуковых волокон и фарфор, производимый с использованием воды, – **Tendence** имеет много разных обливок. Понятно, что сейчас потребители придают все большее значение используемым материалам и условиям производства. Экспоненты на **Tendence**, которые предлагают «зеленые» продукты, определены в каталоге и на сайте под меткой «этический стиль». Стенды этих компаний также будут помечены зеленым цветом. «Потребители уделяют все больше и больше внимания тому, где и как произведено изделие, является ли оно продуктом переработки, – все аспекты становятся важными при принятии решения покупателем о покупке», – комментирует Bettina Bär.



ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

LIVING

Interiors & Decoration – дизайн интерьеров; мебель, выполненная в классическом стиле и стиле кантри.

Seasonal Decoration – декорирование по сезонам и под праздники, включая искусственные цветы, аксессуары, вазы.

Loft – товары для дома и модная мебель.

Passage Home & Garden – аксессуары для дома, предметы интерьера, декор для дома и сада.

Passage Table & Kitchen – посуда, товары для сервировки стола, мебель и аксессуары для кухни.

GIVING

Gifts Unlimited – подарки, сувениры, канцтовары, кожгалантерея.

Carat – ювелирные изделия, часы.

Young & Trendy – дизайнерские товары, сувениры.

Personal Accessories – аксессуары: очки, сумки, ремни, шарфы.

Passage Gifts – подарки, аксессуары и украшения (крупный опт, контейнерные партии).



В рамках выставки будут проводиться специальные показы, демонстрации и семинары, а также креативные секции – **Talents** (свежие идеи, талантливые дизайнеры-новички в сфере Loft и Carat) и **Next** (поддержка молодых дизайнеров в сфере Loft и Carat).

НОМІ – средоточие креативности, технологий и экспериментов

С наступлением летних каникул и сезонного затишья продаж у компаний есть небольшой промежуток времени, когда можно оценить свои возможности и потребности для «бизнес-путешествий» на профессиональные выставки. Поэтому в этом номере в очередной раз информируем читателей о выставочных мероприятиях осеннего сезона.



бразный товарный ассортимент, несомненно, привлекает внимание широкого круга любознательных и деловых людей, при этом основной упор делается на смешанное использование разных видов изделий, отображающих наиболее популярные пристрастия и интересы.

НОМІ предлагает оригинальные решения в виде тематических зон, экспозиций, мероприятий и инициатив.

LA MAGNIFICA FORMA: знакомство с итальянскими традициями.

Нельзя не сказать об уникальных традициях культуры и ремесленного производства наследия Италии. Этому посвящен раздел «Дизайн и художественные промыслы, исследования и традиции». Это мероприятие, курируемое архитектором Анной Дель Гатто, организуется НОМІ для изучения возможностей совмещения культурного наследия итальянских мастеров и современности. Главными действующими лицами всех этих «лабораторных практикумов» станут предприятия малого и среднего бизнеса, мини-компании, ремесленники-частники, а также

Начнем с миланской НОМІ.

В восьмой раз, с 15 по 18 сентября 2017 года, в комплексе Fiera Milano будет проводиться салон НОМІ, где можно будет увидеть, какое влияние оказала мода на нашу повседневную жизнь, взглянуть, словно через увеличительное стекло, на новые тенденции, привычки, вкусы, характерные для предметов быта и личных принадлежностей. Среди модных тенденций особенно выделяется философия «кочевой жизни».

Выставочная площадка НОМІ отличается от других аналогичных площадок интересными инновационными решениями модных молодых дизайнеров. Салон НОМІ всегда предлагает уникальный и выигрышный формат, способный продемонстрировать перемены и эволюцию стилей, в которых традиционные элементы искусно комбинируются с инновациями, представляет многочисленные возможности для того, чтобы почерпнуть идеи и поразмыслить на тему постоянно изменяющегося мира.

Выставка выстроена таким образом, что она обеспечивает круговой обзор на 360° за счет экспозиционной формулы, в рамках которой в сентябрь-

ском выпуске НОМІ предлагаются специализированные зоны, посвященные экспериментальной деятельности и фокусирующие внимание на тенденциях и обычаях, получающих наибольшее распространение в разных областях: от столового убранства до декоративных элементов. Столь широкий и разноо-





заслуженные и начинающие разработчики, реализовавшие за прошедший с прошлой выставки период 500 уникальных изделий.

DESIGN COMPETITION: экскурс в будущее дизайна.

Италия всегда была первооткрывателем интересных тенденций не только в моде, но и в предметах, окружающих нас дома, в быту. Да, не всегда итальянские предметы домашнего обихода удобны и технически грамотны, но, что касается дизайна, несомненно, итальянские мастера идут впереди своих собратьев. Почему мы говорим об итальянском дизайне? Потому что вот уже много лет итальянцы – законодатели моды и стиля. Безупречный вкус и любовь к прекрасному у них в крови, а продукция Made in Italy – всемирно признанный эталон безупречного качества. А еще потому, что итальянские дизайнеры всегда стремились сделать человеческую жизнь комфортной. И радостной – ведь кто, как не итальянцы, обладают превосходным чувством юмора, умеют быть оптимистами и делать других счастливыми!

В выставочных павильонах регион Ломбардия при содействии Союза торговых палат Ломбардии и Ассоци-

ации представителей промышленного дизайна ADI предоставит уникальную возможность совершить экскурс в дизайн будущего и ознакомиться с его характеристиками с помощью молодых дизайнеров и их уникальных разработок.

HOMI SMART: технологии как двигатель стиля.

Отдельная тема – концепция SMART как снаружи, так и внутри дома.

Технологии играют фундаментальную роль в нашей повседневной жизни, они все больше проникают в наши дома и в окружающие нас вещи, становясь реальностью. Раздел HOMI SMART, реализованный при сотрудничестве IDLAB и работая в тесной цепочке с аналоговым и цифровым миром, обеспечивает связь между учебными заведениями, стартапами и предприятиями, работающими в тесном сотрудничестве технических новшеств и дизайна. В сентябре HOMI SMART предоставит посетителям возможность совершить физическое и виртуальное путешествие, открывающие новые сценарии и демонстрирующие прототипы, проекты, идеи, предназначенные для любителей движения и перемещений.



LA PELLE DELLA MODA: мода будущего. Экспозиция будет посвящена одному из самых замечательных, ценных и элегантных материалов для производства аксессуаров для дома.

HOMI ASIA DESIGN: товары и культурное наследие самого большого континента.

Секция HOMI ASIA DESIGN, организуемая во второй раз, предложит высококачественные изделия азиатских дизайнеров, ремесленников и предприятий. Концептуальную основу коммерческо-культурной экспозиции составляют 4 лозунга, обобщающие цели проведения HOMI ASIA DESIGN в Милане: watch-MI, buy-MI, produce-MI, book-MI, то есть: «посмотри на меня», «купи меня», «произведи меня», «закажи меня», помимо этого в ее рамках предусмотрены художественно-развлекательные мероприятия, конференции и встречи.

DDD: лучшее из мирового дизайна.

DREAM-DESIRE-DESIGN (DDD) – раздел, посвященный дизайну; здесь будут представлены оригинальные продукты из стран Европы и Америки.

HOMI FOOD: продовольственный сектор и дизайн.





охарактеризовать как самые настоящие дизайнерские «изделия»: новые формы и оригинальные подарочные идеи.

SOCIAL GIFTS: потрясающие подарки и места, где их можно найти.

Этот раздел для людей разных половых и возрастных категорий, социальной принадлежности и, прежде всего, для ценителей подарков как таковых. HOMI совместно с Casastile предлагает проект Socialgifts, нацеленный на лучшее понимание существующих тенденций и представление новых идей операторам розничной торговли. В рамках данной инициативы блогеры дадут свою интерпретацию темы подарков, подготовив Gift List – тематическую подборку оригинальных подарков для мужчин и для женщин, в которой можно будет почерпнуть идеи и научиться комбинировать вещи, аксессуары и ткани, предлагаемые участниками выставки HOMI.

Также при содействии Casastile на HOMI будет проведен ряд специализированных обучающих семинаров для сектора розничных продаж, основной тематикой которых станут рождественско-новогодние подарки. Их участники смогут узнать много нового относительно того, как наилучшим образом организовать этот важнейший период продаж. Кроме того, в воскресенье 18

сентября операторам розничной сферы предстоит особенный день: их ждет презентация обзора сферы розничных продаж товаров для дома, подготовленного фирмой Casastile, а также вручение премий итальянского конкурса Global Innovator Award и объявление Gift List победителя в инициативе Socialgifts.

Личные вкусы и эстетические склонности более всего проявляются в предметах интерьерного убранства: от набора чайных чашек до чайника, от свечей до столовой утвари, от текстильных изделий до настенных украшений; интерьерные дополнения многое могут сказать о нас самих и позволяют нам наглядно воплотить свой стиль. Выставка поможет обставить свой дом по собственному вкусу, придать ему уникальность и неповторимость. В этой связи HOMI является идеальной витриной для просмотра оригинальных и функциональных принадлежностей, отличающихся изысканным дизайном, представленных участниками выставки.

В сентябре выставка HOMI пройдет под знаком «кочевая жизнь». Такая концепция демонстрирует переменчивость мироощущения, которую мы приобретаем, перемещаясь в пространстве и



HOMI FOOD – это раздел, посвященный производителям продовольственной продукции, занимающимся поиском новых решений как в товарной, так и в упаковочной области. Здесь представят избранные компании, снискавшие признание в агропродовольственной сфере, которые превращают продукты питания в инновационные варианты подарков. Их продукцию можно





времени. Жилые помещения преобразуются, наполняясь интеллектуальными предметами обстановки. Рабочие помещения, совершенно не похожие на строгие типовые офисы, становятся гибкими гибридными местами, адаптирующимися к современной жизненной философии, подразумевающей «мобильное существование», по сути дела – «кочевничество», которая позволяет нам заниматься рабочими делами, сидя за столиком кафе или дома на диване.

Выставка HОMI, являющаяся средоточием креативности, технологий и экспериментов, в этом году, как и прежде, делает ставку на молодые таланты, содействует сближению современного творческого потенциала с дизайнерскими предметами декора будущего: для начинающих дизайнеров организован конкурс Design Competition, который предоставляет возможность сопоставить свой потенциал с рыночными реалиями и проявить себя в разработке новых изделий для домашнего обихода и личного пользования.

Семинары, встречи, исследовательские лаборатории и ток-шоу оживят программу каждого раздела HОMI и станут для операторов данной сферы и посетителей чрезвычайно познавательным ресурсом, предоставляющим также возможность пообщаться, обменяться мнениями и идеями.

Привычки, вкусы, тенденции – все то, что одним словом характеризуется как «стиль жизни», – это HОMI. HОMI превращает жизненное пространство дома в искусство жить красиво и удобно. HОMI пройдет с 15 по 18 сентября 2017 года в выставочном комплексе Fiera Milano. Совместайте уникальное путешествие в мир изыска и красоты с профессией маркетолога, дизайнера, закупщика и просто любителя прекрасного на выставке HОMI (Milan, Italy)!



Чикагский шопинг от GIA

Американские розничные магазины сильно отличаются от российских собратьев. Причем во всем и везде. Некоторые из этих отличий нелогичны, некоторые – непривычны российскому менталитету. Но, несомненно, интересны и любопытны.

В Америке заниматься шопингом по домашней утвари довольно приятно. На каждой небольшой улице есть маленький частный магазинчик, в котором можно найти все нужное для дома. Здесь же тебе предложат попить кофе, расспросят о семье, детях и, естественно, «How are you?». Приватные небольшие магазинчики в Америке служат своеобразным клубом, в который можно зайти пообщаться и всегда найти для себя что-то нужное. Если вы чего-то не выбрали в этот раз, можно заказать нужный товар: к определенному сроку тебе позвонят или даже принесут его домой, сделают все, лишь бы ты ушел с покупкой, и все с неизменной «американской» улыбкой.

После выставки в рамках пресс-тура мы посетили некоторые магазины по продаже товаров для дома. Что больше всего понравилось: все товары, которые только что выступали в роли новинок на выставочном пространстве, уже лежали на полках магазинов и ждали своего покупателя.

В большинстве магазинов предпочитают семейный подход к продажам и к ассортименту: в них найдется продукция и для пожилых людей, и для карапузов. Часто в магазинах проводятся акции и мастер-классы, причем совершенно бесплатно. Что касается концепции магазина, то у каждого своя история и методики выкладки товаров. Это разделение по маркам, по типам изделий, по цветовой гамме, по материалу. Если это предметы для стола, то непременно будет предложена демоверсия сервировки стола. Если наплитная посуда, то имеется кухонное пространство, подразумевающее наличие в определенные дни повара, который продемонстрирует мастер-класс. Около каждой стойки с определенными изделиями лежат проспекты этого товара. Все небольшие магазинчики Америки уютны и дружелюбны. Продавцы мегаулыбчивые и очень разговорчивые, никакого намека на хамство и нежелание обслуживать клиента.

Уникальная форма организации торговли в США – это небольшие торговые плазы и крупные сетевые маркеты. Мегамаркеты и небольшие торговые точки расположены в





Послевкусие выставки



основном за чертой города, представляют собой кварталы с детскими площадками, кафешками и упаковочными центрами. Но доехать туда можно только на машине, автобусных маршрутов почти нет. Подобная концепция, собственно, и диктует базу для инфраструктуры штата, в том числе и торговую. За городской чертой, в небольших городках одноэтажной Америки рядом нет магазинчиков, как в России на каждом углу. Как следствие, понятие «сходить в булочную» отсутствует начисто. Можно только съездить, за редким исключением. Например, если у вас рядом с домом заправка. А посему отсутствует такой ключевой в российской торговле момент, как «проходное место» и удаленность от жилья. Ведь в случае пользования автомобилем все равно, где нужный тебе магазин находится, хоть среди чистого по-

ля. Кстати, по московским меркам многие точки там и стоят. Опять же, на первый взгляд абсолютно не ясно, чем они зарабатывают, – клиентов нет. В крупных сетях, в которых мы побывали, народу было совсем немного, прогуливались один-два человека, но количество касс – работающих – явно превышало количество покупателей. Но такое впечатлительное обманчиво, просто сюда приезжают целенаправленно. Каждый магазин имеет свои скидочные или накопительные карточки, которые были у каждого подходившего к кассе, что подстегивает к постоянству, так как скидки существенные. В магазинах все красиво оформлено, много интересных аксессуаров для кухни и для стола.

Почти каждый павильон является частью сети, что заменяет индивидуальную рекламу именно этой точке. К примеру, если бы вы встретили такой скромный магазинчик в Москве, то, скорее всего, сочли бы его «не солидным» и пошли бы в более крупный, современный магазин. Но в Штатах, заметив знакомую вывеску, тут же получаешь представление об ассортименте, ценах, сервисе. И, несмотря на отсутствие привычной толпы людей, умудряются зарабатывать. И это логично – раз сюда специально ехали, то явно не для того, чтобы просто поглазеть на товары.

Еще один интересный момент – реклама. Ну, в самом деле, как дать о себе знать небольшому магазину? Система оповещения в Америке поднята на очень высокую ступень, так как покупатели охотно и со знанием дела пользуются всеми доступными социальными сетями, в которых предлагаются всевозможные скидочные программы и распродажи. Система скидок очень привлекательна и интересна в Америке. В каждом штате налог на изделие различный, и поэтому штаты соревнуются между собой в привлечении клиента. Зачастую потребитель готов поехать в другой штат, если в текущее время проходят распродажи на товар, который ему необходим. Как сообщает о проводимой акции небольшой магазинчик в «чистом поле» или на заправке? Это обычные рукописные таблички, воткнутые вдоль дороги в газон, с соответствующими предложениями и рекламой. Есть и более дорогостоящий вариант – нанять человека с фанерной стрелкой или тем же щитом, который будет этой стрелкой махать потоку, привлекая внимание проезжающих. При всей архаичности метода по количеству просмотревших он явно лидирует. Причем методом пользуются не только мелкие лавочки, но и вполне крупные компании. Особенно любят магазины «Все за доллар», где, действительно, большой ассортимент недорогих товаров. Если покупать что-либо, что сложно испортить, то выходит довольно выгодно.

Ну, торговые мегацентры – это отдельная культура. С ними все уже достаточно знакомо. Можно отметить лишь заботу об ожидающих и уставших посетителях: множество диванчиков, кресел, автоматов с напитками. Можно сделать массаж. Есть специальные места для зарядки электронных устройств, подсвеченные табличками. Для детей предусмотрены детские комнаты с горками и домиками. А еще при покупках в более-менее крупных магазинах всегда спрашивают как минимум электронный адрес, а зачастую и телефон с домашним адресом. Надо сказать, последующий спам не бесполезен: присылают купоны на скидки, каталоги со спецпредложениями и карты постоянных покупателей, о чем мы говорили раньше.

Стоит отметить наличие самоходных тележек для людей с ограниченной подвижностью. Все проходы в магазине спроектированы так, чтобы свободно можно было проехать. Парковки оборудованы накопителями для тележек, чтобы можно было не катить их в магазин после перегрузки продуктов в машину, а оставить неподалеку.

Все чинно, спокойно и мирнолюбиво.

Чикаго. Иллинойс. Апрель. 2017 год



Международный конкурс GIA, или Какой он, лучший магазин, по версии экспертного жюри

Программа GIA является особенным проектом международной чикагской выставки International Home+Housewares Show. Хотя, наверное, так можно сказать про каждый внутренний ее продукт. Эта выставка существенно отличается от европейских проектов схожей тематики. Пожалуй, только здесь для участников рынка организовываются такие масштабные дополнительные мероприятия. Даже печатное издание про выставку и о выставке выходит каждый день новое в течение всего выставочного периода.

Подготовка к участию в конкурсе GIA начинается задолго до выставки. Необходимо пройти первичный отбор, прислав информацию о торговой организации и фото торговых точек. Далее, после того как оргкомитет утвердит участие вашей компании, вы получаете более подробные инструкции по подготовке уже для профессионального жюри более развернутой информации о компании. Необходимо постараться передать свою уникальную торговую концепцию посредством четкого описания и предоставления фотоматериалов, причем последнее играет очень большую роль! Именно фото в конечном итоге становятся главным визуальным козырем ко всем другим характеристикам. Только представьте, что около 50 торговых организаций со всего мира, имеющих отношение к сфере посуды и предметов домашней утвари, присылают свои портфолио на конкурс; и, конечно, они вкладывают в это максимум своих возможностей. Из этих 50 в итоге выберут всего 10 компаний, которые пройдут в финал и представителей которых пригласят в Чикаго на церемонию награждения победителей.



Жюри GIA: Anne Kong, Scott Kohno, Henrik Peter Resiby Nielsen, Wolfgang Gruschwitz





Филиппины

Только фото этих 10 компаний будут распечатаны на огромных постерах, которые располагаются в холле выставочного комплекса, ведущем в зал, где у каждого финалиста есть свой презентационный стенд. Так волнительно видеть фото интерьера своего магазина среди этих десяти фотографий! Но решение о том, кто победил, уже принято, и обычно на второй день выставки проходит церемония награждения победителей.

Церемония награждения весьма масштабное мероприятие, последние несколько лет она проходит в чикагском отеле Radisson Blu. Все финалисты получают в подарок хрустальную вазу с памятной гравировкой о годе участия, но самый заветный приз – это приз победителя. Черной хрустальной вазой хочет обладать каждый из 10-ти представителей участников финала. Более 200 гостей вечера ждут раскрытия интриги – кто же на этот раз выиграет?!



Австралия

Среди членов жюри – профессионалы в области торгового маркетинга, визуального мерчандайзинга, дизайна и других важных областей сферы торговли. Примечательно, что на следующий после церемонии награждения день есть уникальная возможность пообщаться тет-а-тет с одним из членов жюри, задать ему вопросы, получить советы и рекомендации для конкретной компании.

Еще один бонус от организаторов – это шоп-тур по чикагским магазинам, специализирующимся, как правило, на торговле посудой и товарами, относящимися к домашней утвари. Тем более, что это не просто посещение, а детальный разбор торговой концепции посещаемых магазинов. Например, есть магазин, который специализируется на продаже контейнеров. Удивительно, что контейнеров может быть так много и что для этого целесообразно открыть целый магазин, площадь которого ориентировочно около 400 кв. м. А он есть, и даже в будний день там было достаточно покупателей.



Аргентина

Вообще, в Америке удобство и рациональность во всем считается отовсюду. Торговое предложение и идея в большинстве случаев выглядят очень привлекательно для покупателей. Даже за одно короткую поездку можно найти столько интересных идей и решений, что хватит надолго! Впечатления от выставки дают определенный толчок для развития и, даже если ты не получаешь черную вазу победителя GIA, ты увозишь с собой настоящий клад идей для последующей реализации!



Бразилия



«Посуда» на GIA

Посуда из нержавеющей стали. История и современность

Нержавеющая сталь как сплав и конструкционный материал была изобретена сравнительно недавно, всего лишь чуть более 100 лет назад. Два немца из компании Krupp Iron Works, Эдуард Маурер и Бенно Штраус, в 1912 году запатентовали первую аустенитную (по структуре) нержавеющую сталь с содержанием 21% хрома и 7% никеля. Хотя официальным изобретателем этого сплава все же считается британский металлург из Шеффилда Гарри Брирли (Harry Brearley). В ходе своих экспериментов в 1913 году Брирли заметил, что одна из изготовленных еще месяц назад отливок не заржавела, как другие. Этот сплав содержал 85,3% железа, 0,24% углерода, 12,8% хрома, 0,2% кремния, 0,44% марганца. Так был открыт еще один класс нержавеющей стали – ферритный. Впервые термин «нержавеющая сталь» (stainless steel) был введен в



обиход Эрнестом Стюартом, который был школьным товарищем Брирли и сотрудником компании R.F. Mosley & Co., выпускавшей столовые приборы. Это, собственно, и предопределило дальнейшее предназначение стали, изобретенной Брирли. Примерно в то же время американец Элвуд Хейнс (Elwood Haynes) независимо от Брирли создал свою версию «нержавейки», которая отличалась более высоким содержанием углерода и после процесса закалки обеспечивала большую твердость, чем нержавеющая сталь, изобретенная Гарри Брирли.

Сталь, изобретенная Хейнсом, дала начало нержавеющим сталям мартенситного класса и стала предшественницей современной марки стали AISI 420. Впоследствии эти два изобретателя создали в Питсбурге (США) совместное предприятие, компанию по производству нержавеющей стали – The American Stainless Steel Company. Далее, в 1924 году инженер Хартфилд запатентовал сталь под маркой 18/8, которая кроме железа и небольшого количества углерода содержала



Элвуд Хейнс
(Elwood Haynes)



Гарри Брирли
(Harry Brearley)

Таблица 1. Наиболее распространенные марки нержавеющей сталей для изготовления посуды

Марка стали	Углерод, %	Кремний, %	Марганец, %	Фосфор, %	Сера, %	Никель, %	Хром, %	Медь, %	Ниобий, %	Титан, %	Азот, %
АУСТЕНИТНЫЕ											
AISI 304	≤ 0,08	≤ 1,00	≤ 2,00	≤ 0,045	≤ 0,030	8,0-10,50	18,00-20,00	-	-	-	-
AISI 321	≤ 0,08	≤ 1,00	≤ 2,00	≤ 0,045	≤ 0,030	9,00-12,00	17,00-19,00	-	-	≤ 0,7	-
AISI 201	≤ 0,12	≤ 0,75	8,50-10,50	≤ 0,060	≤ 0,030	1,00-1,50	14,00-16,50	≤ 2,00	-	-	≤ 0,020
AISI 202	≤ 0,08	≤ 0,75	7,00-8,00	≤ 0,060	≤ 0,010	4,00-5,00	15,00-17,50	≤ 1,50	-	-	≤ 0,010
NTK D11	≤ 0,10	≤ 1,00	5,50-7,50	≤ 0,045	≤ 0,015	3,50-5,50	17,00-18,00	1,50-3,50	-	-	-
ФЕРРИТНЫЕ											
AISI 430	≤ 0,12	≤ 0,75	≤ 1,00	≤ 0,040	≤ 0,030	-	16,00-18,00	-	-	-	-
SUS 430J1L	≤ 0,025	≤ 1,00	≤ 1,00	≤ 0,040	≤ 0,030	-	16,00-20,00	0,30-0,80	※ 1	-	≤ 0,025
ЮН 21СТ (21Cr-Ti)	≤ 0,015	≤ 1,00	≤ 1,00	≤ 0,040	≤ 0,030	-	20,00-23,00	≤ 0,43	-	≤ 0,3	≤ 0,015
NSSC 180	≤ 0,02	≤ 1,00	≤ 1,00	≤ 0,040	≤ 0,006	≤ 0,60	19,00-21,00	0,30-0,60	0,30-0,80	-	≤ 0,025
МАРТЕНСИТНЫЕ											
SUS 420 J1	0,16-0,25	≤ 1,00	≤ 1,50	≤ 0,040	≤ 0,010	-	12,00-14,00	-	-	-	-
SUS 420 J2	0,36-0,42	≤ 1,00	≤ 1,00	≤ 0,040	≤ 0,010	-	12,50-14,50	-	-	-	-



Таблица 2. Коэффициенты теплопроводности материалов, используемых при изготовлении наплитной посуды

Наименование материала (марка)	Черная сталь (08кп)	Чугун серый (СЧ10)	Алюминий (АЛ5)	Нерж. сталь (430)	Нерж. сталь (304)	Эмаль (покр.)	Тефлон (покр.)	Стекло
Коэффициент теплопроводности Вт/(м*К)	61,5	60	163	24,0	17,5	1,15	0,25	0,7

18% хрома и 8% никеля (современная марка AISI 304). Добавив к стали 18/8 титан, Хартфилд получил нержавеющую сталь, которая сейчас известна как марка AISI 321. Он же изобрел и запатентовал такую марку стали, как AISI 316. Позднее появились и другие марки нержавеющей стали, такие как AISI 201, AISI 202, NSSC 180, JYH 21CT и многие другие. В настоящий момент это уже десятки марок сталей различного назначения. Существенная часть марок этих нержавеющих сталей разных классов используется для производства посуды и столовых приборов. Наиболее широкое применение для производства посуды получила сталь марки AISI 304. Такие свойства AISI 304, как хорошая пластичность, способность к глубокой вытяжке, и предопределили ее основное назначение и повсеместное использование в качестве ведущего материала для производства емкостей наплитной посуды. Сталь AISI 304 относится к аустенитному классу и является немагнитной, то есть не реагирует на постоянный магнит. Следует особо отметить, что при глубокой вытяжке (сильной пластической деформации) без последующей термической обработки (отпуска) изделия из стали AISI 304 вполне могут приобрести слабые магнитные свойства,

неравномерно распределенные по поверхности, за счет которых изделие может вполне успешно работать на индукционном источнике нагрева. Стали AISI 430 (410) ферритного класса и AISI 420 мартенситного класса имеют четко выраженную реакцию на постоянный магнит, в связи с чем сталь AISI 430 (410) является основным материалом для изготовления покрывающих капсул дна посуды из нержавеющей стали и имплантируемых в дно дисков для алюминиевых сковород. Это обеспечивает успешную работу посуды, изготовленной из немагнитных материалов (AISI 304, алюминия и т.д.), на индукционных источниках нагрева. Таким образом, с помощью постоянного магнита можно лишь определить, к какому классу относится та или иная нержавеющая сталь и будет ли (и то с далеко не 100%-ной уверенностью) посуда, изготовленная из этой стали, работать на индукционной плите, но никак не качество нержавеющей стали, как это пытаются делать некоторые потребители.

Посуда из нержавеющей стали отличается от других видов посуды не только внешне, по характерному цвету металла, но и конструктивно тем, что имеет на дне капсулу с теплораспределительным слоем (TPC). Зачем посуде из нержавеющей стали вообще

нужен этот TPC? Ведь у других видов металлической посуды: чугунной, стальной эмалированной и алюминиевой – его нет. Тут все дело в теплопроводности аустенитной нержавеющей стали. По теплопроводности она существенно уступает другим конструкционным материалам, используемым для изготовления наплитной посуды. В этом можно убедиться, посмотрев данные, приведенные в табл. 2.

Если изготовить кастрюлю из нержавеющей стали по образцу и подобию, например, стальной эмалированной, то она при использовании на варочной поверхности сгодится разве что только для нагрева воды. Варить в ней что-то более-менее серьезное будет весьма проблематично. Из-за сравнительно плохой теплопроводности основного материала пища будет пригорать к перегретому дну, а верхняя часть продукта останется сырой. Именно для того, чтобы исправить этот недостаток, изготовители крепят к дну кастрюли алюминиевый диск, который и выполняет роль TPC. Алюминиевый диск крепится к дну емкости двумя основными способами: 1) пайкой высокотемпературным припоем (brazzing) и 2) диффузионной сваркой, или сваркой ударом (impact bonding). В настоящее время в производстве



посуды все более широко используется и третья технология, при которой методом прокатки изначально формируется многослойный материал-три-металл (так называемая ply-технология), из которого впоследствии вытягивается емкость посуды. Эта технология является разновидностью диффузионной сварки. Отличительной особенностью посуды, изготовленной по ply-технологии, является то, что она имеет теплораспределительный слой не только в дне, но и в стенках емкости. Известна также конструкция, совмещающая в одном изделии как ply, так и impact bonding технологии. Поскольку открытый алюминиевый ТРС не практичен в эксплуатации, быстро теряет внешний вид и может разрушаться от воздействия компонентов моющих и чистящих средств, это накладывает ряд ограничений по уходу (не рекомендуется, в частности, использовать посудомоечную машину). В современных конструкциях посуды алюминиевый слой закрывается специальной (покрывающей) капсулой, изготовленной из нержавеющей стали 430 AISI. Эта сталь относится к другому классу нержавеющей сталей (ферритных) и обладает хорошими магнитными свойствами в отличие от немагнитной стали 304 AISI, из которой, как правило, изготавливается емкость. Использование магнитной стали делает возможным нагрев посуды на индукционных плитах и варочных панелях. При использовании посуды с ТРС на индукционной плите покрывающая капсула дна работает как конфорка обычной плиты за счет генерирования в ее поверхностном (наружном) слое вихревых высокочастотных токов индуктором плиты. Но поскольку покрывающая капсула конструктивно является неотъемлемой частью емкости, тепловые потери в процессе нагрева сводятся к минимуму. Это позволяет существенно увеличить КПД системы нагрева в целом. Кроме того, индукционный нагрев является одним из самых быстрых. В настоящее время наиболее распространенной (классической) конструкцией дна для посуды из нержавеющей стали является ТРС-3 (трехслойная конструкция: нержавеющая сталь – алюминий – нержавеющая сталь). При пайке алюминиевый диск практически не деформируется, поэтому кастрюли, изготовленные по этой технологии, отличаются равномерной толщиной ТРС в радиальном направлении. Но, как

правило, в скошенных краях покрывающей капсулы остаются небольшие воздушные пустоты. При диффузионной сварке исходный алюминиевый диск сильно деформируется, и в зависимости от конструкции покрывающей капсулы может образоваться заметная выпуклость на внутренней поверхности дна и перепад толщины ТРС в радиальном направлении, зато алюминий полностью заполняет все пространство капсулы. Какие же параметры должны быть у качественной посуды из нержавеющей стали? Действующий стандарт ГОСТ 27002-86 определяет, что ТРС из алюминия должен быть толщиной не менее 3,0 мм, а толщина стенки наплитной посуды не менее 0,5 мм. Посуду с такими минимальными характеристиками и ниже можно отнести к экономклассу. Если толщина ТРС будет около 4,0 мм, эта посуда может претендовать на средний класс, а с ТРС 5,0 мм и более будет относиться к премиум-классу. Разделение это весьма условное; оно связано еще и с толщиной стенки емкости, например для премиум-класса это 0,8 мм и более. Некоторые производители применяют в своих изделиях и большую толщину ТРС, о которой говорилось выше, до 10,0 мм, но у такой посуды кроме излишнего веса, доставляющего определенные неудобства в использовании, возникает такое побочное явление, как излишняя тепловая инерционность, аналогичная той, которую имеют старые электрические плиты с чугунными конфорками.

Посуда, изготовленная по ply-технологии, как правило, имеет алюминиевый ТРС толщиной в пределах 4 мм, это связано с особенностями изготовления емкостей из такого материала. Но зато ТРС имеется не только в дне, но и в стенках емкости. Посуда, изготовленная по ply-технологии, нагревается заметно быстрее за счет увеличения общей площади нагрева по сравнению с традиционной конструкцией, но, поскольку алюминиевый ТРС по дну заметно тоньше, для приготвления некоторых блюд это не подходит. Практически вся посуда из нержавеющей стали получается из исходного листа методом глубокой вытяжки, при этом вытяжка материала происходит в небольшой зоне – там, где формируется стенка емкости. В разрезе стенка представляет из себя клин, сужающийся к дну. Именно поэтому наименьшую толщину материал емкости имеет в месте перехода вер-

тикальной стенки к дну. Немаловажным фактором, влияющим на качество посуды из нержавеющей стали, является процесс шлифовки/полировки, в первую очередь внутренней поверхности дна. Особенность этого процесса заключается в сложности эффективного удаления продуктов износа, как самого материала, так и шлифовально-полировального инструмента, при механической обработке поверхности. В результате внутренняя поверхность дна оказывается наиболее уязвимой в плане появления различных дефектов. Ниже приведены наиболее распространенные дефекты поверхности дна, встречающиеся на посуде из нержавеющей стали.

1. Черные точки на дне посуды – устранимый дефект, связан с технологической операцией вытяжки, при которой используется технологическая смазка, которая попадает и на пуансон пресса. В результате к смазанным поверхностям легко липнет пыль, песчинки и т.п. При вытяжке эти загрязнения вдавливаются в дно, образуя точечные микролунки на поверхности, которые полностью не удаляются шлифовкой и полировкой. На новой посуде такие дефекты могут быть изначально совершенно незаметны, их можно идентифицировать лишь в процессе нагрева воды по точкам накипи (они являются концентраторами мест отложения солей кальция и магния). При дальнейшей эксплуатации в лунки начинает попадать органика, и они визуально воспринимаются уже как черные точки.



2. Микроотслоения поверхностного слоя дна – латентный устранимый дефект, связанный с операцией шлифовки и полировки поверхности. Наиболее часто встречается на внутренней поверхности емкости наплитной посуды, изготовленной из ферритных нержавеющей сталей (марки 430 и др.) и аустенитной стали 201-й марки, и заметно реже на изделиях из 304-й марки стали. Дефект возникает в процессе полировки, при которой продукты износа поверхности и самого полировального инструмента нормально не удаляются из зоны обработки, а завальцовываются в повер-

Таблица 3. Изменение цвета нержавеющей стали марки 304 AISI в зависимости от температуры нагрева

Цвет стали	Светло-соломенный	Соломенный	Красно-коричневый	Фиолетово-синий	Синий
Температура, °C	300	400	500	600	700



хность. По сути, это последствие технологического загрязнения поверхности. В новом изделии такие дефекты не видны, но в процессе нагрева и контакта с жидкостью происходит отделение микроучастка полированной поверхности, под которой обнажается небольшое углубление с неполированной поверхностью, которое визуально воспринимается как пятно. Очень часто в инструкциях изготовителей и блуждающих по интернет-форумам мнениях отдельных пользователей посуды основной причиной этих дефектов называется поваренная соль, а сами дефекты рассматриваются как последствия очаговой (питтинговой) коррозии нержавеющей стали. Это открытое заблуждение, так как проявляются эти дефекты, как правило, при первом-втором использовании посуды, и, даже если при этом соль вообще не применяется. Вообще, поваренной соли совершенно напрасно приписывается разрушающее воздействие на посуду, объясняя подобные дефекты электрохимической коррозией нержавеющей стали. При приготовлении пищи используются солевые растворы очень малой концентрации, которые на самом деле никоим образом не влияют на посуду.



3. Царапины и риски на поверхности дна – дефект, который может возникнуть как в процессе изготовления посуды, так и впоследствии, в процессе эксплуатации, в результате соприкосновения с металлическими кухонными инструментами, имеющими большую твердость, чем материал самой кастрюли или сковороды. Некоторые пользователи воспринимают такие царапины также как повреждения защитного эмалевого покрытия на посуде из черной стали. Но на самом деле у посуды из нержавеющей стали механическое повреждение поверхности и защитной пленки оксида хрома не приводит к коррозии или другим изменениям, потому что оксидная пленка



хрома имеет способность к практически мгновенной спонтанной регенерации.

4. Изменения цвета стали, пятна, цвет побежалости – эти явления возникают при эксплуатации посуды и имеют разную природу возникновения, но практически все они могут быть удалены тем или иным способом, так как носят поверхностный характер. Цвета побежалости от светло-соломенного до сине-фиолетового являются следствием перегрева поверхностного слоя металла в результате нагрева емкости без жидкости или когда объем жидкости слишком мал, а интенсивность нагрева высока. Особенно уязвимы в этом отношении сковороды, которые работают при значительно более высоких температурах, чем обычные кастрюли. С помощью табл. 3 по цвету стали можно определить, какая температура была на поверхности посуды в момент перегрева. Очень часто цвета побежалости путают с радужной окраской, которая появляется после варки некоторых продуктов на бывших в употреблении и новых изделиях и является следствием интерференции света на тонких органических пленках. В отличие от цветов побежалости радужная окраска легко удаляется (растворяется) водными растворами уксусной и лимонной кислот. Следует учитывать, что длительное воздействие горячих растворов некоторых чистящих средств, в частности антинакипинов, содержащих, как правило, 5%-ю щавелевую кислоту, может привести к необратимому потемнению поверхности или локальному образованию серо-черных пятен. Такие пятна можно удалить полировкой прореагировавшего поверхностного слоя. Поэтому пользоваться такими средствами надо с осторожностью, соблюдая инструкции.

Сковороды и кастрюли из нержавеющей стали изготавливаются по одной и той же технологии и имеют однотипные полировки и отделки поверхности дна, хотя на самом деле тепловой режим эксплуатации, рабочие жидкости,



особенности использования и даже сама физика процесса у них довольно сильно различаются. То, что хорошо для дна кастрюли (полировка с минимальными параметрами шероховатости) при варке, последующей мойке и чистке поверхности, очень плохо для аналогичной поверхности дна сковороды, к которой при классической жарке все начинает прилипать. Для того чтобы избежать прилипания и последующего пригорания, приходится наливать значительное количество масла. Если попытаться детально рассмотреть физику процесса жарки, то становится совершенно очевидным, что поверхность дна должна быть, наоборот, не гладкой, а более развитой, это позволяет улучшить теплообмен и значительно уменьшить площадь контакта продукта с нагретой поверхностью без присутствия смазывающего компонента. Идеальным вариантом можно считать такую поверхность сковороды из нержавеющей стали, которая способна удерживать масляную пленку по всей площади дна, предотвращая тем самым прилипание и, соответственно, пригорание продукта во время всего процесса нагрева. До недавнего времени, чтобы уменьшить эффект пригорания к гладким, не имеющим антипригарного покрытия поверхностям, использовались макрогрили (достаточно большие по размерам неровности на дне), но жизнь показала их достаточно низкую эффективность. Мини-грили, то есть множество небольших неровностей в виде выступов или неглубоких выемок на дне сковороды, позволяют существенно облегчить процесс жарки на сковороде из нержавеющей стали. Мясо, котлеты с подтушиванием и при определенном навыке даже яичница получаются без проблем. Микрогрили, или модифицированные поверхности, еще больше расширяют диапазон доступных такой сковороде блюд. При этом для приготовления используется минимальное количество смазывающего компонента, необходимого лишь для создания пленки на разогретой поверхности, которая и выполняет роль противоприлипающего агента. Опыты показали, что этот эффект работает и в духовом шкафу. Несмотря на то что микрогрилю по своим противоприлипающим свойствам сложно тягаться с антипригарными покрытиями на основе фторполимеров, он имеет перед ними и определенные, бесспорные преимущества – возможность готовки при более высоких температурах и неограниченный ресурс работы.

11 марта – 24 апреля 2017 года
© Илья Н. Петунов,
специально для журнала «Посуда»

Посудные рынки Белоруссии и России. Профессиональный взгляд

Получив в наследство от бывшего СССР производственную базу для выпуска посудных изделий, рынки кухонной и столовой утвари Белоруссии и России имеют ряд отличий. Однако это не мешает в ряде случаев предлагать вполне конкурентоспособную посуду, которая востребована современным покупателем.

О том, как складываются взаимоотношения между производителями и потребителями посудных изделий на российско-белорусской территории, мы попросили рассказать одного из экспертов посудных рынков Белоруссии и России, специалиста по производству посуды из нержавеющей стали Илью Петунова.



Отчасти, в отношении некоторых видов посуды, такое мнение соответствует действительности. Но в большей степени качество связано с конкретным производителем (торговой маркой) и достигнутым им технологическим уровнем, нежели с какой-то конкретной страной. Так что согласиться с точкой зрения, что все производители России и Белоруссии предлагают равнозначную по качеству продукцию, не могу. Это все равно что сравнивать производителей посуды из других стран, закрывая глаза на бренды.

Корр.: – *Что сегодня нужно в первую очередь конечному потребителю посудных изделий и может ли он удовлетворить свои потребности в полном объеме?*

И.П.: – Та посуда, что сейчас продается в наших магазинах, – это продукт компромисса между интересами и возможностями изготовителя и потребностями и финансовыми возможностями потребителя. Безусловно, потребителя в первую очередь интересует максимально возможное качество при разумной цене. К сожалению, нынешний уровень доходов потребителей не всегда способен обеспечить этот интерес. По-

различия и схожие черты белорусских и российских производителей?

И.П.: – Самые крупные производства посуды Белоруссии и России достались в наследство от СССР. То есть основа – общая. Правда, в Белоруссии предприятия в основном имеют государственную форму собственности («Крамет», ДФЗ, «Неман»), хотя формально и являются ОАО. Как и прежде, продукция белорусских предприятий ориентирована в основном на внутренний рынок из-за отсутствия должного экспортного потенциала.

Корр.: – *Некоторые участники рынка не видят отличий в посуде, произведенной на территории Белоруссии и на территории России, полагая, что это товар примерно одного уровня качества и цены. Что вы можете сказать по этому поводу?*



Корр.: – *Как вы оцениваете уровень насыщения посудной продукцией, в частности кухонной посудой, рынков России и Белоруссии?*

И.П.: – Насыщенность рынков посудой достаточно высокая, хотя если оценивать качественный уровень этого насыщения, то он по-прежнему невысок. На рынках, увы, превалирует низкосортный китайский ширпотреб.

Корр.: – *Насколько сегодня российский потребитель нуждается в столовой и кухонной посуде, произведенной в Белоруссии? Чем привлекательна для жителей России белорусская посуда и кухонная утварь?*

И.П.: – Белорусская посуда действительно привлекательна для жителей России. Прежде всего, за счет доступной цены, добротности и качества. Но на российском рынке она представлена ограниченно. Это связано со сложившейся системой дистрибуции продукции на российском рынке и политикой федеральных торговых сетей.

Корр.: – *В чем здесь основные*





ложительным моментом в этом плане могут быть различные акции, в ходе которых покупатель может получить возможность приобретения посуды с ощутимой скидкой по цене. Хотя к таким мероприятиям, как акции, надо относиться с большой степенью осторожности. Нередко продавцы пользуются акциями для сбыта залежалого или не очень качественного товара.

Корр.: – *В какой степени, на ваш взгляд, система ценообразования на посудную продукцию исходит из уровня доходов населения?*

И.П.: – Ценообразование в любом случае основывается на материальных и иных затратах, связанных с производством. Любое производство должно быть рентабельным. Что касается доходов населения, то они определяют степень доступности той или иной продукции. Если говорить о так называемом посудном экономсегменте, формируемом матрицами закупок торговых сетей, то цена закупки является, по сути, определяющим фактором при выборе поставщика и производителя. Эта цена должна обеспечить ритейлеру определенный уровень доходности продаж и при этом не выйти за рамки сформировавшегося ценового уровня на аналогичные изделия у конкурентов. При таком принципе ценообразования ни о каком качестве и соответствии стандартам посуды, как правило, речь не идет. Иное дело – ценообразование изделий премиум-сегмента посуды, которое зависит в большей степени от престижности торговой марки и системы продаж (Direct sale, MLM и т.д.).

Корр.: – *Известны ли вам примеры российско-белорусских предприятий, занимающихся выпуском посуды?*

И.П.: – Да, это, например, СЗАО «Завод «Сантэкс» (www.santex.by), занимающееся выпуском стальной эмалированной посуды.

Корр.: – *Что изменилось за последние 3-4 года в системе распространения, реализации (дистрибуции) посуды? Как это отразилось на потребительском спросе и деятельности предприятий-производителей?*

И.П.: – Каких-то существенных изменений в этой системе, которая сформировалась уже более 20 лет назад, за последние 3-4 года не произошло. По-прежнему в Белоруссии преобладает двухзвенная структура (производитель – ритейлер), в Российской Федерации трех- или четырехзвенная структура (производитель – крупный федеральный оптовик – мелкий региональный ритейлер). Создание собственной товаропроводящей сети производителями и крупными оптовиками – это весьма затратный и зачастую нерентабельный проект.

Корр.: – *Очень часто получить достоверную, исчерпывающую информацию о приобретаемой посуде конечный потребитель не может. Кто, на ваш взгляд, должен владеть такой информацией, к кому обращаться в случае возникновения споров, недоверия к продавцу и при других скользких ситуациях?*

И.П.: – Законодательством (Законом о защите прав потребителей) четко определено, что потребитель имеет полное право на получение достоверной и исчерпывающей информации о приобретаемом товаре. Но парадокс состоит в том, что в Российской Федерации до сих пор на законодательном уровне четко не установлены критерии этой самой достаточности и исчерпываемости. В Белоруссии в этом отношении дело обстоит лучше – есть действующий стандарт о предоставлении информации о непродовольственных товарах (СТБ 1400-2009), в котором прописан минимально необходимый объем информации, который должен

предоставить о товаре продавец (изготовитель). А в Законе о защите прав потребителей (ст. 16) предусмотрена ответственность продавца (изготовителя) за достоверность этой информации. Законодательство предусматривает также проведение экспертизы достоверности информации о товаре. В любом случае законодательство обяжет именно продавца обеспечить право потребителя на получение полной и достоверной информации о товаре в месте продажи. Недоверие к продавцу может быть реализовано через право потребителя на свободный выбор товара/услуги. То есть, проще говоря, не стоит покупать товар, который продает такой продавец.

Корр.: – *Насколько изменились за последние 2-3 года требования к поставщикам посуды у сетей и розничных магазинов?*

И.П.: – Требования к поставщикам посуды ужесточились. Это касается как упаковки, так и маркировки товара в соответствии с принятыми на предприятии торговли системами учета товаров, а также обеспечения соответствия этой маркировки действующим стандартам.

Корр.: – *Что в первую очередь отличает сегодня посуду средней ценовой категории и категории «средний плюс» от высокой и премиальной ценовых категорий?*

И.П.: – Нынешний рынок стал достаточно сегментированным. То есть предприятия торговли предпочитают специализироваться на посуде того или иного ценового сегмента. Хотя четко определенной грани между ценовыми категориями не существует. Все зависит от политики бренда. Характерный пример смещения марок премиального сегмента в средний и порой даже эконом – это так называемые акции лояльности.

Корр.: – *В какой степени проводимая политика импортозамещения в России способна решить вопрос насыщения посудными изделиями потребностей современных покупателей?*

И.П.: – Политика импортозамещения дает свои ощутимые плоды там, где она опирается на имеющиеся у страны внутренние, конкурентоспособные на мировом уровне сырьевые и трудовые ресурсы. Если таковые отсутствуют, то любые ограничительные меры в виде санкций и эмбарго и торговый протекционизм неизбежно приводят к ограничению конкуренции и росту цен. Как показывает многолетняя практика, те отрасли посудного производства в России, которые исконно опирались на внутренние сырьевые источники, были менее подвержены кризисным явлениям, связанным с валютными кризисами. А те, кто использовал преференционный режим, путем лоббирования введения различных мер нетарифного регулирования, наоборот, потеряли остатки своей конкурентоспособности даже на внутреннем рынке.

Посудный магазин. Взгляд со стороны

Желанное будущее на отечественном посудном рынке непременно наступит. Когда-нибудь... Пока же мы традиционно отмечаем начало «великого застоя» в связи с приходом летнего сезона. Такими словами можно было бы резюмировать нехитрое наблюдение, которое было проведено в нескольких посудных магазинах столицы. Причиной для обращения внимания на данные точки продаж явилось естественное желание продолжить ранее начатые наблюдения в посудных отделах крупных торговых сетей, где в первую очередь представлена продукция экономкласса. Закономерно возник вопрос: а как поживает торговля в сегментах среднего и высокого ценового уровня? Что ж, посмотрим...



COOKHOUSE

Сразу стоит отметить, что уровень данного магазина, расположенного в современном крупном торговом центре, вызывает уважение. Помнится, еще несколько лет назад подобные торговые точки были небывалой редкостью даже в столице. И, рассматривая магазины посуды за рубежом, мы все удивлялись: как это у них все так продуманно, так красиво, так правильно! Ну, вот теперь и у нас стало так же.

Грамотная выкладка товара подчеркивает сегментированность и по назначению утвари, и по используемому материалу, и по ценовому уровню (несмотря на то что здесь нет дешевой посуды, качество которой нередко вызывает сомнение у покупателя, ценовые разграничения все же имеются). Например, чугун марки Staub в данном магазине относится к самой высокой ценовой категории в своем товарном сегменте, а бренд Vaumau (также посуда из чугуна) уже заметно дешевле: утятница от последней марки обойдется в 8890-00 рублей. При этом соседство изделий обеих марок на одной торговой полке является неплохим маркетинговым ходом. Во-первых, покупатель видит, какая посуда из чугуна есть, а во-вторых, может сам для себя определить различия, достоинства, недостатки и принять разумное решение перед покупкой. Забегая вперед, скажем, что, согласно мнению продавца, все, что дешевле, заинтересовывает покупателя в первую очередь, но



если говорить о реальных покупках, то сложно сказать, что покупается чаще: то, что дешевле, или то, что «брендовее».

Таблица 1. COOKHOUSE

Наименование	Материал	Цена, руб.
Сковорода АМТ, диаметр 28 см; съемная ручка	Алюминий с антипригарным покрытием	11 290-00
Сковорода АМТ, диаметр 26 см; съемная ручка	Алюминий с антипригарным покрытием	10 090-00
Сковорода-вок АМТ, диаметр 28 см; съемная ручка	Алюминий с антипригарным покрытием	7 690-00
Набор бокалов RCR, 18 предметов для разных напитков	Стекло	5 290-00
Набор рюмок «Арлекино» с цветной ножкой Crystalite Bohemia	Стекло	3 290-00
Сервиз Royal Aurel, 27 предметов	Фарфор	32 090-00
Сервиз чайный на 6 персон от Akku	Костяной фарфор	15 190-00
Овощерезка Borner (серия Trend)	Пластик, металл	5 290-00

Все указанные в статье цены были актуальны в мае 2017 года. Ссылки на конкретные марки и изделия в тексте статьи не дают полного представления об имеющемся ассортименте.





Подобная тактика совмещения известной (дорогой) и пока не очень известной марок применяется и в сегменте антипригарной посуды, представленной здесь в первую очередь брендами AMT (высокий ценовой сегмент) и Nadoba. Цены различаются почти в 3 раза!

Такая же картина и с силиконом. Безусловно, Lekue – верх совершенства на наших прилавках (форма для приготовления омлета 1715-00 рублей) и Cookhouse не исключение. Но есть и другие марки, например La Cucina (набор из



четырёх небольших формочек для запекания будет стоить 299-00, а одна большая форма 609-00 рублей).

Среди небольших ручных кухонных аксессуаров в данном магазине широко представлены марки Ghidini и Gefu. При этом звездой являются изделия от Joseph Joseph (трудно не



согласиться). Этому бренду посвящен отдельный стол. Кстати, очень приятно, что теперь можно увидеть продукцию не просто на торговой полке, а выложенной специально на столе, где она гармонично смотрится с близкими по назначению предметами. Такая выкладка также подчеркивает уровень магазина.

Есть в Cookhouse и огнеупорная керамика. Это тажины от Emile Henry и набор из двух мини-кастрюль от Magia Gusto (обойдется в 1890-00 рублей).



Металлические аксессуары, а точнее так называемая «навеска», представлены в основном изделиями от Nadoba. Уровень цен зависит от назначения и сложности исполнения. Впрочем, в данном товарном разделе также хорошо представлены изделия от Gefu.

Питьевое стекло представлено различными марками, в том числе: Schott Zwiesel, Vidivi, RCR (набор из 18 предметов – 5290-00 рублей), Crystalite Bohemia (набор из 6 рюмок – 3290-00 рублей).

Значительная часть изделий из костяного фарфора принадлежит марке Akku. Среди предметов из простого фарфора – посуда от Kahla и Royal Aurel (сервис из 27 предметов по цене 32 090-00 рублей).

Уточним, что это только поверхностное описание представленной посуды, не направленное на освещение всего ассортимента, а скорее показывающее разнообразие выставленной продукции.

Теперь о наболевшем. К сожалению, за более чем часовой находке в магазине здесь не была осуществлена ни одна покупка. И это при том, что значительная часть продукции продавалась со скидкой от 30 до 70%! Возможно, в нерабочий день покупатели приходят сюда и совершают покупки чаще.



KUCHENLAND HOME

Следующим магазином стал KuchenLand Home. Здесь представлена в основном продукция отечественного одноименного бренда, производство которого налажено, как и практически всех других брендов, в Китае.

Опять же построение и убранство магазина не вызывает



нареканий. Все не просто красиво, а даже торжественно. Плюс очень любезный персонал. Что касается цен, то по сравнению с ZWILLING J.A. HENCKELS (а именно на этот бренд идет равнение) они заметно ниже. При этом качество, как говорят представители магазина, стоит на очень высоком уровне. Антипригарные сковороды – от 2000-00 до



Таблица 2. KUCHENLAND HOME		
Наименование	Материал	Цена, руб.
Сковорода-гриль KuchenLand, диаметр 29 см	Чугун	5 990-00
Тажин, 28 см, Staub	Чугун	8 323-00
Набор бокалов для красного вина KuchenLand	Стекло	1 990-00
Набор бокалов для шампанского, 180 мл, KuchenLand	Алюминий с антипригарным покрытием	2 490-00
Ковш, 1,5 л, с крышкой Konig	Нержавеющая сталь	833-00
Сервиз чайный на 6 персон, Butterfly	Фарфор	11 990-00

3000-00 рублей, две миски из нержавеющей стали с пластиковой крышкой – 2490-00 рублей, набор стаканов – 1990-00 рублей. Набор столовых приборов (68 изделий) 9990-00 рублей. Чугунная кастрюля с крышкой, объемом 2,55 л, обойдется в 5990-00 рублей.



Фарфор марки Longda (в магазине представлен не только бренд KuchenLand) сразу подчеркивает другой, более высокий ценовой уровень.



К сожалению, обнаружить в данном магазине покупательскую активность так же, как и в предыдущем, не уда-



лось. Заходившие посетители (их за час было двое) довольны быстро уходили, не сделав покупок.

FISSMAN

В отличие от мультибрендовых магазинов, представляющих свою собственную марку, выглядит иначе в концептуальном плане.



Несколько иное устройство товарной зоны сосредоточено на главных товарных направлениях. В данном случае это сковороды с антипригарным покрытием, кухонные аксессуары и в небольшом количестве посуда из керамики, стекла и



Наименование	Материал	Цена, руб.
Сковорода, диаметр 28 см	Алюминий с антипригарным покрытием	1 599-00
Сковорода, новейшая разработка, 20х4,5 см	Алюминий с антипригарным покрытием	2 073-00
Овощерезка + терка с контейнером, 11 предметов	Пластик	3 309-00
Набор из двух чашек и блюдца	Керамика	1 996-00
Сахарница, 600 мл (уникальный продукт), 620 мл	Керамика	668-00
Лопатка для торта ECO	Бамбук	279-00
Кружка, 330 мл	Бамбуковое волокно	325-00

бамбукового волокна. Последняя вызывает любопытство у покупателей. В частности, две молодые женщины планировали приобрести несколько предметов из этого материала, поскольку он был новым, экологически безопасным (так как выполнен из природного сырья) и не очень дорогим.

В общем, покупательницам понравилась идея. Правда, к сожалению, они думали, что данная посуда выполнена из дерева (поскольку постоянно звучит слово «бамбук»). Это, кстати, говорит о том, что очень часто конечные покупатели не понимают, какой товар они планируют приобрести.

Внешне не всегда можно понять, что перед вами. В связи с этим особую актуальность для привлечения потенциальных покупателей имеет консультационная работа со стороны сотрудников магазина. Пока в нашей стране грамотное консультирование в стенах магазина не получило широкого развития.

Цены в фирменном магазине Fissman вполне демократичные. Сковороды в среднем от 1000-00 до 1500-00 рублей за исключением последних разработок, где цена составит 2471-00 рубль за сковороду-вок диаметром 24 см. Чайники крашенные со свистком из нержавеющей стали объемом 2,6 л – 2396-00 рублей. Заварочный чайник из стекла с фильтром объемом 0,6 л – 904-00 рубля.





В цену большинства изделий включена скидка. По словам продавцов, без скидок и акций торговля практически стоит на месте. Лишь маркетинговые ходы способны привлечь покупателя.

GIPFEL

Магазин Gipfel, так же как и Fissman, представляет свою уже хорошо известную торговую марку. Прежде всего, здесь представлены изделия из нержавеющей стали (кухонная посуда и кухонные инструменты), в меньшей степени антипригарная посуда, предметы из пластика и чугуна.



Наименование	Материал	Цена, руб.
Кастрюля Genesis, 2,2 л	Нержавеющая сталь	6 819-00
Кастрюля, 1,5 л	Нержавеющая сталь	1 490-00
Терка трехсторонняя складная	Нержавеющая сталь + пластик	699-00
Сковорода, диаметр 20 см	Чугун	1 188-00
Форма для выпечки, 27,8x17,7x7,2 см	Углеродистая сталь с антипригарным покрытием	1 130-00

Уровень подачи товаров соответствует европейскому, как и во всех рассмотренных выше магазинах. При этом общая проблема – отсутствие покупателей. Это при том, что марка Gipfel, как говорят продавцы, очень известная.



На вопрос, а в чем причина столь низкой покупательской активности, продавцы пожимают плечами. Объяснить очевидное не позволяет профессиональный этикет. В силу данной служебной необходимости все сотрудники готовы долго и интересно рассказывать лишь о преимуществах своей посуды. Будем надеяться, что в будущем эти усилия не пропадут даром. А пока с огорчением должны констатировать: ни одной продажи за более чем часовое пребывание в магазине. И так во всех торговых точках, которые попали в наш короткий обзор.

Возвращаясь к началу статьи, где говорилось о том, что о нашем лучшем будущем (активизации продаж на посудном рынке) пока приходится только мечтать, хочется сказать, что мечты и надежды – не напрасны. Пройдет время, и товар найдет своего покупателя. А пока всем участникам рынка следует изобретать средства борьбы с пассивностью покупателей. Вот только как бороться с дефицитом денежных средств у простых покупателей?!

tendence



new seasons ahead.

be first.


24 – 27. 6. 2017

Начиная с 2017 года самые актуальные международные идеи продукции для дома и сектора сезонных подарков будут впервые представлены на выставке в июне.

Подробности здесь: tendence.messefrankfurt.com

new
date

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

 messe frankfurt

Итальянский шик. История и философия

«Если другие страны имеют теорию дизайна, то Италия – философию, даже идеологию дизайна», – утверждает философ и писатель Умберто Эко.

У итальянского дизайна исключительная репутация во всем мире. Знаменитый итальянский стиль, идет ли речь о моде, предметах интерьера или столовых сервизах, поражает нас своей элегантностью, оригинальностью и совершенством. Всеми миру известны имена модельеров ВАЛЕНТИНО, ДОЛЬЧЕ И ГАББАНА, ВЕРСАЧЕ, АРМАНИ. ТАКИЕ ДИЗАЙНЕРЫ, КАК ДЖОВАННИ ПОНТИ, АКИЛЛЕ КАСТИЛЬОНИ, АЛЕССАНДРО МЕНДИНИ, ЭТТОРЕ СОТТ-САСС, ГАЭТАНО ПЕШЕ, известны далеко за пределами своей родины. Даже непосвященным знакомы названия многих итальянских компаний, производящих предметы для сервировки стола: Alessi, Ballarini, Cappellini, Moroso, Zanotta, Vietri, Arte Italica, Olivetti, Monetti, Moneta...

Что же такого особенного в итальянском дизайне? Что сделало Италию, до Второй мировой войны ничем особенным в области дизайна не выделявшуюся, страной непревзойденного стиля?

В послевоенное время Италия одной из первых осознала необходимость обеспечить истосковавшегося по эстетике и комфорту обывателя необходимыми для жизни предметами. Все силы были сосредоточены на развитии промышленности страны. На волне послевоенного восстановления Италии и зародился бренд «итальянский дизайн». И уже в середине 50-х Европа и Америка носили итальянские костюмы, ездили на итальянских мотороллерах «Веспа» и «Ламбретта», пили кофе из итальянских кофеварок, спроектированных Джованни Понти.

Но настоящий фурор итальянский дизайн произвел в середине 60-х, когда организаторы знаменитой миланской выставки *Saloni Milano*, в попытке стимулировать наиболее передовых производителей мебели к развитию современного дизайна, приняли решение выделить под прогрессивные направления целый сектор. Количество участников этого «дизайнерского» отдела было крайне мало по сравнению с общим количеством представленных на выставке компаний. Но именно они заставили весь мир заговорить об итальянском дизайне как о новом явлении. Минувшая настоящая, они прыгнули сразу в будущее, создавая абсолютно новые невероятные формы. «Итальянцы бросают вызов всему миру. Их стиль удивляет, может быть, даже раздражает, но не оставляет равнодушным» (*Meubles et decors*, Париж). Пытаясь объяснить успех итальянского дизайна, журналисты называли разные причины. Главным, безусловно, было то, что производители сделали ставку на дизайнеров и дали им полную свободу. На такие невиданные формы, необычные материалы и технологии не осмеливались фабрики других стран.

С этого времени Италия стала Меккой европейского дизайна. Теперь именно итальянские дизайнеры и марки начали задавать тон в мировом дизайне.

В 80-е годы, когда дизайн начал играть ключевую роль не только в маркетинге и рекламе, но и формировании личного стиля потребителя, итальянский дизайн только подтвердил свою репутацию авангардного явления. По сравнению с традиционностью и последовательностью, которые свойственны, например, скандинавскому стилю, для истории итальянского дизайна характерна постоянная смена стилей и направлений, при этом тезисы нового дизайнерского течения часто опровергали заявления предыдущего. Но есть главные особенности, свойственные итальянскому дизайну вне зависимости от времени и господствующего стиля, среди них – яркость идей, открытость к исследованиям и экспериментам, смелость в использовании новых материалов. Проектируя оригинальные, порой острые и ради-

кальные вещи, итальянские дизайнеры никогда не забывают об их функциональности и комфорте. «Человек, создающий изделие, значит гораздо меньше, чем та польза, которую оно принесет. Главное, чтобы оно было нужно людям и получилось доступным всем», – считал Акилле Кастильони, один из величайших дизайнеров Италии.

Такие традиционные ценности, как удобство, комфорт, практичность, сочетаются в итальянском дизайне с желанием и даже потребностью удивлять и радовать. «Задача дизайнера в том, чтобы вызывать любопытство, доставлять радость и будоражить чувства. Предметы должны улучшать нашу жизнь, добавлять ей больше тепла, больше цвета, больше ощущений. Мне кажется, чем больше этим наделен предмет, тем лучше. На мой взгляд, назначение дизайнера в будущем – это именно улучшать психологическое состояние человека, делать жизнь не только удобной, но и радостной», – считает Гаэтано Пеше.

Парадокс итальянского дизайна, по мнению дизайнера и архитектора Андреа Бранчи, заключается в том, что он существует вопреки условиям. Нет школы итальянского дизайна, нет музея дизайна. Роль школы, аудитории, коллективного судьи и музея дизайна играют дизайнерские выставки и многочисленные журналы.

Современные итальянские компании, которые работают в сфере товаров для дома, воплощают в своих изделиях самые новые и прогрессивные идеи дизайнерской и технологической мысли. В своих работах они следуют канонам прекрасного и стильного, удобного и первобытного, смело экспериментируют с формой и цветом, работают со всеми доступными материалами, чтобы предложить потребителю самое интересное, загадочное и необъяснимо прекрасное, то, что называется и ценится под знаком *Made in ITALY*.

ALESSI

Компания Alessi уже много лет стоит во главе дизайнерской мысли товаров для дома. Ведущий дизайнер в этой области *Abi Alice* восторженно отреагировала на предложение компании Alessi поработать вместе. *Abi Alice* говорит: «Мастерская Alessi является одним из немногих оставшихся на планете уникальных и креативных хабов». Компания сочетает металл и стекло, работает в стиле ар-деко и традиционном стиле. Одной из интересных находок Alessi стал опыт компании в обработке нержавеющей стали по новейшим технологиям, позволяющим воплощать дизайнерскую мысль в новые изделия. Компания вместе с дизайнерским бюро создала серию многофункциональных контейнеров из





нержавеющей стали. В ее составе три формата «эллипса», они могут быть использованы в различных контекстах, таких как кухня, столовая, гостиная, кабинет и офис.

Дизайнеры разработали «эллипс», делая акцент на форме и цвете. Эти серии предназначены для сервировки закусок, конфет или маленьких шоколадок на стол в современном стиле.

Abi Alice сообщает: «Я хотела включить богатые и яркие цвета, элемент золота, и я всегда верила, что цвет и форма могут оказывать возвышающее влияние на нашу природу».

Коллекция включает в себя также держатель для конвертов, лоток для ручек и скрепок, а также других предметов канцелярии.

VIETRI

Огромной популярностью во всем мире пользуется коллекция от Vietri. История Vietri началась в 1983 году, во время путешествия Ли Грейвли и ее дочерей Сьюзан и Фрэнсис по Италии. Во время посещения побережья Амальфи, семья остановилась в отеле Сан Пьетро, где просто влюбилась в цветную, яркую столовую посуду отеля в стиле кантри. Она так заинтересовала их, что Ли, Сьюзан и Фрэнсис решили посетить фабрику, где создавалась эта красота, и понаблюдать за работой мастеров. Между талантливыми итальянцами и привлекательными женщинами мгновенно завязалась дружба.



Вернувшись домой, они основали компанию Vietri, которую назвали в честь маленькой рыбацкой деревушки Виетри-суль-Маре на побережье Амальфи. Женщины стали поставлять итальянскую посуду в деревенском стиле в США и распространять ее по сувенирным лавкам и розничным магазинам. Одними из самых популярных коллекций от Vietri являются Lastra Fish и Incanto Mare Turtles. В летний зной они унесут вас к морю, к легкому бризу, создадут необыкновенную атмосферу в вашем доме. Только представьте: Средиземноморское побережье, свежий воздух, теплый летний ветерок, ледяные напитки, свежие морепродукты и... коллекции Lastra Fish или Incanto Mare Turtles, которые сделают ваш

ужин еще более приятным. Коллекция Lastra Fish в форме рыб, созданная превосходными итальянскими мастерами, пропитана итальянским легким флиртом, изяществом и морским бризом. Коллекция Incanto Mare Turtles – посуда в форме морских черепах наполнит теплотой ваш дом. С ней вы переместитесь в эту солнечную страну Италия и почувствуете соленый воздух побережья. Несмотря на то что коллекция выполнена из керамики, она не оставляет эффекта тяжести. Наоборот, вся коллекция легка, непринужденно воздушна, от нее веет свежестью и уютом.

MONETA



Moneta – один из нескольких итальянских брендов, имеющих вековую традицию производства посуды. Уже в 1875 году компания производила кухонную посуду. Сегодня бренд Moneta принадлежит компании Allufion S.p.A. Итальянская история, дизайн и инновации – вот те ценности, которые были заложены в основание компании Allufion S.p.A. и вдохновляют ее на производство посуды высшего качества на протяжении более чем 40 лет. Ни для кого не секрет, что компания Moneta в составе Allufion S.p.A. в скромном городе Мондавио в Италии впервые в истории создала посуду с керамическим покрытием, совершив переворот в современном мире производства посуды. Итальянская посуда Moneta – это постоянное движение вперед к решениям здорового питания и приготовления пищи. Базовая и самая недорогая серия **Moneta Ceramica**. В этой серии посуды края сковородок скошенные. Серия **Moneta Mammola** отличается теплым цветом экстерьера и цветом слоновой кости внутри. Сотейники и кастрюли в этой серии поставляются в комплекте со стеклянными крышками в подарочной упаковке. Посуда из серии **Moneta Salvaenergia Plus Ceramica** очень темного, практически черного цвета, выделяется прямыми кромками и элегантными ручками с надписью MONETA. В этой серии также реализована технология Energy Plus, позволяющая экономить энергию при приготовлении еды. Любите классику? Тогда ваш выбор **Moneta Ceramica Deluxe** с надежным креплением ручек на заклепках, как в старину. Для компактного хранения – **Moneta Ceramica Smart** со складывающимися ручками. И наконец, дорогая подарочная серия посуды с керамическим покрытием в красочной и элегантной упаковке **Moneta**



zenit induzione



Maxima. Посуда этой марки отличается хорошим качеством, доступной ценой и ярким и эмоциональным дизайном.

BARAZZONI

В настоящее время компания специализируется на производстве кухонной посуды из нержавеющей стали, меди и алюминия. Хромоникелевая сталь стала находкой для многих мировых производителей кухонной утвари. Этот материал обладает многими положительными качествами, которые делают посуду привлекательной, функциональной, стильной, долговечной и легкой в уходе.

Некоторые модели кастрюль из нержавеющей стали производитель снабдил трехслойным дном, у которого



один из слоев представлен восьмимиллиметровой алюминиевой прослойкой, благодаря чему обеспечивается быстрый и равномерный прогрев пищи. Эргономичная форма ручек из силикона обеспечивает удобный и прочный захват, предотвращает скольжение.





Однако и алюминий не потерял своей значимости для бренда, поэтому немалая доля продукции изготавливается производителем именно из этого материала. Модельный ряд алюминиевой посуды достаточно широк и включает в себя различные серии сковородок, сотейников, скороварок, воков, кастрюль, посуды для выпечки и многого-многого другого.

Специалисты компании разработали и выпустили алюминиевую посуду, покрытую безопасным антипригарным составом из керамики или силикона.

При разработке дизайна компания прибегает к помощи знаменитых итальянских дизайнеров, которые соединяют



во внешнем виде посуды функциональность, эстетику и эргономику. Посуда Barazzoni неоднократно получала признание на конкурсах, удостоивалась многочисленных наград и премий. Благодаря опыту и профессионализму дизайнеров и технологов, которые на протяжении долгого времени искали совершенные формы и материалы, каждый продукт Barazzoni получает свой неповторимый внешний вид и превосходные технические характеристики.

PEDRINI

Посуда известной итальянской марки Pedrini способна удивить даже самую привередливую и взыскательную хозяйку. Кухонные аксессуары Pedrini отличаются исключительной функциональностью, высочайшим европейским качеством, достичь которых удалось с помощью постоянного совершенствования технологий в производстве.

Сегодня этот итальянский бренд посуды представляет широкую линейку продуктов, среди которых кастрюли, сковороды, ножи, открывалки, штопоры. Кстати, благодаря именно последнему вышперечисленному кухонному аксессуару компания получила известность во всем мире. Тогда, в 1942 году, итальянец Джузеппе Педрини начал выпуск двухрычажного штопора для открывания винных буты-



лок, что послужило революционным прорывом на рынке. Дальнейшее развитие рынка кухонных инструментов также происходило при непосредственном участии итальянской компании Pedrini, что позволило бренду стать одним из ведущих мировых производителей посуды.

Для создания новой продукции Pedrini привлекла знаменитых дизайнеров, таких как Люка Трацци (Luca Trazzi), Алехандро Руис (Alejandro Ruiz) и Орацио Далдоссо (Orazio Daldosso), в итоге сегодня компания может похвастаться тщательно продуманным эргономичным дизайном моделей





своей продукции. А высокое качество, удобство и простота в использовании послужили тому, что миллионы хозяек во всем мире выбирают продукцию именно этой европейской марки.

ZAFFERANO

Компания Zafferano была основана дизайнером из Венеции Фредерико де Майо в середине 70-х годов XX века на острове Мурано как семейное предприятие по производству художественного стекла.

Талантливый итальянский дизайнер с хорошим чувством вкуса, Фредерико быстро пришел к направлению в произ-



водстве, давшему впоследствии компании всемирное признание. Италия – родина прекрасного вина. А ведь для вина необходима особая, утонченная посуда правильной формы. Увлечись разработкой серии бокалов и фужеров для вин, Фредерико де Майо создал ряд настоящих шедевров, мгновенно получивших популярность как среди обывателей, так и в сообществе знатоков, ценителей тонкой стекольной работы.



Так родилась фирма Zafferano, что в переводе означает шафран (или крокус).

Фредерико удалось объединить в своих работах культуру виноделия и традиции итальянского (скорее, даже североитальянского, венецианского) производства художественных изделий из стекла. Понимая, что вино «встречают по одежке», он в своих моделях передал необходимое настроение, располагающее к полноценному принятию ароматного напитка, одновременно с максимальным раскрытием букета за счет правильности форм бокалов.



Форма бокала или фужера изначально настраивает на нужный лад, как бы визуальное и тактильное подсказывая вкус и аромат приготовленного к дегустации вина. Большинство моделей Zafferano производится вручную (на это указывает эмблема в виде буквы Z). Также компания выпускает ряд изделий, изготовленных с помощью современного технологического оснащения. В ассортименте предприятия – различные бокалы и фужеры из цветного стекла, кувшины, стаканы для напитков, стеклянная посуда и прочая продукция.

 Tognana

ANDREA FONTEBASSO
1760



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ТАРЕЛОК И САЛАТНИКОВ PASABAHCE ВОНО



Вот уже больше 80 лет **PASABAHCE** производит уникальную посуду из стекла, которая становится незаменимой в любом доме. Безупречное качество изделий и особый подход к производству стеклянной посуды – это визитная карточка PASABAHCE.

Тонкое сочетание пастельных тонов и замысловатых геометрических линий создадут уютную атмосферу радостного семейного праздника. Безусловно, ваши близкие по достоинству оценят качество тарелок и салатников, произведенных специально для любителей оригинальных дизайнов. Стол, сервированный в стиле Воно, – это отражение безупречного стиля хозяйки и отличное настроение для всей вашей семьи. В коллекции представлены тарелки обеденные, десертные, для первых блюд, большой и малый салатники. Вся коллекция доступна к отгрузке.

www.pasabahce.com/ru



ВОТ ОНА – ТОНКАЯ СПЛОШНАЯ ЛИНИЯ!

Как превратить кабачок или яблоко в длинный сплошной «шнур»? Оказывается, очень просто! Достаточно воспользоваться специальным настольным прибором от **Dash**, который выполнит эту задачу самостоятельно и довольно быстро. Поистине сказочное превращение!

Dash
www.bydash.com





ЧУГУН БЕЗ КОМПРОМИССОВ!

Однажды попробовав, трудно отказаться! В данном случае речь идет не о вредной привычке, а о самой что ни на есть полезной, а именно о приготовлении различных блюд на сковородах марки **Finex**. Мало того, что эта посуда выполнена из настоящего чугуна, который за многие годы доказал свою профпригодность и долговечность, она еще и не лишена особого, неповторимого дизайна. Теперь все козыри у вас на руках. Готовьте с наслаждением!

Finex
www.finexusa.com

ЭТОТ ЧУДЕСНЫЙ ГРИЛЬ!

Блюда, приготовленные в специальных формах, в том числе с ребристой поверхностью, а также на решетке-гриль от **Gourmet Grillware**, – это не просто торжество вкуса, но и масса иных эмоций, которые вы можете разделить со своими друзьями и близкими. Не случайно кухонная посуда этой марки пользуется популярностью как у знатоков, так и у тех, кто только осваивает приготовление различных блюд на открытом огне.

Gourmet Grillware
www.gourmetgrillware.com





GINSU® DISHWASHER SAFE CUTLERY

РЕЖЕТ БЫСТРО, РЕЖЕТ ДОЛГО!

Разговор о ножах вечен! Это не просто инструмент, это философия... И каждое новое слово здесь имеет особый смысл. Таким словом стала коллекция кухонных ножей от **Ginsu**. Этот бренд позволил показать, что среди множества аналогичных решений есть такие, которые запоминаются надолго. Стоит только взять один из ножей в руку, как захочется попробовать воспользоваться вторым и третьим!

Ginsu
www.ginsu.com



С ЧАШЕЧКОЙ ЛЮБИМОГО КОФЕ!

Если перечислять все приспособления для варки кофе, и дня не хватит! Каждое из них интересно по-своему. Но мысль изобретателей не стоит на месте, и поэтому очередную новинку предлагает **Cuisinart**. Эта кофеварка проста и эффективна одновременно, а главное – пользоваться ей очень просто. Так что не стоит отказывать себе в таком простом удовольствии!

Cuisinart
www.cuisinart.com



Five Easy Steps



ПОДНАЖМЕМ НА ГАЗ!

Как часто мы тоскуем по той самой газировочке, которую готовили дома наши родители! И куда только делись эти замечательные сифоны? Но не стоит грустить по давно покинувшим нас моделям, ведь уже появились новые, еще более интересные – такие, как, например, предлагает марка **ISI**. Выдержанные в традиционном стиле, они не разочаруют нас и порадуют самыми праздничными напитками.

ISI
www.isifoodservice.com

НЕПРОСТОЙ УГОЛОК!

Как известно, одной теркой всего не натрешь! Но и десять терок в руке не удержать и в одном шкафчике не уместить! Поэтому **Kuhn Rikon** предложил совместить тематически близкие терки в одном инструменте, причем поместив его в безопасный чехол, который к тому же выполняет роль ручки. Рациональное решение, не правда ли?

Kuhn Rikon
www.kuhnrikon.com



И КАРТОФЕЛЬ ПРЕВРАЩАЕТСЯ...

Обычная картофелина может превратиться в целый набор строительных материалов для вашего стола. Ведь из кубиков и брусочков, сформированных специальным устройством от **R.S.V.P.**, можно построить столько всего!

R.S.V.P.
www.rsvp-intl.com

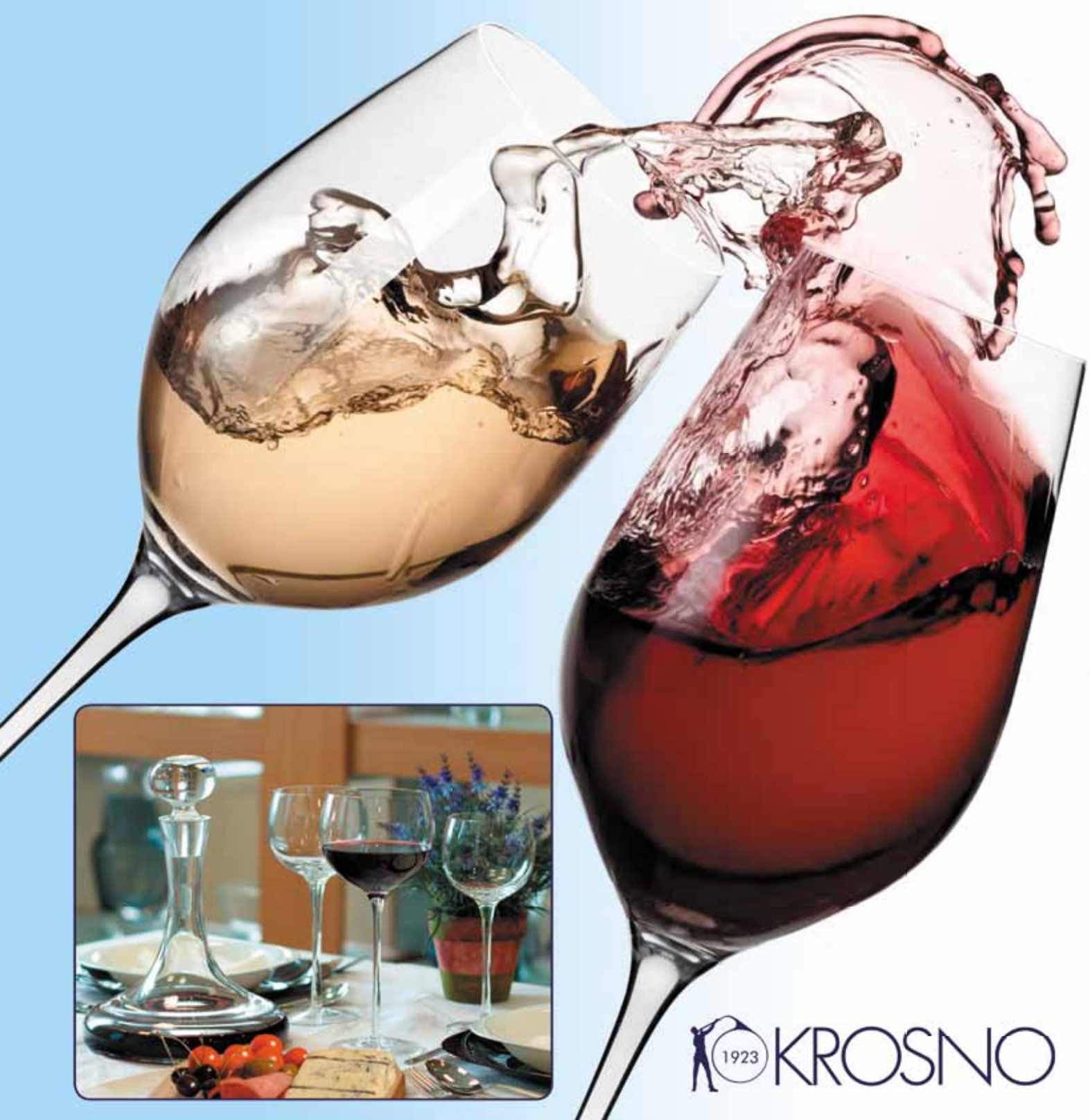


БЕРЕЖЕМ РУКИ!

Нередко мы, работая с кухонным ножом, режем пальцы. Неприятно, не правда ли? Теперь избежать таких травм стало очень просто. Достаточно воспользоваться специальной защитной силиконовой прихваткой от **Urbantrend** и ваши руки – в полной безопасности!

Urbantrend
www.urbantrend.com





 1923 KROSNO





ООО "Стиль Декор" | +7 (495) 980-76-44

121552, Москва, ул. Оршанская, 5 (м. Молодежная)

www.toppodarky.ru | www.topposuda.ru



4605423 009300

На правах рекламы

РК
ROY KIRKHAM

creativetops
Bright Ideas for Creative Living

Luigi Bormioli Top Art