

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПРОСУДА

2020-3



Выставки

Ситуация на рынке

Маркетинг

Новые правила

Перспектива

Ассортимент




BLISTER PACK!


HEALTHY

LIFE



pasabahce.ru

 / pasabahceglobal

 @pasabahcerussia



Обложка предоставлена
компанией Wilmax

2020-3

8 Слово редактора

12 Новости

Выставки

40 Таблица выставок

42 Выставки – ключ к восстановлению
экономики



44 Возвращение с неожиданных итальянских
каникул. HOMI OUTDOOR HOME & DENORS



46 The Inspired Home Show. История успеха

48 Gia Retail – 20 лет совершенства

50 Ситуация на рынке
Посудный рынок в условиях пандемии



52 Живем, работаем в онлайн-формате

Маркетинг

55 Сковорода-гриль. Возможности выбора,
преимущества моделей



ТЕХНОЛОГИЯ ЦВЕТА

PFLUON NON-STICK COATING



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

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

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

Дистрибьюторы

58

Любовь к природе и обращение к своим корням: стиль рустик в дизайне посуды



59

Бренд Røndell представляет своим почитателям новую дизайнерскую коллекцию посуды из литого алюминия ArtDeco



Подписка-2020

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

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

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

Стоимость одного номера – 400 рублей для подписчиков из РФ.

Для жителей ближнего и дальнего зарубежья стоимость одного номера рассчитывается исходя из валютного курса на день оплаты. Оплата производится в рублях, доставка наложенным платежом.

6



ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ | ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ | О ПРОФЕССИОНАЛАХ

Новые правила

60

Плюс посуда



Перспектива

62

Навигатор интеллектуального капитала как инструмент анализа ресурсного потенциала компании

66

Бизнес на этапе ослабления карантинных мер...

68

Какая посуда актуальна в постCOVID-ный период?

Ассортимент

70

Лето-2020

72

Стильные штучки

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

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

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

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

+7 (903) 768-12-30

posudainfo.ru

appetite

Новинка
Серия
Прованс



Эмалированная посуда ТМ Appetite
Готовить - значит творить!

Эксклюзивный дистрибьютор ООО «Пилот МС»

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

www.pilotms.ru



@pilot_ms_company



ЖИВЕМ, РАБОТАЕМ В ОНЛАЙН-ФОРМАТЕ

Какие наиболее часто встречающиеся выражения первого полугодия 2020 года?

Коронавирус COVID-19, кризис, самоизоляция!
Эти тревожные слова требуют от бизнеса молниеносной реакции на неожиданные условия работы и принятия стратегически новых и взвешенных решений для сохранения финансовой устойчивости компаний.

«Распространение коронавируса гораздо больше повлияет на экономику, потому что это касается целого ряда отраслей...», – сообщали аналитики РИА Новости в марте. К сожалению, их прогнозы оправдались.

Позиция рынка посуды характеризуется нестабильностью и крутыми перепадами покупательских предпочтений. Эта ситуация добавляет работы маркетологам и бренд-менеджерам сетей и поставщикам продукции. Перед каждым поставщиком стоит вопрос: как соблюсти баланс и максимально сблизить требования покупателя с возможностями продавца? Борьба за внимание покупателя к ассортименту полок важна, как никогда раньше. Что предложить и как сформировать ассортиментную матрицу?

Кто сможет пережить это трудное время и сохранить коллектив и бизнес? С марта офисных сотрудников отправили работать на «удаленку». Но на момент начала пандемии 71% компаний не имели опыта перевода сотрудников на удаленный формат работы, у 63% не было корпоративной политики информационной безопасности, а 30% компаний ранее не реализовывали свои товары и услуги через Интернет.

Кто сможет победить в нелегкой борьбе с пандемией? Даже стабильно работающие предприятия сегодня испытывают трудности. Кризис, вызванный коронавирусом, показал, что российскому бизнесу нужно научиться мыслить шире, иметь необходимость диверсификации продуктов, целевых аудиторий, выходить за рамки узкой специализации и всегда иметь запасные варианты. Недостаточную диверсификацию своего бизнеса отметили 19% предпринимателей.

Мы все пытаемся понять, как работать дальше. Важно умение делать ретроспективный анализ: оглянуться назад в поисках ошибок, учесть и откорректировать их. «Работа над ошибками» увеличивает вероятность того, что предприниматель сможет пережить следующий спад.

Пандемия пройдет, человечество выживет. Но жить мы будем в другом мире. Мы уже начали в нем жить. Пробовать и анализировать вместе, жить и работать с вами, дорогие наши читатели!

Пандемия пройдет, человечество выживет. Но жить мы будем в другом мире. Мы уже начали в нем жить. Пробовать и анализировать вместе, жить и работать с вами, дорогие наши читатели!

С наилучшими пожеланиями, 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: Мария Ков, Жена Максимова, Алексей Усачев, Анна Коньшина, Алексей Трембицкий.
 Перевод: Мария Ковшова.
 Дизайн и верстка: Алексей Барсуков.

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



Читайте в следующем номере:

НАШ РЫНОК

Фулфилмент и кросс-докинг на службе у поставщика

РОЗНИЦА

Алматинские посудные магазины

РЕКЛАМА

Продвижение товара



gia global innovation awards
 honoring housewares retail excellence

GIA – GLOBAL INNOVATION AWARDS

Программа награждения мировых лидеров индустрии товаров для дома.
 Принять участие в программе на сайте www.housewares.org/show/gia-retail



THE INSPIRED HOME SHOW – Место, где индустрия соединяется с ИННОВАЦИЯМИ И ВДОХНОВЕНИЕМ

НАЙТИ:

тысячи новых и инновационных продуктов для дома, домашнего хозяйства и интернета вещей

УЗНАТЬ:

о цветах и потребительских трендах, лучших технологиях в ритейле, дизайне и продуктах для умного дома

ОТКРЫТЬ ДЛЯ СЕБЯ:

вдохновляющие новые идеи ритейла, мерчендайзинга и брендинга

ПОСЕТИТЬ:

розничные сети мирового уровня

Show dates are 13-16 March, 2021

www.housewares.org

Novoye imya dlya international home + housewares show

THE INSPIRED HOME SHOW
 IHA's GLOBAL HOME + HOUSEWARES MARKET



ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ: НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ WALMER BRISTOL ДЛЯ ТЕХ, КТО ТОСКУЕТ ПО КАЧЕСТВУ ИЗ СТАРЫХ ВРЕМЕН

КОЛЛЕКЦИЯ WALMER BRISTOL ДЛЯ ТЕХ, КТО ТОСКУЕТ ПО КАЧЕСТВУ ИЗ СТАРЫХ ВРЕМЕН



Все мы помним старые добрые времена, когда посуда служила не годами, а десятилетиями. Это было возможно, потому что она была сделана по жестким стандартам качества из надежных материалов, на которых не экономили. Английский бренд WALMER запускает в продажу новую серию Bristol для тех, кто тоскует по тем самым временам, для консервативных покупателей, для которых качество посуды — абсолютный приоритет. Основные материалы серии — литой алюминий и натуральный бук.

СКОВОРОДЫ BRISTOL

- Основательные, качественные сковороды с толстым дном 4,6 мм. Сделаны из литого алюминия и снабжены «мраморным» антипригарным покрытием Pfluoon Cookmark Marble.
- Стильное сочетание пудрово-серого цвета корпуса с ручками из древесины бука.
- Не зря раньше у сковородок ручки были деревянными — ведь натуральный материал тактильно гораздо приятней, чем пластик. Ручки сковородок Bristol сделаны из бука. Это прочная древесина, которая не боится воздействия влаги.

НОЖИ BRISTOL

- В серию Bristol входит подставка и ножи с лезвиями из ковanej стали и ручками из бука. На одном из углов подставки-органайзера есть паз для крепления точилки — она легко снимается. Имеет 3 уровня заточки ножей, а также паз для ножниц.

ФОРМЫ BRISTOL

- Формы из литого алюминия — это настоящая редкость! Попробовав готовить в них, к обычным тонким формам уже не захочется возвращаться! Благодаря толстому дну и стенкам они необыкновенно долговечны, не деформируются и не прогорают. Толщина стенок и дна гарантирует равномерный нагрев, а значит выпечка будет идеально пропекаться.
- Внутри формы покрыты антипригарным покрытием, нанесенным по капельно-дисперсной технологии, оно имеет повышенную прочность. Антипригарное покрытие не допускает прилипания теста и моментально моется.

Посуду WALMER серии Bristol можно купить у официального дистрибьютора бренда в России — компании «Домострой». www.domos.ru

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

Стильная подача

Турецкий концерн Pasabahce неизменно радует своих поклонников новыми изделиями. В этот раз российских почитателей изделий этого бренда ждет новинка. В преддверии долгожданного жаркого лета-2020 из Турции прибудет новинка сезона – закаленные стаканы Pasabahce серии **Highness**. Эта модная коллекция идеально подойдет для коктейлей и лимонадов, стильная подача украсит любое сервировочное пространство, а возможность штабелировать стаканы превратит эту серию не только в модный тренд, но и удобную для хранения посуду, не занимающую много места в шкафу, что так же важно для небольших габаритов студий, востребованных молодежью.

www.pasabahce.com/ru



Коллекция из переработанной керамики от Revol

Бренд Revol представил свою первую коллекцию посуды из переработанной керамики – No.W (No Waste = ноль отходов). Посуда отличается простотой дизайна, функциональностью форм и потребительскими свойствами, аналогичными столовому фарфору.

www.revol1768.com

Новинка от WALMER

Торговая марка WALMER пополнила ассортимент новой моделью сковороды с антипригарным покрытием **WALMER York**. Сковорода выполнена из кованого алюминия, имеет высокий бортик. Прочное антипригарное покрытие допускает использование металлических лопаток.

www.walmer-cookware.com



Обеденный перерыв с Kilner

Торговая марка Kilner выпустила баночку для ланча **Allin-in-1 Food To Go Jar**. Силиконовая вставка позволяет отделить соусы и заправки от сухих ингредиентов, сохраняя пищу свежей. Банку можно использовать для разогрева пищи в микроволновой печи, силиконовый ободок защитит руки от горячего содержимого.

www.kilnerjar.co.uk

Слоеная керамика от Ютинг Чанг

Тайваньский дизайнер Ютинг Чанг (Yuting Chang) придумала способ встроить традиционные синие и белые пигменты, часто встречающиеся на фарфоре, в саму структуру керамики. В процессе литья мастер переключается между цветами внутри пресс-формы, получая до 29 пигментированных слоев, которые видны на поверхностях среза.

Минималистичная коллекция получила название **Plycelain** (фанера) с отсылкой к тому, как фанера строится из прессованных древесных слоев.

www.thiscolossal.com



Блендер-пароварка от Küchenland

Бренд Küchenland представил кухонный гаджет, который облегчит процесс приготовления первого прикорма для малыша. Это блендер-пароварка с двумя режимами работы. Приготовьте на пару в корзине со съемной ручкой овощи или мясо, затем переместите их из корзины в чашу и измельчите до консистенции пюре. Прибор также может разогреть или заморозить уже готовое пюре. Объем чаши – 600 мл.

www.kuchenland.ru



Levital с мерной шкалой



включая индукционные. В серию вошли сковороды диаметром 20, 24, 26, 28 см.

Магазин **Fissler** – Россия анонсировал поступление в продажу коллекции сковород со сверхпрочным антипригарным покрытием Levital. Изделия имеют высокий корпус с мерной шкалой, энергосберегающее дно cookstar® подходит для всех типов плит,

www.fissler-shop.ru



Multi-Grip Mandoline С ВЫСОКОТОЧНЫМ ЗАХВАТОМ



Бренд **Joseph Joseph** продолжает вдохновлять кулинаров новыми разработками. Недавно он представил терку Multi-Grip Mandoline™, которая поможет нарезать ровные кусочки фруктов или овощей с помощью высокоточного захвата!

www.josephjoseph.com

«Рестошеф» запустил розничные продажи

Компания **«Рестошеф»** запустила розничные продажи посуды для сектора HoReCa. Сделать заказ можно по почте или оформить его на сайте, указав тип плательщика – физическое лицо. Кратность упаковки сохраняется для бокалов и столовых приборов, а складской фарфор можно приобрести поштучно.

www.restochef.ru

«Комплекс-Бар» запускает розничный онлайн-магазин

Компания «Комплекс-Бар» обновила сайт, ассортимент и условия доставки в розничном магазине **«Бартрест»**. Здесь представлена большая часть ассортимента, который будет доступен для заказа онлайн.

Пока сайт «Бартрест» запущен в тестовом режиме и будет доработан в ближайшее время. В настоящее время заказ можно сделать по телефону.

www.bartrest.ru



Новинки от «Бытпласт»

Компания **«Бытпласт»**, один из лидеров инноваций в товарах для дома из пластика на российском рынке, предложила линейку пищевых контейнеров Brilliant и Take & Go. Контейнеры Brilliant выполнены из прозрачного и ударопрочного полимера – тритана (Tritan™). Герметичность изделий обеспечивается силиконовыми уплотнителями для крышки и клапана. Удобный клапан позволяет разогревать еду в микроволновке, не снимая крышку. В линейке представлено восемь размеров и три формы контейнеров.

Контейнер Take & Go поставляется со столовыми приборами, которые пристегиваются к крышке. Обеденный комплект изготовлен из полипропилена. Изделия можно использовать в микроволновой печи и посудомоечной машине (без уплотнителя).

www.bytplast.ru

Обеденный фарфор от Kuchenland

В ассортименте сети магазинов Kuchenland появилась новая серия посуды **Garden of Grandeur**. Посуда выполнена из костяного фарфора. В серии представлены обеденный сервиз, сервировочные блюда, тарелки, чайные пары и кружки. Продукция не подходит для применения в микроволновой печи и посудомоечной машине.

www.kuchenland.ru



Молодой бренд Kambugka

В ассортименте продукции **FineDesignGroup** появился бельгийский бренд Kambugka, за 10 лет существования заслуживший мировую популярность производством бутылок и термосов. Kambugka создает инновационные аксессуары для энергичных людей.

Коллекции Etna и Olympus – это универсальные термосы из нержавеющей стали, которые держат температуру горячих напитков до 10 часов и холодных до 20 в зависимости от объема. Каждый термос оснащен вакуумной системой, которая препятствует образованию конденсата.



Термосы Etna и бутылки Elton оснащены специальной крышкой с тремя режимами: стандартный – для питья небольшими глотками, открытый – для питья будто из обычной кружки, закрытый – для транспортировки без риска проливания. Линейка Elton включает эргономичные бутылки для воды, удобные для спортивных тренировок. Elton Insulated – это термобутылки, которые сохраняют напитки холодными до 21 часа.

Коллекция Lagoon – бутылки с соломинкой и силиконовым носиком для питья без проливания. Линейка включает бутылки для воды, детские бутылочки и термобутылки Lagoon Insulated из нержавеющей стали.

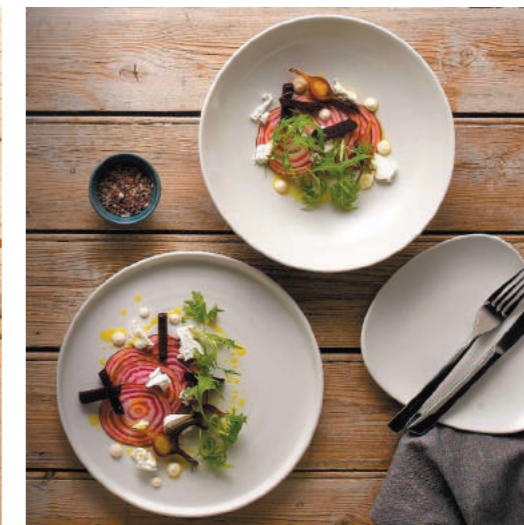
Термобутылки линейки Reno снабжены универсальной крышкой с горлышком, верхняя часть которой легко открывается для питья.

Каждая из коллекций предполагает несколько вариантов дизайна и расцветки на любой вкус.

Познакомиться со всеми новинками бренда можно на сайте finedesigngroup.ru



Весеннее обновление в «Звездах Общепита»



Компания «Звезды Общепита» расширила складской ассортимент бренда **Churchill** (Великобритания). Из новинок весны 2020 года появились изделия с полуматовой эмалью: стильные соусники из коллекции Nourish и несколько элементов коллекции Vellum.

www.zvezdy.ru

Выставка International Commodity Fair пройдет в ноябре

Международная выставка потребительских товаров International Commodity Fair переносится на осень и пройдет 10-12 ноября в Москве, в павильоне №1 ЦВК «Экспоцентр». В этом году китайские производители представят в основном бытовую технику и электронику, товары для дома и сада, а также подарки и сувенирную продукцию.

www.icf-expo.ru

«Добрушский фарфоровый завод» получил очередную награду

Кружки ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» получили диплом I степени в номинации «Посуда» по итогам конкурса «**Продукт года – 2019**». Ежегодно в конкурсе участвуют более 100 компаний Беларуси. Опросы потребителей рассматривают и оценивают эксперты Научно-практического центра по продовольствию, Госстандарта, министерств сельского хозяйства и продовольствия, торговли, здравоохранения и других отраслей.

www.dfbz.by

Кружки Priority с новым героем

Компания Priority представила коллекцию кружек с новым героем – котом Матисом. Кружки объемом 380 мл выполнены из тонкого костяного фарфора. Изображение нанесено методом деколирования как на внешнюю поверхность кружек, так и на внутреннюю. Посуду можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

В коллекцию вошли четыре кружки: «Лови удачу!», «Догони меня!», «Счастье есть!» и «Твори и вытворяй!». Они продаются как без упаковки, так и в красочных картонных коробках.

www.priority-posuda.ru



Сочные новинки

Гжельский фарфоровый завод открыл сезон летних новинок. Покупателям представлены: «клубничное» блюдо диаметром 28 см с авторской подглазурной росписью Юлианы Косиной и традиционная масленка с новой «ягодной» росписью. Магазин принимает заказы онлайн, доставка работает в прежнем режиме.

www.farfor-gzhel.ru



Gastro Cook Arc: из печи – на стол

Торговая марка **Arcoroc** пополнилась новой линейкой посуды Gastro Cook. Это профессиональная стеклянная посуда, которую можно использовать для приготовления блюд в печи (250 °С) с последующей подачей на стол. В линейку вошли круглые и овальные блюда, порционные горшочки (ramekins).

www.arc-pro.ru



Серия ножей Apollo Tobacco

ТМ Apollo представила серию ножей Apollo Tobacco. Лезвия выполнены из хроммолибденванадиевой стали X50CrMoV15, которая имеет высокий показатель твердости по методу Роквелла (HRC 5557). Лезвие ножа имеет стойкое покрытие, предотвращающее процесс окисления. Рукоятка ножа изготовлена из древесины венге. Рекомендуется ручная мойка. Ножи можно приобрести как в наборе из 5 предметов в деревянной подставке, так и по отдельности.

www.apollogenio.ru





Компактный гриль Bodum Fyrkat

Отличительная особенность гриля Bodum Fyrkat – компактный размер. Это значит, его не только просто хранить, но и легко мыть: решетка и крышка поместится в посудомойку. При желании гриль можно взять с собой в багажник машины, если вы хотите устроить пикник где-то на природе. Модель поставляется в Россию ограниченным тиражом и продается эксклюзивно в магазине Domos.

www.domos.ru

Элегантный «Уильям Моррис»

Новая коллекция столового фарфора «Уильям Моррис» от **Easy Life** пополнила весенний ассортимент компании «**Анна Лафарг**». Коллекция представлена в трех цветовых решениях: зеленом, бежевом и темно-зеленом. Элегантные предметы выполнены в английском стиле.

www.annalafarg.ru



Nesting Cookware Set от Tramontina

Компания Tramontina выводит на рынок новый набор посуды Nesting Cookware Set. Посуда изготовлена из алюминия, с внешним эмалевым покрытием и внутренним высококачественным антипригарным покрытием **Teflon Platinum**. Изделия пригодны для использования на газовых, электрических и керамических стеклянных плитах, а также в духовке до 180 °С. Новинка будет доступна в двух цветах: красный металлик или серый металлик.

www.homeworldbusiness.com



Joseph Joseph ВДОХНОВЛЯЕТ

Бренд Joseph Joseph, известный стильными и функциональными аксессуарами для кухни и ванной, выпустил новую коллекцию разделочных досок **Folio**, щетку для мытья посуды, гаджеты для готовки и обновил уже существующие линейки товаров.



Frybest – 10 лет!

5 мая компания Frybest отметила 10 лет со дня основания. За это время команда технологов Frybest создала много интересных, высококачественных изделий для кухни, которые завоевали сердца как домохозяек, так и профессиональных поваров. Одна из новинок компании – коллекция **Fika** с трехслойным антипригарным керамическим покрытием нового поколения Xtrema.



www.frybest.ru

Новый Образ «Дымов керамики»



«Дымов керамика» представила новую коллекцию посуды, созданную совместно с шеф-поваром **Максимом Рыбаковым** (@maximrib33). Серия Образ иллюстрирует дуальность русской культуры, в которой нашлось место простому укладу крестьянской жизни и яркому сиянию аристократического глянца.

www.dymovceramic.ru

Все оттенки «Акварели»



Завод «Башкирский фарфор» представил полный каталог профессиональной фарфоровой посуды «Акварель». Коллекция выполнена в девяти легких, пастельных цветах, с мягкими, артистичными разводами.

«Башкирский фарфор» является одним из ведущих российских производителей высококачественного профессионального фарфора. Производство оснащено современным высокотехнологическим оборудованием производства фирм Sata (Германия), Imesegat (Франция). Все линии максимально автоматизированы. По результатам проведенного анализа выбрано уникальное комплексное, экологически чистое и безопасное сырье фирмы Imerys (Германия), отвечающее всем международным требованиям качества.

www.bashfarfor.ru

El Rey – новая коллекция посуды TM Esprado



TM Esprado представила новую коллекцию посуды El Rey. Посуда выполнена из стали марки 18/10 Steelagen™. Корпус имеет зеркальную полировку снаружи и матовую внутри. Силиконовые аксессуары черного цвета позволяют пользоваться изделиями без прихваток. Ручки установлены клепочным методом. Трехслойное капсульное дно с прослойкой из алюминия гарантирует равномерный нагрев посуды по всей поверхности. Изделия можно мыть в посудомоечной машине и использовать на всех типах плит, включая индукционные.

www.esprado.com

На радость кулинарам

Компания «Эмаль» пополнила каталог посуды TM Radost новинкой – утятницей объемом 6 л. Цвет внутреннего покрытия изделий черный. Внешние покрытия представлены в четырех вариантах: «Черный рябчик», «Мирт» (матовая эмаль), «Синий» и «Черный».

www.emal-mmk.ru



Pepper Bamboo Line от Tognana



Новая коллекция фарфора Pepper Bamboo Line от Tognana – это 6 оттенков для идеального сочетания на каждый день. Коллекция включает 18 тарелок трех диаметров. Посуда пригодна для использования в микроволновой печи и мытья в посудомоечной машине.

www.shop.tognana.com

Серия «Матч» от Фарфора Белой Руси

ЗАО «Добрушский фарфор» выпустило коллекцию посуды «Матч». В производстве изделий применяется техника глазурной деколи. Посуда безопасна для детей, пригодна для использования в посудомоечных машинах и микроволновых печах.

www.shop.dfz.by



Violet от ТМ «Калитва»

ТМ «Калитва» представила новую линейку алюминиевой посуды Violet. Изделия имеют антипригарное покрытие Chemours Belgium BVBA с внутренней и внешней стороны. Производитель отмечает практичность посуды в использовании и легкость в уходе. В линейку вошли сковороды диаметром 16, 18, 22, 24 и 26 см, сотейники диаметром 24 и 26 см.



www.kalitva-posuda.ru



Геометрическая эстетика от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил новый чайный сервиз «Геометрия цвета». Сервиз выполнен на форме «Лучистая», рассчитан на 6 персон (14 предметов). Для покупки доступна также чайная пара.

www.ipm.ru

Профессиональные ножи для дома

Компания «Клен» установила специальные цены на профессиональные ножи Master и Colour от ТМ Luxstahl. В сериях представлены ножи универсальные, разделочные, кондитерские, ножи для сыра и ножи поварские с разной длиной лезвия.

www.klenmarket.ru

Новинка от Le Creuset

Компания Le Creuset представила новую коллекцию эмалированной посуды **Everyday Enamelware**. Посуда изготовлена из высококачественной углеродистой стали и покрыта красочной эмалью. Эмалевое покрытие отличается прочностью, устойчиво к пятнам и царапинам, легко моется. Коллекция подходит для использования как в помещениях, так и на открытом воздухе.

www.lecreuset.com



Крышка Jarko в новой «рубашке»

Компания «Гвюра» обновила упаковку стеклянных крышек ТМ Jarko. На «рубашке» сохранен фирменный стиль, добавлена информация на обороте и удобная петля для крепления крышки на витрине.

www.gvura.ru

Индукционная новинка от MoulinVilla

Торговая марка MoulinVilla представила новую кастрюлю объемом 4 л в серии посуды **Raspberry**. Посуда изготовлена из углеродистой стали с антипригарным покрытием. Оптимальное соотношение толщины дна и стенок гарантирует равномерное распределение тепла и экономию энергоресурсов. Подходит для использования на всех видах плит, включая индукционные. Стеклянная крышка с паротводом в комплекте.

www.moulinvilla.ru



Для морских деликатесов

Компания Horecs пополнила каталог новым блюдом **marittimo grande**. Новая форма подойдет для сервировки стола в морском стиле, для подачи рыбной нарезки и морских деликатесов.

www.horecs.ru



«Италия» с ручной росписью

В магазине Cookhouse появился чайный набор «Италия» от ТМ **Magia Gusto**. В набор вошли 5 предметов: чайник объемом 1,2 л и 4 чашки. Посуда изготовлена из керамики, декорирована ручной росписью. На новинку действует промоскидка 25%.



21 предприятие НХП включено в список Минпромторга РФ

Минпромторг РФ расширил отраслевой список системообразующих компаний до 519 организаций по 25 отраслям. В список предприятий народных художественных промыслов вошла 21 компания с выручкой не менее 70 млн руб. в год и численностью работников не менее 70 человек.

- ОАО «Павловопосадская Платочная Мануфактура» (Московская область),
- ГУП БХП «Агидель» РБ (Республика Башкортостан),
- ЗАО «Аксинья» (Ростовская область),
- ООО «Борисовская Керамика» (Белгородская область),
- АО «Гжельский Фарфоровый Завод» (Московская область),
- ООО «Гусевской Хрустальный Завод» (Владимирская область),
- ПК «Дулевский Фарфор» (Московская область),
- ООО «Дятьковский Хрустальный Завод Плюс» (Брянская область),
- ОАО «Елочка» (Московская область),
- ООО «Каслинский завод архитектурно-художественного литья» (Челябинская область),
- ООО ПП «Кизляр» (Республика Дагестан),
- ПАО «Павловский завод им. Кирова» (Нижегородская область),
- ООО «ДО Промыслы Вербилки» (Московская область),
- ЗАО «Фабрика «Ростовская Финифть» (Ростовская область),
- ЗАО «Северная Чернь» (Вологодская область),
- ЗАО «Сувенир» (Кировская область),
- ОАО «Торжокские золотошвей» (Тверская область),
- ПАО «Узор» (Ленинградская область),
- АО «Хохломская роспись» (Нижегородская область),
- ООО «Жостовская Фабрика» (Московская область),
- ЗАО «Мстерский ювелир» (Владимирская область).

www.interfax.ru



Пополнение в коллекциях завода «Нева металл посуда»

Завод «Нева металл посуда» расширил ассортиментный ряд посуды из нержавеющей стали. В коллекции **Allegro** появились ковш объемом 1,4 л и кастрюля 2,8 л. Коллекцию **Vivo** дополнили кастрюля 4,7 л и ковш 1,5 л.

Посуда коллекции **Vivo** имеет сатиновую полировку внутри и снаружи. Капсулированное дно с промежуточным слоем из алюминия обеспечивает равномерный нагрев и долго сохраняет тепло. Посуда подходит для всех типов плит, включая индукционные. Эргономичный дизайн ручек из бакелита и надежное крепление обеспечат комфортное и безопасное использование. Комбинированная крышка из нержавеющей стали и термостойкого стекла с отверстием для выпуска пара исключают излишнюю вибрацию крышки при кипячении. Удобная мерная шкала на внутренней поверхности поможет определить нужный объем жидкости.

www.nmp.ru

Жостовские абстракции

Мастера Жостовской фабрики перенесли абстрактные работы художницы **Ирины Кири** (Irina Kiro) на традиционные подносы. При создании коллекции все этапы производства были сохранены, в том числе многослойное нанесение рисунка и просушка. Каждый предмет имеет ограниченный тираж, специальный номер, сертификат подлинности, печати коллаборации и упакован в подарочную коробку.

www.admagazine.ru



«Вибрации» от Royal Crown Derby в «Доме Фарфора»

«Дом Фарфора» представил новинку 2020 года. Вдохновленная архитектурными элементами и формами, коллекция «Вибрации» от английской мануфактуры Royal Crown Derby связывает воедино графический декор, похожий на импровизированную сетку, и тонкие формы изысканного костяного фарфора. Коллекция представлена в белом цвете и украшена горчичными вкраплениями с ручной отделкой 22-каратным золотом.

www.domfarfora.ru



Объявлена новая дата проведения HOMI Milano 2021

Организаторы международной ярмарки HOMI Milano в Италии объявили новые сроки проведения выставки. Мероприятие пройдет с 29 января по 1 февраля 2021 года в Fiera Milano Spa. Фестивали и тематические салоны будут работать с 28 по 31 января 2021 года.

www.homimilano.com



Цитрусовый пресс от Eva Solo

Компания Eva Solo пополнила серию аксессуаров **Green tools** цитрусовым прессом. Высота пресса – 22,5 см, диаметр – 9 см. Товары этой серии изготовлены из композитного материала (50% пластика заменено пшеничным волокном) и стали. Новинка уже представлена в каталоге компании Finedesigngroup.

www.evasolo.com



Для приятной беседы

«Жельская мануфактура» представила новое изделие с художественной росписью – конфетницу «**Беседа**». Изделие выполнено из фарфора с подглазурной росписью кобальтом. Автор формы **А.А. Порог**.

www.dulevo.ru



Новые цвета форм от завода Scovo

Завод Scovo представил новые цвета форм для выпечки линейки «**Забава**». Формы изготовлены из алюминия с антипригарным покрытием. В наличии формы с внутренним покрытием «шоколадного», пурпурного цвета и цвета золота.

www.scovo.ru

Из древесного волокна

Компания «**Мистерия**» представила новинку – столовые приборы Green Mystery из древесного волокна. Приборы произведены в России из биокompозита **DuraSense®** от компании **Stora Enso** (Швеция/Финляндия). В составе композита древесное волокно и биополимер на растительной основе. Изделия имеют натуральный древесный запах. Отличаются прочностью, выдерживают несколько циклов в посудомоечной машине. Продукт подлежит вторичной переработке и пригоден для сжигания. Новинка доступна и в розничном формате.

www.mystery.ru

90% выставочной площади Ambiente 2021 уже заполнены



Организаторы выставки Ambiente, которая пройдет с 19 по 23 февраля 2021 года, сообщили, что 90% выставочной площади уже заполнены. Похоже, крупнейшая в мире ярмарка товаров народного потребления станет «горячей точкой» для индустрии, нуждающейся в новом импульсе для стимулирования потребления. В числе зарегистрированных компаний Alessi, APS, Christofle, Dibbern, Fackelmann, Keeper, Melitta, Pasabahce, RAK, Robbe & Berking, Rosenthal, Steelite, Wenko, WMF, Zieher, Zwiesel и Zwilling и др.

В 2020 году Ambiente расширила экспозицию Dining, создав специальную платформу для сектора HoReCa.

Новый зал 6.0 стал центром для лиц, принимающих решения на национальном и международном уровнях в сфере гостеприимства. После успешного запуска посетители могут снова рассчитывать на выделенный HoReCa Hall 6.0 и ведущих международных докладчиков в Академии HoReCa. Практически все без исключения участники зала 6.0 уже зарегистрировались на Ambiente 2021.

www.ambiente.messefrankfurt.com

Так держать!

Изготовленный из термостойкого пищевого пластика держатель **Egguins** от **Peleg Design** – это инновационный способ хранения, варки или подачи яиц. Форма позволяет варить яйца разных размеров. Идеальное распределение на держателе обеспечит равномерное приготовление и сохранность яиц.

www.peleg-design.com



Коллекция «Токио» от завода «Красный металлист»



Завод «Красный металлист» (Республика Беларусь) выпустил новую коллекцию столовых приборов «Токио» для сектора HoReCa. В коллекции 7 предметов, изготовленных из высококачественной нержавеющей стали 18/10.

www.kramet.by



Коллекция Brina от Horecs

Компания Horecs представила новую профессиональную коллекцию фарфора Brina. Посуда пригодна для использования в посудомоечной машине и микроволновой печи.

www.horecs.ru



Эмалированные новинки ТМ Appetite



Компания «Пилот МС» представила новую серию эмалированной посуды **Ferma ТМ Appetite**. Кастрилы оснащены ручками из нержавеющей стали и крышкой из термостойкого стекла. В наличии изделия объемом 2, 3, 4 и 5,5 л. В ближайшее время в продажу поступят ковш 1,5 л и кружка 0,4 л.

www.pilotms.ru

«Кукморский завод Металлопосуды» отмечает 70-летие!

История компании началась с открытия производства алюминиевой посуды на Кукморском заводе в 1950 году. Сегодня это крупнейший производитель литой алюминиевой посуды, посуды с антипригарным покрытием, товаров для туризма и отдыха, хлебных форм в Российской Федерации, СНГ, в странах ближнего и дальнего зарубежья.

Поздравление генерального директора ОАО «Кукморский завод Металлопосуды»

Уважаемые коллеги!

Сердечно поздравляю вас с 70-летним юбилеем ОАО «Кукморский завод Металлопосуды»!

За 70 лет проделана огромная работа, результатами которой мы можем по праву гордиться! Наш завод – одно из крупнейших российских предприятий по производству литой алюминиевой посуды, история которого началась в 1950 году. Сегодня мы устанавливаем стандарты качества, которые соответствуют ожиданиям нашего покупателя по всей России и в странах ближнего и дальнего зарубежья. Завоевав доверие и лояльность пользователей, Кукмара изо дня в день наращивает свой потенциал и открывает новые возможности.

Маркой нашего завода является высокое качество продукции, сопровождаемое приемлемой ценой и растущим спросом. Все, что нам удалось создать за эти годы, мы делали с любовью и искренностью!

Я выражаю благодарность всему коллективу ОАО «Кукморский завод Металлопосуды» за профессионализм, преданность к труду и любовь к своему делу! Желаю вам и вашим близким крепкого здоровья, счастья, благополучия, дальнейших успехов и всего самого наилучшего!

С уважением,
генеральный директор
Азат Ясавиевич Загидуллин



www.kukmara.com

Роскачество подвело итоги проверки безопасности сковород

В рамках веерного исследования, проведенного Роскачеством, были протестированы алюминиевые сковороды с антипригарным покрытием от 31-й торговой марки. Программа испытаний включала 34 показателя (в частности, качество, безопасность, маркировку). Стоимость товаров на момент закупки составила от 199 до 3090 руб. за один предмет (средняя цена – 1257 руб.). Больше всего сковород было отечественного производства – 13 товаров. Одиннадцать сковород изготовлено в Китае, две – в Италии, еще по одной – в Чехии, Индонезии, Австрии и в Украине. На сковороде одной торговой марки страна-производитель указана не была.

По итогам исследования товары девяти торговых марок соответствуют всем требованиям действующего законодательства, а также опережающим требованиям стандарта Роскачества: BergHOFF, Esprado, Fissman, Gipfel, Kukmara, Tefal, «Биол», «Домино», «Нева металл посуда».

Из них товары российского производства Kukmara, Tefal, «Нева металл посуда», «Домино» могут претендовать на получение российского «Знака качества». Решение о присуждении «Знака качества» будет принято после проведения технического аудита предприятий, включающего определение уровня локализации производства.

Важный пункт в программе испытаний – химическая безопасность. Как показывает исследование, сковороды не выделяют в пищу свыше норм, установленных ГН 2.3.3.97200 («Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к продукции (товарам)»), такие вещества, как алюминий, железо, ацетальдегид, ксилолы, метиловый, пропиловый, изопропиловый, бутиловый и изобутиловый спирты. Но исследование выявило одно серьезное нарушение. Сковорода торговой марки Satoshi китайского производства при нагревании выделяет в воду 0,63 мг/дм³ алюминия, что существенно превышает санитарные нормы. Согласно им, посуда, предназначенная для использования в контакте с продуктами питания, не должна выделять более 0,5 мг/дм³ этого металла. Это говорит о низкой прочности покрытия, что приводит к миграции алюминия в среду. Рейтинг товара был обнулен.

Напоминаем, требования стандартов Роскачества не являются обязательными. Производитель, продукция которого соответствует всем необходимым требованиям законодательства, а также опережающим требованиям Роскачества, имеет право претендовать на присвоение продукции российского «Знака качества».

С деталями исследования можно ознакомиться на сайте rskrf.ru

Новый декор от Promsiz

Ассортимент торговой марки Promsiz пополнился новой серией стеклянной посуды «Флирт» с напылением «Янтарь». Легкое напыление дополняет изящная гравировка. В серию включены разнообразные формы бокалов и ваза.

www.ghsz.ru



Кувшин «Фантастик» от «Борисовской керамики»



Компания «Борисовская керамика» выпустила новый кувшин «Фантастик». Особенность кувшина в том, что его крышка не выпадет из кувшина при наклоне последнего, что очень актуально, так как крышки на такой посуде обычно бьются в первую очередь. Также керамика имеет низкую теплопроводность, поэтому хорошо сохраняет температуру жидкости. Благодаря этому вода или квас в кувшине надолго останутся прохладными.

www.borkeramika.ru



«Модерн» – новая серия посуды ТМ «Маруся»

Компания «Маруся» выпустила новую серию посуды из нержавеющей стали «Модерн». Дно из капсулированного сплава стали и алюминия равномерно прогревается, выдерживает перепады температуры и не деформируется. Ручки из нержавеющей стали крепятся к корпусу точечной сваркой и благодаря этому не нагреваются. Посуда подходит для плит и варочных поверхностей любых видов. В новой серии «Модерн» представлены кастрюли, наборы кастрюль и ковши.

www.mmarusya.com



Сковорода от Века

Торговая марка Века представила новую серию сковород **Yakuro**. Вдохновленная минималистичным японским дизайном новинка изготовлена из алюминия с антипригарным покрытием. Бакелитовая ручка повторяет фактуру дерева. Посуда подходит для всех источников тепла, в том числе индукционных.

www.beka-cookware.com



Термостакан Михаила Чистякова получил премию Red Dot Design Award

Граненый термостакан **iconyMug** Михаила Чистякова («Проект 111») получил премию в номинации «Промышленный дизайн» международного конкурса Red Dot Design Award 2020. Продукт реализован в двух цветах: металлик и матовый черный. Благодаря вакуумной изоляции стенок он сохраняет температуру до 4 часов, но при этом не является герметичной термокружкой со сложными клапанами. Внутреннее керамическое покрытие **N.Cercoat** сохраняет вкус даже самых горячих напитков. Емкость стакана – 300 мл.

www.gifts.ru



Новинки Wilmax

Популярный британский бренд Wilmax презентовал новинку – серию столовых приборов **Diva**, выпускаемых на ярко-малиновых блистерах. Дизайнеры компании взяли за основу строгие классические формы и наполнили их новым смыслом, представив серию в трех расцветках: классическом стальном, золотом (Gold) и черном (Black Onyx) цвете. Каждый предмет безукоризнен и филигранен в своем исполнении, подходит как для тематических винтажных приемов, так и для современной сервировки. Для производства столовых приборов Wilmax использует высококачественную нержавеющую сталь марки 18/10. Изделия безопасны, удобны в применении, не склонны к коррозии и деформации. А золотое и черное износостойкое покрытие, выполненное современным методом вакуумного напыления, позволяет приборам серии **Diva** сохранять свою презентабельность, выдерживать интенсивное использование и частое мытье в посудомоечной машине.

Ознакомиться с полным ассортиментом Wilmax вы можете на официальном сайте компании.

wilmax.uk | sales@wilmax.ru



Украшение любой трапезы

Гусятницы модных ярких расцветок предлагает **Лысьвенский завод эмалированной посуды**. Изделия из двухмиллиметровой эмалированной стали идеально подходят для приготовления самых разнообразных блюд, обеспечивая равномерную тепловую обработку пищи. Толстые стенки гусятницы сводят к минимуму пригорание и прилипание пищи, а плотное прилегание крышки создает идеальные условия для процесса топления.

Стойкое даже к открытому огню, прочное и безопасное эмалированное покрытие не вступает в реакцию с пищей и не оставляет металлического привкуса. Можно хранить пищу в холодильнике непосредственно в блюде.

Изделие защищено термоусадочной пленкой и упаковано в индивидуальную упаковку, что гарантированно предохраняет от сколов и дает возможность онлайн-заказа. Гусятницы на 3,5; 4,4 и 6,5 л вкусно «накормят» любую компанию.

Яркая глянцевая гусятница лаконичной формы отлично смотрится при подаче и украсит собой любую трапезу.



Модный матовый: стильные новинки WALMER

WALMER представляет две новинки в матовом дизайне – стильные кружки Domino и френч-пресс Bamboo Black.

Ни для кого не секрет, что матовые текстуры сейчас на пике моды. Тренд востребован во всех сферах, начиная от бьюти-индустрии и заканчивая дизайном интерьеров. В сервировке матовые поверхности особенно стильно выглядят в сочетании с натуральными природными материалами – деревом и пробкой. Они оттеняют матовую поверхность, заставляя ее выглядеть необычайно эффектно.

Именно этот прием применен для новинок WALMER. Кружки Domino имеют пробковую вставку в нижней части. Она защищает ее корпус от случайных ударов, а столешницу от царапин. Кроме того, у кружек есть крышка с клапаном для питья. Это особенно удобно для тех, кто будет пользоваться кружкой в офисе. Френч-пресс Bamboo Black – это классическая модель WALMER, однако в новом дизайне она выглядит свежо и привлекательно! Деревянные части сделаны из бамбука, прошедшего спецобработку, – он не боится влаги и не деформируется от тепла.



www.walmer-cookware.com



Доска для подачи

Компания «Мастергласс» представила новую доску для подачи эксклюзивного дизайна. Размер доски 350x195x20 мм, бортик высотой 7 мм. Доска изготовлена из натурального промасленного бука.

www.masterglass.ru

Новый Pintinox

Новая серия наплитной посуды Century от Pintinox имеет атласную отделку внутри и зеркальную полировку снаружи, основание и боковые стенки равной толщины, ручки с особо прочными заклепками из нержавеющей стали. Посуда подходит для всех источников нагрева, включая индукционные варочные панели.

www.pinti.it



Серия фарфора Home made



Компания «Коралл» представила новую серию фарфоровой посуды от ТМ Quinsberry. Столовая группа серии Home made представлена плоскими тарелками от 17 до 32 см, а также салатниками диаметром от 12 до 23 см. Тарелки имеют высокий борт, а отдельные предметы серии – оригинальную восьмигранную форму. В чайной группе представлены повседневная кружка, чайные и кофейные пары, заварочный чайник, сахарница и молочник. Изделия выполнены из качественного фарфора повышенной белизны. Допускается использование в посудомоечной машине и СВЧ.

www.korall.ru

Zwiesel Glas: звук гостеприимства

Компания Zwiesel Kristallglas AG объявила о создании зонтичного бренда Zwiesel Glas. Новый бренд объединяет 150-летний опыт производства стекла Zwiesel 1872 и Schott Zwiesel, выражая страсть создавать что-то особенное, а также стремление к инновациям в будущем. Логотипом зонтичного бренда стала музыкальная нота – символ уникального звона бокалов Zwiesel. На сайте уже представлены первые коллекции нового бренда Spirit, Highness, Aura, Glamorous (см. фото).

www.zwiesel-glas.com



Цвет «светлой мяты»

Компания «СтальЭмаль» представила набор кастрюль с деколью «Арма». Кастрюли объемом 2; 3 и 4 л выполнены в цилиндрической форме, крышка цвета «светлая мята».

www.rusposuda.ru





Stella

collection



Весь ассортимент доступен в 2-х расцветках: серебро и золото



GOLD



Популярные коллекции столовых приборов WILMAX - **Stella**, **Julia** и **Ilona** стали доступны к приобретению на блистерах.

Их сложно будет не заметить на полках специализированных магазинов, ведь блистеры отличаются стильным, ярким, современным и запоминающимся дизайном. Все столовые приборы WILMAX прочны, устойчивы к коррозии, деформации и при туплению. Они изготовлены из высококачественной нержавеющей стали, безопасны и комфортны для использования. А золотое и черное износостойкое покрытие, выполненное современным методом вакуумного напыления, позволяет приборам серии **Stella Gold**, **Julia Gold** и **Julia Black Onyx** выдерживать интенсивное использование и частое мытьё в посудомоечной машине.

Более подробно ознакомиться с обновленным ассортиментом WILMAX можно на официальном сайте компании.

wilmax.uk | sales@wilmax.ru



Ilona

collection



wilmax.uk | sales@wilmax.ru
facebook.com/WilmaxRussia
youtube.com/wilmaxengland
[@wilmax_cis](https://twitter.com/wilmax_cis)



Chemours™ КОНЦЕПЦИЯ СТАНОВИТСЯ РЕАЛЬНОСТЬЮ Март 2020

Компания Chemours создает яркий, эффективный и чистый мир через мощь химических технологий.

Компания Chemours, мировая химическая компания с лидирующими рыночными позициями в области фторированных продуктов, химических решений и титановых технологий, ознаменовала официальное открытие своего нового инновационного центра Chemours Discovery Hub при университете науки, технологии и передовых исследований.

Chemours, мировой лидер в области фторированных продуктов, химических и титановых технологий, обеспечивает своих заказчиков решениями в самых разных областях применения благодаря продуктам, отвечающим требованиям рынка, экспертизе и инновациям.

Ингредиенты Chemours используются в охлаждении и кондиционировании, горнодобывающей индустрии и промышленном производстве общего назначения, пластиках и покрытиях. Наши флагманские продукты под известными брендами: Teflon™, Ti-Pure™, Krytox™, Viton™, Opteon™, Freon™ и Nafion™ имеют широкое применение.

Chemours Discovery Hub стал одним из самых крупных научно-исследовательских центров в химической отрасли, консолидируя большую часть инновационных проектов компании в одном месте. Центр вмещает более 130 индивидуальных лабораторий, включая экспериментальные кухни и тестовые приборы для всех соответствующих протоколов, а также для систем покрытий Teflon™ для кухонной посуды и выпекания. Ультрасовременный инновационный центр стал домом для более 300 ведущих исследователей и ученых. В данном инновационном центре, Chemours совместно с университетом штата Делавэр будет совершенствовать свои знания и расширять партнерство и исследования, проводя эксперименты



УЛЬТРАСОВРЕМЕННЫЙ ОБЪЕКТ

Вмещает 300 исследователей и ученых и содержит более 130 индивидуальных лабораторий, включая экспериментальные кухни и оборудование для проведения тестирования по всем имеющимся протоколам для антипригарных покрытий Teflon™.

[Больше в нашем видео »](#)



ИНВЕСТИЦИИ В МОЛОДЫЕ ДАРОВАНИЯ

На базе данного центра Chemours будет углублять исследовательское партнерство с Университетом штата Делавэр и проводить эксперименты с профессорами и студентами университета по разработке новых продуктов, тогда как имеющиеся региональные лаборатории сфокусируются на помощи производствам по нанесению покрытий.

[Больше в нашем видео »](#)

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КЛИЕНТОВ:

- Консолидация инновационных сил в одном месте
- Глобальная концентрация на развитии продуктов
- Существующие лаборатории фокусируются на нуждах региональных заказчиков
- Партнерство с Университетом Делавэр как инвестиция в молодые дарования



вместе с профессорами и студентами университета в области развития новых продуктов. Как отметил Mark Vergnano, президент и исполнительный директор Chemours: «Данный проект намного больше, чем просто научно-исследовательский центр, мы ведем речь об инвестициях нашей компании в молодые умы, которые знакомятся с химией и инвестициями в инновационные продукты, чтобы расширить возможности наших заказчиков и изменят мир к лучшему». Wilbert Broeksmit, глобальный менеджер по брендовым покрытиям Teflon™ прокомментировал это высказывание: «Мы очень горды тем, что наши коллеги в США сделали этот проект в рекордно короткие сроки. Мы рады,

что мировые знания сейчас собраны в одном месте, что безусловно приведет к последующим открытиям и развитию новых продуктов. Этот центр обладает огромными возможностями и имеет большие перспективы, что позволит региональным лабораториям еще больше сосредоточиться на потребностях и задачах наших клиентов». Причем, при строительстве здания были использованы некоторые собственные продукты компании: Чиллер производительностью 4.000 тонн был заправлен хладагентом Opteon™ с низким коэффициентом глобального потепления. Более 10.000 литров краски, содержащей диоксид титана Ti-Pure™ было использовано при окраске здания, а фторполимеры Teflon™ применялись как изоляционный материал для 180 км сетевого кабеля. Более 2.000 окон обрамляют инновационный центр, обеспечивая максимальный доступ естественному освещению открытого пространства. Здание получило рейтинг Three Globes от рейтинговой системы экологичности зданий Green Globes.

Открывая Chemours Discovery Hub, компания доказала свои ведущую роль в области фторированных продуктов, химических и титановых технологий.

ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ПРОДУКТЫ CHEMOURS

Чиллер, производительностью 4000 тонн, был заправлен хладагентом Opteon™ с низким коэффициентом глобального потепления. Более 10 000 литров краски, содержащей диоксид титана Ti-Pure™, было использовано при строительстве, фторполимеры Teflon™ применялись для изоляции 180 км сетевого кабеля, используемого в здании.

[Больше о продуктах Chemours »](#)





Julia collection



СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ на БЛИСТЕРЕ



Весь ассортимент доступен в 2-х расцветках: серебро и золото



GOLD



WILMAX на YouTube



Для просмотра видео «Real steel from WILMAX – flatware from the future!» сканируйте QR-code!

BLACK ONYX



НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
Canton Fair (Spring) 2020 международная выставка китайских импортно-экспортных товаров в Гуанчжоу (Кантонская ярмарка) Гуанчжоу, Китай	15.06.20 24.06.20 China Foreign Trade Centre	Tableware Trade Show Kyiv 2020 международная выставка посуды Украина, Киев	03.09.20 05.09.20 Parus Expo Media Ltd.
Hong Kong Houseware Fair 2020 международная выставка товаров для дома Гонконг	25.06.20 28.06.20 Hong Kong Convention & Exhibition Centre	Maison & Objet Paris (M&O) September 2020 международный салон интерьерного дизайна, предметов декора и подарков Франция, Париж	04.09.20 08.09.20 SAFI
Hong Kong Gifts & Premium Fair 2020 международная выставка подарков и сувениров Гонконг	25.06.20 28.06.20 Hong Kong Convention & Exhibition Centre	Модный товар – 2020 всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Россия, Волгоград	09.09.20 13.09.20 Exhibition Center VolgogradEXPO
Ideal Home Show 2020 выставка товаров для дома и сада Великобритания, Лондон	25.07.20 09.08.20 Olympia London	Zuchex 2020 международная выставка товаров для дома и подарков Турция, Стамбул	10.09.20 13.09.20 Tuyar Fair Convention and Congress Center Tarsus Exhibitions & Publishing Ltd.
HKDC Home Delights Expo 2020 выставка товаров для дома и быта Гонконг	13.08.20 17.08.20 Hong Kong Convention & Exhibition Centre	HouseHold Expo 2020 международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома Россия, Москва	15.09.20 17.09.20 MOKKA Expo Group
Home & Garden Ludwigsburg 2020 выставка домашнего декора и сада Германия, Людвигсбург	20.08.20 23.08.20 HOME & GARDEN EVENT GmbH	Подарки. Весна 2020 международная специализированная выставка подарков, бизнес-сувениров, предметов интерьера, посуды и декора стола Россия, Москва	21.09.20 24.09.20 Gifts Expo
Gifts & Home China Chengdu 2020 международная выставка подарков, ремесленных изделий, часов и товаров для дома Китай, Чэнду	28.08.20 30.08.20 Century City New International Convention & Exhibition Center (CCNICEC)	Золотая осень – 2020 торговая ярмарка Архангельск	22.09.20 25.09.20 EC Pomeranian Fair

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

HOUSEHOLD EXPO

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

15-17 СЕНТЯБРЯ 2020

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Всё, что дома пригодится!

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

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

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



Выставки – ключ к восстановлению экономики

Выставки – это площадки для осуществления торговли и место встреч для целых отраслей на региональном, национальном и международном уровнях. Выставки – необходимый и эффективный инструмент для восстановления экономики после COVID-19, особенно они важны для малых и средних предприятий, которые составляют основу любой экономики.

Как обеспечить здоровье и безопасность посещения выставок в период после пандемии?

Международная выставочная индустрия заявила, что обязуется сотрудничать в вопросе обеспечения здоровья и безопасности всех участников выставок и ярмарок и ожидает, что соответствующие органы разрешат возобновление выставок при условии гарантированного соблюдения установленных норм по охране здоровья и обеспечению безопасности.



Выставочный бизнес – одна из наиболее пострадавших от коронавируса отраслей. В мире отменены более 1600 международных и местных выставок. Чтобы выжить, отрасль сделала резкий поворот в сторону онлайн. Как индустрия деловых событий живет во время пандемии и заменят ли онлайн-конференции классический офлайн-формат? Как операторы выставок и конгрессов, так и отельеры оказались в сложной ситуации после отмены из-за пандемии COVID-2019 практически всех деловых мероприятий. По информации «Ъ», они прогнозируют, что в ближайшем будущем стоит ждать череду банкротств профильных компаний, которые дают постоянную и временную работу 140 тыс. человек не только в Москве, но и в регионах. По аналогии с отельерами и рестораторами операторы выставок просят федеральные власти о поддержке со стандартным набором мер: от субсидирования процентных ставок по кредитам до временного льготного режима налогообложения, от скидок по арендным платежам до внесения изменений в систему госзакупок.

Каким образом такие меры безопасности могут быть обеспечены на практике?

По словам экспертов UFI, в отличие от большинства других видов массовых мероприятий, формат выставки позволяет управлять посетителями на всех этапах – во время регистрации, пребывания на площадке, при пользовании услугами кейтеринга и санитарными комнатами.



Современные выставочные центры специально оборудованы для управления посетителями и экспонентами в соответствии со строгими правилами безопасности и рекомендациями ВОЗ.

Плотность людей на выставках может поддерживаться на более низком уровне благодаря тому, что мероприятия часто проводятся в течение нескольких дней, а пространство, занимаемое экспозициями, больше, чем на других видах массовых мероприятий. Работу B2B выставок можно регулировать и организовывать аналогично работе супермаркетов, которые продолжили успешно и безопасно функционировать в период распространения COVID-19, считают в UFI.

Что касается России, то «Экспоцентр» предполагает при поддержке ТПП РФ в условиях постепенного выхода бизнеса из самоизоляции совместно с Роспотребнадзором разработать методические рекомендации для выставочных центров по применению санитарно-



Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI), которая представляет глобальную сеть из более чем 50 национальных и региональных выставочных ассоциаций по всему миру и под эгидой которой проводится Всемирный день выставок, опубликовала «Руководство по глобальным требованиям для безопасного открытия выставок и B2B мероприятий».



эпидемиологических требований при проведении выставочно-конгрессных мероприятий.

На призыв мирового выставочного сообщества отделить выставки от других массовых мероприятий уже последовала позитивная реакция. Так, в Германии земля Северный Рейн – Вестфалия заявила о намерении разрешить проведение B2B выставок и конгрессов с 30 мая. Сегодня все 16 федеральных земель Германии имеют полномочия давать разрешение на проведение выставок при соблюдении утвержденных мер безопасности и ряда условий, таких как ограничение числа участников. Это при том, что большинство видов массовых мероприятий в ФРГ запрещены до конца августа.

ТПП РФ своей приоритетной задачей в выставочно-конгрессной деятельности считает развитие международных отраслевых B2B выставок в помощь отечественным производителям, чтобы как можно скорее восполнить потери путем продвижения своей продукции на престижных авторитетных смотрах, восстановить и наладить новые деловые контакты, укрепить позиции на рынке.

По материалам <https://ria.ru>



ВОЗВРАЩЕНИЕ С НЕОЖИДАННЫХ ИТАЛЬЯНСКИХ КАНИКУЛ NOMI OUTDOOR HOME & DEHORS

NOMI outdoor Home&Dehors Exhibition

Мир поэтапно, постепенно снимает ограничения, вызванные вспышкой коронавируса COVID-19. В начале мая Еврокомиссия сообщила о возможной дате открытия внешних границ – 15 июня. Но сегодня стало известно, что Италия готова открыть границы уже в июне (для членов ЕС). Надеемся, что к сентябрю ситуация для всех стран восстановится окончательно.

Что предлагает NOMI Outdoor HOME & DEHORS, которая возвращается в Fiera Milano с 19 по 22 сентября 2020 года?

Всего лишь одного опасного изменения хватило, чтобы изменилась жизнь, ее приоритеты и возможности.

За последние несколько недель балконы, террасы и открытые пространства дома оказались универсальными и бесценными. Поэтому на NOMI в сентябре особое внимание будет уделено жизни на открытом воздухе.

Пребывая на домашнем карантине, всего лишь нескольких изменений достаточно, говорят психологи, чтобы избежать скуки и рутины от необходимости не покидать кухню, гостиную или балкон. Дом может найти новую жизнь, новые измерения, и пребывание в нем может оказаться приятной и неожиданной возможностью.

Объединив опыт этих недель с ноу-хау отраслевых экспертов, дизайнеры NOMI рассказывают о своем опыте пребывания в стесненных условиях дома и делятся предложениями о том, как максимально использовать свое вынужденное пребывание там.

ДОМ ТВОРЦА

Оборудованные, начиненные самыми модными гаджетами (мечта всех российских потребителей) кухни позволяют открыть для себя целый спектр возможностей для экспериментов во время пребывания дома. От ваших любимых блюд до рисунков, артефактов и небольших изобретений время, которое мы проводим дома, может стать возможностью для творчества. Для любителей кухни NOMI предлагает сосредоточиться на сервировке стола и творчески подходить к столовым тканям и аксессуарам.

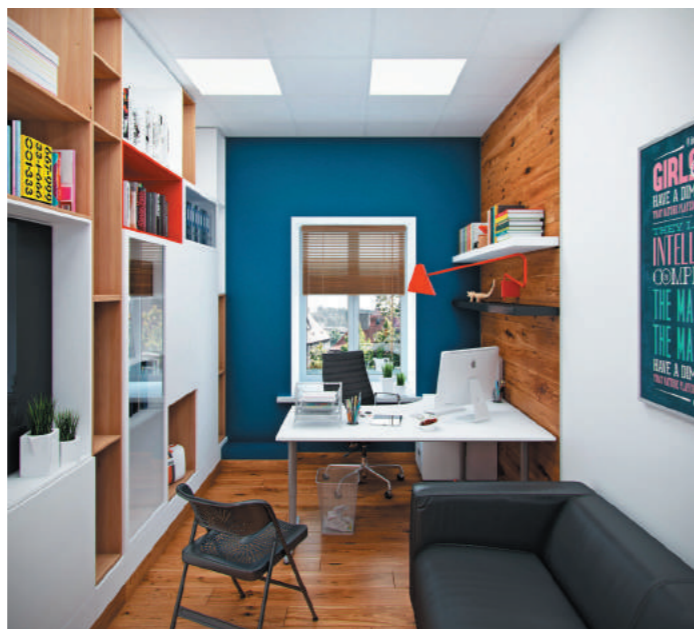
Льняные и хлопчатобумажные ткани, простые или декоративные, скатерти и салфетки в сочетании с тарелками, стаканами и столовыми приборами могут стимулировать творческий подход к сервировке стола. Игра цветов, необычные элементы и приборы делают ежедневные трапезы насыщенными, вкусными и интересными.

Последний штрих – свечи: маленькие и мягкие для романтического вечера или большие и яркие для освещения террасы или сада после ужина. И не забыть о домашних ароматах: теперь они доступны в сложных сосудах с инновационными формами и материалами, они могут быть полноценными домашними украшениями, способными вызвать атмосферу, которую мы так жаждем во время прогулки или умиротворения на террасе. Такие ощущения очень важны – недавние исследования показали, что обоняние напрямую связано с сознанием и может изменить ваше настроение.



ДОМ – РАБОЧЕЕ МЕСТО

Работа из дома на «удаленке», конечно, удобна, но и сложна одновременно. Если оборудовать часть домашнего пространства для работы, сделав его комфортным и приятным, это поможет относиться к работе в домашних условиях с большим спокойствием. Даже если фиксированная область недоступна, лучше всего не ограничивать рабочее место только компьютером: небольшая картотека, удобное кресло, стеллаж для документов, принтер – эргономика очень важна, она позволяет лучше сосредоточиться на работе, особенно в течение длительных периодов.



ДОМ ЗНАНИЙ

Онлайн-уроки заметно повлияли на приспособляемость учеников к такому непривычному методу обучения. Если это возможно, лучше создать соответствующую учебную зону.

Наряду с тишиной и надлежащим освещением учебная зона должна также предлагать студенту все необходимое для его работы, включая учебные материалы. Основные компоненты учебной зоны включают в себя регулируемую настольную лампу, а также книжную полку или контейнеры для хранения школьного оборудования и книг. Старые энциклопедии, снятые с верхних полок, где ими никто никогда не пользовался, также могут быть открытием в наше время, предлагая неожиданные возможности для изучения в качестве альтернативы ныне вездесущему цифровому миру.



ДОМ МУЗЫКИ

Мы видели, как артисты выступали на балконах и разговаривали с аудиторией в онлайн-пространствах. В этот период многие расширили свои социальные профили, чтобы показать, что дом может быть сценой для музыки, песен и разговоров по душам. NOMI рекомендует хорошо освещенную сцену с естественным освещением, если это вообще возможно, если вы захотите устроить концерт для близких. Музыканты должны иметь ближайшую стену за спиной, а не лицом к себе, чтобы не получить эхо при использовании микрофона своего смартфона или планшета.

ДОМ СЕМЬИ

Скоро семьи и отдельные люди вернутся к своей повседневной жизни как дома, так и за его пределами. На данный момент NOMI приглашает всех поделиться опытом и сделать каждый день лучше, чем вчерашний.

Когда пандемия закончится, мы с благодарностью будем смотреть на комнаты, в которых мы жили, на наши откровения и на наши поделки, вдохновленные нашим большим опытом и любовью к домашнему очагу.

Мы будем с нетерпением ждать, когда выставка NOMI Outdoor HOME & DEHORS примет всех желающих окунуться в пространство уюта и покоя. До встречи с 19 по 22 сентября 2020 года в Fiera Milano.



До встречи в Милане, Италия!



The Inspired Home Show. История успеха

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

Когда видишь пример удачи и профессионализма, хочется узнать историю этого восхождения.



Первая выставка товаров для дома была проведена в нью-йоркском Madison Square Garden в 1906 году. Бытовую технику стали демонстрировать с 1927 года, когда члены Национального клуба покупателей товаров для дома (National Home Furnishings Buyers Club) решили, что выставка в центре Чикаго будет наиболее эффективным способом увидеть продукцию многих производителей.

Инициативная группа убедила 115 производителей выставить свои товары в отеле Stevens (позже переименованном в Conrad Hilton), и в течение следующих 10 лет в Stevens проводились выставки, включающие кухонную утварь и крупную бытовую технику.

Национальная Ассоциация производителей мебели для дома (National House Furnishing Manufacturers Association, сокра-

щенно NHFMA) объединилась с Американской Ассоциацией производителей мебели для дома (House Furnishing Manufacturers Association of America, сокращенно HFMAA), чтобы создать единую некоммерческую организацию под названием Ассоциация производителей бытовой техники (Housewares Manufacturers Association, сокращенно HMA). В 1941 году в Palmer House состоялась первая выставка новой НМА, а в 1946 году НМА и Нью-Йоркская Ассоциация производителей объединились, чтобы стать NHMA (National Houseware Manufacturers Association), предшественницей IHA.

Выставка домашней утвари быстро росла после окончания Второй мировой войны. Экспоненты старались, чтобы расширить пространство своего стенда, а потенциальные экспоненты колотили в двери. Чтобы вместить растущее число компаний, в 1949 году шоу переехало на Chicago's Navy Pier.

К 1949 году выставка стала международным рынком, принимающим покупателей из 11 стран.

В 1956 году на военно-морском пирсе могли разместиться не более 649 экспонентов. Решено было в 1961 году переехать в новый выставочный центр Чикаго, McCormick Place на озере.

ШОУ, КОТОРОЕ НЕ СЛУЧИЛОСЬ

Поздно вечером в воскресенье, 15 января 1967 года, 1236 экспонентов закончили установку своих стендов для 13-й выставки на McCormick Place, в день открытия на следующее утро ожидая встретить более 15 тыс. покупателей. Вместо этого в 2 часа ночи случился пожар: неисправная электропроводка воспламенила складские материалы в одном из стендов экспонента. Пламя быстро распространилось по легковоспламеняющимся стенам выставки и материалам, и, хотя пожарные отреагировали в течение 10 минут, крыша гигантского здания рухнула менее чем за один час. В долларовом выражении



пожар обошелся дороже, чем Великий чикагский пожар 1871 года. В этой трагедии погиб только один человек.

ШОУ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

В январе 1971 года выставочные павильоны McCormick Place были восстановлены. McCormick Place поднялось, 700 тыс. кв. футов (65 тыс. кв. м) заменили прежние 480 тыс. кв. футов (45 тыс. кв. м) объекта. В 1979 году был сдан в эксплуатацию Donnelley Hall. Северное здание McCormick Place добавило 300 тыс. кв. футов, и к 1986 году выставка занимала три здания.

В 1992 году Международная выставка товаров для дома стала единственным ежегодным январским шоу в Чикаго. В 2004 году IHA перенесла выставку с ее давней январской даты на мартовские сроки и переименовала ее в International Home + Housewares Show в знак признания эволюции выставки рынка домашних товаров.

Сейчас эта выставка является одной из крупнейших в США. С 2018 года выставка переименована в The Inspired Home Show.



Gia Retail – 20 лет совершенства



Среди одних из удачных мировых выставочных трендов – организация gia-программы на базе выставки The International Housewares Association (IHA). Много лет редакция журнала «Посуда» сотрудничает с этой выставкой, ежегодно Россию представляет номинант из числа отечественных компаний-ритейлеров.

С момента запуска gia в 2000 году было зарегистрировано более 460 лауреатов премии gia Retail Award из 48 стран на шести континентах.

В этом году в связи с пандемией выставка отменилась, но провела мероприятие награждения премией gia в онлайн-формате.

ПОБЕДИТЕЛИ-2020

The Global Innovation Awards (gia) победителей приветствовали 23 апреля 2020 года во время прямой трансляции в режиме-онлайн.

Ukraine – ProMenu by Mirs Corporation, www.promenu.ua

Thailand – Central Department Store

Australia – Few & Far

United Arab Emirates – Tavola

Japan – Isetan Shinjuku

Argentina – Reina Batata Bazar Boutique

Switzerland – Sibling AG

Portugal – In & Out Cooking

В 2020 ГОДУ РОССИЮ ПРЕДСТАВЛЯЛА КОМПАНИЯ DI MURANO.

Немного о компании Di Murano

От мечты к действительности. Идея создания компании пришла в 1994 году, когда один из основателей неоднократно посещал Венецию в командировках. Каждый раз он восхищался необычайной красотой муранского стекла. На протяжении 25 лет работа с 1000-летней ремесленной традицией оставалась лишь мечтой. Наконец, в 2010 году эта идея превратилась в бизнес.

Сегодня Di Murano представляет крупнейшую в Москве сеть муранского стекла премиум-класса. Изящные



изделия можно увидеть в Москве: в «Смоленском Пассаже», в «Крокус Сити Молле», в торговых центрах «Модный Сезон», «Времена Года». В салонах муранского стекла можно увидеть много уникальных работ именитых венецианских мастеров. Некоторые изделия созданы в единственном экземпляре. Муранское стекло становится все более редким, что сказывается на росте его ценности со временем. Если вы приобретаете эти произведения искусства, можно с уверенностью сказать, что вы пополняете свою семейную коллекцию, которую можно передать детям и внукам.

Di Murano предлагает изысканные скульптуры, филигранные вазы, тонкие миниатюры – все, чем славилась венецианские стеклодувы с XX века.

Когда человек занимается любимым делом, он счастлив! А когда мечта превращается в реальность, счастлив вдвойне. В 2020 году компания номинировалась на престижную американскую премию gia.



ХОТИМ ОТМЕТИТЬ GIA GLOBAL ПОБЕДИТЕЛЕЙ 2020 ГОДА ИЗ УКРАИНЫ

ProMenu | «Сервиро» – шеф-магазин кухонных эмоций, всеукраинская сеть магазинов посуды с 14-летней историей. Мы знаем, чем пользуются лучшие шефы, создавая кулинарные шедевры.

История сети

История ProMenu | «Сервиро» началась в 2003 году. Именно тогда, 1 сентября, в Киеве открылся первый магазин «Сервиро». 2003 год – отправная точка в формировании целой розничной сети. Первый шеф-магазин кухонных эмоций ProMenu был открыт в Одессе в июне 2012 года. Спустя четыре месяца, в октябре 2012 года, появился первый ProMenu в Киеве в торговом центре «Диамант». В декабре 2012-го был открыт второй киевский шеф-магазин ProMenu в ТЦ DreamTown 2. В январе 2013-го сеть шеф-магазинов ProMenu пополнилась еще одним магазином, расположенным в ТРЦ Ocean Plaza. В 2014 году появился интернет-магазин promenu.ua.

Сегодня сеть ProMenu | «Сервиро» насчитывает 15 розничных магазинов, расположенных в Одессе, Киеве, Днепре и Львове. В 2016 году стартовал еще один наш проект – открылась кулинарная школа ProMenu, где консультанты познают ассортимент ProMenu в действии, тестируют его под чутким руководством профессиональных шеф-поваров, чтобы потом делиться полученным опытом с покупателями.



ProMenu является единственной в Украине сетью магазинов с огромным ассортиментом специализированной креативной столовой и кухонной посуды, всевозможных кухонных аксессуаров, элементов декора и предметов сервировки.



Посудный рынок в условиях пандемии

Российские условия никогда нельзя было назвать легкими и простыми для предпринимателей, занятых в сегментах среднего и малого бизнеса. С приходом режима самоизоляции и всеобщего карантина деятельность большинства представителей посудного рынка снизилась.

Пандемия коронавируса и текущий экономический кризис на фоне режима самоизоляции сильно подкосили финансовую опору более чем половины опрошенных в период с конца апреля до начала мая 2020 года россиян.

При этом больше всего убытков понесли частные предприниматели и работники различных сфер, не связанных с государственными учреждениями. Общее настроение граждан сильно ухудшилось. Главной причиной люди называют то, что их доходы сократились практически до минимума, а экономия средств уже зашла за все рамки разумного. Многим не хватает денег даже на нужды первой необходимости, не говоря уже про покупку новых вещей. Всего месяц назад на серьезное снижение доходов и нехватку денег жаловались 25% респондентов, но уже в конце апреля 2020 года их число перевалило за 50% опрошенных.

58% отметили, что они потеряли почти весь свой реальный доход. 5% заявили, что деньги закончились еще в конце апреля. Из всех опрошенных больше всего денег потеряли бизнесмены, среди которых около 75% опрошенных либо полностью лишились своего бизнеса, либо были вынуждены залезть в долги, чтобы хоть как-то удержать на плаву свое дело. Следующими в списке пострадавших отметились граждане, получавшие заработную плату «в конвертах», – 74% остались без денег. Такие данные предоставил Центр стратегических разработок, проведя опрос среди более чем 3400 человек из разных регионов страны.

«БОЛЬНЫЕ МЕСТА»

Кризис, затронувший практически все сферы жизни и буквально связавший руки в силу сохраняющейся угрозы жизни, становится похожим на хаос, но при этом представители рынка продолжают списывать свои проблемы и неудачи на единственную причину – внезапно охватившую планету пандемию. Однако причин нынешнего бедственного положения много, а пандемия – лишь еще один, правда мощный удар, который

серьезно ударил по наиболее слабым местам деятельности компаний. И даже если следующий этап ослабления ограничительных мер, корректируемый главами регионов, наступает, то для восстановления работы и объемов рынка непродовольственного сегмента времени понадобится еще очень много.

Сегодня большинство компаний показали, во-первых, свою неспособность функционировать в экстремальных условиях (как выяснилось,

это очень важно!), во-вторых, что еще печальнее, многие компании не могут быстро восстановиться после кризисных обвалов, другими словами, не в состоянии быстро начать работать заново, «с нуля». В текущей обстановке это самый важный критерий устойчивости компании.

Можно выделить главные проблемы подавляющего большинства торгующих компаний в секторе среднего и не крупного ретейла.

Потеря потребителя – это неизбежное следствие введения ограничительных мер по взаимодействию между реальными покупателями и точками розничных продаж. Эта участь коснулась абсолютно всех. Хорошо держится на плаву фармацевтика, товары острой необходимости и продукты питания. Финансовая «подушка безопасности» многих семей тает на глазах, и такая картина обещает затянуться надолго.

Потеря интереса к покупкам второй очереди. Посуда не является товаром первостепенной важности. На фоне экстремальной ситуации происходит изменение отношения покупателей к большинству товаров для дома. Ценность приобретают предметы, без которых невозможно или трудно обойтись. Поэтому предполагаемые покупки посуды и бытовых товаров переходят в «папку» «Отложенный спрос».

Падение спроса в сегменте HoReCa в силу закрытия на длительный срок заведений общественного питания и воздействия антивирусной пропаганды спрос упал. Правда, следует заметить, что с момента открытия данных заведений посудный ассортимент ресторанный сектора будет востребован и спрос на ресторанный посуду может оказаться высоким.

Логистическая цепочка поставок нарушена, в том числе поскольку много производств «заточено» на китайской экономике. Значительному



числу компаний приходится обращаться к юридической помощи, чтобы защититься от финансовых потерь, связанных с выставленными штрафами сетей в связи с недопоставкой товаров.

Уже этих факторов достаточно, чтобы безошибочно предсказать потерю поставщиками большой доли рынка и банкротство компаний, которые не смогли противостоять обвалу экономики.

ПРОФИЛАКТИКА И ЛЕЧЕНИЕ

Какие меры необходимо предпринять сегодня, чтобы с наименьшими потерями перетерпеть текущую ситуацию, и как действовать максимально эффективно после снятия карантинных ограничений, в том числе дистанционно?

Позволим себе высказать мысль о том, что сейчас не стоит концентрировать внимание на восстановлении прежних моделей взаимо-

действия с клиентами и партнерами в связи с утерей возможности работы в традиционном формате. Сегодня стоит новая задача – торговать удаленно.

И здесь открывается целый пласт возможностей, которыми, к

сожалению, многие не пользовались при прежнем, благоприятном состоянии рынка. Прежде всего, это удаленное консультирование конечных покупателей. Сегодня, используя удаленные способы видеосвязи, продавцы могут рассказывать обо всех преимуществах и особенностях своих товаров, демонстрируя их со всех сторон. Увы, продавцы не всегда владеют верной информацией по представляемому ассортименту. Здесь важно обучение персонала и повышение его квалификации. Так вот: сегодня самое время заняться повышением уровня грамотности продавцов-консультантов, способных в удаленном формате сделать расширенную экскурсию по своим торговым полкам покупателю или группе покупателей с обязательными ответами на интересующие их вопросы.

Кстати, можно сделать и видеofilm в формате видеогuida по своему ассортименту. При этом нужно включить опцию бронирования товаров. Условия бронирования каждая компания должна продумать самостоятельно. Главное,



чтобы требования по бронированию (с фиксацией цены) не отпугнули покупателя, а вселили в него уверенность в правильности совершенного выбора в условиях нестабильной экономической и эпидемиологической ситуации.

Меры по сохранению связи с потенциальным покупателем, безусловно, помогут сохранить связь с ним и станут отправной точкой для последующих взаимоотношений.

Этого достаточно, чтобы в максимально сжатые сроки вернуть себе утраченные позиции и перейти от действия по восстановлению от потерь к действиям по развитию бизнеса.



Живем, работаем в онлайн-формате

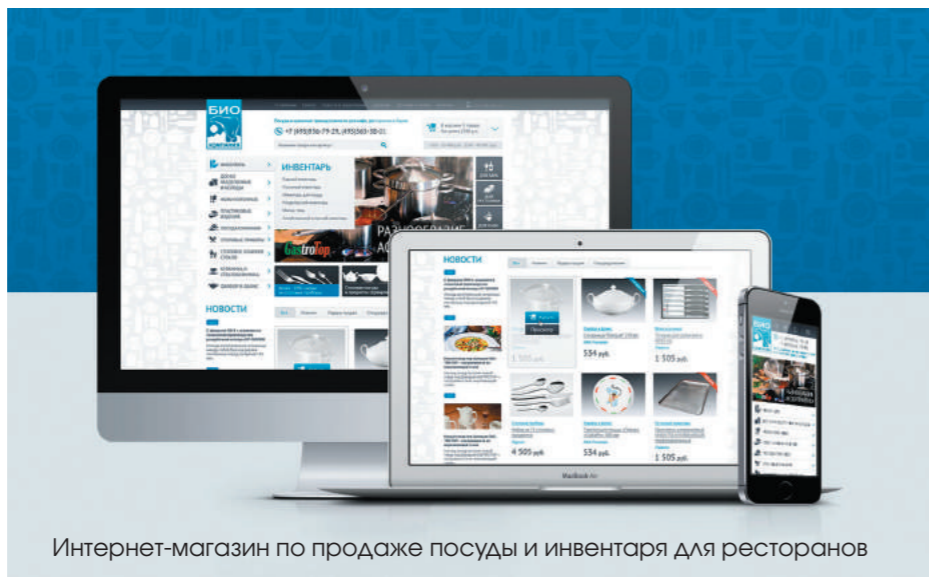
Формат онлайн-общения для представителей бизнеса в текущий момент актуален как никогда. Компании в жестких условиях самоизоляции научились работать дистанционно. Выиграли те, кто заблаговременно научились функционировать в удаленном режиме. Одновременно возрастает и уровень ответственности онлайн-формата.

Со ссылкой на газету «Коммерсантъ», «...темпы роста онлайн-торговли в России бьют все рекорды. По данным «Почты России», из-за карантинных мер в мае количество заказов в интернет-магазинах ежедневно увеличилось более чем на 20%. Однако эксперты прогнозируют, что тренд продолжится и после окончания пандемии и полной отмены ограничений. Опросы показывают, что собственные интернет-магазины сейчас активно развивают все компании не продуктовой розницы».

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В ОНЛАЙНЕ

Представители компаний (в первую очередь малого бизнеса) должны четко понимать, что онлайн-формат предусматривает тот же уровень ответственности и строгое соблюдение взятых на себя обязательств, что и в случае очных переговоров и тем более заключения договоров в письменной форме.

Сложность в том, что вследствие неподготовленности мелкого бизнеса к данному виду торговли практика онлайн-взаимоотношений еще не охватила всех участников рынка. Если ранее существовала практика



Интернет-магазин по продаже посуды и инвентаря для ресторанов

договоренностей посредством встреч и подписания договоров очно, то сегодня все договоренности заменяются платформами видеобщения по интернет-связи: Skype, WhatsApp, Zoom и др. Конечно, для ряда представителей бизнеса это рискованно. Но приходится перенимать опыт европейских участников рынка, они уже давно и успешно пользуются этими платформами.

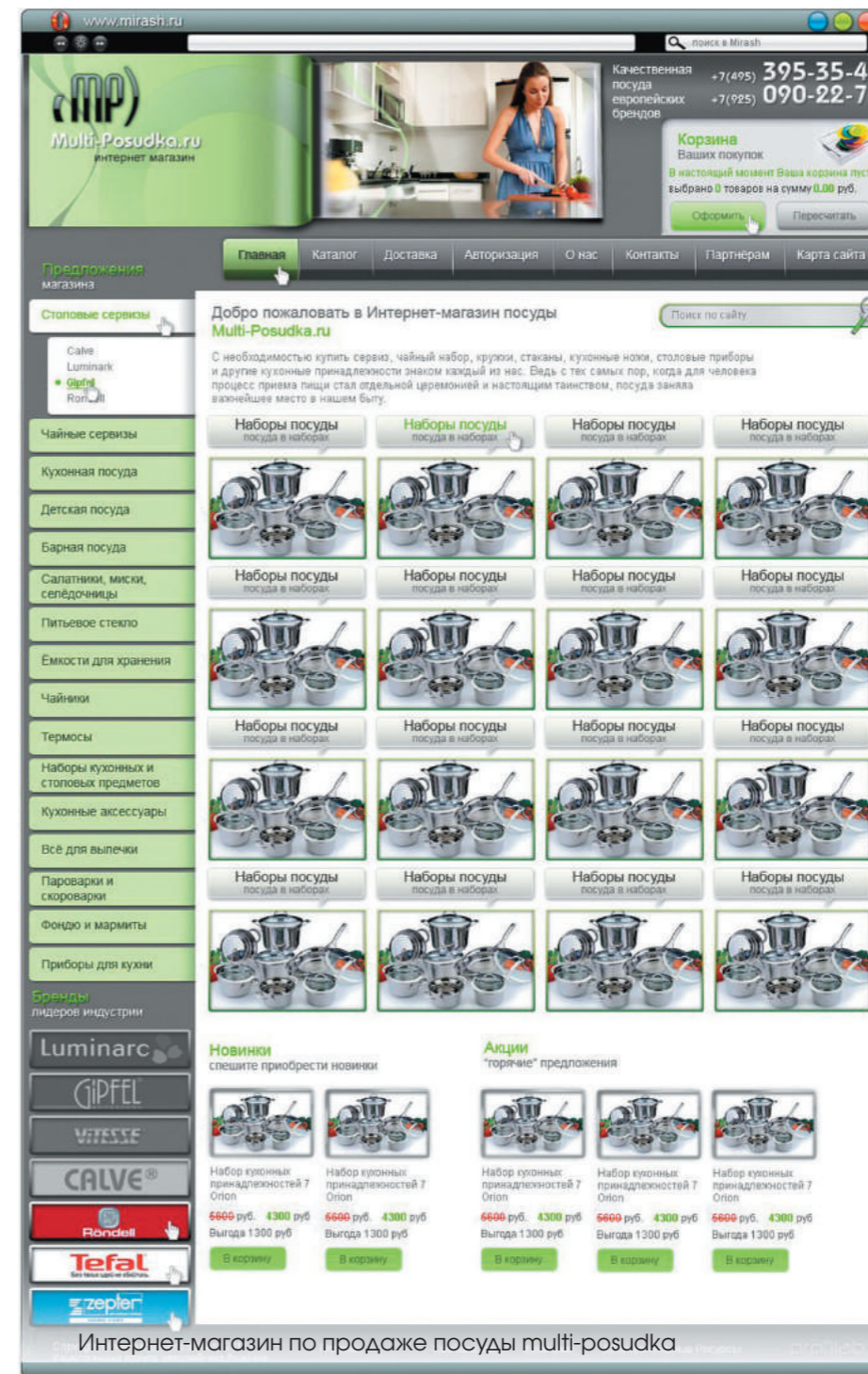
Увы, отечественная правовая база ведения бизнеса в формате удаленного общения находится в стадии оформления и не все «тонкости» законодательно оформлены. Поэтому уже сегодня необходимо четко соблюдать определенный режим взаимоотношений (последовательность действий), снимающий риски и способный обеспечить функциональность бизнеса.

Все начинается с поиска и сохранения связи с потенциальным поставщиком. В качестве примера возьмем интернет-магазин посуды.

В числе контрагентов такого магазина могут быть:

- компании-дропшоперы;
- крупнооптовые компании;
- производители;
- дистрибьюторы;
- дилеры;
- торговые представители;
- другие интернет-магазины.

Дропшоперы – это компании, имеющие свои собственные складские мощности и самостоятельно отправляющие товар покупателю после получения соответствующего сигнала от продавца, которым в данном случае является интернет-магазин.



Интернет-магазин по продаже посуды multi-posudka

Преимущество работы в системе дропшопинга очевидно. Продавец больше не заботится о складировании и своевременной отправке той или иной товарной позиции покупателю. Он только анализирует движение внутри своего ассортимента и принимает решения о наполняемости товарной матрицы.

Дилеры и дистрибьюторы часто не имеют своих складских помещений, их задача – заполнить складские полки магазина (собственные или арендуемые) ликвидной продукцией (быстрореализуемыми изделиями). Поэтому магазину необходимо связать дилера с представителем склада и создать удобную схему

работы. Иначе дилер начнет подыскивать другой канал сбыта.

В некоторой степени несколько проще обстоит дело с торговыми представителями, ибо они заинтересованы не в конкретном продвижении выпущенной партии товара, а в формировании длительных взаимоотношений и регулярном снабжении.

Крупнооптовые поставщики в ближайшее время будут находиться в «группе риска»: в условиях неопределенности клиенты не хотят забирать свои склады одинаковыми позициями, опасаясь снижения спроса на конкретные изделия, ведь одной из самых сложных задач является наличие в компании товарных складских остатков.

Другие интернет-магазины фигурируют в торговых схемах лишь в случае так называемой подсортировки, то есть в моменты, когда нужно оперативно отправить интересующий товар.

Казалось бы, зачем интернет-магазину поддерживать постоянные связи с таким количеством контрагентов, тем более в условиях карантина?

Дело в том, что, заняв определенную нишу и работая на конечного потребителя, онлайн-магазин должен постоянно подсортировывать и свой товарный ассортимент, и свой подход к ведению бизнеса. Без этого магазин рискует потерять своего потребителя. И чем больше контрагентов, тем шире распространяется влияние магазина и тем больше шансов выжить и даже развернуть бизнес в неблагоприятных экономических условиях.

Схема работы с дропшопером в первую очередь удобна начинающим магазинам, которые зарабатывают лишь за счет своей торговой наценки. Все остальные хлопоты берет на себя компания-дропшопер. Однако вести игру «по маленькой» – занятие неблагодарное, необходимо разворачивать бизнес, делать его более мобильным, более доходным. Поэтому магазину просто необходимо применять дополнительные схемы взаимодействия. Плюс к этому с дропшопером приходится делиться коммерческой информацией, поскольку именно он отчисляет торговую наценку после реализации.

С производителями начинать работать может быть сложнее. Производитель редко вникает в тонкости торговых хитросплетений, его интересует в первую очередь четкое соблюдение всех фрагментов торговой цепочки. Однако, построив ясные взаимоотношения с производителем и выдерживая оговоренный график, в случае востребованности товара интернет-магазин может получать максимальную прибыль. К тому же производитель редко соглашается отдавать товар на реализацию; его привлекает сбыт партии товара, а не нескольких экземпляров. Производитель зарабатывает на объеме и регулярном сбыте определенного объема выпускаемых изделий.

Такие же сложности возникают при знакомстве с крупнооптовыми поставщиками. Представителям малого бизнеса трудно связывать себя с большими объемами продукции, поскольку не у всех магазинов имеется достаточная клиентская



АКУНОМЕ



Интернет-магазин
по продаже
посуды
Akuhome Store

база. А искать новых покупателей на уже поставленный товар – крайне рискованно. Дело в том, что обновление ассортимента происходит довольно часто. То, что было актуально 24 месяца назад, может уже не интересовать конечного потребителя. В связи с этим небольшие интернет-магазины предпочитают работать не с крупными поставщиками, даже проигрывая при этом на марже.

Дистрибьюторам, кстати, тоже выгоднее работать с крупными опто-

виками, но в условиях сложной экономической ситуации можно часть продукции перераспределить между небольшими розничными точками продаж (в равной степени так поступают и крупнооптовые поставщики, предлагая поделиться не самым ликвидным предложением с целью его быстрой реализации).

Таким образом, небольшой магазин в любом случае находится в окружении типовых контрагентов и функционирует на рынке с их помощью.

Самое выгодное – сотрудничество с надежными добросовестными дропшипингами. Также необходимо заявлять о себе в Интернете и активно использовать современные виды коммуникаций с потенциальными поставщиками и с конечными потребителями (от их потребностей выстраивается ассортимент), вести свои онлайн-страницы, где следует регулярно публиковать информацию об обновлении ассортимента и условиях продаж, акциях, пользоваться базами поставщиков и осуществлять рассылку предложений.

А ЧТО ЖЕ С ОФЛАЙНОМ?

Развивать онлайн-торговлю. В создавшихся условиях магазину фактически необходимо перейти именно в онлайн-формат, поскольку правила розничной торговли даже после полного снятия карантина наверняка потребуют особого режима работы розничных точек продаж, в частности ограничения общения внутри магазина как между покупателями, так и с персоналом. Во-вторых, онлайн-платформа не повредит в любом случае, скорее, она окажет большую услугу, поскольку позволит увеличить покупательскую аудиторию, что в скором времени станет важнейшим моментом для всей сферы торговли. Так что без дистанционного развития о дальнейшей деятельности лучше уже и не мечтать, чтобы потом не «кусать локти». А поскольку приходится идти в онлайн, то и поиск партнеров, точнее, поставщиков нужно искать там же.

В любом случае важно понять, что самоизоляция – не повод складывать руки, это очередной барьер, который необходимо преодолеть, встав на новые рельсы взаимоотношений с участниками рынка.



Интернет-магазин по продаже
посуды Aura of Bohemia

Сковорода-гриль.

Возможности выбора, преимущества моделей

Текущая ситуация изоляции и вынужденного длительного карантина заставляет жить, осваивать новые рецепты и заниматься кулинарным творчеством немного иначе. Сковорода-гриль позволяет создавать блюда, которые обычно готовят на углях. Такая утварь будет особенно полезной для обитателей квартир. Готовить «на ребрах», используя не открытое пламя, а обычную кухонную плиту, – это возможность наслаждаться особым вкусом овощных, рыбных и, конечно же, мясных блюд в любое время, не выходя из дома.



овальная, квадратная. Высота стенок сковород-гриль и самих ребер тоже может быть разной. Для мясных блюд лучше использовать посуду с бортиками повыше, а для овощей или рыбы подойдет посуда с бортиками пониже.

Для классических газовых или электрических кухонных плит подойдет сковорода из чугуна (она не оставляет следов царапин на таких конфорках). Правда, ее разогрев длителен, а вес внушительный (чугунная сковорода 26-28 см в диаметре может весить до 5 кг). Для стеклокерамических плит подойдут алюминиевые сковороды с антипригарным покрытием, которые при прочих равных условиях легче чугунных примерно в 1,5-2 раза.

Поскольку все сковороды-гриль довольно массивны, они должны иметь мощную рукоятку с надежным креплением. Ручки для сковородки должны быть изготовлены из дерева или жаропрочного пластика. В некоторых моделях они также могут быть съемными.

Домашней альтернативой приготовления горячих блюд на решетке над раскаленными углями стала специальная посуда – сковорода-гриль. Ее дно с внутренней стороны имеет ребра. Выбирайте сковороду с высокими ребрами. Чем выше ребра, тем более четкий рисунок можно получить на готовом продукте. Вдобавок высота ребер влияет на сходство готового продукта с тем, который приготовлен на углях. Выберите сковороду-гриль с высотой ребер более 5 мм, благодаря им ингредиенты соприкасаются с нагретой поверхностью не полностью, и излишний жир стекает. Таким образом, готовящееся блюдо не подгорает даже на сильном огне и приобретает всеми любимый вкус.

Видов сковород-гриль много. Они могут быть выполнены из чугуна (в том числе эмалированного) или толсто-

пригарным покрытием. Кроме того, такие сковороды различаются по форме: круглая (разных диаметров),



Таблица. Сравнительные характеристики популярных сковород-гриль от различных брендов

Наименование/ модель	Бренд	Размер/ диаметр	Материал сковороды	Материал рукоятки	Достоинства	Недостатки	Ориентировочная цена, руб.
Professional	Scanpan	27 x 27 см	Алюминий с антипригарным покрытием	Металл	Разрешается мытье в посудомоечных машинах	Невозможность использования на индукционных плитах	8 500-12 000
Expertise	Tefal	26 x 26 см	Алюминий с высокопрочным титановым антипригарным покрытием	Металл/пластик	Подходит для всех видов плит, включая индукционные, есть индикатор нагрева, можно применять металлические приборы	Бортики средней высоты	5 600-7 500
Jamie Oliver	Tefal	27 x 23 см	Алюминий с высокопрочным титановым антипригарным покрытием	Стальная ручка с силиконовым покрытием	Внутреннее антипригарное покрытие Titanium с частицами титана	Нельзя использовать в духовом шкафу	
Supreme Gusto H1184074	Tefal	26 см	Алюминий с высокопрочным антипригарным покрытием	Бакелитовая ручка	Есть носик для слива	Не подходит к индукционным плитам. Не рекомендуется мыть в посудомоечной машине. Нельзя использовать в духовке.	1 600-2 500
Special Grill	Fissler	28 x 28 см	Алюминий с высокопрочным антипригарным покрытием Protectal Plus	Пластик	Антискользящая ручка, выдерживает нагрев до 200 °С	Высокая цена	12 300-17 100
MarTiNa	Oriental Way	28 x 28 см	Алюминий с антипригарным покрытием	Металл/пластик	Большая толстостенная посуда	Несъемная ручка	1 250-2 400
KitchenAid KCH10GPOB	KitchenAid	28,5 x 18 см	Чугун эмалированный	Чугун (несъемная ручка)	Наличие чугунной крышки-пресса, подходит для мытья в посудомоечной машине	Нельзя использовать металлические инструменты	от 15 000
Swiss Diamond Prestige Cast	Swiss Diamond		Чугун с антипригарным покрытием	Отсутствует	Два носика для слива излишков жира	Нет крышки	от 7 800
«Биол» 1028С	«Биол»	28 x 28 см	Чугун	Дерево	Термостойкая стеклянная крышка, съемная ручка, может использоваться в духовом шкафу и на всех видах кухонных плит	Вес около 5 кг	2 000-4 500
«Мечта»	«Гранит»	26 x 26 см	Алюминий с мраморным антипригарным покрытием (Greblon)	Пластик	Можно мыть в посудомоечной машине	Не пригодна для индукционных плит	1 700-2 100
Staub	Жаровня New Classic 1203023	26 см	Чугун, эмалированный изнутри	Чугун	Можно мыть в посудомоечной машине и использовать в духовом шкафу	Несъемные ручки	от 9 000-10 000
Lodge	Lodge L8GP3	26 см	Чугун	Чугун	Можно мыть в посудомоечной машине и использовать в духовом шкафу	Несъемные ручки	от 4 400
Le Creuset	Matte Black	30 x 30 см	Чугун, эмалированный изнутри	Чугун	Можно мыть в посудомоечной машине и использовать в духовом шкафу	Несъемные ручки	от 18 650
BEKA	Energy	28 x 28 см	Алюминий с антипригарным покрытием Bekadur Dualforce	Пластик	Можно использовать в духовом шкафу	Рекомендуется мыть вручную	от 5 590
Invicta	Noir Mat	25,5 см	Чугун эмалированный	Металл	Можно мыть в посудомоечной машине и использовать в духовом шкафу	Складная и съемная ручка (удобство хранения)	от 2 900
Ballarini	Серия Alba, модель ALBG9F0.28U	28 x 28 см	Алюминий с антипригарным покрытием	Металл	Подходит для всех видов существующих кухонных плит	Несъемная ручка	от 8 940
Giannini	Vegetalia 6570	28 x 28 см	Алюминий с антипригарным покрытием	Пластик	Подходит для всех видов существующих кухонных плит	Несъемная ручка	от 7 450

Форму сковороды следует учитывать исходя из планируемых блюд и размера конфорок. Для приготовления рыбы подойдет овальная форма сковороды. В остальных случаях лучше пользоваться квадратными или традиционными – круглыми формами. Круглые сковороды-гриль хорошо справляются с основной задачей, но предлагают меньшую площадь поверхности. На квадратной сковороде-гриль можно готовить больше продуктов одновременно.

Учитывая большое разнообразие сковород-гриль на прилавках магазинов, следует выделить ряд преимуществ сковороды-гриль:

- 1. Несравненный вкус и аромат получаемых блюд.** Сковорода подарит любимым блюдам хрустящую золотистую и сочную корочку, аппетитный вид и нежнейший вкус.



Удобным преимуществом любой сковороды-гриль будет носик для аккуратного слива излишков жира, который скапливается между ребрами в процессе готовки. Чтобы получить максимально четкий след от ребер, повара рекомендуют приобрести двустороннюю сковороду-гриль. На односторонней сковороде рисунок может быть не таким выраженным и равномерным.

- 2. Экономичность.** Готовка в такой посудине занимает намного меньше времени, чем в обычной сковороде.
- 3. Здоровая еда.** При приготовлении продуктов можно использовать минимальное количество масла.
- 4. Многофункциональность.** Сковорода подходит для большинства мясных и овощных блюд.

Сегодня многие компании предлагают свои модели сковород-гриль, и каждый бренд дает описание особенностей своих изделий. Для облегчения выбора предлагается сравнительная таблица, в которой собраны сковороды-гриль от известных производителей и поставщиков. В заключение можно добавить, что для приготовления, по-настоящему прожаренного сочного мяса или овощей нужно полагаться не только на посуду, но и на кулинарное мастерство. Не всегда и сразу

Крышки для сковород-гриль

Чтобы усилить вкус угольного гриля, приобретайте сковороду с крышкой. Когда мы готовим продукты на обычном гриле, то часто накрываем их крышкой, чтобы задерживать тепло, дым и аромат. Крышка для сковороды-гриль позволяет получить аналогичный результат. Удобно использовать стеклянную крышку, которая позволяет наблюдать процесс приготовления блюда, но металлическая тоже подойдет. Особый случай – тяжелая крышка из чугуна: она может использоваться в качестве гнета.

Это добавляет опыта и новых привлекательных вкусов на вашем столе!



Любовь к природе и обращение к своим корням: стиль рустик в дизайне посуды

Стиль рустик уходит своими корнями в XVIII век, когда была популярна тема идеализации природы и «простой жизни». Он пользовался особой популярностью в Швейцарии, Германии и Австрии. Его также полюбили британцы эпохи королевы Виктории, отличавшиеся пристрастием ко всему живописному.

Название стиля происходит от латинского *rusticus*, означающего «деревенский», «сельский», «простой». Стиль характеризуется простотой форм, натуральными природными материалами, влиянием окружающей среды и привнесением элементов природы в декор дома и кухни.

Цветовая гамма состоит из натуральных теплых цветов, присутствующих в природе, – цвета дерева, камня, земли и песка, разбавленных нейтральными белыми или молочными оттенками.

Фарфор коллекции «Ботаник» бренда Top Art Studio



Сегодня рустик является популярным стилем как в интерьере, так и в посуде и предметах сервировки. Он напоминает нам атмосферу детства, бабушкиного домика в деревне или дачи, на которой было проведено много веселых каникул, сельскую глубинку и красоту деревенской природы и теплые воспоминания о прошедших временах.

Рустикальный стиль – неотесанный, простой, но удивительно уютный и домашний. Он представляет собой золотую середину между грубостью и изяществом, в которой интерьер дома и кухни получается максимально простым, комфортным и функциональным.

Простые формы, прямые линии и мягкие природные краски создают в доме атмосферу спокойствия и надежности, в которой не остается места для извечной спешки, проблем и суеты большого города.

Современная городская жизнь с ее стремительным темпом не позволяет нам остановиться на несколько мгновений и оглянуться по сторонам. А нам так необходимо почувствовать гармонию с природой. И стиль рустик предоставляет такую уникальную возможность, он позволяет привести элементы гармонии и природы в наш дом. Все, что связывает нас с природой, – деревья, цветы, растения с их невероятными, естественными материалами, фактурами – это и есть суть стиля рустик, имеющего миллионы поклонников во всем мире.

Сегодня люди все больше стремятся к естественности и натуральности. В тренде осознанность и бережное отношение к природе и своим корням. Это влияет на современных дизайнеров посуды, интерьера, текстиля и отражается в их работах. Стиль рустик гармонично транслирует эту эстетику в сервировке стола и кухонных принадлежностях.

Рустик – это естественность. Это означает, что человек живет в гармонии с природой и принимает ее правила. Перфекционизм и рустик несовместимы. Природа в любых ее проявлениях остается идеальной, гармоничной и совершенной. Рустик – это нахождение очарования в несовершенстве.

Грубая или шероховатая поверхность, неравномерный окрас глазури, асимметричные формы или сервиз, в котором нет ни одной на 100% идентичной тарелки, – все эти черты создают очарование несовершенства предметов посуды в стиле рустик. Основная концепция – подчеркнуть природную, первозданную красоту. Не отшлифованную и не скрытую под слоем краски и глянца.

Такая посуда станет темой для обсуждения и привлечет внимание ваших гостей за следующим застольем.

Современная посуда в стиле рустик – ваш путь к единству с природой и гармонии за столом.

Упрочненный фарфор из коллекции «Маронье» бренда Top Art Studio



Бренд Röndell представляет своим почитателям новую дизайнерскую коллекцию посуды из литого алюминия ArtDeco



Стиль «Арт Деко» появился на свет в начале XX века и сразу захватил умы лучших художников, скульпторов, архитекторов, модельеров. Впоследствии дизайнеры не раз обращались к этому стилю, но воплотить его в сфере кухонной посуды решались лишь самые смелые. Именно благодаря им на свет появилась коллекция ArtDeco от Röndell, отмеченная престижной международной наградой Kitchen Innovation 2020 (Германия) за инновации и дизайн. Эта посуда покоряет с первого взгляда! Но дело, разумеется, не только в дизайне. Все предметы коллекции ArtDeco, изготовленные из литого алюминия, имеют внутреннее надежное антипригарное трехслойное покрытие TriTitan, которое не только дарит особый комфорт в процессе приготовления блюд, но еще и дает возможность использовать металлические лопатки. Нельзя не сказать и о ненагреваемых бакелитовых ручках посуды с покрытием Soft Touch: прихватки вам больше просто не понадобятся!



Награды и достижения

2020 год

Коллекция посуды ArtDeco получила престижную награду в рамках международного конкурса промышленного дизайна Kitchen Innovation of the Year 2020 в категории «Дизайн», «Функциональность» и «Технологии».

www.rondell.ru



Плюс посуда

Смягчение и снятие ограничительных мер в связи с распространением коронавирусной инфекции будет значительно растянуто во времени. И вот тут возникает вопрос о выживаемости различных видов бизнеса, входящих в сегмент интерьерной и бытовой утвари, одной из важнейших статей которой является группа посудной утвари, гаджеты, аксессуары, а также предметы сервировки.

РЕАЛЬНОСТЬ

Как быть тем, кто потерял или продолжает терять заказы, вынужден нарушать режимы поставок, не может обслуживать клиентов розничных сетей и узкоспециализированных точек продаж?

У представителей посудного бизнеса нередко возникает вопрос: а нужно ли продолжать сохранять посудное направление или перейти в другой, более актуальный товарный сегмент, где количество продаж сохраняется на высоком уровне?

Посуда, с одной стороны, всегда была непростым товаром, хотя потребность в ней сохраняется на протяжении всей истории развития рынка. С другой стороны, если детально разбираться в этом вопросе, то посуда является таким же товаром, как и многие другие изделия, выпускаемые отечественными или зарубежными производителями, и механизм попадания посуды на торговую полку и ее дальнейшая реализация вполне стандартен. Спрос на посуду обеспечивается как минимум 45 основными потребностями, и этого вполне достаточно, чтобы не покидать уже занятую и разработанную товарную нишу на рынке. Лучше переключиться на новый режим работы, пересмотреть ассортиментную матрицу и оптимизировать ценовую политику.

ВОЗМОЖНОСТЬ

Сегодня стоит задуматься о совмещении посуды с другими группами реализуемых товаров. Этот вопрос весьма актуален, поскольку отдельно продавать посуду в период финансовой нестабильности трудно.

Но готовить без посуды невозможно. Поэтому вполне уместно расширить ассортимент ряда продуктовых магазинов шаговой доступности посудным ассортиментом.

Необходимо просчитать объем возможной реализации, а еще желательно предварительно оповестить потенциальных покупателей о введении в ассортимент магазина новых



непродовольственных позиций. Возможно, поставщику посуды придется вначале отдавать товар на реализацию... Но стоит понимать, что ставка на товары хозяйственной группы будет смещена в сторону продовольственных товаров. И пока специализированные магазины функционируют в усеченном формате, небольшие магазины у дома могут взять на себя совместную функцию точек продаж сопутствующих товаров.

Здесь возникает интересная возможность слияния посудного сектора и мебельного кухонного сегмента. Этим актуальным вопросом занялись и выставки.

В этом году на крупнейшей в России и странах СНГ международной выставке «Мебель-2020» в павильоне «Форум» будет представлена экспозиция Салона Kitchen Space. Новая редакция традиционного Салона Kitchen – это больше, чем просто кухонная мебель, столы и стулья, это – пространство кухни. Все, что связано с дизайном кухонного пространства, уютом, приготовлением пищи и общением, находит свое воплощение в Салоне Kitchen Space.

Тематика Салона Kitchen Space: кухонная мебель, столы, стулья, бытовая и встраиваемая техника, посуда, столовые приборы, текстиль, светильники, кухонная сантехника, столешницы, а также технологии, дизайн и услуги. Предлагается онлайн- и офлайн-продвижение и разные формы участия.

Еще один инструмент: коллаборация стильных изделий в дизайнерскую нишу. Знакомство и имя дизай-

нера привлечет внимание именно к вашим изделиям.

ОГРАНИЧЕНИЯ И РАЗМЫШЛЕНИЯ

Но могут возникнуть другие вопросы, например, выгодно ли магазину размещать на своих полках дополнительный ассортимент и тем самым потенциально расширять покупательский поток, который пока ограничен нормой в 1,5 м?

Если торговые помещения небольшой площади начнут открываться и будут закрываться вновь, перепрофилировать магазины шаговой доступности надобности нет. А вот если карантинные меры сохранятся на прежнем уровне или даже ужесточатся, именно такие магазины могут стать единственным кана-



лом реализации необходимой в быту продукции.

Здесь вполне уместно возникает вопрос о службе доставки, которая берет на себя ответственность привозить желаемые товары на дом. Тем более, что заказ люстры, набора посуды из стекла или керамики требует особых условий транспортировки. И покупатель непременно захочет убедиться в целостности доставленного ему товара. Посуду рискованно и неудобно заказывать курьеру, если только речь не идет о партии одноразовой продукции или типовых пластиковых кружках.

Какой сегмент рынка непродовольственных товаров наиболее прочно стоит на ногах? Какое имя дизайнера наиболее значимо и привлечет наибольший отклик?

В итоге можно сказать: или необходим тонкий расчет и тогда можно оставаться в привычном сегменте, или нужно пробовать заниматься сопутствующим товаром, или внедряться в похожий рынок. Вместе возможность позиционно выстоять повышается.



Навигатор интеллектуального капитала как инструмент анализа ресурсного потенциала компании

В период ослабления финансовой активности компаний, в связи с глобальным падением индексов по всему миру в период пандемии, вопрос о финансовых и интеллектуальных ресурсах компании встает особенно остро.

В условиях высокой волатильности рынков и усиливающейся конкуренции изменяются модели ведения бизнеса: появляются платформы (сервисы), которые быстро сводят поставщиков услуг и продуктов с большим числом потребителей при минимальных материальных активах. Принципиально важным в условиях возрастающей неопределенности и ограниченности организационных ресурсов становится понимание, как выстраивать свой бизнес на перспективу, какие ресурсы и в каком объеме потребуются для реализации избранной стратегии.

Существует множество точек зрения, но мы рассмотрим подход, который предложили Й. Руус, С. Пайк и Л. Ферстрем в книге «Интеллектуальный капитал: практика управления».

Авторы делят все ресурсы компании на две группы: традиционные (материальные и денежные ресурсы) и интеллектуальные (организационные и человеческие ресурсы). Такой подход дает представление о структуре используемых ресурсов и роли каждого в процессе создания стоимости.

Интеллектуальные ресурсы являются частью используемого капитала компании, в современных реалиях он становится стратегически важным активом.

Процесс управления интеллектуальным ресурсом организации сводится к управлению трансформацией одних ресурсов, создающих стоимость, в другие. Для наглядной демонстрации трансформации ресурсов авторы предлагают использовать особый инструмент – Навигатор интеллектуального капитала (НИК). НИК отображает трансформацию одних ресурсов в другие и позволяет выстроить логическую схему распределения ресурсов в организации.

Существует определенный алгоритм анализа ресурсной базы компании, построения НИК и его применения.

На первом этапе рассматривается ресурсный портфель компании, то есть ресурсы, которыми она уже владеет и к которым она может иметь доступ. Строится «дерево ресурсов», которое подразделяется на пять категорий ресурсов – денежные, материальные, организационные, человеческие и отношенческие. Все ресурсы взвешиваются по критерию способности создавать стоимость. То есть менеджер компании самостоятельно присваивает вес всем видам ресурсов, анализируя, какая группа ресурсов играет ключевую роль в данном виде бизнеса.

Комментарий от В.В. Собко

Данная методика была применена для оценки ресурсной базы компании «Торговый ряд «Радов» (компания работает в сфере оптово-розничной торговли посудой и товарами для дома в г. Калининграде и Калининградской области). Было построено дерево ресурсов, ресурсная матрица и навигатор. Результаты анализа прокомментировал Вячеслав Собко, собственник компании: «Методика проста и наглядна. В нашем случае результаты показали, что деньги в компании генерируются организационными ресурсами. Важной оказалась трансформация «организационные ресурсы – отношенческие ресурсы – организационные ресурсы». Репутация и бренд являются основными факторами развития связей с внешней средой, то есть средства, вкладываемые в позиционирование и повышение узнаваемости бренда, себя оправдывают. Репутация нашей компании (организационные ресурсы) позволяет привлекать новых клиентов и укреплять отношения с существующими клиентами (отношенческие ресурсы), отзывы и рекомендации которых еще больше укрепляют бренд «Радов» (организационные ресурсы). Это особенно важно в текущей ситуации на рынке – ограниченности свободных денежных средств у больших слоев населения. В такой ситуации люди готовы покупать товары не первой необходимости (в нашем случае посуду) только в том случае, если они уверены в репутации магазина, в качестве товаров, в полезной консультации, в позитивной коммуникации с компанией в целом и в точке продаж в частности. Мы всегда уделяли этому большое внимание и в дальнейшем будем усиливать работу в этом направлении. Модель достаточно точно показала наше текущее состояние и помогла определить инструменты для дальнейшего укрепления позиций компании на рынке».

Например, денежные ресурсы включают в себя не только денежные средства, но также инвестиции, дебиторскую и кредиторскую задолженность, кредитные рейтинги, кредитоспособность, уверенность в поступлении доходов, использование финансовых инструментов и т.д.

Материальные ресурсы – это оборудование, здания и сооружения, земля, товарно-материальные ценности, а также связанные с осязаемыми материальными ресурсами нематериальные ресурсы (расположение, производственная гибкость, качество складских запасов и т.д.).

Человеческие ресурсы включают в себя контракты с работниками, документированные регламенты их умений и навыков, образование персонала, компетентность, отношение к работе, обучение работников, профессиональные навыки, личные связи, отношение работников к компании, интеллектуальную гибкость и т.п.

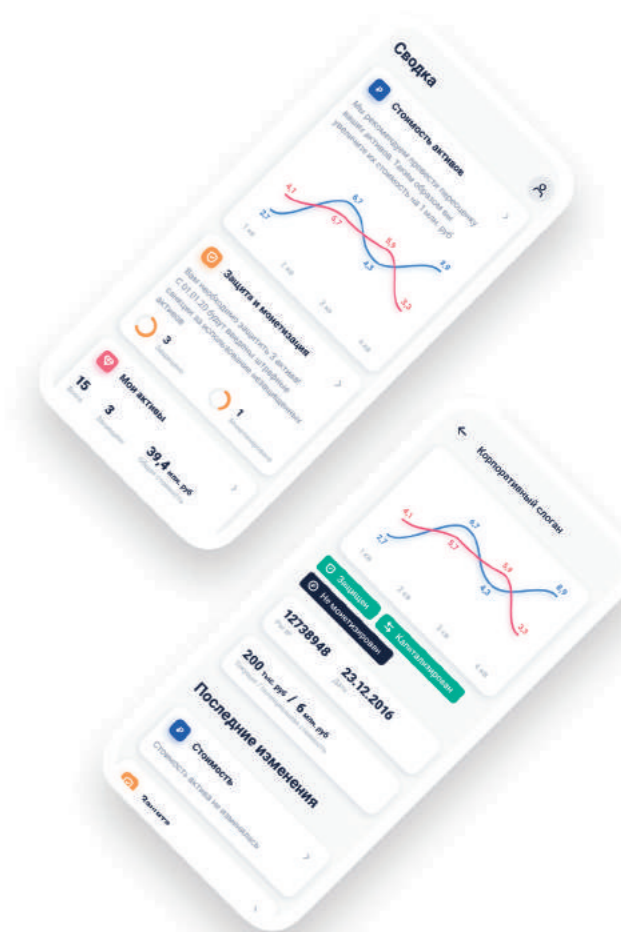
Отношенческие ресурсы подразумевают отношения с кредиторами, клиентами, конкурентами, поставщиками, посредниками, представителями, финансовыми институтами, властью, общественностью, СМИ, стратегическими партнерами, а также неосозаемую часть блока отношений: лояльность клиентов, нагрузку регулирующих органов на бизнес, уровень конкуренции и т.п.

Организационные ресурсы представляют собой портфель брендов и интеллектуальную собственность, которыми владеет компания (портфель патентов, авторские права), формализованные процессы, системы, организационные структуры, информацию, организационную культуру, эффективность разработок и т.д.

Пример построенного дерева ресурсов представлен на рис. 1.



На втором этапе формируется ресурсная матрица, которая строится на основании дерева ресурсов (табл. 1). Сущность этапа заключается во взвешивании ресурсных трансформаций в каждой строке путем распределения между ними общих 100 баллов. Оценке подлежит именно важность трансформации одного ресурса в другой. Например, трансформация денежных ресурсов (строка) в



материальные (столбец) может выражаться в закупке товара, трансформация денежных ресурсов в отношенческие – путем приобретения и установки CRM-программы для поддержания отношений с клиентами. Процесс оценки осуществляется с помощью ответа на вопрос: «Каково относительное влияние этой трансформации на создание ценности в организации?» Речь идет не о том, насколько велика трансформация, а о том, насколько она значима, – это очень серьезное различие, поскольку небольшая трансформация может быть очень важной (например, появление принципиально новой идеи после разговора с потребителем). В то же время масштабные трансформации могут не иметь большого значения (например, внесение арендной платы за офис крупной организации, расположенный в деловом центре). Трансформации могут быть нулевыми, в таком случае трансформация для компании несущественна. Можно начинать заполнение матрицы именно с тех трансформаций, которые либо несущественны, либо не оказывают на процесс создания ценности никакого влияния.

Третий этап подразумевает нормирование данных ресурсной матрицы. Вес каждой ячейки матрицы корректируется в зависимости от общего веса группы ресурсов,

Рис. 1. Ресурсное дерево с обозначенными для каждой группы ресурсов весами

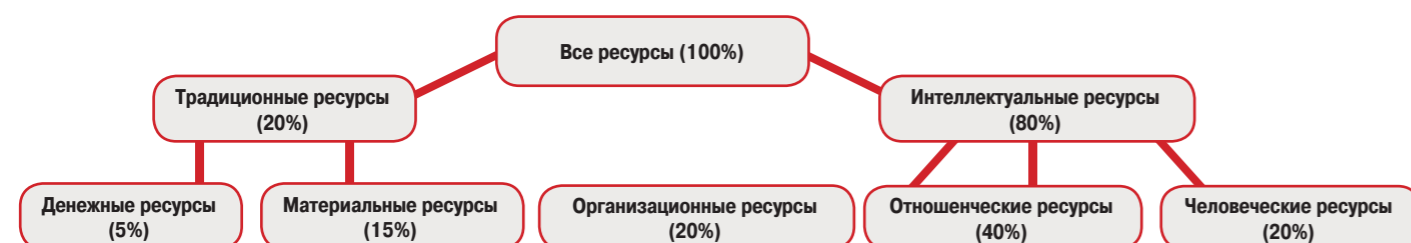


Таблица 1. Ресурсная матрица

Вес ресурса		Денежные	Материальные	Отношенческие	Организационные	Человеческие
5%	Денежные	30	22	18	26	4
15%	Материальные	32	15	25	23	5
20%	Отношенческие	10	7,5	26	30	26,5
40%	Организационные	18,5	23	20,5	31,5	6,75
20%	Человеческие	5	15,5	10,5	26,5	42,5



Таблица 2. Нормированная ресурсная матрица

Вес ресурса		Денежные	Материальные	Отношенческие	Организационные	Человеческие
5%	Денежные	1,5	1,1	0,9	1,3	0,2
15%	Материальные	4,8	2,3	3,8	3,5	0,8
20%	Отношенческие	2	1,5	5,2	6	5,3
40%	Организационные	7,4	9,2	8,2	12,5	2,7
20%	Человеческие	1	3,1	2,1	5,3	8,5

который был обозначен еще на этапе построения ресурсного дерева. То есть общий вес группы ресурсов умножается на каждое значение строки в таблице (табл. 2).

Далее начинается построение результатов матрицы в графическом виде. В нормированной ресурсной матрице выделяются наиболее значимые трансформации (они имеют наибольшие числовые значения). Выбирается такое количество трансформаций, сумма значений которых равна 70. В рассматриваемом примере это десять трансформаций со значениями 12,5; 9,2; 8,5; 8,2; 7,4; 6; 5,3; 5,3; 5,2; 4,8. Сумма значений равна 72,4. При построении НИК ресурсы обозначаются кругами, а трансформации – стрелками (рис. 2). Причем площади кругов пропорциональны весам ресурсов, присвоенным на этапе построения ресурсного дерева, а ширина стрелок – весам трансформаций, выбранных в нормированной ресурсной матрице. В рассматриваемом примере были выбраны 10 трансформаций из матрицы, поэтому стрелок на графике также 10.

Навигатор интеллектуального капитала позволяет лучше почувствовать то, что на самом деле происходит в организации.

Так, в рассматриваемом примере можно сделать вывод, что деньги в организации генерируются в основном организационными ресурсами, что может подкрепляться репутацией компании и/или брендом. Важнейшей является трансформация организационных ресурсов в организационные. Такая ситуация может возникать в компаниях, где системы и процессы генерируют продукты интеллектуальной собственности. Весьма важной является трансформация «организационные ресурсы – отношенческие ресурсы – организационные ресурсы». Эта трансформация может выстраиваться за счет привлечения потока новых клиентов и укрепления

лояльности существующих, выстраивания отношений с клиентами за счет существующего бренда и репутации. Подкрепление человеческих ресурсов происходит благодаря обучению и повышению квалификации персонала на основании уже имеющихся компетенций.

Таким образом, Навигатор интеллектуального капитала – универсальный инструмент анализа ресурсной базы и процесса создания ценности в любой компании. Применение таких инструментов, как построение дерева ресурсов и Навигатора интеллектуального капитала, является весьма эффективным и при формировании компанией своего стратегического намерения. Такой подход полагает обобщенное описание средств, при помощи которых стратегическое намерение организации должно быть реализовано, а также позволяет обосновать выбор стратегии развития.

В.В. Собко, маркетолог, специалист по стратегическому маркетингу

Рис. 2. Навигатор интеллектуального капитала



Посуда и кухонные аксессуары из натурального экологически чистого материала /бук/.

И.П. Гутаев Н. Х.

Адрес производителя:

360030, Россия, КБР, г. Нальчик,

ул. Катханова, 25

Тет.: 8 928 715-49-00

8 906 483-49-00

Тел./факс: 8 (8662) 71-03-71

E-mail: chinar-buk@mail.ru

www.chinar-buk.ru

Рекомендации для продления срока эксплуатации изделия: хранить вдали от источников тепла, не использовать в качестве подставки под горячее, природически смазывать растительным маслом.

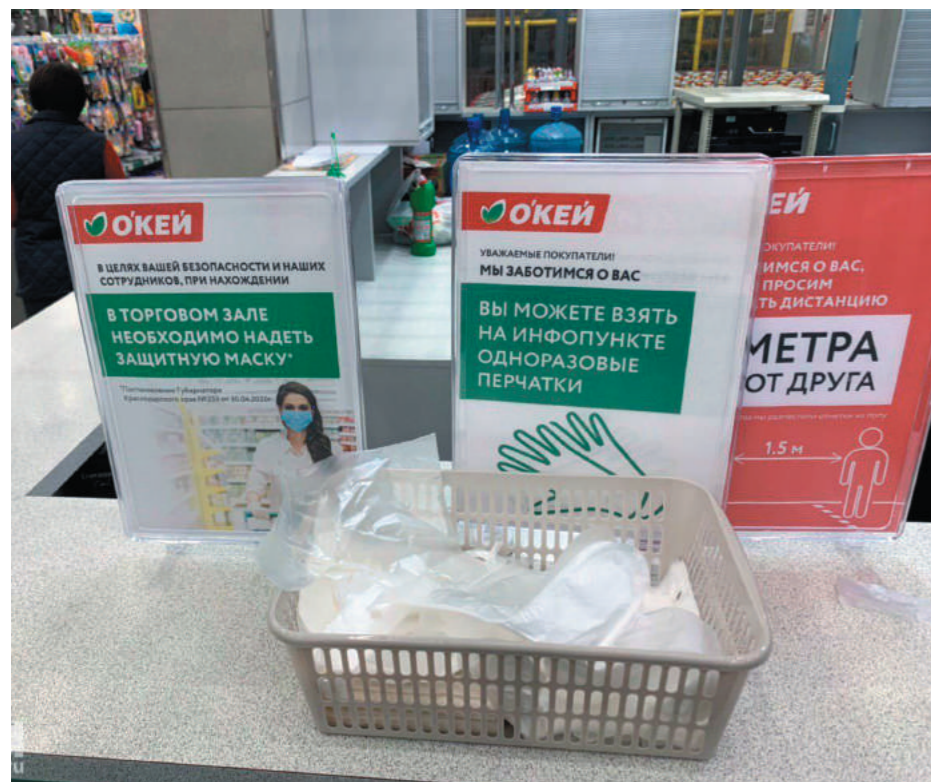
ГОСТ Р 50962-96

Товар сертифицирован.



Бизнес на этапе ослабления карантинных мер...

Для большинства компаний перспектива развития бизнеса в посудном сегменте выглядит весьма туманной и через месяц, и через две недели, и даже через три дня. Сегодня предоставить точный расчет ситуации не сможет никто. Пока понятно одно: сотрудники компаний вновь начинают приступать к своим обязанностям...



Плюс проведение обязательной санитарной обработки полок, тележек и пр. Все эти условия прописаны Роспотребнадзором РФ (в Европе и США такие меры безопасности выполняются в обязательном порядке). И не забывать о поддержании социальной дистанции. Немаловажно поставить перед входом санитайзер для дезинфекции рук и антибактериальные салфетки.

Чтобы избежать массовости около товарных полок, важно соблюдать соответствие ценников продукции, покупатель должен быть уверенным в правильности цен выложенного товара, не должен испытывать дискомфорта при выборе товара или задерживать других потребителей.

КСТАТИ, О СЕРВИСЕ

Забота о здоровье посетителя – не единственный шаг по привлечению покупателей. В конце концов, этой весной маска и перчатки стали обязательным атрибутом человека, входящего в помещение магазина и

САМОЕ ГЛАВНОЕ – СПОКОЙСТВИЕ

Нередко покупатель приходит в магазин не только за покупкой, он приходит для самоутверждения, получения удовольствия, принятия окончательного решения о приобретении нужного товара. В момент встречи с потенциальным покупателем нужно не потерять его, а максимально ненавязчиво убедить в необходимости покупки.

Поэтому сегодня особенно важно, на этапе снижения карантинных мер, чтобы конечные потребители чувствовали себя в безопасности и ощущали заботу магазина о своем здоровье и своих интересах! Добиться этого не просто, но необходимо. Магазины должны позаботиться об обеспечении персонала и покупателей масками, перчатками.



Департамент
экономического развития
и торговли Ивановской Области

Вниманию предпринимателей сферы торговли!



На входе в объект торговли необходимо разместить плакат о соблюдении посетителями масочного режима

городской транспорт. Сегодня важно порадовать покупателя интересной ценой и привлекательной обстановкой внутри магазина.

Снизить время контакта с представителем магазина можно за счет специально подготовленных информационных листов, на которых четко

указаны назначение и преимущества той или иной посуды. При наличии видеоаппаратуры можно запустить ролик, демонстрирующий мастер-класс и показывающий предлагаемую посуду в действии.

Рассчитывать на посещение магазинов покупателями с детьми не придется, вряд ли сейчас можно будет встретить таких отчаянных родителей. Поэтому обращаться стоит исключительно к взрослой аудитории. Больше конкретики и понятного. В частности, выделение зон новинок, зон акционных товаров, четкое разделение кухонной и столовой утвари на полках, но в то же время соблюдение современной сервировки (с учетом кухонной утвари на столе) на специальных витринных столах. Единый стиль и структурирование по назначению, материалам и ценовому уровню дает возможность посетителю чувствовать себя в торговом зале уверенно. И это способствует потенциальным покупкам.

РАССТАЕМСЯ СОВСЕМ НЕНАДОЛГО

Покупатель после оформления покупки должен хотеть вернуться за покупкой вновь не только по причине удобного территориального расположения магазина, но и в силу понравившегося обслуживания. Поэтому на выходе подарите ему некое эмоциональное вознаграждение за то, что он совершил покупку именно здесь: фирменный пакет, надувной шарик, возможность оставить мнение или свой автограф, тележку до автомобиля (если это возможно), баннер с жизнеутверждающей информацией, фото на память, информационный листок, напоминающий о скидках, и пр. Все это создает почву для рождения лояльного покупателя, который предпочтет данный магазин другой торговой точке. И, следовательно, расставание будет недолгим. Уже очень скоро здесь произойдет новая встреча с интересной продукцией, вежливым и неназойливым персоналом.

Пусть перечисленные нехитрые рекомендации помогут всем, кто заботится о своем деле, старается сохранить занятую нишу, несмотря на внезапно свалившуюся беду. Берегите себя и свой бизнес! Для РОЗНИЦЫ! Встречаем по одежке, а провожаем по уму...



Какая посуда актуальна в постCOVID-ный период?

В России с 12 мая начался поэтапный выход из режима вынужденных ограничений, объявленных по причине массового распространения коронавируса (COVID-19). Постепенно (в зависимости от региона) открываются заведения общественного питания и хозяйственные магазины, правда со строжайшими требованиями к масочно-перчаточному дресс-коду и регулярной дезинфекцией всех поверхностей.



Какая посуда актуальна в постCOVID-ный период? Пессимисты скажут – никакая, а оптимисты говорят: «Главное – правильно рассчитать объемы, потребность и цену».

В данном случае влияние на продажи хозяйственно-бытовых товаров посудной утвари в наибольшей степени будут оказывать два противоположных типа современных потребителей. Первая группа – игнорирующая или не придающая значения вирусной инфекции. Вторая группа – приверженцы всех проводимых мер защиты, включая утомительную

самоизоляции. Особняком стоят финансово обеспеченные граждане, которые продолжают жить обычной для себя жизнью.

Если заработает общепит, то посуда понадобится. В данном случае речь идет о недорогой износостойкой столовой утвари, в частности тарелках, блюдах, блюдцах, салатниках, а также питьевом стекле. Повышенная прочность фарфоровой утвари позволяет максимально долго удерживать сервировочный ряд и оправдывает вложения ресторатора. Не стойкая к сколам, трещинам керамика

Сегодня покупатель при выборе посуды будет ориентироваться не только на функциональные и практические качества. Главное – соотношение качества и цены. Дешевый сегмент не будет востребован. Экономные вообще посуду сейчас покупать не будут. Потребитель хочет покупать качественный товар, ведь «скупой платит дважды». Интересен и дизайн, и материал и цвет. В настоящее время в моде терракотовые оттенки, оранжевый цвет, цвета природной зелени, а также серые, синие и голубые оттенки. Что касается материала, то в сервировочной группе для дома сохраняют популярность стекло и керамика. В группе кухонной посуды – нержавеющая и эмалированная сталь, посуда из алюминия с антипригарным покрытием.

вынуждает своего владельца постоянно обновлять значительную часть сервировки, что невыгодно.

При этом высока вероятность роста спроса на одноразовую посуду, которая в условиях повышенных санитарных требований может прекрасно заменить многоразовую посуду. Однако стоимость обслуживания заведения достойного уровня в силу применения одноразовой посуды может возрасти по причине того, что ресторан не станет предлагать самый дешевый вариант одноразовой посуды. А как известно, качественная одноразовая посуда относится не к самому низкому ценовому сегменту.

Одновременно с «размораживанием» ресторанного сектора сохранится и даже возрастет интерес к домашней кухне (этому поспособствует общее ослабление карантинных мер). Многие продолжат готовить в домашних условиях. Уже стало привычно и модно готовить изыски в домашних условиях и удивлять близких и знакомых. И здесь может оказаться в почете посуда как для приготовления блюд, так и для сервировки стола.

Современные хозяйки в силу вынужденных обстоятельств получили дополнительную возможность



уделять больше времени завтракам, ужинам и обедам. В том числе освобождают различные экзотические или редкие блюда, для приготовления которых требуется соответствующая посуда. Поэтому современным мамам и продвинутым домохозяйкам представляется прекрасная возможность обновить свой кухонный посудный ассортимент.

Надо признать, что даже после полного завершения вынужденных «карантинных каникул» многие жители еще долго не рискнут подвергать свою жизнь риску заражения (посещая места массовых скопления людей), и в силу этого можно с высокой вероятностью утверждать, что посуда для дома будет востребована.

Но это не все. Между двух секторов – HoReCa и Home – появляется вполне заметная прослойка потребителей, предпочитающих домашнюю еду, приготовленную вне дома.



Сегодня приобретателей еды навынос или с доставкой на дом становится все больше. Не имея возможности посетить ресторан или кафе,

многие люди устраиваются поудобнее у себя дома и накрывают стол в соответствии с заказанными блюдами, не утомляя себя стоянием у плиты. Все готовые блюда доставляются до двери в одноразовых боксах.

Как ни странно, но пандемия и последующая за ней самоизоляция привели к появлению спроса на изделия сервировки, которые прежде рассматривались покупателем без особого энтузиазма.

Это три основные группы:

- посуда HoReCa из износостойкого материала либо одноразовая посуда из высококачественного пластика и бумаги;
- домашняя кухонная утварь, позволяющая приготовить новое редкое блюдо;
- всевозможные ланч-боксы, включая термобоксы и контейнеры для жидких блюд (супы, соусы, приправы).

Следовательно, в первую очередь востребованными будут контейнеры для переноски холодных, горячих и жидких блюд, включая термоконтейнеры, сохраняющие длительное время температуру своих блюд. Что касается одноразовой и многоразовой посуды для обслуживания заведений, входящих в сегмент HoReCa, то здесь спрос разделится поровну. Другими словами, одноразовая и многоразовая посуда будут востребованы примерно в равных объемах. При этом ресторатор будет в первую очередь обращать внимание на стойкость керамики и фарфора к сколам, а также на экологическую безопасность одноразовой посуды.



Лето-2020

Лето, по словам метеорологов, будет жарким и эмоциональным. Ситуация с пандемией не только нарушила планы бизнесменов, но и изменила предпочтения потребителей.

Жизнь идет вперед, все восстанавливается. Открылись магазины, розница начинает продавать непродовольственные товары. Каким будет этот период – сказать трудно.

Стоит заметить, что в начальный период пандемии, когда на ажиотаже покупались продукты и пресловутая туалетная бумага, о сопутствующих товарах никто и не помышлял. В мае, по словам маркетологов сетей, стали востребованы не только продукты питания, но и посуда, текстиль – словом, то, что предлагалось в сетях. Люди соскучились по покупкам. Стали много готовить дома, понадобилось то, что ранее покупать не было необходимо.

Возникла потребность в хозяйственной утвари и посудных принадлежностях, в частности новых сковородах, кастрюлях из нержавеющей стали с покрытием и без, керамической посуде для приготовления пищи, ножах, скатертях, – том небольшом ассортименте, который продавался в продуктовых сетях. Жаропрочная керамика не только хороша для приготовления полезной еды, но и отлично смотрится при подаче, в качестве сервировочных блюд.



Традиционно посуда из пластика востребована не только любителями пикников, но и ресторанами, и фаст-фуд-кафе, вынужденными работать навынос. Так что компании, занимающиеся одноразовой посудой, «проживают» этот период с лучшими финансовыми показателями.



Можно предположить, что традиционно летом покупатели заинтересуются различными кухонными посудными изделиями и инструментами из нержавеющей стали, в частности ножами, шампурами, мисками и кастрюлями из нержавеющей стали. В такой посуде удобно готовить разнообразные блюда, а также хранить ингредиенты. Она устойчива к царапинам, ударам и трещинам (к сожалению, не каждый пластик способен выдерживать нагрузки при падении). Кстати, в числе востребованной продукции непременно окажутся изделия из поликарбоната – синтетического материала (пластика), обладающего повышенными прочностными характеристиками. Многие изделия из поликарбоната относятся к категории пищевых.

В последние годы главным трендом является ЗОЖ. В России стали популярны термобутылки для воды и напитков. Они предлагаются разные – от дешевых пластиковых бутылок до стекла с ионами. Персональные бутылки возникли как альтернатива небольшим пластиковым емкостям, которые покупались многие годы. Здесь подразумевается не только экономия финансовых средств, но и защита окружающей среды.



При правильной подаче информации (рекламе) потребители заинтересуются посудой из стекла, из эмалированной стали (ретростиль сегодня в тренде. – Ред.) и других материалов. Дело в том, что в условиях длительной изоляции хочется окружить себя красивыми предметами, которые могут передавать состояние спокойствия и стабильности своему владельцу. В этом году в моде кобальтовые оттенки, палитра спокойствия и умиротворенности, которая необходима в этом году.

Упомянув о ретротренде, хочется вспомнить советские сифоны. Сейчас они, конечно, сменили форму и цвет, стали не такими «кондовыми», как их ранние собратья. Сейчас над конструкцией посуды трудятся именитые дизайнеры. Сифоны также ежегодно пользуются спросом в летние месяцы. Надеемся, этот год не будет исключением. Тем более, что, находясь в онлайн-

режиме, рестораны активно продвигали приготовление коктейлей в домашних условиях и доставляли ингредиенты на дом.



Любителям патио на природе понравятся модные диспенсеры для напитков. Они продаются разных размеров, форм, с краниками. В необъятных просторах Интернета можно найти много «лимонадников». Их можно использовать как для безалкогольных напитков, так и для домашних вин. Они предлагаются по цене от 2000 руб. и более (в зависимости от продавца и магазина). Для стильной подачи напитков на природе, даче, пикнике можно запастись охладителями вина. Обычно охладитель представляет собой чехол с гелем внутри. Заблаговременно он кладется в морозильную камеру, а при подаче шампанского, например, бутылка ставится в чехол, таким образом охлаждая и удерживая температуру напитка.



Какая еще посуда может быть востребована летом? Очевидно, что емкости для хранения и консервирования. Все понимают, что летний отпуск придется проводить вблизи от места своего проживания, а именно на дачных участках. Многие вспомнят походы за грибами, ягодами и искусство консервирования, будут заниматься переработкой (сушкой, соленьем, приготовлений варений и пр.). Так что стеклянные банки, а также контейнеры из дерева для хранения высушенных трав, грибов и ягод, пластиковые и иные емкости (для различных хозяйственных, огородных и бытовых целей) тоже не будут обделены вниманием потребителей.

Далее, как ни странно, будет востребована посуда для поездок. В частности, контейнеры для жидких, горячих и холодных блюд, фруктов, овощей и пр. Казалось бы, поездки в это лето предусматривают мало людей, но сохраняются пешие и велосипедные прогулки и, что очень важно, сохраняется высокая опасность заражения в местах общественного питания (если такие точки вообще будут открыты). Поэтому люди, скорее всего, будут брать с собой на природу приготовленные дома бутерброды, чай, сок, а вполне возможно, и полноценные обеды.



Таким образом, уже сегодня становится ясно, что, несмотря на традиционный сезонный спад покупательского интереса ко многим категориям посуды, не весь ассортимент посудных изделий будет игнорирован покупателем. И даже профилактические меры, направленные на преодоление эпидемии, не станут всеобщим ограничивающим фактором. Скорее даже наоборот, новые условия жизни указывают на возникновение потребностей в посуде, помогающей правильно питаться в условиях сдерживания вирусной инфекции.





Овальный стиль

Серия **Aurora** от Pasabahce включает в свой ассортимент много изделий, от тарелок до салатников и блюд на ножке. Для расширения любимой и популярной коллекции дизайнеры компании Pasabahce дополнили ассортимент тарелкой овальной формы. Эти блюда не только украшают стол, но и позволяют рационально использовать его полезную площадь. Теперь хозяйка сможет удивлять своих гостей новыми сервировками.

Доступно на складе, произведено в России.

www.pasabahce.com/ru

Режем и не обрезаемся!

Насадка на палец от **Chef's Thumb** прекрасно защищает руки от порезов и позволяет без всяческих опасений за здоровье нарезать продукты тоненькими дольками так, что все выглядит очень привлекательно!

www.chefstthumb.com



Разумная парочка!

Термокружка и складной стакан от **Dexas**, прекрасно дополняя друг друга, станут верными спутниками спортсменов, любителей туристических походов и тех, кто любит длительные прогулки на свежем воздухе.

www.dexas.com



Все за остреньким!

Заточка ножа – дело не хитрое, но требующее мастерства. Если, конечно, речь идет о правильной заточке, после которой нож превращается поистине в волшебный инструмент! И вот здесь нам на помощь приходит заточка от **Brod & Taylor**, способная доказать – каждый человек может без труда творить чудеса... со своим ножом.

www.brodandtaylor.com





Вареники любят все!

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

www.chefn.com

Это так удобно!

Многообразие инструментов от **Trudeau** способно удовлетворить самого взыскательного покупателя. Их важнейшие качества – удобство, привлекательность и даже способность вызывать здоровый аппетит – уже давно известны в ряде зарубежных стран. Пора и нам познакомиться с этими первоклассными аксессуарами!

www.trudeaucorp.com



Раз дощечка, два дощечка!

Важность разделочной доски трудно переоценить. Именно поэтому данный важнейший аксессуар должен быть предельно удобным и терпимым к воздействию ножей и влаги. Доски от **J.K. Adams Co** отвечают данным требованиям на все 100%. Кроме того, они стильно смотрятся в кухонной зоне.

www.jkadams.com



Соблазнительно и удобно!

Какая кухня без сковороды?! Но для современной кухни и сковорода должна быть соответствующая! **Art & Cuisine** постаралась создать сковороду, отвечающую всем требованиям современной жизни! Первоклассное стойкое антипригарное покрытие, высокие стенки,

оригинальное цветовое решение и превосходный дизайн, отстегивающиеся эргономичные ручки для оптимального хранения – так и хочется взять такую посуду в руки и приготовить что-нибудь... самое вкусное!

www.artcuisineusa.com



Kukmara®

Сделано в России

Основан в 1950



*Посуда
на все времена!*

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

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

vk.com/kukmara

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

facebook.com/tmkukmara

youtube/user/TMKukmara

