

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2023-4

COLOR
BOOM!
collection

Новости

Выставки

Анализ и прогноз

Ритейл

Наш рынок

Немного
истории



Wilmax
ENGLAND

borcam

by *Pasabahçe*

Вдохновлены
ГОТОВИТЬ?

Borcam
всегда рядом!

Форма Borcam для запекания
с крышкой, прямоугольная.

ŞİŞECAM

pasabahce.com/ru
📱📺📷 /pasabahcerussia



Обложка предоставлена
компанией WILMAX

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ
Посуда

2023-4

8 Слово редактора

14 Новости



Производители

56 «Горница». Преимущества жаровни

58 От призвания к признанию



Выставки

60 Таблица выставок

62 Участвовать или пропускать?



Анализ и прогноз

68 Посудный сегмент на пороге осени



Розница

72 Ритейл. Ситуация на торговой полке

77 Коллекция Weiser – инновационный подход к кулинарному искусству



НОВИНКА 2023 ГОДА
от производственной
компании «ТИМА»

НАБОР ГИБКИХ РАЗДЕЛОЧНЫХ ДОСОК
С ПОДСТАВКОЙ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ



Не впитывают влагу,
удобно мыть

Не тупят металлические
и керамические ножи

Гибкие, удобно высыпать
нарезанные продукты

Износостойкие



Производитель ООО «ТИМА» Адрес: Россия 601623, Владимирская обл., Александровский р-он.,
п. Красное Пламя, ул. Центральная 72, тел.+7 (49244) 7-23-99

WWW.TIMA-POSUDA.RU



Наш рынок

78 Стекланный дом России



Немного истории

80 Почему Китай?



Подписка-2023

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

Подписка открыта для всех желающих, проживающих на территории РФ, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья. Подписка осуществляется на сайте журнала: www.posudainfo.ru. 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.

Маркетологу на заметку

83 Для тех, кто любит погорячее!



86 Разделочные доски

88 Дуршлаг, как много в этом слове...



90 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

На правах рекламы

posudainfo.ru

appetite



Эмалированная посуда ТМ Appetite.
Готовить - значит творить!

Эксклюзивно в ООО «Пилот МС»
тел.: +7 (495) 231-24-44, 660-61-92



pilotms.ru





УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ НОМЕРА!

Прочитано несметное количество текстов, проанализировано множество диаграмм и статей... Что же? Главное то, что, несмотря на сложность и тревожность текущего момента, на скачки доллара, рынок существует, рынок развивается по тем канонам, которые ему предлагает жизнь!

На протяжении многих лет журнал сотрудничает с ведущими игроками рынка посуды и от них питается той актуальной информацией, которой охотно делится с вами, дорогие читатели журнала «Посуда».

Что мы узнали в этот раз? Да, был сезонный спад, просели некоторые товарные группы, больше потребителей переключились на доступные по цене товары. Это было ожидаемо, многие компании были подготовлены и не понесли убытков. Из других новостей: лето добавило на рынок поставщиков, с которыми предстоит работать.

Достаточно активно развивается рынок эмалированной посуды. Ведущий игрок рынка, ПАО «ЛЗЭП», успешно конкурирует по многим посудным позициям с китайскими производителями, отмечая в этом году юбилей своего предприятия. В этом году 11 лет предприятию «Камская посуда». Вся деятельность предприятия связана с изготовлением чугунной посуды. ООО «Эмаль» радо представить своим почитателям новые дизайны своей кухонной посуды. Среди них цилиндрические наборы «Сервиз», «Пушинки», «Майское утро» и т.д. «Кукморский завод Металлопосуды» презентовал розовые мотивы в линейке Trendy. «ОСЗ» презентовал линейку детской посуды. Компания WILMAX выпустила коллекцию, вдохновленную португальским рисунком азулежу. Традиционно в компании Pasabahce коллекция Timeless пополнилась новыми сериями посуды, «ОСЗ» дополнил коллекцию кружек Flashy Colors под TM Luminarc. Несмотря на сложность момента, наши прилавки пополняются продукцией польского завода Smielow. Он предложил российскому потребителю новую коллекцию Oktawa, от известного художника Мариуша Волиньского.

Многие новинки будут представлены на очередной осенней выставке HouseHold Expo осень 2023 года.

Конечно, дистрибьюторы стараются предложить рынку интересные новинки, и это им удается. Но у них история успеха немного хуже, ведь им приходится выживать в непростых условиях нестабильного курса рубля и снижения потребительского спроса, особенно в летний период. Тем, несомненно, выше похвала дистрибьюторам, ежегодно пополняющим свой ассортиментный портфель новыми марками. Например, компания FineDesignGroup поможет накрыть стол в стиле прованс: коллекция In the Village от бренда Liberty Jones; в магазине Vazaro появилась керамическая посуда ручной работы от итальянского бренда Edelweiss. А WALMER обновил свою линию термосов и дорожных кружек.

«Элан Галерея» привезла интересные новинки, TM GEFU представила практичную новинку Savoro. Новинку от Anna Lafarg Emily – коллекцию из костяного фарфора «Изумруд» можно купить на сайте компании.

Компания «Пилот МС» пополнила свой ассортиментный ряд высококачественной продукцией.

Извините, кого я не упомянула! К сожалению, ограничение рамки типового листа не дает размахнуться – «королевство маловато!» Тем важнее прочитать внимательно весь журнал и, надеюсь, вам будет интересно!

Читайте, пишите, критикуйте, подмечайте, хвалите, делитесь своей актуальной информацией!

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, Женья Максимова, Алексей Усачев, Анна Коньшина, Алексей Трембицкий.
 Перевод: Мария Ковшова.
 Дизайн и верстка: Алексей Барсуков.

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

www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере:*

- ПЛАСТИКОВЫЙ БУМ**
- СОВЕТЫ МАРКЕТОЛОГАМ**
- КТО И КУДА ПОВЕЗЕТ**
- НОВИНКИ С ВЫСТАВКИ**
- ПЕРСПЕКТИВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ**

*Возможны изменения



Блинные сковороды

Блинные сковороды NÁDOBA выполнены из высококачественного алюминия с использованием прочного многослойного антипригарного покрытия, которое гарантирует долгий срок службы изделий. Индукционное дно сковород обеспечивает быстрый и равномерный нагрев по всей поверхности посуды, а также позволяет использовать сковороды со всеми типами варочных поверхностей, включая индукционные.

NÁDOBA

HouseHold Expo, ЦВК «Экспоцентр», павильон 2, зал 2, стенд 22D201
www.nadoba.eu

Всем салат!

Каждый летний сезон бренд WALMER выпускает новые «овощные» гаджеты. Вот и сейчас подросла целая серия.

WALMER
БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ПОСУДА

HOME CHEF Home Chef – коллекция WALMER, создаваемая конструкторами бренда в соавторстве с профессиональными поварами. Задача каждого гаджета, разрабатываемого этим тандемом, – позволить вам готовить дома на уровне ресторана. В этот раз к сезону спелых овощей и подготовки закаток бренд предлагает обратить внимание на следующие модели: овощерезку-декоратор, мелкую терку с контейнером и мерной шкалой, универсальную терку с контейнером и на две мультирезки.



ТЕРКИ WALMER HOME CHEF

Среди новинок две модели терок. Первая – это небольшая терка с контейнером, дающая мелкую стружку. У этой терки компактный размер, она позволяет измельчать продукты на весу. На контейнере терки есть мерная шкала. Полезно, если вы любите готовить не на глазок, а соблюдая граммовки.

Вторая терка – это также модель с контейнером. Однако это уже не компактная, а полноценная терка со всеми привычными для классических четырехгранных моделей видами нарезки. Контейнер крепится к нижней части терки, и все измельченные продукты попадают в него. Кажется бы, незначительная деталь, но она ощутимо упрощает процесс приготовления.



ОВОЩЕРЕЗКА-ДЕКОРАТОР WALMER HOME CHEF

Эта овощерезка выглядит как большая точилка для карандашей, и, действительно, принцип работы у нее тот же. С ее помощью можно декоративно нарезать любые овощи продолговатой формы. Овощерезка выдает закрученную спиралью «розочку», которую можно использовать для украшения блюд на праздничном столе по-настоящему легко!

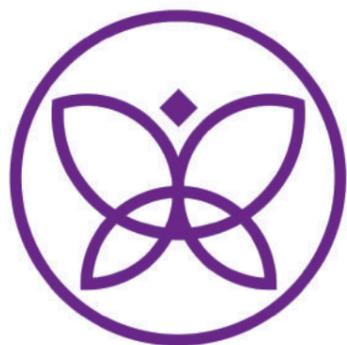


МУЛЬТИРЕЗКИ WALMER HOME CHEF

Две модели мультирезок WALMER Home Chef схожи по функционалу. С их помощью продукты можно нарезать кубиком – как крупным, так и мелким, делать брусочки разной толщины, шинковать и натирать овощи. Мультирезка WALMER Home Chef имеет пластиковый контейнер. В него попадают измельченные продукты. А вот у второй модели этот контейнер сделан из термостойкого стекла, что позволяет использовать его также и как форму для запекания в духовке. В комплекте этой модели есть также компактный дуршлаг для промывания овощей перед нарезкой и силиконовый коврик, чтобы поставить на него запеченные овощи из духовки.

Обе мультирезки совершенно незаменимы для приготовления салатов: с ними просто и быстро сделать ровную аккуратную нарезку. Кроме классических летних салатов эти мультирезки чрезвычайно удобны для приготовления оливье и винегретов.





elan gallery

Elan Gallery: уют во множестве форм



Искусство становления бренда компании Elan Gallery имеет долгую и богатую историю. Компания появилась на рынке в далеком 2004 году. История развития началась с изготовления собственных дизайнов и форм посуды. Это были утонченные фарфоровые сервизы в классическом стиле. Из года в год ассортимент расширялся, ведь потребность в стильном и удобно организованном быте набирала обороты. Изменения затронули не только ассортимент, но и логотип компании.

Обновленный логотип выполнен в минималистичном стиле и дополнен ярко выраженными контурами. Символ бабочки сохранился – теперь она располагается по центру. Как известно, бабочка олицетворяет перерождение и творческое начало. Так и наша компания – она трансформируется и улучшается, и наш новый знак призван подчеркнуть эту динамичность и стремление к постоянному развитию.

В суете современной жизни обустроить уголок спокойствия и гармонии внутри своего дома – настоящий подарок для души. Компания Elan Gallery стала проводником в мир изысканности и элегантности, предлагая клиентам уникальные коллекции. В каждом изделии прослеживается мастерство и вдохновение, любовь и преданность своему делу. Их сочетание помогает создать удивительные предметы, которые гармонично вписываются в любой интерьер. Философия компании заключается в том, что каждая деталь в доме должна отражать индивидуальность и характер его хозяев. Каждый предмет посуды – это не просто товары, а ключи, открывающие двери в мир вдохновения и уюта. Ведь дом – это не просто строение, а душа, которая отражает наши характер и настроения.

Ценности нашей компании – это качество, изысканность и забота о клиентах, что делает ее незаменимым партнером для тех, кто ценит красоту и комфорт. Именно поэтому, большой командой, мы тщательно отбираем материалы и используем инновационные технологии изготовления. Это позволяет нам быть уверенными в своих товарах и предлагать гарантии на свою продукцию.

Мы заметили, что у людей есть два противоположных желания: они хотят иметь сервиз в едином стиле или же собирать просто интересную посуду, которая может быть очень разной. Так и появилась идея серийного производства. Наш ассортимент хорошо смотрится вместе, а разноцветные серии в коллекции «Кантри» дополняют друг друга, добавляя яркости сервировке.

Наши покупатели часто пишут: когда в доме есть предметы от Elan Gallery, в нем возникает особая атмосфера тепла и уюта. И мы полностью согласны с нашими клиентами!

Мы считаем, что вещи должны быть как красивыми внешне, так и функциональными изнутри. Наш основной принцип: сделай, как для себя. И у нас это отлично получается, ведь большая часть нашей компании обустривает свой домашний уголок с использованием продукции от Elan Gallery.

Фарфоровые наборы посуды украшают кухонные столы, а чашки с особым дизайном делают утренний кофе еще более приятным. Благодаря нашим товарам каждый день становится маленьким праздником, наполняющим жизнь яркими красками. Каждая коллекция имеет свою собственную уникальную концепцию, ведь художники Elan Gallery прорисовывают ее дизайн вручную. Мы уделяем большое внимание не только деталям наших изделий, но и их упаковке. Мы верим, что красивая упаковка – это еще один способ передать свою любовь нашим покупателям.

Мы с нетерпением ждем возможности подарить нашим клиентам удивительный выбор новогодней посуды, которая станет замечательным подарком и будет радовать глаз вне зависимости от времени года.

Ежегодно мы разрабатываем что-то новое и уникальное, делая акцент на символ приближающегося года. В ожидании этого волшебного времени мы тщательно подбираем цвета, текстуры и элементы, которые придадут нашим изделиям новогоднее настроение.

Компания Elan Gallery олицетворяет собой симбиоз красоты и функциональности. Наша посуда и изделия для дома становятся неотъемлемой частью жизни людей, принося радость и уют в каждый дом. Стремление к совершенству и любовь к каждому изделию делает нашу компанию лидером в своей области и вечным вдохновением для всех любителей прекрасного.

108811, г. Москва, БЦ «Румянцево»
Тел. +7(495) 228-03-19
Сайт: <https://elangal.ru/>
E-mail: info@elangal.ru

Автор статьи: Анастасия Евсеева (специалист отдела развития, рекламы и продвижения бренда компании Elan Gallery)



Жизнь бесконечна и интересна!

Каждая серия, каждая коллекция живет своей жизнью. И эта жизнь может быть долгой или короткой, стильной или старомодной, яркой или невзрачной, актуальной или неинтересной. Всё как у людей! Жизнь изделий Timeless от турецкого бренда Pasabahce так красива и долговечна, так многогранна, что можно только мечтать! Изделия этой серии выполнены из прочного стекла, с интересной насечкой и дружат с разными напитками или десертами. Благодаря высокому качеству эти изделия могут использоваться на протяжении долгих лет, не утрачивая привлекательности и оставаясь функциональными и современными. «Вечно новые» изделия широко используются в кафе и ресторанах; их с удовольствием приобретают и для домашней сервировки стола. Они органично впишутся в любой интерьер и украсят любую кухню. В этом году компания Pasabahce расширяет эту востребованную и любимую линейку Timeless стаканами для чая 170 мл и кружками различных размеров. А в следующем году потребители увидят наборы с блюдцем.

www.pasabahce.com/ru

Pasabahce
LIVE BEAUTIFUL



Коллекционные стили фарфоровой посуды ТМ Smielow

Компания «Богемия Трейдинг» более 10 лет занимается поставками польского фарфора ТМ Smielow.

Smielow – один из старейших заводов фарфора в Европе, выпускающий фарфор с 1790 года. В коллекциях Smielow воссоздаются самые старые, уникальные, коллекционные стили традиционной фарфоровой посуды. Этот классический и традиционный бренд известен своими историческими фарфоровыми сервизами в новом эксклюзивном выпуске. Фарфоровая посуда Smielow размещается на столах монархов, глав государств по всему миру и является обычным подарком, выбранным элитой.

Новая коллекция Oktawa основана на проекте известного художника – Мариуша Волинского. Фарфор элегантной сферической формы с широкими полосами желобков, сужающимися книзу, является квинтэссенцией вечной магии фарфора. Коллекция отлично подойдет для особых встреч, очаровывая гостей идеально сбалансированными пропорциями. Ассортимент фарфора представлен в двух декорациях: «Отводка золотом» и «Недекорированный фарфор», которые возможно использовать в ПММ и СВЧ. Товар представлен в полном ассортименте: в наличии есть все модели.

г. Москва, ул. Бажова, 18
Тел.: +7(968)826-86-99, +7(495)739-00-02,
E-mail: bt@bohemiatrading.ru



Камская посуда

Сделано в РОССИИ

Производитель
литой чугунной посуды
премиального качества



www.kamposuda.ru
kamposuda@mail.ru

8(8552)20-52-77
8(987)876-27-77

Республика Татарстан, г. Набережные Челны,
проезд Индустриальный, 18

Почтовый адрес: 423818, РТ, г. Набережные Челны, а/я 9



Пополнение в коллекции Friends Time от Luminarc

Коллекция посуды Friends Time от Luminarc пополнилась глубокими тарелками с бортиками. Линейка предлагается в версиях из белого и бирюзового опалового стекла, а также из черного стекла.

www.luminarc.com



Кокотница frittella от Horecs

Компания Horecs представила новое изделие-кокотницу frittella. Новинка выполнена из профессионального фарфора. Подходит для приготовления и подачи на стол порционных горячих закусок.

horecs.ru

Новинка Гусевского хрустального завода

Гусевский хрустальный завод представил новинку – набор из двух бокалов «Суздаль» объемом 120 мл. Бокалы выполнены в графитовом цвете с рисунком алмазной грани «Каскад».

www.goose-crystal.ru



Компания FineDesignGroup – производитель, оптовый поставщик и эксклюзивный дистрибьютор Liberty Jones в России.

+7 (495) 540-48-60 / для регионов 8 (800) 550-72-98
www.finedesigngroup.ru



Сохраняем тепло: новинки термосов и дорожных термокружек WALMER

У WALMER обновилась линия термосов и дорожных кружек. Среди новинок дорожные кружки Duality с корпусом из термостекла и удобными крышками с клапанами для питья, а также термосы.

Модель Pitcher – стационарный термос-кувшин объемом 1 л, который удобно держать наполненным на кухне или в зоне отдыха в офисе. Внутри корпуса стеклянная колба. Наполните Pitcher чаем и наслаждайтесь им в течение долгого времени. Имея такой термос, вы будете реже кипятить чайник, а значит, меньше расходовать электроэнергию.

Модели Arax и Vita – это компактные дорожные термосы объемом 500 и 540 мл.

Термос Vita имеет интегрированную в крышку таблетницу – вы сможете положить сюда витамины, Омега-3 или БАД'ы, необходимые вам в течение дня.

Arax – модель со стальным корпусом и крышкой с предохранителем. Для тех, кто опасается случайных проливаний, этот термос – настоящая находка.



www.walmer-cookware.com

Посуда по-деревенски: новая атмосферная коллекция FineDesignGroup

Лето в деревне – это яркий и теплый образ, который вызывает самые добрые ассоциации. Новая коллекция In the Village от бренда Liberty Jones позволяет легко создать атмосферную «деревенскую» сервировку в любой ситуации. Эта посуда выглядит так, как будто она только сошла с гончарного круга: дизайнеры обошлись без декора, показав истинную суть глиняной посуды – текстуру, форму и цвет. Несмотря на фабричное производство, коллекция максимально похожа на самый настоящий хендмейд и отлично подойдет для тематических заведений в стиле эко и кантри.

В коллекции представлены чашки, миски, кружки и тарелки разных размеров (включая тарелки для пасты), а также блюда, формы для запекания, кувшины и банки для хранения, которые можно использовать как декор. Все это можно рассмотреть и заказать на finedesigngroup.ru.

FineDesignGroup – производитель дизайнерской посуды и качественных товаров для дома, а также эксклюзивный дистрибьютор ряда европейских брендов.



Посуду из коллекции Marshmallow можно заказать в FineDesignGroup по телефону 8 (800) 550-72-98 или на сайте finedesigngroup.ru.

FineDesignGroup – производитель дизайнерской посуды и качественных товаров для дома, а также эксклюзивный дистрибьютор ряда европейских брендов.

Кукмара – праздник, который всегда с тобой

Новинка 2023 года от Kukmara в линейке Trendy Style вступает в борьбу за главную роль на кухне. Очевидно, небезосновательно. Trendy Style Rose – это розовый луч света в темном царстве обыденности.

Оглядевшись, понимаешь, что в суете повседневности почти не остается времени для приятного отдыха. Серые будни бесконечно сменяют друг друга, тем временем душа просит торжества. Превратить процесс приготовления пищи в маленький праздник – именно для этого Kukmara создала новую коллекцию.

Новая коллекция Trendy Style Rose таит в себе целую вереницу преимуществ. Лаконичные формы новой линии вместе с приятным обволакивающим цветом заставляют обращать на себя внимание. Посуду легко мыть и содержать в чистоте. Прочный литой алюминиевый корпус посуды не оставляет ни малейших сомнений в долговечности изделий. Толстые дно и стенки указывают на добротность производимой заводом посуды.

Высокопрочное износостойкое трехслойное антипригарное покрытие Kaplon Classic полностью отвечает требованиям ГОСТ, превышая

Kukmara[®]
Сделано в России
Основан в 1950

требуемое количество циклов стирания в несколько раз. Антипригарное покрытие на водной основе безопасно для здоровья, не содержит PFOA (перфтороктановую кислоту).

Кастрилы, кастрюли-жаровни и ковши комплектуются стеклянными крышками из жаропрочного стекла с пароотводом, ручками из нержавеющей стали. Сковороды оснащены бакелитовыми ручками нежно-розового цвета. Ручки не нагреваются, их приятно держать в руке. Посуда подходит для всех типов плит, кроме индукционных.

Линия включает: кастрюли объемом 1, 2, 3 и 4 л, кастрюли-жаровни объемом 3 и 4 л, сковороды со съёмными и несъёмными ручками диаметром 22, 24, 26 см, блинные сковороды диаметром 20, 22 и 24 см.

Очевидны и ассоциации к праздничной коллекции: Trendy Style Rose, как букет розовых роз от Kukmara.

www.kukmara.com



Trendy Style

Rose



Kukmara[®]
Сделано в России
www.kukmara.com



Турецкий Karaca Home открылся в Москве

В Москве в ТРЦ «Авиапарк» открылся первый магазин товаров для дома турецкой сети Karaca Home. В ассортименте представлены: текстиль, аксессуары для кухни и дома, посуда, предметы декора и интерьера. Комплект постельного белья стоит 8500 руб., тарелки – от 300 руб., наборы посуды – от 3000 руб.

vk.com/aviaparkmsk



«Адель» от Добрушского фарфорового завода

Добрушский фарфоровый завод представил новую коллекцию столовой посуды с деколью «Адель». В коллекцию вошли тарелки и сервировочные блюда с элегантным рисунком, выполненным подглазурными красками на форме «Идиллия». Коллекция доступна для заказа в интернет-магазине shop.dfbz.by.

Новинки от GEFU

Торговая марка GEFU представила практичную новинку – сито для чая **Savoro**. Изделие выполнено из нержавеющей стали, оснащено крышкой с силиконовым ободком. Крышку можно использовать в качестве подставки. Также ассортимент пополнила башня для специй **X-PLOSION®**. Конструкция состоит из терки конической формы и ступки с пестиком. Массивная чугунная ступка устойчива к истиранию поверхности при измельчении самых твердых специй. Чугунная крышка на ступке служит дополнительной поверхностью для измельчения и поддоном для сбора натертого продукта. Ручки терки и пестика выполнены из акации.

www.gefu.ru



Всемирно известные традиции Crystalex

Компания «Богемия Трейдинг» более 10 лет занимается поставками чешского стекла ТМ Crystalex.

Это знаменитое богемское стекло, известное во всем мире и веками почитаемое российскими покупателями. Всемирно известные традиции Crystalex переносят и в XXI век, и подтверждение этому – полюбившаяся многим форма Pralines («Пралине»).

Новая коллекция «Пралине» – равносильна открытию новой коробки шоколадных конфет, и мы предлагаем эту восхитительную посуду для напитков. Коллекция состоит из семи форм, чтобы можно было выбрать самую подходящую.

Мини-бокалы названы в соответствии с последними тенденциями, возникшими при разработке коктейлей, Prosecco, мини-алкогольных напитков, ликера, шампанского, мартини. Изделия выполнены в различной цветовой гамме, например темный шоколад, кокос, фисташки, или специальный Triplex, сочетающий в себе два цвета. Эти бокалы – отличный выбор для любого любителя смешанных напитков, знатока ликеров или любителя крепких спиртных напитков.

ООО «Богемия Трейдинг» – только европейское качество!

г. Москва, ул. Бажова, 18, тел.: +7(968)826-86-99, +7(495)739-00-02

E-mail: bt@bohemiatrading.ru



ЕСЛИ ВЫ УСТАЛИ ОТ СВОЕГО ПОСУДНОГО БИЗНЕСА, МЫ ГОТОВЫ ВЗЯТЬ ЕГО В ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИЛИ РАССМОТРЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОКУПКИ.

cooperation@domos.ru

Оптовая компания с огромным опытом работы в области торговли посудой ищет новые перспективные идеи, интересные бренды, возможности расширения бизнеса в смежных с посудой областях рынка товаров для дома.

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ТОРГОВЫЕ КОМПАНИИ, ПРОИЗВОДСТВА, ИП И ЧАСТНЫХ ЛИЦ. ВОЗМОЖНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ КООПЕРАЦИИ С ЦЕЛЬЮ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ И/ИЛИ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ.

У нас есть все необходимое для успешного бизнеса: опытный коллектив профессионалов, большая клиентская база (онлайн и офлайн), компетенции в области работы с крупнейшими маркетплейсами и федеральными сетями, отлаженная складская и транспортная логистика, успешный опыт создания и развития брендов.



110-летний юбилей. Возможности и перспективы



Существует теория, что использование посуды из эмалированной стали вызывает привыкание. Иначе трудно объяснить, что уже более 100 лет данный сегмент имеет стабильный оборот и широчайшую аудиторию пользователей по всему миру.

В 2023 году отмечает свой 110-летний юбилей первое в России производство изделий из эмалированной стали – Лысьвенский завод эмалированной посуды. Сложнейший процесс эмалирования был освоен и запущен в массовое производство еще при императоре Николае II, в 1913 году. На текущий момент благодаря внедрению современных технологий и стараниям специалистов ассортимент и качественные характеристики посуды претерпели значительные изменения. Так, например, сегодня все изделия обязательно проходят этап дополнительного эмалирования. Двойной эмалевый слой делает посуду крепче и позволяет использовать больший спектр ярких и необычных расцветок. Ряд изделий обрел ободки из нержавеющей стали. Изначально линейка лысьвенских эмалей включала в себя не более 200 позиций, теперь же она насчитывает тысячи.

Команда Лысьвенского завода не намерена останавливаться на достигнутом. Грандиозные планы дальнейшего развития включают в себя множество свежих идей, выход на новые рынки и привлечение в свои ряды лучших профессионалов отрасли.

www.lpec.ru

В Армавире построят завод по выпуску стеклянной посуды

Предприятие «Горница» планирует построить в Армавире завод по производству стеклянной посуды стоимостью 800 млн руб., сообщает пресс-служба администрации Краснодарского края.

Средства на проект по созданию импортозамещающего производства композитного стекла в размере 200 млн руб. выделят из Фонда развития промышленности региона. «Это производство полного цикла, где ежемесячно производят до 200 тыс. единиц продукции. На первом этапе предприятие планирует выпускать крышки из боросиликатного жаропрочного стекла. На сегодняшний день доля импорта такой продукции превышает 50% на российском рынке», – сказал министр промышленной политики Кубани Дмитрий Хмелько.

www.kuban.rbc.ru

Новая линейка посуды Tefal Renew

В официальном интернет-магазине Tefal появились сковороды из новой коллекции посуды Tefal Renew с керамическим покрытием **Inoceram®**. Алюминиевый корпус сковород изготовлен из на 100% переработанных материалов. Специальный индикатор **Thermo-Signal** подскажет красным цветом оптимальное время начала приготовления. Сковороды подходят для всех типов плит, включая индукционные.

www.shop.tefal.ru



110 ЛЕТ

ЛЫСЬВЕНСКОЙ
ЭМАЛИРОВАННОЙ
ПОСУДЕ

*Больше века заботимся о красоте и здоровье,
создаем гармонию и уют в вашем доме*

АО ЛЫСЬВЕНСКИЙ ЗАВОД
ЭМАЛИРОВАННОЙ ПОСУДЫ
ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРУППА «ЛИНРОГ»

+7 34 249 30751

lpec.ru



Коллекция Marshmallow от Liberty Jones: каменная керамика пастельных цветов

Marshmallow – одна из новых коллекций посуды от бренда Liberty Jones, которая мгновенно завоевала популярность и любовь покупателей. В ней более десятка наименований: кружки, чайные пары, миски, формы для запекания, рамекины и другие предметы. Эта посуда создает максимально позитивное настроение благодаря нежным пастельным оттенкам, матовой глазури и приятным на ощупь текстурным узорам на поверхности. Она выполнена из каменной керамики – прочного и плотного материала, который очень сложно повредить.



Посуду из коллекции Marshmallow можно заказать в FineDesignGroup по телефону 8 (800) 550-72-98 или на сайте finedesigngroup.ru.

FineDesignGroup – производитель дизайнерской посуды и качественных товаров для дома, а также эксклюзивный дистрибьютор ряда европейских брендов.



Edelweiss из солнечной Италии

В ассортименте магазина Vazaro появилась керамическая посуда ручной работы от итальянского бренда Edelweiss. Компания производит оригинальную расписную посуду с 1970 года. Сочетание рельефных форм и насыщенных цветов принесет в сервировку атмосферу солнечной Италии. В наличии большой выбор форм.

www.vazaro.ru

Фарфор Lefard с веткой сирени

В ассортименте компании «Арти-М» появилась новая коллекция посуды Lilac от ТМ Lefard. Изделия выполнены из тонкого рельефного фарфора, украшены золотым кантом и цветочным рисунком. Коллекция представлена чайным сервизом, чайными парами, десертными тарелками, а также кружками объемом 350 мл.

www.arti-m.ru



Коллекция «Изумруд»

Anna Lafarg Emily

Новинка Anna Lafarg Emily – коллекция из костяного фарфора «Изумруд». Представлена обеденными и чайными сервизами на 6 и 12 персон. Сервизы коллекции «Изумруд» займут достойное место в вашем доме, радуя вас и ваших гостей в течение долгих лет. Прекрасное решение для торжественной сервировки стола. Орнамент золотого цвета, напоминающий огранку драгоценных камней с добавлением различных оттенков зеленого на некоторых предметах на тонком костяном фарфоре, – воплощение поистине царского величия!

ООО «АННА ЛАФАРГ» | 105425, Россия, г. Москва, ул. 3-я Парковая, 41А | Тел. +7 (495) 234-61-64
Сайт: www.annalafarg.ru | E-mail: info@annalafarg.ru | Telegram: t.me/annalafarg



Уютный дом с товарами от Elan Gallery

Elan Gallery занимает ведущие позиции в индустрии посуды из фарфора, керамики и продукции для домашнего интерьера. Компания занимается изготовлением собственных дизайнов и форм и предлагает широкий ассортимент посуды для сервировки стола, заварочных кружек, чайных и столовых сервизов, декоративных ваз, разнообразную сувенирную продукцию. Наша продукция качественна и функциональна, а цены – доступны.

Каждый сезон мы не только предлагаем дизайнерские новинки, но и поддерживаем уже зарекомендовавший себя ассортимент. Товарная линейка регулярно пополняется новыми формами посуды, которые пользуются хорошим спросом у покупателей: шубницы, блинницы, тарелки для сыра, горшочки для меда, подставки под лимон. В предпраздничные дни коллекция обновляется посудой тематических направлений, что востребовано и оптовыми, и розничными покупателями.

Мы рады быть причастными к созданию уюта в домах наших клиентов.



108811, г. Москва, БЦ «Румянцево» | Тел. +7(495) 228-03-19
Сайт: <https://elangal.ru/> | E-mail: info@elangal.ru

Фарфор от Nouvelle Home

Ассортимент ТМ Nouvelle Home пополнился новой серией посуды Crayola. Изделия выполнены из прочного фарфора, имеют матовую текстуру, плавный неровный край. В серии представлено 3 варианта цвета: мятный, пудровый розовый и яркий желтый. Посуду можно использовать в СВЧ и посудомоечной машине.

ens-group.com





НОВИНКА! Эмалированная посуда серии Citron TM Appetite

Осенний сезон – отличное время для ярких принтов и сочных оттенков. Тема с цитрусами стала популярна некоторое время назад благодаря известным дизайнерам с Апеннинского полуострова. Конечно, распространенность лимонных дизайнов объясняется еще и яркостью, живостью и насыщенностью самого

фрукта! Если вам хочется добавить в интерьер что-то по-настоящему солнечное, что будет радовать холодными зимними вечерами и напоминать о лете, то серия посуды с лимонами – идеальный вариант.

Стекловидное эмалированное покрытие надежно предохраняет металл основания от контакта с продуктами. В серию входят кастрюли 2,0; 3,0; 4,0; 5,5 л, ковш на 1,5 л и чайник на 3 л. Изделия подходят для всех типов плит: газовых, электрических и индукционных.

Посуду из серии Citron TM Appetite смело можно подарить родным и друзьям, ведь ее стильный дизайн дополнит интерьер любой кухни и вдохновит на новые кулинарные идеи!

www.pilotms.ru

Bonna Savanna для сафари-бранча

Компания «Мастергласс» представила новую серию столового фарфора Savanna от турецкой фабрики Bonna. Каждое изделие имеет уникальный дизайн с изображением животного саванны. Посуда полностью безопасна для использования в СВЧ-печах.

www.masterglass.ru



Казан JARKO – кулинарная классика

TM JARKO представила новинку в линейке литой алюминиевой посуды Meteor – казан традиционной округлой формы. Изделие имеет антипригарное покрытие толщиной 40 мк. Толщина дна – 4,5 мм, стенки – 3,5 мм. Подходит для всех типов плит, кроме индукционной.

www.gvura.ru

АКСАМ

Much more...

приглашает вас
насладиться красотой
и увидеть последние
тенденции в мире
стильной посуды

HOUSEHOLD EXPO
12-14 сентября 2023 года

г. Москва, ЦВК
«Экспоцентр», павильон 2,
зал 1, стенд G301

ZUCHEX
14-17 сентября 2023 года

г. Стамбул,
выставочный
центр Тууар,
HALL 8,
стенд B12



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО АКСАМ В РОССИИ

+7 (495) 275-11-22 | WWW.OPTOMPOSUDA.RU

+7 (962) 973-95-35 Креативный директор Елена elena@optomposuda.ru

Принимаем заказы на разработку и производство эксклюзивных коллекций



«Антихрупкость» готовится к производству

Созданная в рамках лаборатории «Антихрупкость» на Сысертском фарфоровом заводе серия кружек, выполненная в стиле конструктивизма и посвященная 300-летию Екатеринбурга, может выйти в серийное производство уже в этом году.

По словам Натальи Жердевой, директора завода «Фарфор Сысерти», в данный момент обсуждается возможность поставить в тираж одну из кружек, которую сделал екатеринбургский художник Федор Колпаков. В принтах работ можно угадать главные конструктивистские достопримечательности Екатеринбурга: Белую башню, гостиницу «Исеть», Дом печати.

Лаборатория «Антихрупкость» стартовала в апреле 2023 года. Первыми ее посетили маркетологи, которые предложили фарфоровому заводу новые рынки сбыта и развития. В мае и июне состоялись две смены для художников и дизайнеров, из 300 претендентов были отобраны тридцать. Итоговая выставка «Антихрупкости» запланирована на ноябрь.

По материалам uralcult.ru



Коллекция ножей Ogma от Resto Kitchenware

Компания Resto Kitchenware представила новую коллекцию ножей Ogma. Ножи изготовлены из закаленной нержавеющей стали (5CR15MOV), оснащены стилизованной под дерево ручкой с декоративными крепежными элементами. Лезвия украшены волнообразным узором, имитирующим дамасскую сталь.

www.resto-kitchenware.com

Чайник Gipfel Fantasy

Торговая марка Gipfel представила новую модель чайника объемом 2,5 л. Чайник Gipfel Fantasy изготовлен из нержавеющей стали 18/10, имеет трехслойное капсульное дно, благодаря которому чайник быстро закипает. Подходит к любым видам плит, включая индукционные. Упакован в подарочную коробку с ручкой для переноски.

www.gipfel.ru



Новые коллекции фарфора Corone в компании «Клен»



Компания «Клен» представила две новые линейки в серии фарфора Corone Collezione D'arte. Дизайн коллекции Corone Rust повторяет природные оттенки и текстуру песка, гальки и ракушек. Каждый предмет этой коллекции декорирован вручную.

Коллекция Corone Luminare предлагает оригинальное дизайнерское решение чередования матовых поверхностей с медными отливами.

В серию вошли простые формы тарелок, салатников и чайно-кофейных пар. Посуда выдерживает интенсивную эксплуатацию (можно мыть в посудомоечной машине, использовать в СВЧ-печке).

www.klenmarket.ru

Ozon откроет в Казахстане крупнейший фулфилмент-центр в стране

Ozon завершил строительство крупнейшего для Казахстана логистического комплекса – фулфилмент-центр общей площадью 38 тыс. кв. м откроется в Астане в ближайшие месяцы и сможет обрабатывать не менее 260 тыс. заказов в сутки, говорится в сообщении маркетплейса.

Объект включает полный цикл «производства» онлайн-заказов – от приема товаров продавцов для хранения до формирования посылки. На хранении могут находиться до 9 млн различных товаров в любых категориях.

Товары, размещенные в фулфилмент-центре, продаются не только жителям Казахстана, но и россиянам.

www.retailer.ru

Пополнение коллекций Le Coq в «Комплекс-Баре»



Компания «Комплекс-Бар» сообщила о поступлении на склад широкого ассортимента посуды из керамики и фарфора флорентийского бренда Le Coq Porcelaine (с 2019 года входит в группу ILSA s.r.l.). Посуда отличается оригинальными дизайнерскими решениями, разработанными совместно с ведущими мировыми шефами.

www.complexbar.ru



Новая кофемашина VITEK

Торговая марка VITEK представила новую модель автоматической кофемашины **VT-8701**. Прибор оснащен помпой ARS, которая обеспечивает давление 20 бар. Температура и крепость напитка регулируются вручную, как и высота дозатора под маленькие и большие чашки (от 80 до 145 мм). Прибор оснащен встроенной жерновой кофемолкой с пятью степенями помола (емкость контейнера составляет 100 г). Для особого удобства в использовании прибор оборудован съемным резервуаром для воды емкостью 1,2 л и съемным поддоном для капель. Автоматическая очистка системы способствует продлению службы прибора. Номинальная мощность 1350 Вт гарантирует мощное давление и быстроту приготовления напитков.

www.vitek.ru



Maison & Objet открывает направление HoReCa

Выставка Maison & Objet представила новое направление, посвященное индустрии гостеприимства, – **Hospitality Lab**. Посетителей ждут вдохновляющие декорации от Friedmann & Versace, The Socialite Family и Roque Intérieurs, выставка победителей премии Accor Design Awards, ресторан, спроектированный ADW Antwerp Design Week, и др.

Ближайшая выставка пройдет 7-11 сентября 2023 года в Париже.

www.maison-objet.com

Новинки от завода «Альтернатива»

Завод «Альтернатива» представил новый набор чаш «Оазис». В него вошли изделия объемом 2,5 и 4 л с крышкой. Чашы выполнены из безопасного пищевого пластика, имеют глянцевую внутреннюю поверхность, крышки прозрачные.

Также среди новинок – набор воронок «Цветы» на подставке (3 шт.). Содержат пастельные оттенки лаконично дополняют интерьерный колорит.

www.alternat.ru



Nordic Stone для завтраков

Компания «Пилот МС» сообщила о поступлении новой коллекции сковород Nordic Stone от ТМ **Appetite**. Сковороды выполнены из кованного алюминия, имеют многослойное антипригарное покрытие на водной основе марки **Jihua**. Толщина стенок и дна – 3,7 мм. Оснащены эргономичной ручкой из термостойкого пластика с покрытием Soft Touch.

www.pilotms.ru

НАДЕЖНАЯ ЭСТЕТИКА



ОРИОН серия посуды из литого алюминия с антипригарным покрытием

Гардарика
Посуда славных традиций

ПРИГЛАШАЕМ К ПАРТНЕРСТВУ:

- **ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР:**
формат 24/7
- **МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА:**
на всех этапах сотрудничества
- **ПОЛНЫЙ АССОРТИМЕНТ:**
более 300 изделий внутри 5 серий
- **ОБРАБОТКА ЗАКАЗОВ:**
в течение рабочего дня
- **ГИБКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ:**
прогрессивная система скидков
- **ОПЕРАТИВНАЯ ДОСТАВКА:**
точно в срок собственным автопарком



308023, Россия, г. Белгород, ул. Промышленная, 3.
ТМ «Гардарика» (ООО «ЮЗТК»)
www.gardarika.work



«ИталДом» напоминает о наборе терок «СуперСет»

В преддверии сезона заготовок компания «ИталДом» напоминает о наличии в ассортименте набора терок «СуперСет» из 6 удобных и практичных приспособлений для быстрой работы на кухне. С их помощью вы сможете почистить, шинковать, натереть любые овощи и фрукты.

Шинковка «КОНКОРД» – используется для шинковки любых твердых овощей и фруктов.

Терка «ЛЕСЕНКА» – служит для объемных кубиков.

Терка «СОНЯ» – имеет три различных плоскости: на полотне с крупными зубцами прекрасно получается «корейская морковь».

С обратной стороны два небольших полотна с мелкими зубцами позволяют тереть как овощи, фрукты, так и шоколад, твердые сыры. Зубцы внизу используются как фигурный нож.

Овощечистка – плавающий нож позволяет чистить овощи и фрукты любой формы. Ушко сбоку предназначено для удаления глазков.

Нож фигурный используется для нарезки различных украшений.

Все лезвия на шинковках изготовлены из нержавеющей стали, отличаются особой остротой, поэтому НАСТОЯТЕЛЬНО рекомендуем пользоваться специальным **плододержателем**, который также имеется в наборе.

www.italdom.net



Выставка HOMI меняет название

Компания Fiera Milano сообщила о ребрендинге международной выставки товаров для дома HOMI. Новый проект – **Milano Home** – пройдет с 11 по 14 января 2024 года в Италии. Выставка с участием международных экспонентов будет посвящена посуде, кухне, предметам интерьера, текстилю, парфюмерии, концептуальным подаркам, Рождеству. Посетители смогут увидеть и обсудить последние итальянские ноу-хау.

www.milanohome.fieramilano.it



Новинки от ООО «Эмаль»

В этом сезоне ООО «Эмаль» радо представить своим почитателям новые дизайны своей кухонной посуды. Среди них цилиндрические наборы «Сервиз», «Пушинки», «Майское утро». Специально для любителей загородной жизни был выпущен тематический набор «Дачный». Также покупателей ждет набор кастрюль «Любава» с элементом «Тор». В числе новинок присутствуют новые серии ТМ Radost, «Аметист» и «Изумруд» с черным внутренним покрытием.

<http://emal-mmk.ru/>

КАК ПОЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ НАСТОЯЩИМ СОМЕЛЬЕ?

Использовать профессиональные бокалы

Важную роль в дегустации играет правильно подобранный бокал – именно он способен идеально передать настроение вина. Форма бокала не только имеет эстетическое значение: она позволяет в полной мере раскрыть характер вина, нюансы его вкуса и аромата.

Одним из ведущих мировых лидеров в производстве высококачественных бокалов из хрустального стекла является немецкий бренд **Spiegelau**, эксклюзивно представленный в России группой компаний **Simple**.



Выбрать правильные аксессуары

Правильное хранение вина, его декантирование, охлаждение, сервировка, даже наполнение бокалов – всё это невозможно без винных аксессуаров.

L'Atelier du Vin – французский премиальный бренд винных аксессуаров, качество продукции которого тщательно отслеживается департаментом разработки и дизайна правительства Франции, и еще один производитель качественных винных аксессуаров – испанская компания **Pulltex** также широко представлены в портфеле **Simple**.



www.simplewine.ru +7 (495) 510-50-01

ФОТО: АЛЕКСАНДР ПЛАТОНОВ



Всегда помним о малышах

«Опытный Стекольный Завод» не забывает про самых маленьких потребителей. Дизайнеры бренда полностью обновили ассортимент детской посуды.

Для активных мальчиков в ассортименте появились наборы с озорными, динамичными героями и любимой техникой, а для девочек – нежные и воздушные принцессы и балерины. Перед этими очаровательными новинками торговой марки «ОСЗ» невозможно устоять даже взрослому!

www.osz-glass.ru



Redecoro откроется осенью

Первый магазин российского аналога **Zara Home** и **H&M Home** под брендом Redecoro выйдет на российский рынок этой осенью. Бренд представит первую собственную линейку домашнего декора, текстиля, посуды, товаров для кухни и ванной в скандинавском и этническом стиле. Инвестор проекта – «Сбер». В планах ритейлера открыть до 50 магазинов в России и странах СНГ в ближайшие два года.

По материалам www.retail.ru



Камская посуда

Одиннадцать лет «Камской посуде»

Компании «Камская посуда» в июле 2023 года исполнилось 11 лет. Вся деятельность предприятия связана с изготовлением чугунной посуды. За эти годы освоено более ста видов чугунных высококачественных, экологически чистых изделий посуды. Вся продукция сертифицирована и запатентована. «Камская посуда» работает круглосуточно, чтобы удовлетворить спрос российского рынка, ближнего и дальнего зарубежья.

Вся технологическая оснастка отливается и обрабатывается на собственной инструментальной базе предприятия, что позволяет быстро учесть требования заказчика, а дополнительные комплектующие на изделия приобретаются только высшего класса.

Являясь единственным производителем чугунной посуды по ГОСТу в России, компания предоставляет гарантию на весь свой товар, что подтверждает высокое качество предлагаемой и реализуемой продукции по вполне доступной цене.

«Камская посуда» выпускает продукцию для кемпингов, городской и загородной кухни, а также для сегмента HoReCa. Это – казаны, котлы, саджи, решетки-гриль, сковороды-гриль, сковороды-вок, порционные сковороды, широкий спектр различных видов и размеров сковородок, блинницы и кастрюли. Вся продукция идеально подходит для: индукционных, газовых, электрических, керамических плит и открытого огня.

Качественная еда нуждается в качественной посуде, а продукция «Камской посуды» – это эталон качества!

www.kamposuda.ru



ООО «Чернятинский стекольный завод»



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

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



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





Новинки WILMAX

Компания Wilmax презентует новую коллекцию фарфоровой посуды Graphics. В ее состав вошли 5 эффектных серий, украшенных стильными графическими элементами.

Одна из них – Vintage Mosaic, декорирована орнаментом, вдохновленным традиционным португальским искусством азулежу. Прекрасно подойдет ценителям винтажного стиля.

смотреть
GRAPHICS
 collection



Коллекция Capri



Добавьте яркие краски Средиземноморья в сервировку стола с новой коллекцией Capri от Maxwell & Williams!

Предметы коллекции с изображениями фруктов и цветов буквально впитали в себя сочные цвета и тепло итальянского побережья Амальфи.

Фарфоровая посуда Capri придаст столу итальянский колорит, а изделия из керамики эффектно дополнят яркую сервировку.



ООО «АННА ЛАФАРГ» | 105425, Россия, г.
 Москва, ул. 3-я Парковая, 41А | Тел.: +7 (495) 234-61-64
 Сайт: www.annalafarg.ru | E-mail: info@annalafarg.ru | Telegram: t.me/annalafarg

Элегантный МИНИМАЛИЗМ

В официальном интернет-магазине АО «Нитва» представлена новая модель столовых приборов «Престиж» (M45). Приборы изготовлены из прутковой нержавеющей стали, имеют массивную ручку большой толщины. Дизайн простой, линейный, без лишних деталей. Сечение ручки – трапеция. На торце ручки коническая форма. Элегантный и удлиненный переход от ручки к рабочей части. Приборы подходят к любому виду стола – от простых и неформальных до банкетных.

www.mirlozhek.ru



Wilmax



Для ознакомления с полным ассортиментом коллекции Graphics сканируйте QR-code!



New!
GRAPHICS
 collection



Новинки Дулевского фарфорового завода



Дулевский фарфоровый завод представил две новинки. Серия посуды «Тыква» выполнена из керамики, в нее вошли тарелки разных размеров с вариантами композиции в рисунке и кружки объемом 400 мл. Чайный сервиз «Летний вечер» выполнен в традиционном дулевском стиле на форме «Тюльпан». В составе сервиза 15 предметов, изготовленных из фарфора.

www.dulevo.ru



ENERGY Induction

Компания «Горница» представила новую серию литой алюминиевой посуды ENERGY Induction с трехслойным антипригарным покрытием на водной основе. Это коллекция облегченных сковород с высокими бортами, предназначенных для использования на всех видах плит, включая индукционные. Прочный алюминиевый корпус обеспечивает равномерный нагрев всей поверхности посуды. Серия представлена в трех цветовых решениях: Gold, Agate и Bronze.

www.gornitsa-shop.ru

Новинки от «Бытпласт»

Компания «Бытпласт» выпустила новые стаканы «Пластикка» объемом 400 мл. Изделия выполнены из пищевого полипропилена, оснащены герметичной крышкой с клапаном. Предназначены для воды и соков. Яркие декоры нанесены с помощью технологии вплавления этикетки IML: они не стираются и не отслаиваются.

Также компания представила новую коллекцию детской посуды с героями мультсериала «Ми-ми-мишки». Изделия производятся из на 100% перерабатываемого безопасного пищевого полипропилена. Ланч-бокс объемом 0,98 л оснащен плотной крышкой с замком. Дно контейнера имеет бороздки для сбора конденсата. Бутылка для воды с удобной откидывающейся крышкой и мягкой, прочной петелькой. Красочный декор нанесен с помощью технологии вплавления этикетки (IML).

www.bytplast.ru



надежная и прочная фурнитура

крышка из термостойкого стекла с паропроводом

специально подобранная толщина стали корпуса обеспечивает умеренный вес кастрюли при сохранении прочности изделия

безопасна и надёжна в эксплуатации

имеет длительный срок службы

не образует соединения с пищей

соответствует всем санитарно-гигиеническим нормам

не изменяет вкус продуктов

подходит для приготовления пищи из любых видов продуктов

Наше не заржавеет!

ПОСУДА ИЗ КОРРОЗИОННО-СТОЙКОЙ СТАЛИ
РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ООО ЛЗМИ

+7 34249 30356 lzmi59@mail.ru



Коллекция емкостей от TM Idea

Компания «М-пластика» представила новинку собственной торговой марки Idea – коллекцию емкостей для хранения сыпучих продуктов «Фолд». Изделия имеют прозрачный корпус, гибкую герметичную крышку с удобным дозатором. Специальное углубление на корпусе позволяет комфортно удерживать контейнер в руке. В наличии емкости объемом 1,6 и 2,2 л.

www.mplastika.ru



Керамика для профессионалов

В ассортименте компании «Комплекс-Бар» появилась коллекция фарфоровой посуды от «Борисовской керамики» – **Erboso Reattivo**. Коллекция представлена разнообразием форм для эффектной сервировки стола в ресторанах и дома. Посуда изготовлена из прочного профессионального фарфора.

www.complexbar.ru



Новинка от Le Creuset

Компания Le Creuset представила новую коллекцию керамической посуды **Coupe**. В линейку вошли тарелки, миски и кружки, выполненные в пастельных тонах. Оттенки хорошо сочетаются между собой, а также с другими коллекциями Le Creuset. Посуду можно использовать при температурном режиме от -23 до +260 °С.

www.lecreuset.co.uk



«Моноколор» от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод выпустил новинку – коллекцию чашек «Моноколор». Одна из самых популярных форм – «Наташа» – ранее была представлена исключительно в белом цвете. Теперь она имеет новое исполнение в цветах: джеральдин, лавандовый, мятный и васильковый. Каждая чашка представлена в индивидуальной упаковке соответствующего цвета и станет элегантным подарком для любого повода. Объем чашки – 220 мл.

www.ipm.ru

Стекланные контейнеры Taller

Торговая марка Taller представила линейку контейнеров для хранения продуктов из стекла. Контейнеры оснащены бамбуковой крышкой. Без крышки контейнеры можно использовать в духовке в качестве формы для выпечки, а также разогревать еду в микроволновке.

www.posudataller.ru



Новые коллекции Narumi в «Доме Фарфора»

Сеть магазинов «Дом Фарфора» сообщила о поступлении новых коллекций японского бренда Narumi. Среди новинок – чайный сервиз «Белый шелк» на 6 персон (21 предмет). Посуда выполнена из костяного фарфора с рельефным декором.

www.domfarfora.ru

Поступление керамики в компании Kitchenhold

Компания Kitchenhold сообщила о поступлении на склад новых коллекций керамической посуды **Astera Pearl** и **Astera Ocean** от торговой марки Cosy & Trendy. Изделия созданы по мотивам традиционной японской посуды с рельефными формами, имитирующими лепестки хризантемы. В ассортименте представлены тарелки разного диаметра, салатники, розетка, соусник и кружки.

www.kitchenhold.ru



Обновление Luminarc Flashy Colors

Торговая марка Luminarc дополнила коллекцию кружек Flashy Colors новыми насыщенными оттенками. Кружки объемом 250 мл изготовлены из ударопрочного стекла с эффектом металлического напыления. Допускается использование в микроволновой печи.

www.shop-luminarc.ru



METRO приходит на Ozon

Один из крупнейших транснациональных операторов оптовой торговли METRO впервые начинает продажи на маркетплейсе Ozon. Профессиональный ассортимент METRO будет включать более 250 товаров собственных торговых марок и станет доступен пользователям онлайн-площадки по всей стране.

По материалам new-retail.ru



Фарфоровый «Меланж»

Компания «Элан Галерея» сообщила о поступлении новой коллекции фарфора «Меланж». Она представлена изделиями в сером и розовом цветовом решении, которые хорошо сочетаются между собой. Блюда можно использовать в духовом шкафу при температуре до 230 °С, в СВЧ и посудомоечной машине.

www.elangal.ru

Столовые приборы Lungo Matt Gold

Торговая марка Apollo представила новый набор столовых приборов Lungo Matt Gold. В наборе 16 предметов, изготовленных из нержавеющей стали 201 с покрытием Titanium gold. Столовые приборы предназначены как для праздничного стола, так и для ежедневного использования.

www.apollogenio.ru



ОСЗ
ОПЫТНЫЙ
СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД
ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ

ЛЮБИМАЯ ПОСУДА СДЕЛАНА НАМИ

Высокое качество с 1960 года



+7 (49241) 3 77 99

www.osz-glass.ru

Гусь-Хрустальный, ул. Интернациональная 114





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



*Кухня начинается
с нашей посуды*

Wilmax

Thermo Glass collection



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



«Альтернатива» для детей

Завод «Альтернатива» представил новый ассортимент товаров для детей. Среди новинок – тарелка с антискользящим дном. Изделия изготовлены из высококачественного пищевого пластика. Нижняя часть имеет ободок из антискользящего материала ТЭП. Декор нанесен с помощью технологии вплавления этикетки IML с ламинацией для дополнительной защиты.

www.alternat.ru



Лаконичные «Узоры» АМЕТ

Ашинский металлургический завод анонсировал поступление в продажу новых наборов столовых приборов. Среди них – набор «Узоры» с нитрид-титановым покрытием (под золото). Столовые приборы изготавливаются из нержавеющей стали ферритного класса марки AISI 430. Толщина стали основных изделий серии – 1,8 мм. Традиционный дизайн орнамента сочетается с современной формой с зеркальной полировкой. Поверхность ручек не перегружена декоративными элементами.

www.tnp.amet.ru

Компактный «Аксион»

Производственная компания «Аксион» представила новую линейку мясорубок M43. Линейка представлена моделями с разным набором функционала. Например, компактная мясорубка M43.01 имеет мощность 1900 Вт и высокую производительность – до 2 кг фарша в минуту. Прибор оснащен функцией «реверс» для предотвращения наматывания жилок на шнек. Время непрерывной работы – 30 минут. Высокое размещение шнековой камеры дает возможность использовать глубокую посуду для фарша.

www.axion-tnp.ru



Коллекция France от стеклозавода «Неман»

Стеклозавод «Неман» представил коллекцию хрустальных бокалов France. Она включает: фужеры для красного вина, бокалы для шампанского, рюмки, стаканы для вина, стаканы для коктейля, стаканы для виски и шампанки.

www.shop.neman.by



Доски и подносы Unesa в магазине Vazaro

В ассортименте магазина Vazaro появились разделочные доски и предметы сервировки от российской марки Unesa. Изделия изготовлены из дуба, отличаются влагостойкостью, высокими антисептическими свойствами и бережным взаимодействием с лезвиями ножей.

www.vazaro.ru

В Москве открылся гипермаркет Askona Home

Компания Askona открыла в Москве гипермаркет мебели и товаров для дома Askona Home. Он расположился в ТЦ Columbus. Площадь гипермаркета составляет 5 тыс. кв. м. В ассортименте предметы мебели и более 8 тыс. товаров для обустройства дома, включая посуду.

По материалам www.new-retail.ru

Контейнер-кружка от IDILAND

Торговая марка IDILAND представила новый контейнер-кружку объемом 750 мл. Новинка изготовлена из полипропилена. Гибкая крышка надежно прилегает к краям. Кружка имеет широкое дно и устойчивую форму. IML-декор на крышке вдавливается на этапе литья. Содержимое контейнера можно греть в микроволновке с приоткрытой крышкой.

www.idiland.ru



Коллекция «Винни-Пух» в компании «Коралл»

Среди летних новинок компании «Коралл» – коллекция «Винни-Пух». Она выполнена из прочного белоснежного фарфора. Монохромный дизайн с яркими акцентами привлекает внимание, а знаменитые фразы вызывают светлые эмоции.

Также в продажу поступили стаканы и кружки серии **Vulcan**. Изделия выполнены из стекла с оригинальной текстурой. Доступно несколько вариантов расцветки.

www.korall.ru

Менажница от «М-Пластика»

Компания «М-Пластика» представила новинку – менажницу с тремя секциями (3x300 мл). Изделие выполнено из цветного пищевого полипропилена и предназначено для холодной и горячей пищи. Прозрачная крышка надежно сохраняет содержимое секций. Доступно два варианта цвета – бежевый и светло-зеленый.

www.mplastika.ru



Металлические крышки ТМ Kukmara

«Кукморский завод Металлопосуды» выпустил крышки вкладной конструкции, изготовленные из нержавеющей стали 18/10. Крышка без паровода обеспечивает оптимальное сохранение влаги в пище в процессе приготовления, позволяет тушить продукты при минимальном количестве жидкости. Комплектуется удобной металлической ручкой. При необходимости крышку можно использовать в духовом шкафу.

www.market.kukmara.com



Стеклянные банки от Berossi

Коллекция **Rondo** от Berossi пополнилась банками для сыпучих продуктов 0,25 л. Банка выполнена из стекла, оснащена герметичной пластиковой крышкой. Крышки предлагаются в черном или белом цвете.

www.berossi.ru



New!



Acacia
collection



Для ознакомления с полным
ассортиментом коллекции Acacia
сканируйте QR-code!

Тарелки & блюда
квадратные

Тарелки & блюда
круглые



14 размеров



14 размеров

Тарелки & блюда
глубокие

Тарелки & блюда
глубокие



8 размеров



8 размеров

Natural
Bamboo
collection



Для просмотра видео
«Natural Bamboo
by WILMAX»
сканируйте QR-code!



Новинки от «Завода Сантэкс»

«Завод Сантэкс» (Беларусь) представил новую серию кастрюль ТМ Omelia с деколью «Джем». Изделия сферической формы имеют белый цвет эмали внутри и снаружи. Эта деколь также вышла и на кастрюлях с черной эмалью. Толщина металла – 0,7 мм. Кастрюли оснащены стеклянными крышками с нержавеющей ободком.

Также завод представил серию белых эмалированных лотков объемом 1,0 л. Изделия цилиндрической формы оснащены стиковой крышкой, украшены разными вариантами деколи.

www.santex.by



Libra на 10 литров

Коллекция посуды из нержавеющей стали Libra от Resto Kitchenware дополнена кастрюлями объемом 8 и 10 л. Обе модели оснащены жаропрочными стеклянными крышками, эргономичными ручками из нержавеющей стали, многослойным капсульным дном, усиленным антидеформационным диском.

www.resto-kitchenware.com

Moulin Villa открыла розничный магазин в Екатеринбурге

Компания Moulin Villa открыла первый розничный магазин в Екатеринбурге. Он расположился в ТРЦ «Гринвич» (ул. 8 Марта, 46). В ассортименте представлена посуда, кухонная и бытовая техника. В разработке дизайн-концепта магазина принял участие дизайнер Илья Гулянец.

www.moulinvilla.ru

Бескамерный вакуумный упаковщик Packvac



Компания «Русский Проект» сообщила о поступлении на склад бескамерного вакуумного упаковщика Packvac. Вакуумная упаковка используется для длительного хранения продуктов, маринования, приготовления по технологии Sous vide и безопасной транспортировки. Среди преимуществ бескамерного упаковщика – компактные размеры, низкая стоимость, отсутствие ограничения на длину пакета.

www.rp.ru

Фарфор Seltmann Weiden в магазине Kitchen-Profi

В магазине Kitchen-Profi появилась новая коллекция фарфора Terra Moosgrun от немецкого бренда Seltmann Weiden. Пилалы и тарелки выполнены в пяти натуральных оттенках глазури – классический белый, песочный, жемчужно-серый, землянисто-коричневый и зеленый.

www.kitchen-profi.ru



Посуда Tokyo Design в сети Cookhouse

В сети магазинов Cookhouse представлены новинки нидерландского бренда Tokyo Design. Коллекции фарфоровой посуды декорированы аутентичным рисунком, выполненным в насыщенном синем цвете. Изделия производятся в Японии.

www.cookhouse.ru



Бренду WMF 170 лет!

Бренд премиум-класса WMF отмечает 170 лет со дня основания. Компания развивает комплексный портфель в трех сферах деятельности: потребительские товары, кофемашины для профессионального сектора и гостиничное оборудование. С 2016 года является дочерней компанией французской Группе SEB.

www.wmf.com



Горница®

Жаровня ТМ «Горница» – это разновидность сковороды с двумя ручками и широким дном. Изделие имеет важное преимущество – в нем можно готовить не только на плите, но и в духовом шкафу.

Жаровня изготовлена методом ручного литья и жидкого прессования, поэтому лишена спаек и швов. Благодаря пищевому алюминию корпуса, лишенному канцерогенных веществ и посторонних запахов, получается вкусная и необычная еда. Следует также отметить, что жаровня при нагревании не подвергается деформации благодаря толстостенному литому корпусу.

Антипригарное покрытие на водной основе лишено вредных химических соединений, то есть экологично и безопасно. Мелкие царапины антипригарного покрытия не влияют на качество приготовленной пищи.

Жаровня представлена в разных размерах и цветовых сериях и отличается многообразием форм. Это наиболее востребованный вид посуды, пользующийся немалым спросом у потребителей.

Познакомиться поближе с жаровней, а также с другим ассортиментом ТМ «Горница» и узнать о важных технических особенностях станет возможным на 31-й международной промышленной выставке товаров для дома HouseHold Expo осень 2023, которая состоится 12-14 сентября в ЦВК «Экспоцентр».

ПРЕИМУЩЕСТВА ЖАРОВНИ:

возможность готовить рыбу или птицу целиком;

равномерное прогревание блюда при готовке;

томление продуктов, эффект «русской печи»;

МИНИМАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАСЛА;

не требуется постоянно помешивать содержимое, контролировать процесс приготовления;

МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ как форму для выпечки.

Производитель: ООО «Горница» 352916, Россия, Краснодарский край, г. Армавир, Промзона 16-тер.
Тел: 8 (861) 375-56-06 E-mail: info@ooo-gornitsa.ru Интернет-магазин: gornitsa-shop.ru 8-800-201-43-01



От призвания к признанию

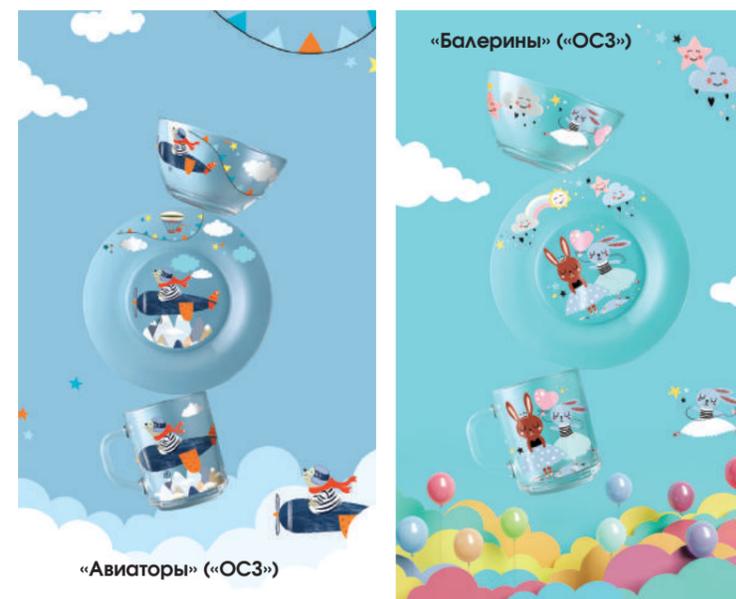


Детальный и душевный подход к избранному делу превращает его в призвание, а бескомпромиссное отношение к качеству, преемственный профессионализм и открытость инновациям позволяют продолжать в нем совершенствоваться. Руководствуясь данными принципами, «Опытный Стекольный Завод» уже много лет успешно производит стильную и функциональную посуду, которая применима и в повседневном домашнем быту, и в сфере общественного питания с подачей высокой интенсивности. На основании национального отраслевого рейтинга 2022 года сообщество «Лига лучших предприятий России» присвоило «Опытному Стекольному Заводу» первое место в сфере производства посуды из стекла и включило его в топ-10 лучших предприятий нашей страны по основному виду деятельности. Данный повод для гордости всей команде «ОСЗ» вдвойне радостно разделить со своими покупателями, которым и посвящен их ежедневный кропотливый труд. Полученная статус-награда «Предприятие года» не просто свидетельствует о достижении заводом высокого уровня стекольного производства. Она является символом заслуженного признания и в очередной раз подтверждает верность решения, однажды принятого ARC-International – международным лидером по производству посуды. Именно «Опытный Стекольный Завод» был выбран им для лицензионного запуска своих брендов Luminarc и Arcoroc на территории России. Это сотрудничество, подкрепленное технологическими разработками и совместными навыками стекольного производства, продолжает успешное развитие. Благодаря слаженной работе специалистов разнообразие столовой посуды, салатников, креманок, чайных и пивных кружек, бокалов, стаканов регулярно пополняется оригинальными предложениями, включая продукцию с декором. Среди новинок бренда «ОСЗ» эффектно и притягательно коллекция «Саванна», выполненная с анималистическим принтом. Кружка «Норд», в свою очередь, – это истинное проявление самодостаточного скандинавского стиля.



Luminarc ARCOROC

Яркое летнее настроение в сервировке обеспечат новинки от Luminarc в сегменте «Питьевое стекло»: стаканы «Концепто» окрашены в массе и не утратят игривые солнечные переливы на своих цветных гранях, а лаконичные «Коник» словно созданы для щедрой порции освежающих коктейлей. Особые ощущения подарят сдержанно-роскошные бокалы и стаканы «Роман» в эстетике old money – безусловном тренде 2023 года, а также напоминающие средневековый кубок «Триумф», чье название олицетворяет технологический успех производства: в этих двух коллекциях гармонично соединились ножка и чаша из прессованного стекла.



Завод трепетно относится к самым маленьким, но самым важным клиентам, с теплом и заботой наполняя сегмент «Детская посуда». Озорные и динамичные наборы представлены для отважных мальчиков, сказочные и воздушные – для нежных девочек, но перед этими очаровательными новинками торговой марки «ОСЗ» невозможно устоять даже взрослому! Грамотно сочетая актуальные тенденции и проверенные временем решения, команда единомышленников работает над обширным ассортиментом «Опытного Стекольного Завода» с любовью и креативностью – воплощая лучшие идеи нерушимого сочетания красоты и комфорта, а также бесценного признания своих покупателей.

www.osz-glass.ru
www.arc-intl.com



НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
МОДНЫЙ ТОВАР Сентябрь 2023 – всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Волгоград	06.09.23-10.09.23 ООО «Выставочный комплекс ВолгоградЭКСПО»
АРТ БАЗАР Осень 2023 – выставка-ярмарка Москва	07.09.23-10.09.23 ТБК «Тишинка»
РУСАРТСТИЛЬ. ОСЕНЬ 2023 всероссийская выставка-ярмарка народных мастеров, художников и дизайнеров России Москва, КВЦ «Сокольники»	07.09.23-10.09.23 ООО «Экспоресурс Выставки и Конференции»
MAISON & OBJET PARIS (M&O) September 2023 – международный салон интерьерного дизайна, предметов декора и подарков Франция, Париж	07.09.23-11.09.23 SAFI
HOUSEHOLD EXPO ОСЕНЬ 2023 международная промышленная выставка непродовольственных товаров Москва, ЦВК «Экспоцентр»	12.09.23-14.09.23 ООО «МОККА Экспо Групп», ГК «Майер»
ZUCHEX 2023 международная выставка товаров для дома и подарков Турция, Стамбул	14.09.23-17.09.23 Tarsus Exhibitions & Publishing Ltd.
JIPREMIUM 2023 международная выставка товаров народного потребления премиум-класса Индонезия, Джакарта	14.09.23-17.09.23 Coex South Korea
АРМЕНИЯ EXPO 2023 22-я универсальная региональная торгово-промышленная выставка Ереван, Армения	15.09.23-17.09.23 СКК им. Карена Демирчяна
ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ 2023 межрегиональная выставка-ярмарка Владимир	20.09.23-23.09.23 ТПП Владимирской области
ПИР ЭКСПО 2023 международная выставка профессионалов индустрии HoReCa в России и СНГ Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	03.10.23-06.10.23 «ПИР Экспо»
СУВЕНИРЫ. ПОДАРКИ. УКРАШЕНИЯ 2023 специализированная выставка-ярмарка народных художественных промыслов и ремесел, декоративно-прикладного творчества и сувенирно-подарочной продукции Санкт-Петербург	03.10.23-07.10.23 ООО «Сивел»
БЕЛАРУСЬ-РОССИЯ. ОКТЯБРЬ 2023 выставка-ярмарка Москва, парк «Сокольники»	03.10.23-08.10.23 ООО «РБС Экспо»

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
МОДНЫЙ ТОВАР. ОСЕННИЙ 2023 всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Волгоград	04.10.23-08.10.23 ООО «Выставочный комплекс ВолгоградЭКСПО»
РЕМЕСЛЕННАЯ ИЗБА. ОСЕНЬ 2023 всероссийская выставка-ярмарка изделий народных художественных промыслов и ремесел Волгоград	10.10.23-14.10.23 ВВЦ «РЕГИОН»
ОСЕННИЙ КАЛЕЙДОСКОП 2023 выставка-продажа товаров народного потребления Тюмень	11.10.23-15.10.23 АО «Тюменская Ярмарка»
INDIAN HANDICRAFTS & GIFTS FAIR (IHGF) AUTUMN 2023 международная выставка подарков и изделий ручной работы Индия, Нью-Дели	12.10.23-16.10.23 Export Promotion Council for Handicrafts
HOST 2023 международная выставка индустрии гостеприимства Италия, Милан	13.10.23-17.10.23 Fiera Milano SpA
GUANGZHOU SOURCING FAIR: HOUSEWARE & HARDWARE 2023 выставка товаров для дома и оборудования Китай, Гуанчжоу	15.10.23-17.10.23 Poly World Trade Expo Center (PWTC)
ASIAN GIFTS & PREMIUMS SHOW 2023 выставка подарков Гонконг, Гонконг	20.10.23-23.10.23 Idea Trade Ltd.
MEGA SHOW SERIES PART 1 2023 международная специализированная выставка подарков и товаров для дома Гонконг, Гонконг	20.10.23-23.10.23 Mega Expo (Hong Kong) Ltd.
ASIAN HOUSEWARES & KITCHEN SHOW 2023 выставка товаров для дома и кухни Гонконг, Гонконг	20.10.23-23.10.23 Idea Trade Ltd.
MEGA SHOW SERIES PART 2 2023 международная специализированная выставка подарков и товаров для дома Гонконг, Гонконг	27.10.23-29.10.23 Mega Expo (Hong Kong) Ltd.
ASIAN GIFTS & TRAVEL GOODS SHOW 2023 выставка подарков и товаров для путешествий Гонконг, Гонконг	27.10.23-29.10.23 Idea Trade Ltd.
INTERNATIONAL COMMODITY FAIR 2023 международная выставка потребительских товаров Москва, ЦВК «Экспоцентр»	30.10.23-01.11.23 Gefera Media



HOUSEHOLD EXPO

12–14 СЕНТЯБРЯ 2023

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР



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

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

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



Участвовать или пропускать?

За последние 5-7 лет можно было неоднократно усомниться в важности и эффективности выставочных мероприятий для поставщиков и закупщиков посудных изделий. Однако сомнения каждый раз рассеивались. И подтверждение этому – очередные выставочные мероприятия, появление новых экспонентов, большее число профессиональных посетителей. Получается, что выставки продолжают приносить ощутимый вклад в развитие бизнеса. Правда, не всем. На этом важном уточнении стоит заострить внимание. Тем более, что с началом осеннего сезона показы посуды продолжают свое развитие на новых площадках.



ВЫСТАВКА ОСТАЕТСЯ, НЕСМОТЯ НИ НА ЧТО

Изначально выставочный бизнес был единственным важнейшим инструментом для поиска деловых партнеров. Альтернативного места для общения в профессиональной среде просто не было. Проникновение Интернета позволило внушительной части участников и профессиональных посетителей выставочных мероприятий переключиться на общение в онлайн-формате, причем сегодня число таких контактов довольно велико. Казалось бы, живое общение уходит на второй план. Но, нет. Вариант партнерского взаимодействия в виде обезличенного удаленного общения в посудном сегменте работает слабо, особенно, если нужно наладить первоначальный контакт. Очное общение в рамках специализированных показов при знакомстве не только не потеряло своей актуальности, но и держит «пальму первенства» для всех, кто расширяет свою клиентскую и ассортиментную базы

или развивает новые каналы сбыта продукции. Не повлияли пагубным образом на заинтересованность в выставочных площадках ни всевозможные экономические кризисы, ни нарушения делового сотрудничества на санкционной основе, ни ограничительные меры на общестественные мероприятия, вызванные неблагоприятной эпидемиологической обстановкой. Можно с уверенностью сказать, что по сей день выставки остаются тем действенным инструментом, который в случае взаимной заинтересованности позволяет максимально быстро запустить механизм делового сотрудничества. И происходит это непосредственно после общения потенциальных партнеров, которое осуществляется именно на выставочной площадке.

Любое дальнейшее общение и расширение поля для совместных проектов опирается на позитивный опыт личного знакомства в рамках профессионального выставочного мероприятия.

КУЛЬТУРА И НЕОБХОДИМОСТЬ

На протяжении длительного периода времени посудные компании формировали профессиональные ниши в том виде, в котором они представлены сегодня, не только ориентируясь на покупательские предпочтения, возможности производителей, ценовые барьеры и пр., но и, что довольно важно, в плотной взаимосвязи между собой. Сложно назвать это традицией, скорее это культура взаимоотношений участников рынка. Хотя, надо признать, что такое «взаимовыгодное сожительство» разнокалиберных компаний при довольно высокой степени конкуренции создается в силу довольно весомых экономических факторов. Без определенных договоренностей между собой трудно продвигать свой товар и укреплять свой бренд. Другое дело, когда участники занимают свои рыночные ниши с учетом взаимных интересов и товарных специализаций. Определить рамки своего влияния и продвижения определенных групп



продукции удастся только при непосредственном общении. Сделать это вне рыночных мероприятий крайне затруднительно.

ВСЕ И СРАЗУ

Для профессиональных посетителей пройтись по стендам всегда полезно, хотя бы для того, чтобы понимать, с каким ассортиментом следует работать в текущем сезоне. Последние обновления участники демонстрируют, как правило, на своих стендах, особенно если это экспериментальные образцы дизайнерской работы. Именно здесь производители и поставщики могут оценить привлекательность своих новинок.

Конечно, можно выложить изображения обновленных образцов на сайт, но магическое притяжение к посуде до сих пор держится на тактильных ощущениях, которые позволяет испытать именно выставка. Закупщик не выезжает в разные места, чтобы определиться с будущими закупками, а приходит в павильон, где представлены изделия многих участников рынка. Таким образом, экономится колоссальное количество времени и можно провести сравнительный анализ различных изделий и предложений о сотрудничестве.

НОВАТОРСТВО КАСАЕТСЯ ВСЕХ

Снижение выставочной активности, наблюдаемое в течение последних лет, и в частности уход некоторых выставочных проектов (а также слияние их с другими, более мощными), связано в первую очередь с неспособностью организаторов предоставить должный уровень сервиса, востребованный наиболее активными и стремящимися к развитию своих проектов членами выставочного пространства. Невозможно постоянно устраивать демонстрационную площадку по одному и тому же сценарию из года в год. Современные средства коммуникации, информационная насыщенность, условия для делового вдохновения – все это должно присутствовать и корректироваться перед каждым следующим выставочным мероприятием. Выставка должна приносить радость всем участникам и посетителям. В связи с этим организаторам нужно обеспечить высокий уровень посетительской активности, то есть привлечь к своему проекту как можно большее число гостей («проходимость» должна быть высокой).

По большому счету именно недостаток посетителей приводит к снижению выставочной привлекательности

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ВЫСТАВОЧНУЮ ОТРАСЛЬ В МИРЕ В 2020 ГОДУ

- Потери участников выставок из-за отмены подписания контрактов – € 260 млрд.
- Количество сокращенных рабочих мест, связанных с выставочной и туристической деятельностью, – 1,9 млн.
- Потери от общего объема производства € 158 млрд.
- Сокращение выставочного бизнеса по сравнению с 2019 годом – 60%.



в первую очередь для не крупных и средних компаний. Серьезные игроки, чьи стенды традиционно невозможно не заметить в демонстрационных залах, не столь остро нуждаются в профессиональных посетителях, им нужнее имиджевая поддержка. Не крупным, начинающим игрокам важно осуществить

поиск потенциальных партнеров и наладить контакты с другими игроками. По этой причине организаторам необходимо создать все условия для таких экспонентов.

Если организатор способен раскрыть потенциал участника выставки (помочь это сделать), если он в состоянии предоставить

Цифровая и интерактивная природа новых медиа и оцифровка традиционных медиа привели к изменению модели коммуникации с клиентом. Безусловно, у онлайн-мероприятий, которые стали своего рода выходом для участников выставочного рынка в период турбулентности, есть ряд своих преимуществ, однако виртуальные выставочные технологии не могут заменить реальные выставки, вместе с тем выставочный маркетинг уже немислим без цифровизации. И в новых реалиях необходимо не противопоставлять онлайн- и офлайн-формат, создавая искусственную конкуренцию между ними, а интегрировать их друг в друга.

Основным трендом 2023 года для event и конгрессно-выставочной индустрии, по мнению экспертов, остаются гибридные мероприятия. Задачей организаторов становится правильное использование возможностей цифрового выставочного маркетинга для реализации офлайн-проектов. Адаптированная к новым условиям цифровой экономики выставочная бизнес-модель получает новые конкурентные преимущества за счет внедрения в привычный формат таких технологий, как AI, AR и VR, технологии Big Data, блокчейн и т.д. На консервативном рынке деловых выставок и форумов происходят глобальные трансформации, которые навсегда изменят индустрию деловых мероприятий. Появляются новые формы онлайн-мероприятий, нетворкинг-платформ и 3D-мероприятий.

*Вестник Евразийской науки
The Eurasian Scientific Journal 2023, том 15, №1*



ВОЗМОЖНОСТИ ВЫСТАВОЧНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ УЧАСТНИКОВ И ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Возможности	Что нужно	Вероятные трудности
Получение информации о рынке	Изучение стендов участников рынка, общение с представителями стендов	Нехватка времени
Расширение информации о своей компании	Обмен контактами и сопутствующими рекламными материалами	Наличие визиток, буклетов, каталогов и пр. (большой вес этих материалов)
Пополнение клиентской базы	Демонстрация обновлений, подготовка конкретных деловых предложений	Создание привлекательных демонстрационных экспонатов: посудных изделий, демонстрационных роликов, актуальных образцов договоров
Определение ассортиментной матрицы в конкурентной среде	Проведение анализа предлагаемых товарных позиций на основе изучения товара конкурентов	Нахождение актуальных каталогов, просмотр большого числа изделий
Поддержка собственного имиджа	Деловое общение, привлекательный стенд	Кропотливая предварительная подготовка с последующими деловыми встречами
Максимальный охват деловых партнеров в одном месте	Распределение работы сотрудников на выставке	Организация времени работы с каждым потенциальным клиентом
Изучение деловой информации	Посещение делового центра (семинары, лекции и пр.)	Предварительное изучение расписания выступлений, выбор наиболее актуальных из них
Проведение переговоров	Заранее запланировать время и место общения с конкретным человеком	Договориться о встрече с конкретным представителем компании, найти его контакты
Получение опытных образцов	Наличие таких образцов, предоставление своих контактов, подтверждение серьезности намерений	Отсутствие образцов на выставке, их замена бумажными или электронными каталогами

условия для полноценной выставочной работы, выставка живет и набирает обороты. Если этого не происходит, выставка очень быстро затухает и в итоге исчезает. Но не исчезает выставочный бизнес! На смену устаревшим выставкам приходят новые, более эффективные и перспективные, чей жизненный путь также определяется экономической отдачей и комфортом пребывания всех экспонентов и посетителей.

ПОДГОТОВКА И ОЖИДАНИЕ

Извечный вопрос: как получить от выставки достойную отдачу и почему выставка не произвела желаемого эффекта? Как ни странно, причина банальна. Подготовка к выставочному мероприятию прошла на крайне слабой основе. Что это значит? В большинстве случаев потенциальный экспонент рассматривает работу на стенде, как попадание в бесконечно комфортную среду, где его ждет «миллион»

поклонников и закупщиков, желающих с ним сотрудничать. Увы, это далеко не так, и «отсиживание» на стенде уже давно не приносит вообще никакого толку.

Будущему экспоненту нужно не только обеспечить себя площадью (размером и местонахождением), правильно сконструированным стендом и определить правила работы на стенде, но и заблаговременно подготовиться к общению с потенциальными партнерами. Это не формальный список участников рынка, с которыми хотелось бы наладить деловой контакт в случае, если они сами подойдут, и занесение их данных в опросный лист. Это заблаговременно запланированные встречи с уже подготовленным конкретным деловым предложением, которое готово к прочтению и корректировке.

Именно в этом месте находится краеугольный камень всей выставочной работы. В большинстве случаев будущие экспоненты не проводят должной предварительной работы и расходуют довольно приличные средства на приобретение выставочного места при полной инертности в остальных выставочных вопросах.

Не желая проводить вышеупомянутую предварительную работу и наблюдая низкую активность на выставочном стенде, ряд компаний отказывается от роли экспонента. В основном это компании, которые уже

не первый год работают в посудном сегменте, заняли свои ниши и сотрудничают с клиентами уже имеющейся клиентской базы, которая пополняется за счет сарафанного радио. Компаниям, которые только выходят на рынок, выставка в любом случае приносит определенную отдачу, поскольку новичкам, только входящим в интересующие их товарные ниши, весьма полезно осмотреться в профессиональной среде, к тому же им трудно удаленно собрать клиентскую базу. Но, как только их первоначальные потребности будут удовлетворены, им также придется проводить иную серьезную работу по подготовке к выставочному мероприятию. Других вариантов нет. Потому что находиться в плену беспочвенных ожиданий, надеясь, что все случится само собой, – не вариант!

ПОСЕЩАТЬ ИЛИ УЧАСТВОВАТЬ?

После пауз в работе, при создании новых товарных направлений, при расширении бизнеса почувствовать на себе ту профессиональную среду, в которой предстоит работать, помогает, разумеется, выставка. Стоит ли принимать в ней участие с собственным стендом или для начала следует посетить ее в качестве профессионального участника – дело индивидуально каждого. В любом случае к общению с представителями рынка следует подготовиться заранее, иначе приход в музей, где, образно говоря, много всего, но ничего нельзя трогать. На посудной выставке трогать, конечно, можно и нужно, но этого мало, здесь важно заложить фундамент будущих деловых взаимоотношений. Поэтому посещать следует обязательно, а при возможности показать свой



товар лицом; нужно организовывать свое пространство на выставке с учетом продолжения планомерной работы по развитию взаимоотношений с другими участниками рынка.

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

В рамках выставочных мероприятий (например, HouseHold Expo), как правило, проводится деловая программа, включающая в себя освещение рыночной деятельности, перспективных направлений, взаимосвязи с партнерами, успешных кейсов и иных немаловажных для каждого представителя рынка тем. Не посещать такие мероприятия – означает лишение себя возможности полноценного погружения в профессиональную среду, а также лишение себя полезных контактов, поскольку очень часто представители нужных компаний находятся среди слушателей лекций и семинаров...

Участие в таких мероприятиях тоже несет важное значение,

поскольку позволяет консолидировать все те аналитические данные, которыми пользуется в компании, и, представив их широкой публике, понять для себя наиболее важные аспекты собственной работы на рынке.

ЛОЖКА ДЕГТЯ

Говорить о крайней полезности выставочного бизнеса можно бесконечно. Но все это не имеет смысла, если потенциальный экспонент не готов окунуться в выставочную работу и уповает на то, что главное – прийти и выставиться... Нет, этого не достаточно! Такой подход не оправдывает ни потраченных денег, ни времени. Кроме того, такой выход на выставочную площадку несомненно приводит к ощущению того, что выставка не работает, что выставочный бизнес изжил себя, что площадь обходится неоправданно дорого, что поток посетителей слабый (да и он проходит мимо). И ведь нельзя сказать, что такие экспоненты не правы. Сегодня ажиотажа нет. За покупателя и партнера приходится бороться. Само ничего не приходит. Такие времена. Так что либо нужно менять свое отношение к работе на выставочной площадке, либо не закладывать выставку в смету своих расходов.

ПОДВОДЯ ИТОГ

Резюмируя все, что было написано выше, можно только еще раз выделить главную мысль. Выставочный бизнес не пропадает вовсе, успешное участие в нем возможно только при правильной планомерной подготовке. Возлагать ответственность за низкую отдачу от выставки следует в первую очередь на себя. Организаторы не способны подарить кому-либо сладкую жизнь в виде



Структура рынка услуг по организации выставок по видам, %





массового притяжения клиентов. Желание получить от выставки максимальную пользу исполняется у тех, кто уже знает, с кем он будет работать, и готов к конкретным предложениям. Кстати, такая подготовка обязательно поможет укрепить имидж и продемонстрирует конкурентам всю серьезность намерений.

В качестве вознаграждения за проделанную работу можно получить широкий круг лояльно настроенных партнеров и ответить себе на вопрос: почему выставка принесла желаемый эффект?

К этому стоит только добавить, что всю ценную информацию, полученную в рамках выставочного мероприятия, необходимо обработать сразу после проведения выставки! В частности, как можно раньше связываться с полученными контактами. Оставлять эту работу на потом нельзя. Напоминание о себе спустя месяц практически на нет сводит всю выставочную работу и предварительную подготовку к ней.



На вопросы редакции подробно отвечает президент ГК «Майер» Елена Станиславовна Милеева.

– Насколько актуален сегодня выставочный бизнес, чем он интересен для компаний, которые уже определили свою нишу и успешно функционируют?

– Выставочный бизнес остается актуальным и привлекательным для компаний, даже если они уже определили свою нишу и успешно функционируют. Вот несколько причин:

1. Развитие бренда и установление авторитета. Участие в выставках позволяет компаниям продемонстрировать свои продукты, технологии и экспертизу. Это помогает укрепить бренд и создать положительное восприятие у потенциальных клиентов, партнеров и инвесторов.

2. Увеличение продаж и поиск новых клиентов. Выставки собирают в одном месте большое количество представителей целевой аудитории. Компании могут привлечь новых клиентов, заключить сделки, наладить партнерские отношения и увеличить объемы продаж.

3. Развитие сети контактов и партнерств. Выставки предоставляют возможность установить контакты с другими компаниями, поставщиками, дистрибьюторами, инвесторами и представителями прессы. Это способствует развитию партнерских отношений, обмену опытом и возможности для будущих сотрудничеств.

4. Исследование рынка. Участие в выставках помогает компаниям оставаться в курсе последних тенденций и инноваций в своей отрасли. Они могут изучать конкурентов, анализировать потребности рынка и получать обратную связь от потенциальных клиентов.

5. В современном бизнесе выставочное участие остается одним из важных инструментов маркетинга и

развития компаний, даже для тех, которые уже имеют свою нишу и успешно функционируют.

– Что сегодня является показателем успешного проведения выставочного мероприятия для его организатора и достойного результата для участника?

– Сегодня успешное проведение выставочного мероприятия и достойный результат для участника можно определить по следующим показателям:

■ Посещаемость: высокое количество посетителей, которые проявляют интерес к продукции и услугам участников выставки. Это говорит о том, что выставка привлекает целевую аудиторию и вызывает их заинтересованность.

■ Наличие представителей целевой аудитории, которые имеют решающее право и способность принимать решения о покупке или сотрудничестве. Отзывы и отклики: положительные отзывы и отклики со стороны участников и посетителей выставки свидетельствуют о высоком качестве предлагаемой продукции.

■ Заключение сделок: успешное проведение выставки оценивается привлечением новых клиентов и партнеров, заключением сделок, установлением новых деловых связей. Если участники выставки достигают этих результатов, то это является показателем успешной организации выставки.

■ Продвижение бренда: выставка может помочь участникам создать и укрепить свой бренд, повысить узнаваемость и имидж компании. Если на выставке удалось достичь поставленных целей в области брендинга, то это является показателем успешности проведения мероприятия.

В целом успешное проведение выставочного мероприятия и достойный результат для участников означает привлечение целевой аудитории, установление деловых контактов, заключение сделок, укрепление бренда и положительную репутацию в индустрии.

– Каковы возможные причины слабой отдачи от посещения и участия в выставке, каковы основные моменты подготовки к выставочному мероприятию?

– Причины слабой отдачи от посещения и участия в выставках могут быть различными. Некоторые из возможных причин включают:

■ Неверное определение целевой аудитории: если компания не выбрала правильную выставку, на которой присутствуют ее потенциальные клиенты, то отдача может быть низкой.

■ Плохую подготовку и дизайн стенда: если стенд не привлекательный и не соответствует целям компании, он не сможет привлечь внимание посетителей и потенциальных клиентов.

■ Недостаточное участие и вовлечение команды: если сотрудники компании, которые представляют ее на выставке, не проявляют достаточного энтузиазма и не готовы активно общаться с посетителями, это может снизить отдачу от выставки.

■ Отсутствие привлекательной презентации продукта или услуги: если продукт или услуга не представлены в интересной и привлекательной форме, посетители не будут понимать их преимуществ и не заинтересуются ими.

■ Отсутствие плана последующего взаимодействия: если компания заранее не запланировала и не подготовила план действий после выставки, это может привести к потере потенциальных клиентов и недостаточному использованию полученных на выставке контактов.

Основные моменты подготовки к выставочному мероприятию:

1. Определение целей и стратегии участия: необходимо определить, какие цели вы хотите достичь на выставке и какой подход к участию будет наиболее эффективен.

2. Изучение целевой аудитории и конкурентов: необходимо провести анализ целевой аудитории и конкурентов, чтобы определить, какие преимущества у вас есть перед конкурентами и как вы можете привлечь внимание целевой аудитории.

3. Подготовка стенда и материалов: необходимо выбрать подходящий стенд и оформление, разработать презентационные материалы и брошюры, которые будут интересны для целевой аудитории.

4. Обучение персонала: необходимо обучить персонал, который будет работать на стенде, правильной коммуникации с посетителями и продажам.

5. Планирование расходов и доходов: необходимо определить бюджет на участие в мероприятии и оценить возможные доходы от участия.

6. Работа с посетителями после мероприятия: необходимо продолжить работу с посетителями после мероприятия, чтобы заключить сделки и установить долгосрочные контакты.

– Насколько перспективен рынок Казахстана для продвижения отечественных марок и какие задачи ставит выставочный комитет при подготовке к первому выходу HouseHold Expo на площадку в Алматы?

– Выставки HouseHold Expo – это российский партнер организатора NON-FOOD ASIA EXPO 2023, которая пройдет с 9 по 11 ноября 2023 года в Выставочном центре «Атакент». Продукция по тематике household будет представлена наряду с экспозициями товаров для дачи, бытовой химии, косметики, подарков и детских товаров.

Рынок Казахстана представляет перспективы для продвижения не только отечественных марок в Центральной Азии, поскольку имеет значительный потенциал развития и спрос на разнообразные товары и

услуги. В последние годы Казахстан стал стремительно развивающейся экономикой, и это открывает новые возможности для бизнеса. Участие российских компаний в NON-FOOD ASIA EXPO 2023 поможет привлечь внимание к выставленной продукции, укрепить и развить бизнес-сотрудничество между Казахстаном, Россией и другими странами.

– Кто, на ваш взгляд, будет основным посетителем запланированной Алматинской выставки и будут ли среди участников представители международных компаний, в том числе и приглашающей стороны?

– Основными посетителями Алматинской выставки NON-FOOD ASIA EXPO 2023 будут представители бизнес-сообщества стран Центральной Азии, в первую очередь Казахстана и сопредельных стран.

В настоящий момент среди участников выставки свыше 200 компаний из Казахстана, Кыргызстана, Туркменистана, Узбекистана, Беларуси, Турции, Китая и, конечно, России. С перечнем участников уже можно ознакомиться на сайте выставки NON-FOOD ASIA EXPO 2023.

– Планируется ли проведение в рамках данной выставки деловой программы?

– 9 и 10 ноября в рамках выставки планируется проведение Форума, посвященного рынку непродовольственных товаров в странах Средней Азии.

Non-Food Asia пройдет при поддержке и содействии внешнеторговой палаты Казахстана, Минпромторга России, профильных ассоциаций и союзов России и Казахстана.

Более 200 профессионалов индустрии – производителей и представителей розничной и оптовой торговли – из Казахстана, России, Кыргызстана, Узбекистана, Китая, Турции, Индии соберутся на одной площадке и обсудят особенности выхода непродовольственных товаров на внешний рынок, таможенное регулирование, трансформацию товаропотоков, развитие электронной торговли и др. вопросы.

В программе обсуждения:

■ Узнайте о тенденциях развития рынка непродовольственных товаров стран Средней Азии.

■ Оцените свой экспортный потенциал и перспективы выхода на новые рынки.

■ Найдите ответы на вопросы по организации международных цепочек поставок и логистике.

■ Обменяйтесь экспертизой по развитию ассортимента и международной электронной торговли.

■ Проведите встречи и получите персональные контакты крупных ритейлеров, оптовых компаний, дистрибьюторов, маркетплейсов и интернет-магазинов из России, Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана и др. стран.

– Привлекаются ли к посещению данной выставки представители розничных магазинов, если да, то каких?

– Посетители выставки – это ведущие торговые сети Европы и Центральной Азии, крупные оптовые и розничные компании, розничные торговые центры, селлеры маркетплейсов и интернет-магазинов, парфюмерно-косметические розничные сети, сетевые магазины и магазины бытовой химии. Также выставку посетят дистрибьюторы, которые занимаются поставками товаров для розничных магазинов. В целом выставка может быть интересна широкому кругу представителей розничной торговли, которые заинтересованы в новых продуктах и тенденциях в области товаров для дома и быта.

Посудный сегмент на пороге осени

Летние месяцы 2023 года традиционно показали некоторый спад покупательской активности по ряду посудных позиций. Проявление интереса к кухонной и столовой посуде ожидается в ближайшую декаду, то есть уже к началу октября будет понятно, к каким конкретно изделиям потянутся потребители.



Однако пластиковая столовая посуда, а также кухонные изделия, предназначенные для приготовления пищи на свежем воздухе, как и прежде, продемонстрировали рост продаж. Если просле-

дить уровень покупок казанов, мангалов, решеток для использования на открытом огне, грилей и пр., то уже с конца апреля – начала мая кривая продаж по этим позициям поползла вверх.



Поэтому сезонность не означает спада продаж в целом по всему ассортименту. На общую картину влияет только снижение покупательской активности в связи с обостренной геополитической ситуацией. Покупатели в среднем еще более сдерживают себя в расходах; основная причина – снижение реальной доходности в силу непрерывного роста цен.

Весенне-летние месяцы показали в среднем двухкратный рост приобретений кухонной техники. Волна активных продаж на кухонные приборы ощутилась уже в апреле текущего года (по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), в мае уровень спроса возрос еще более, например число аэрогрилей возросло в 2,5 раза. Примерно на столько же возросли продажи кухонных вытяжек, комбайнов, блендеров, мясорубок, измельчителей, мантоварок и иных предметов, а также разнообразных аксессуаров для вышеперечисленной техники. В связи с повышением цен на кухонные приборы европейских марок покупатели постепенно переключаются на аналоги китайских производителей. Отечественные приборы актуальны по-прежнему в регионах.

Правда, с середины июля до конца августа потребительский интерес вновь снизился и только недавно конечные потребители вновь стали проявлять заинтересованность к данным изделиям. Такая волна покупательского поведения связана с традиционным периодом отпусков основной массы населения и последовавшими за ним стимулирующими распродажами с привлекательными скидками.

В первую очередь акционные распродажи фиксируются на маркетплейсах, которые теперь по праву можно считать приоритетной торговой площадкой для основной массы

покупателей. Среди последних лидируют Wildberries и Ozon. Особой разницы для покупателей здесь нет, фактически потребитель проверяет наличие желаемой продукции и близость пункта доставки. Что касается Сбермаркета, то, по мнению многих покупателей, цены здесь немного выше.

Анализ уровня спроса на пластиковую посуду в этом летнем сезоне показывает более глубокое изучение имеющегося предложения. Ключевыми моментами для потребителей по-прежнему остаются цена и дизайн, но теперь к ним еще добавляется экологическая безопасность и производитель. Предпочтение при выборе пластиковой утвари отдается изделиям, произведенным в России, или российским маркам. В сознании массового покупателя китайская продукция до сих пор ассоциируется с чем-то не очень качественным, выполненным из дешевого и не всегда проверенного сырья.

Интересно, что отношение к посуде из нержавеющей стали стало более лояльным, чем 2-3 года назад, когда покупатель старался разобрататься в марке стали и уровне исполнения многослойного дна такой посуды. На одном из форумов, где встречались профессиональные участники рынка, прозвучало мнение, что потребитель стал менее тщательно относиться к выбору марки стали и изготовителя при выборе продукции из нержавеющей стали по одной простой причине: постепенно происходит привыкание к более частой смене кухонных кастрюль и сотейников, которые относятся к категории антипригарной посуды.

Антипригарная посуда в кухонном сегменте продолжает оставаться локомотивом продаж и полем для внедрения новейших технологий. В первую очередь это связано с появлением обновленных антипригарных покрытий и материалов, используемых для фурнитуры (ручки, ободки, механизмы крепления и пр.). Покупатели живо реагируют на такие новшества, что позволяет продавцам более эффективно продвигать данный товар и неплохо зарабатывать на нем.

По поводу выбора эмалированных изделий можно сказать, что изделия от компании «Эмальпосуда», как и прежде, отбираются довольно внимательно, можно сказать скрупулезно, особенно если это касается топовых позиций. Например, премиальная линейка Vitross изучается покупателем особенно тщательно, нежели традиционные позиции от «Северстали». Покупатель обра-



щает внимание на качество исполнения эмалевого покрытия, его цвет, дизайнерское исполнение, включая форму, фурнитуру, рисунок, и только после анализа перечисленных параметров совершает покупку.

Число продаж единичных изделий, как и в прошлые годы, превышает число продаж наборов примерно в 3-5 раз.

Казалось бы, удовлетворить спрос по всем видам посуды сегодня совсем не сложно. Но, как

ни странно, это не совсем так, в том же сегменте эмалированных изделий ощущается нехватка привлекательных внешне «крупнокалиберных» кастрюль объемом 5,5-6 л. Их условно заменяют чуть ли не баки, с объемом от 8 л, от известного российского производителя («СтальЭмаль»), успешно продолжающего выпускать изделия эконом-уровня.

В сегменте питьевого стекла в летнем сезоне также можно было отметить оживление. Покупатели

По итогам 2022 года Росстат зафиксировал падение оборота розничной торговли на 6,7% по сравнению с 2021 годом. Прогноз на текущий год оставлял желать лучшего. Однако в 1 квартале 2023 года наблюдается позитивная динамика в розничной торговле и рост индекса предпринимательской уверенности. Кстати, в 2022 году в цифровом измерении объем продаж в целом по отрасли составил 93,3% от уровня 2021 года. Так что не все прогнозы сбываются, хотя отрицать временное уменьшение объема рынка в текущем периоде нельзя. Тем не менее, общий оборот розничной торговли в 1 квартале 2023 года составил 92,7% к соответствующему периоду прошлого года, то есть разрыв начал сокращаться. Индекс потребительских настроений, рассчитываемый Банком России, в 1 квартале 2023-го вырос по сравнению с 4 кварталом 2022 года на 5 п.п.

По материалам www.new-retail.ru/business





в основном приобретали питьевой ассортимент: наборы рюмок, а также недорогие стаканы для безалкогольной продукции. В основном потребитель не покупает наборы, а набирает нужное количество сам. В связи с этим, конечно, более востребованные позиции, продаваемые россыпью.

Немного подрос уровень продаж изделий для хранения и перевозки готовых блюд, а также ингредиентов.

В последнее время покупательский интерес фокусировался на стеклянных боксах с плотными крышками из пластика, позволяющих перевозить разнообразные блюда, в том числе жидкие. Несмотря на большой вес таких боксов по сравнению с полноразмерными пластиковыми, стекло воспринимается домохозяйками как наиболее практичный и здоровый материал (самый инертный из всех), следовательно, такие боксы крайне



удобны для хранения готовых блюд и ингредиентов в холодильнике.

Сегодня эксперты ожидают рост продаж столовых предметов из фарфора, стекла и стеклокерамики, а также кухонных предметов, в первую очередь сковород с антипригарным покрытием. Это традиционная картина, которую можно наблюдать в течение десятилетий. «Осенняя сервировка», если можно так выразиться, берет свое. Покупатели регулярно обновляют или дополняют свой стол новыми предметами в сентябре-октябре без праздничного повода.

В последнее время наряду с казанами из толстостенного неокрашенного алюминия стало больше и других изделий из этого материала, например разнообразных сковород, форм для выпечки (в частности, хлеба) и пр. Есть все основания предполагать, что в ближайшие 1-1,5 года модельный ряд таких изделий будет расширяться: многие потребители хорошо помнят такую посуду со времени существования СССР, и добрые воспоминания являются стимулом для покупок. Психологи говорят, что несмотря на то, что модные тенденции диктуют совершенно иную моду на посуду, в тревожные моменты память хочет видеть на столах то, что ассоциируется со спокойным прошлым.

Наблюдатели также отмечают появление новых моделей и имен в сегменте чугунной посуды (в частности, ООО «Камская посуда» существенно расширило свой ассортимент в последнее время), уровень спроса на такие изделия уже в течение нескольких лет демонстрирует плавный рост. Есть вероятность, что владельцы газовых плит постепенно перейдут на «чугун», не желая больше менять сковороды с антипригарным покрытием 1 раз в 2,5-3 года. Владельцы электрических плит, прежде всего стеклокерамических, а также индукционных не спешат к такой замене по причине появления царапин от такой посуды и, соответственно, потери привлекательного внешнего вида и потребительских свойств плит.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что в скором будущем объемы реализации чугунной посуды в среднем ценовом сегменте (1,5-5 тыс. руб.) увеличатся. При этом у покупателей будут появляться не только сковороды, но и кастрюли, кокоты, чугунки и другая утварь, включая подставки под горячее и крышки. Уже сегодня практически в каждом посудном магазине или посудном отделе крупной торговой точки



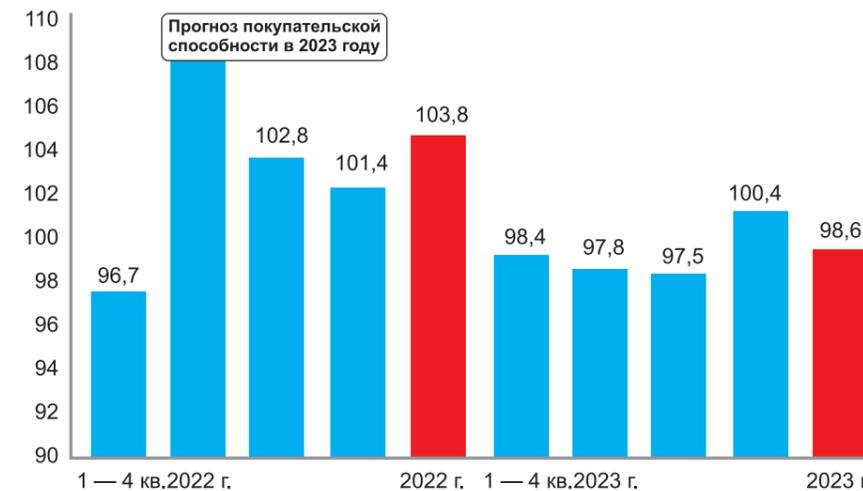
и даже в обычном хозмаге можно увидеть чугунную посуду. Еще 3-5 лет назад такого не было. Хотя уже тогда было понятно, что российский посудный рынок не может обходиться без чугунной посуды.

Кстати, о сковородах... Еще одним критерием выбора сковород и сотейников сегодня является жесткость крепления ручки. Как ни странно, но еще до появления проблем с антипригарным слоем многие пользователи сталкиваются с расшатыванием рукоятки, при этом простое подкручивание винтика не приносит желаемого результата. Не случайно многие домохозяйки теперь при покупке сковород потряхивают их, желая убедиться в надеж-

ности крепления рукоятки.

Одним из основных факторов, влияющих на активность покупателей, является их покупательская способность. Чем этот показатель выше, тем спокойнее и регулярнее осуществляются любые покупки. Но, к сожалению, реальные доходы граждан постоянно падают, уровень спроса снизился в 2022 году на 3-4%. В 2023-м этот показатель также демонстрирует устойчивое снижение. Покупатели стараются быть бережливыми и экономными. Снижение доходов населения оценивается на уровне 10-15%.

Специалисты из Big Time Retail полагают, что в 2023 году продолжится снижение емкости рынка това-



Динамика реальных располагаемых доходов населения в 2022 г. по данным Росстата (в % по отношению к соответствующему периоду предыдущего года).

ров для дома. В деньгах на 10-15% (до 250-270 млрд руб.), в натуральном выражении – на 20-25%. Это довольно ощутимые изменения, к которым следует быть готовым всем участникам посудного рынка. Ситуация явно затянется до тех пор, пока новые альтернативные сети, дублирующие, например, IKEA и Zara Home (и другие сетевые точки продаж посудных изделий), не выйдут на должные объемы реализации.

Строго можно выделить 3 основных причины, влияющие на будущее ритейла: снижение уровня спроса, падение реальных доходов населения, рост цен. При этом ряд экспертов придерживается пессимистического сценария развития розничного рынка, при котором мы будем наблюдать дальнейшее ослабление спроса и повышение цен. Но есть и значительная часть аналитиков, предвещающая улучшение ситуации и выравнивание рыночных показателей, в частности замедление роста цен и повышение доходов значительной части населения в стране. Последнее связывается с более эффективной политикой потребительского кредитования, переноса коммунальных пересчетов на зимние месяцы, заполнения рынка новыми марками.

В посудном сегменте максимальный уровень продаж в ближайшее время будет связан с классическим ассортиментом, который приобретается в первую очередь при возникновении новых домохозяйств, замене устаревшей и пришедшей в негодность посуды. Новинки будут продаваться в том случае, если они отвечают потребностям в традиционной по назначению посуде, а также в качестве подарка (в этом случае немаловажную роль играет упаковка), а также в силу внезапных эмоциональных всплесков настроения, способствующих совершению стихийной покупки.

Цены на посудные изделия жестко привязаны к ценам на товары общего рынка бытовых товаров, где на сегодняшний день наблюдается их постоянный рост (1-2% в месяц). Даже замедление темпов ценового роста не приведет в ближайшее время к изменению общей картины. Продавцам следует выстраивать более лояльную политику продаж, обеспечивая насыщенность рынка актуальными и востребованными предметами, исключая по возможности сомнительные позиции, которые рискуют надолго задержаться в складских остатках.



Ритейл. Ситуация на торговой полке

Несмотря на некоторую инерционность посудного рынка, определенная корректировка покупательских предпочтений, а также предложений, исходящих от поставщиков, затронула сегодня как кухонный, так и столовый посудные сегменты. Главными «виновниками» текущих изменений можно назвать общую нервозность и экономическую нестабильность в связи с напряженной общеэкономической ситуацией, скачками курса и желанием экономии в большинстве домохозяйств эконом-уровня. И то, и другое не дает рынку полноценно развиваться, смещает подлинные покупательские ориентиры, не позволяет поставщикам формировать востребованный ассортимент.



НЕГАТИВНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ

Посудный сегмент лишь временно был признан самостоятельным рынком. С момента периодических спадов в экономике стала очевидна зависимость этого рынка от множества факторов, составляющих огромную рыночную систему.

Любые колебания глобального рынка товаров тотчас отражаются на узкоспециализированных сегментах, куда входит посудный сектор непродовольственных товаров. Участникам рынка приходится, можно сказать, «на коленках» выстраивать свою стратегию развития в новых условиях, менять логику поставок, финансовых потоков, что, конечно, негативно отражается на наличии и своевременном пополнении товарных полок изделиями.

Данная картина сохраняется и в текущее время. И это один из определяющих факторов, стимулирующих изменения на посудном рынке, которые мы можем наблюдать.

В последнее время мы видим постепенное улучшение ситуации на

посудном рынке, но интенсивность и объемы продаж до сих пор далеки от желаемого уровня.

Как только на политической арене произойдет снижение напряженности, выстроится стабильная работа всех механизмов, любой рынок покажет формирование роста продаж и повысится потребительская активность. Это, конечно, аксиома и мнение, которое разделяет не один десяток опрошенных специалистов.

Но пока мы наблюдаем негативную зависимость от внешней среды и потерю заинтересованности в создании новых проектов, особенно долгоиграющих.

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ИЛИ ИНТЕРНЕТ?

Развитие удаленных каналов продаж привлекает все больше внимания со стороны традиционно настроенных покупателей. Сетевая

СКИДКИ В РЕАЛЬНОСТИ

Стимулирующие продажу посуды скидки в течение акционного периода многими воспринимаются скептически. Потребитель думает, что в обычное время цена на товар завышена ровно настолько, насколько в дальнейшем на нее сделает скидку продавец, которому важно в течение определенного времени продать весь товар по запланированной цене (то есть получить в итоге желаемый размер выручки). С наступлением акций создается ажиотаж в силу более выгодного предложения, и продавец выходит на ту цену, которая заложена в его предпринимательской смете. Исключение может составлять снижение цены в случае избавления от складских остатков, то есть либо на неактуальную в текущем сезоне посуду, либо на товар, упаковка которого имеет непривлекательный вид. Такой товар может продаваться действительно с большими скидками. Как ни странно, но реальные скидки на достойную продукцию тоже встречаются, но механизм их создания носит иную природу. Для этого нужно видеть актуальные позиции и понимать, сколько времени будет сохраняться их актуальность. К сожалению, столь продвинутых и разбирающихся в посудном ассортименте конечных покупателей очень немного. По этой причине приобретение посуды в настоящее время просто идет по следующей схеме: есть акция – есть повод приобрести желаемый посудный предмет. Нет акции, значит нужно подождать, когда она наступит.

НЕКОТОРЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, ГИПЕРМАРКЕТ «ГЛОБУС»

Наименование	Марка	Диаметр, объем	Материал/особенности	Цена, руб.
Сковорода с антипригарным покрытием	Tefal (серия Excellence)	22 см	Для всех видов плит	3299-99
Сковорода с антипригарным покрытием	«Мечта» (серия «Гранит»)	24 см	Корпус из литого алюминия, безвредное покрытие на водной основе, ресурс более 12 тыс. циклов	2279-99
Сковорода	Kukmara	26 см	Литой алюминий без антипригарного покрытия, срок службы не ограничен	1339-99
Сковорода с антипригарным покрытием	Kukmara (серия Granit Ultra)	22 см	Покрытие на водной основе, гарантия 3 года	2639-99
Кастрюля с алюминиевой крышкой	ЗАО «Завод Демидовский»	3,5 л	Непокрытый алюминий	629-99
Кастрюля со стеклянной крышкой	Изготовитель: Winteam Industrial Developmant Company (Китай), импортер: ООО «Лель»	5,1 л	Нержавеющая сталь, подходит для всех типов плит	2699-99
Кастрюля Avocado с крышкой	Appetite	4 л	Эмалированная сталь	1479-99
Ковшик с крышкой	Flammkuchen	2,6 л	Нержавеющая сталь	1479-99
Доска разделочная из бамбука	-----	27x19x1 см		249-99
Дуршлаг двойной из полипропилена	АО «Полимербыт»	19 см	Срок годности не ограничен	169-99
Кружка фарфоровая	Cherry	340 мл		199-99
Стопка стеклянная	«ОСЗ» («Опытный Стекольный Завод»)	50 мл	Срок годности не ограничен	39-99
Тарелка десертная, материал – стекло	Luminarc	19 см		159-99
Тарелка суповая «Пудра» из каменной керамики	Изготовлена в Китае, импортер ООО «Гиперглобус»	21 см	Срок годности не ограничен	619-99
Тарелка десертная из фарфора	Koral Gold, Domenik	21 см	Срок годности не ограничен	519-99



НЕКОТОРЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, РОЗНИЧНЫЙ МАГАЗИН «ХАМЕЛЕОН»

Наименование	Марка	Диаметр, объем	Материал/особенности	Цена, руб.
Казан с антипригарным покрытием	Agness «Арктик»	4 л	Не подходит для индукционных плит	3100-00
Сковорода с антипригарным покрытием	«Традиция» (серия «Гранит»), изготовитель ООО «Горница», поставщик «Пилот МС»	20 см	Корпус из литого алюминия, более 3000 циклов приготовления	1490-00
Форма для хлеба	Kukmara	22x11x11 см, толщина стенки 5 мм	Литой алюминий без антипригарного покрытия	440-00
Сковорода чугунная литая	«Камская посуда»	24 см	Без покрытия	2950-00
Кастрюля	Myron Cook	4,0 л	Чугун	2850-00
Кастрюля	ТМ «Калитва»	2,5 л	Алюминий непокрытый	360-00
Кастрюля «Маэстро»	«Северсталь-Эмаль»	2 л	Эмалированная сталь	1650-00
Кастрюля	«Сантэкс» (Беларусь)	4,0 л	Эмалированная сталь	1880-00
Кастрюля Vernazza	Appetite	1,6 л	Керамика	1450-00
Дуршлаг с двумя ручками	No name	26 см	Нержавеющая сталь	250-00
Фруктовница	Muza Crystal. ТМ Lefard	27,5 см	Стекло, срок годности не ограничен	1280-00
Доска разделочная	Agness	36x22x1,0 см	Бамбук	360-00

и специализированная розница в связи с этим меняют подход к формированию отношений со своими клиентами: представители торговых точек стараются максимально сблизиться с клиентом, создавая места для проведения мастер-классов, места для отдыха с детьми, кафе и кулинаруии, зазывают акционными товарами. Особенно это заметно в крупных населенных пунктах, где покупатели уже почувствовали свои возможности, ощутили себя в некотором роде хозяевами положения. Вероятно, по этой причине наполненность торговых залов не падает.

Сегодня, в конце лета – начале осени можно наблюдать несколько более высокую покупательскую активность всех категорий покупателей в самых различных каналах продаж. Это связано с более масштабным изучением предложения среди всех слоев потребителей. При этом совершение реальных покупок сохраняется приблизительно в том же объеме, что и в аналогичном периоде прошлого года.

Значительная часть приобрете-

ний осуществляется в точках продаж, где на желаемую продукцию указана минимальная цена при прочих равных условиях. Среди последних стоит выделить: время и деньги на дорогу, стоимость доставки, уровень сервиса, лояльность покупателя. Другими словами, покупатель сегодня более тщательно подбирал не только сам товар, но и место совершения покупки, с учетом предлагаемого этим местом сервиса (обслуживания).

Так, если в торговой точке цена на интересующий товар одинакова с онлайн-магазином, то покупатель посетит магазин (задавали вопрос). Основная причина – тактильный контакт с посудой, который определит конечный выбор: покупать или нет. Главная причина того, что такие категории посуды, как фарфор и стекло, покупаются больше в классических торговых павильонах, – визуальный эффект от изделия. Фотография в Интернете не всегда хорошо, правильно и интересно отражает преимущества коллекции. Если же серии, включая чугун, металл, антипригарку,

то есть наплитную посуду, он раньше покупал и остался доволен эксплуатационными характеристиками предмета, то с большей вероятностью покупатель не пойдет в магазин, а все сделает дистанционно. Огромную роль в подтверждении этого играет возраст потенциального покупателя. Чем человек моложе, тем чаще он совершает покупки онлайн.

АССОРТИМЕНТ ВАЖНЕЕ ВСЕГО

Главная ценность посуды – ее внешняя привлекательность и новизна. Предметы, в которых имеется острая необходимость, давно перестали быть локомотивом продаж. Поэтому важно наполнить полки оригинальными изделиями, способными не только помочь домохозяйкам приготовить и подать желаемое блюдо, но и вписаться в интерьер жилого помещения.

Если посмотреть на полки продавцов, то можно отметить следующее: сохраняется высокий покупательский интерес к элегантной столовой посуде из цветного стекла, белого фарфора, аутентичной керамике;

НЕКОТОРЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, РОЗНИЧНЫЙ МАГАЗИН «ГРАН-СИТИ»

Наименование	Марка	Диаметр, объем	Материал/особенности	Цена, руб.
Сковорода	«Мечта» Granit	24 см		1620-00
Сковорода	TVS	24 см	Корпус из литого алюминия, более 3000 циклов приготовления	4550-00
Кастрюля Iseberg	ООО «СтальЭмаль» (Vitross)	3,0 л	Эмалированная сталь. Подходит для всех видов плит, включая индукционную	1960-00
Кастрюля Imperio	ООО «СтальЭмаль» (Vitross)	1,5 л	Эмалированная сталь. Подходит для всех видов плит, включая индукционную. Цвет: белоснежный/вишневый	1580-00
Кастрюля Linea Stendal со стеклянной крышкой	Regent inox	6,3 л	Нержавеющая сталь. Подходит для всех видов плит, включая индукционную. Пригодна для мытья в посудомоечной машине	3100-00
Ковш со стеклянной крышкой «Магнолия классика»	«Кухар» (Беларусь)	1,2 л	Нержавеющая сталь. Пригодна для мытья в посудомоечной машине	3440-00
Кружка «Земляничная поляна»	Anna Lafarg	0,4 л	Подходит для мытья в посудомоечной машине и использования в СВЧ	450-00
Тарелка закусочная Tiffany	Anna Lafarg	19 см	Фарфор, срок годности не ограничен	580-00
Салатник Ametist	Pasabahce	24 см	Натрий-кальций силикатное стекло	235-00
Форма для кекса EASY	Regent inox	25 см	Сталь с антипригарным покрытием	605-00
Доска разделочная	Marmiton	30x20 см	Акация	995-00
Миска-дуршлаг круглая Basic	Marmiton	4 л	Полипропилен. Можно использовать как миску и как дуршлаг	135-00

в сегменте кухонной утвари возрастает интерес к чугунной посуде, к посуде для использования в духовом шкафу (в первую очередь для приготовления выпечки), сковородам и сотейникам с антипригарным покрытием. Также в период летнего сезона традиционно возрастает потребность в пластиковой посуде, которую удобно использовать в поездках на природу. Подтверждением сказанному служит соответствующий ассортимент, в том числе изделий из пластика, которые занимают значительную площадь в торговом зале начиная с конца апреля и заканчивая началом октября.

Кстати, о сезонности. Ее границы отчасти размыты. Это вызвано постоянной адаптацией рынка к текущему моменту. Не секрет, что рынок посуды довольно уязвимое звено общего рынка товаров. Поэтому каждое экономическое потрясение становится испытанием для всех участников рыночного процесса и нарушает привычную цикличность уровня продаж и присутствия товарного предложения, свойственную временам

года. Приходится постоянно корректировать товарную матрицу за счет не только предметов сезонного спроса.

АКЦИИ, АКЦИИ, АКЦИИ!

Распродажи стали сигналом для покупателей в той степени, в которой во времена дефицита было открытие магазина, где можно было приобрести что-нибудь ценное для дома. Правда сигнал – это еще не ажиотаж, который приводит к мгновенному опустошению полок. К ажиотажу приводит только сигнал плюс очень привлекательная (дизайнерская и износостойкая) посуда.

Сегодня акционные скидки могут достигать 60 и более процентов (в основном 30-40%). И основной поток покупателей притягивают именно такие ценники.

Нельзя сказать, что акции стоят на пути удовлетворения истинных покупательских потребностей, но то, что они сглаживают продажи не самых ходовых торговых позиций, избавляя продавцов от накопления складских остатков, – факт. Как и то, что уро-

вень спроса на действительно актуальную продукцию остается пока не удовлетворенным.

НАШИ ИГРОКИ

Состав участников рынка сохраняется прежним. В сегменте торговых точек среди типовых посудных категорий новые имена – редкость. Так на витринах крупных гипермаркетов и посудных отделов локальных точек продаж при общей насыщенности полок сохраняется как прежний набор поставщиков, так и представляемых ими марок.

В частности, в сегменте антипригарной, эмалированной, алюминиевой, жаростойкой посуды видны только уже «засветившиеся» на прошедших выставочных мероприятиях новинки, связанные, кстати, в первую очередь с изменением цветовой гаммы (принципиальных дизайнерских обновлений в виде новых форм или фурнитуры очень мало, почти нет). В сегменте столовой посуды, в частности, среди популярных стеклянных тарелок (мисок) или тарелок (мисок) из стеклокерамики также



НЕКОТОРЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, РОЗНИЧНЫЙ МАГАЗИН METRO

Наименование	Марка	Диаметр, объем	Материал/особенности	Цена, руб. (от 1 штуки)
Сковорода «Мегаполис»	«Горница»	28 см	Литой алюминий с антипригарным покрытием	2399-00 (акция)
Сковорода	METRO Professional	28 см	Нержавеющая сталь. Пригодна для всех видов плит, включая индукционную	2699-00
Сковорода	METRO Professional	24 см	Нержавеющая сталь. Пригодна для всех видов плит, включая индукционную	2199-00
Коландер (дуршлаг)	MPRO	24,5 см	Нержавеющая сталь	519-00
Крышка	MPRO	24 см	Нержавеющая сталь	799-00
Кастрюля	MPRO	2,5 л	Нержавеющая сталь	1599-00
Кастрюля с крышкой	ARO	0,77 л	Нержавеющая сталь	799-00
Кастрюля с крышкой	ARO	5,0 л	Нержавеющая сталь	2600-00
Миска для смешивания Smart Cooking	Pyrex	2,0 л	Стекло	389-00
Тарелка десертная	Luminarc	19 см	Стекло	269-00
Салатник	Luminarc	16 см	Закаленное стекло	169-00
Салатник лодочка	Ivlev Chef	22x17x8,5	Фарфор	769-00
Сито-пароварка	Attribute	22 см	Нержавеющая сталь	590-00
Ложка-дуршлаг	Chef (поставщик ООО «РемиЛинг 2000»)	Длина 34 см, рабочая температура до 210 °С	Полипропилен	150-00
Доска разделочная	MPRO	45x30x1,2 см	Пластик	989-00

в основном обновления цвета, но не формы. И опять же, здесь все тот же состав участников, представляющих продукцию, выполненную на отечественных заводах, но под собственными иностранными марками, а также продукция от малоизвестных китайских фабрик.

Учитывая потерю возможности приобретения ряда изделий западноевропейских производителей, которые задавали дизайнерский тон, можно рассчитывать на скорое восполнение данного пробела за счет азиатских, прежде всего, китайских компаний, которые в состоянии предложить в сжатые сроки небезынтересную посуду по более демократичным ценам и сузить потребность в хромающем, финансово невыгодном альтернативном импорте.

Надо сказать, что компании, выходящие сегодня на рынок, безусловно,

есть. Чтобы убедиться в этом, достаточно полистать предложения посуды на страницах крупных маркетплейсов. Именно туда устремляется масса постоянно возникающих ИП, АО, а также просто самозанятых граждан, которые оккупировали данные торговые площадки не случайно. Сегодня экономическая отдача от этих площадок ощущается наиболее сильно. Создается впечатление, что через некоторое время туда перейдут все игроки. Но при этом хочется верить, что состав ныне успешно действующих торговых павильонов тоже сохранится. Собственно, как это и происходит в данный момент. Все активно торгуют и в маркетплейсах, и в других офлайн- и онлайн-торговых точках.

Подводя итог, стоит подчеркнуть, что в результате изучения предложения

в форматах офлайн (разные формы) можно выявить строго нацеленность на обдуманное совершение покупок с педантичным изучением не только ассортимента, но и непосредственно продавцов. Перед покупкой изучается рейтинг продавца и отзывы о нем на соответствующих сайтах. Исключение, как всегда, у милых сердцу стильных штучек, которые приобретаются под воздействием моментально возникающих ощущений (категория стихийных покупок)! При этом активность офлайн-форматов наблюдается в период выгодных предложений, то есть в акционный период.

Количество участников на рынке растет за счет увеличения торговли в маркетплейсах. В уже известных офлайн-магазинах прилавки заняты продукцией от ранее известных поставщиков и брендов.



КОЛЛЕКЦИЯ WEISER – ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К КУЛИНАРНОМУ ИСКУССТВУ



Кто любит и умеет готовить, прекрасно знают, что в кулинарном искусстве не бывает мелочей. Важно все: и хороший рецепт, и высококачественная посуда, и навыки, позволяющие безукоризненно определять время начала (окончания) того или иного процесса. Чтобы помочь идеально приготовить блюдо, бренд Röndell создал коллекцию Weiser, в состав которой входят сковороды трех размеров, сковорода-гриль, сотейник, ковш, кастрюля и вок. Все предметы посуды изготовлены из надежного литого алюминия, известного своей высокой теплопроводностью. Благодаря этому материалу продукты готовятся равномерно.

Инновационной особенностью коллекции является термовставка на бакелитовых ручках: как только она начинает менять цвет, можно приступать к приготовлению пищи. Ну а далее этот процесс будет продолжаться во время варки, тушения или жарки. О внутреннем покрытии всех предметов посуды Xylan Plus от PPG стоит сказать отдельно: абсолютно безопасное для здоровья, оно обладает превосходными антипригарными свойствами. Для сотейника, ковши и кастрюли в коллекции предусмотрены крышки из термостойкого стекла с силиконовым ободом и отверстием для выпуска пара.



Коллекцию Weiser можно посмотреть и заказать на официальном сайте rondell.ru

О бренде Röndell

Бренд Röndell работает на мировом рынке профессиональной посуды с 1988 года, а на российском рынке – с 2006 года. За эти годы он стал признанным экспертом в области разработки дизайна и технологий посуды.

Röndell – шестикратный обладатель наград «Бренд года – Effie» (в 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 и 2012 годах). Шестая по счету премия принесла команде ЗОЛОТО.

Коллекции посуды бренда Röndell неоднократно участвовали и получали престижные награды в рамках международных конкурсов, в том числе Kitchen Innovation of the Year.

В 2006 году эксклюзивным дистрибьютором Röndell на территории стран СНГ и Восточной Европы стала российская компания ООО «Голдер-Электроникс».



Стекланный дом России

Формирование российского рынка стеклянной посуды, по мнению ряда экспертов, продолжается с XIX века, когда открытие двух хрустальных заводов – Гусевского и Дятковского определило дальнейшее развитие посудной стекольной отрасли в рамках государства, живущего в состоянии извечных перемен: то территориальных, то экономических...



Сегодня посуда из стекла актуальна, находится в тренде и набирает обороты производства и продаж. До 2020 года рынок стеклянной посуды показывал заметный рост. Оказалось, что производить стекло на территории родного государства, в том числе посуду, значительно выгоднее, чем закупать его в Турции, Китае и других странах... По оценкам экспертов, российский рынок стекла и стеклотары – один из самых успешно развивающихся рынков России и Европы. Причем наибольший спрос наблюдался в сегменте стеклянной посуды ресторанного типа, продажи которой выросли в 2022 году более чем на 8% по сравнению с предыдущим годом, что обусловлено сложностями пандемийного периода.

Исключение составляют изделия из хрусталя. Этот рынок продолжает насыщаться в основном за счет изделий чешских производителей. Продукция Гусевского завода встречается на полках магазинов значительно реже. В основном она продается через маркетплейсы покупателям, которые традиционно любят хрусталь и ценят его. Что касается

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА	
Сортовые изделия различают по четырем основным направлениям:	
По назначению	- столовая посуда - посуда для вина и напитков - художественно-декоративные изделия - HoReCa (отель, бар, ресторан)
По способу выработки	- выдувные - прессованные - прессо-выдувные - свободно-выдувные - скульптура
По способу обработки	- шлифованные - алмазная грань - огненная полировка - декорированные эмалями и силикатными красками - художественно оформленные - гравированные
По виду стекла	- гутное - хрустальное - боросиликатное - бесцветное - окрашенное

изделий Дятковского завода, который условно разделен на два совершенно разных предприятия: завод, выпускающий продукцию под маркой AVDEEV CRYSTAL, и под ТМ «Шувалов». Первый выпускает изделия премиум-сегмента, в основном ручной работы, дизайнерские и стильные вещи по достаточно высоким ценам. Изделия под ТМ «Шувалов» дешевле, в основном это прессованный хрусталь, который также продается на маркетплейсах или в онлайн-магазинах. На полках сетевых торговых точек его почти нет. Но тема хрусталя достаточно обширна, и ее можно рассматривать отдельно от стеклянной истории. Сейчас мы рассматриваем сортовую посуду из стекла.

НЕМНОГО ЦИФР

Ежегодные темпы роста рынка стеклянной посуды и стеклотары за последние годы составляют порядка 10-12%. И предположение, что стекольщики из Китая могут составить серьезную конкуренцию нашим производителям, не оправдалось. Доказательством этого служит уменьшение количества пред-

ставленных стекольных брендов из Поднебесной на полках российских магазинов.

Основной объем столового стекла в России производится на нескольких отечественных заводах: ООО «Посуда» (Pasabahce), «Опытном Стекольном Заводе» («ОСЗ»), ЗАО «Никола-Натальинское стекло», Чернятинском заводе и др. Эти заводы стараются придерживаться европейских стандартов качества и дизайна. Но наибольший объем стеклянной посуды приходится на два завода: ООО «Посуда» и «ОСЗ».



Конечно, есть еще другие заводы, например завод «Гласс инк», который специализируется на выпуске сортовой посуды методом прессования и выпускает дымчатое стекло. Но после пожара весной 2022 года объемы пока не все восстановлены, и они все же сильно уступают нижегородскому заводу (ООО «Посуда») и «Опытному Стекольному Заводу». В настоящее время многие дистрибьюторы предпочитают работать именно с отечественными производителями стеклянных изделий.

Объем импорта прозрачного столового стекла (исключая стеклокерамику и боросиликатное стекло) в натуральном выражении немного уменьшен по сравнению с 2021 годом. Конечно, в основном эта тенденция сложилась в связи с санкциями. Пока в страновой структуре импорта лидируют Китай – 34%, Турция – около 18%, Индонезия – около 5%, Чехия – 8%, Италия – 3%, Германия – 2%, Франция – около 2%.

В 2022 году российскими предприятиями было выпущено стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья (кроме стеклокерамических) на 8% меньше по сравнению с результатами 2021 года. Среднегодовой прирост производства (CAGR) стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья (кроме стеклокерамических) за период 2017-2022 годов составил около 5%. Лидирующий федеральный округ РФ по производству стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья (кроме стеклокерамических) – Центральный ФО (56,7% общероссийского производства за период с 2017 по 2022 год), на втором месте – Приволжский ФО (41% производства). Прирост производства стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья (кроме стеклокерамических) к июню 2023 года поштучно увеличился на 22,4% к уровню такого же периода 2022 года.

В июне 2023 года средние цены производителей на стаканы и прочие стеклянные сосуды для питья, кроме стеклокерамических, составили 25,2 руб./шт.

Общий объем выпуска изделий из стекла (по мнению редакции) в 2022 году российскими предприятиями (включая ООО «Посуда» и ООО «Опытный Стекольный Завод») составляет более 20 млн поштучно.

Зарубежную продукцию успешно заменяют такие торговые марки как «ОСЗ», Pasabahce, Чернятинский завод, компания «Эвис», «Деком», «Гласс Декор», «Промсиз» и другие,



которые в основном декорируют продукцию. В розничной продаже еще несколько лет назад посудный рынок был достаточно однообразным, более 50% всей легально продаваемой столовой продукции принадлежало турецкой компании Pasabahce и французской компании ARC-International с ее марками Luminarc. Сегодня же с развитием отечественного производства на российском рынке представлены почти все отечественные бренды. Идет масштабное импортозамещение на рынке сортовой посуды из стекла. В России возникает большое количество производств декорированного стекла для стола отечественных марок.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА И ХРУСТАЛЯ

Главным преимуществом стеклянных изделий из стекла считается их экологичность и низкая розничная цена. Посуду из стекла рекомендуют использовать для приготовления пищи даже для детей. Именно экологичность достаточно часто влияет на выбор потребителей в пользу подобных изделий. Сейчас посуда из стекла привлекает не только своей эстетичностью, но и особой прочностью. Сегодня многие производители выпускают изделия из ударопрочного стекла, которые прекрасно выдерживают механические воздействия. Кроме того, они могут быть использованы и для приготовления пищи в микроволновой печи. В тренде последних лет культивируется полная сервировка стола посудой из стекла. Бокалы и фужеры, блюда и тарелки, стаканы и другие изделия из стекла отлично смотрятся в любом интерьере. Современные производители

выпускают продукцию, которая отличается не только изысканностью формы, но и широтой цветовой гаммы. Это позволяет подобрать наиболее подходящие варианты сервировки или отдельных компонентов под дизайн той или иной кухни. Если говорить про хрустальные изделия, то они, конечно же, в первую очередь привлекают внимание своим чарующим внешним видом. Во-вторых, нужно отметить хорошие эксплуатационные свойства стеклянной посуды, особенно если говорить об изделиях из закаленного стекла. Они позволяют выполнять любые термические обработки продуктов, и при этом можно не опасаться за их целостность. Кроме того, срок службы таких изделий исчисляется десятилетиями, конечно же, при условии, что они выполнены из высококачественного стекла с соблюдением всех необходимых технологий. Качественную продукцию предлагают солидные производители.

Из сложностей, с которыми приходилось сталкиваться производителям стекла, – отсутствие качественного российского сырья, так как до сих пор основной компонент для производства – песок приходилось закупать за рубежом, большей частью в Украине. В связи с тем, что месторождения песка находятся в непосредственной близости к зоне боевых действий, заводы работают на ульяновском сырье. Вряд ли стоит в стеклянной отрасли ожидать появления новых игроков, но те заводы, что работают сейчас, вполне могут увеличить объем производства и продолжить модернизацию имеющихся мощностей и, возможно, расширить ассортимент.



Почему Китай?

Несколько лет назад был выдвинут национальный проект «Покупайте российское». Сейчас, в условиях санкций, насколько можно рассматривать такой отечественный продукт, как фарфоровые изделия для домашней сервировки? Рассмотрим состояние и продукцию фабрики «Фарфор Вербилкок». Почему о российском величии фарфора часто говорится в историческом ключе со словом «было»?

НЕМНОГО ИСТОРИИ

ОТ АНГЛИЧАНИНА ФРАНЦА ДО ПРОМЫШЛЕННИКА КУЗНЕЦОВА

Франц Гарднер, переехавший в Россию в 1746 году и разбогатевший на добыче леса и производстве сахара, выбрал для организации производства фарфора маленькое сельцо Вербилки Дмитровского уезда Московской губернии. Оно находилось недалеко от Москвы, почти в лесу, найти его было сложно, но рядом с реками, на слиянии которых можно было установить мельницу для размыва глины. Здесь в 1754 году и была нелегитимно открыта фабрика.

В связи с тем, что братья Гарднеры ранее торговали с нарушением условий торговли, были уличены в этом, со стороны императорского двора были предъявлены обвинения, и репутация англичан была подмочена. В 1765 году Ф. Гарднер послал Екатерине II челобитную с просьбой разрешить ему производство фарфоровой посуды. Сначала был отказ. После того как он преподнес императрице в подарок сервиз, декорированный орденами военных кавалеров, она заказала еще три сервиза – в каждом было до 1000 предметов, фабрика справилась с задачей, чем заслужила одобрение двора. В последующем на мануфактуре разрешили и наладили массовый выпуск продукции.

После смерти Франца Яковлевича наследники не смогли достойно управлять предприятием и завод был продан фарфоровому королю Матвею Кузнецову и стал частью его «империи». Вместе с новым руководством фабрика обрела новую жизнь. Завод продолжил выпуск старых гарднеровских форм, большого количества жанровых статуэток, анималистики, а также чайных и столовых сервизов, при этом предприимчивый Матвей Кузнецов оставил клеймо Гарднера на своих изделиях.



СОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

После революции 1917 года предприятие было национализировано и стало называться Дмитровский фарфоровый завод. В советские годы он продолжил производить массовый фарфор, а в годы Великой Отечественной войны переориентировался на продукцию для нужд фронта. Во второй половине XX века фабрика стала градообразующим предприятием со своим художественным училищем и штатом в 3000 сотрудников, выпускала более 10 млн изделий в год. Завод строил и давал своим работникам жилье, строились и содержались детские учреждения, ясли, детсады, Дом культуры. При заводе был профилакторий, где работники ДФЗ могли, без отрыва от работы, питаться, получить медицинское обследование и лечение. Там работали врачи разных специальностей, завод организовывал отдых и взрослых, и детей. Давали путевки в дома отдыха, санатории, детские лагеря.



ЛИХИЕ ВРЕМЕНА

После приватизации фабрика несколько раз меняла своих владельцев, но, что самое главное, никто из них не смог сделать производство прибыльным и интересным местом для инвестирования и наладить производство до уровня советских времен. То, что создавалось огромным трудом и талантом многих поколений жителей Вербилкок, увы, утрачено.

ЧТО СЕЙЧАС?

В огромных помещениях, где полвека назад толпились рабочие, в основном пусто. Исходя из информации, работает на фабрике чуть больше 100 человек, включая магазин, охрану и экскурсионное обслуживание, благо промышленный туризм сейчас интересен. Производственные



площади заняты по прямому назначению не более чем на 30%, остальное простаивает или уже технически и технологически сильно устарело.

КАК И КТО ПРОИЗВОДИТ ФАРФОР

Технологии производства сохранены с давних времен: глина, песок, полевой шпат и каолин. Ранее глину привозили с Украины, сейчас – из Оренбургской области, оттуда и каолин, следующий компонент в составе – светлый речной песок – добывается в подмосковном Раменском, полевой шпат привозят с Кольского полуострова. Качество и белизна фарфора зависит от качества каолина.

Объемы определяются количеством заказов. Начинается день с 6 утра, с заготовки фарфоровой массы. Все сухие ингредиенты перемалывает специальная шаровая мельница, а после уже в другом барабане массу смешивают с водой. Суспензию пропускают через сито и магнитные ленты для очистки. В изделиях можно иногда заметить небольшие темные вкрапления – так называемые «мушки». Это кусочки металла, которые не удалось «вытянуть» магнитной лентой на стадии очистки сырья. От количества этих «мушек» зависит уровень и, соответственно, цена продукции. Для литейного метода изготовления фарфоровых изделий часть сырья оставляют в жидком состоянии. Впоследствии его будут выливать на гипсовую заготовку. У каждой детали, будь то носик чайника или часть скульптуры, своя заготовка. Вручную части будущего изделия достают из форм и собирают в целое, после изделие зачищают и придают ему товарный вид. Такой метод используют для создания кружек, ваз, чайников, скульптур, имеющих декоративно-художественную ценность. Эти вещи обычно стоят дорого.



Другую часть жидкого сырья обезвоживают и превращают в массу, похожую на пластилин. Из нее продукцию будут формовать, используя формы из гипса, которые изготавливают тут же, на фабрике. Техника формовки пришла в советские годы, когда необходимо было работать на массы, обеспечивая большие объемы производства. С помощью автоматики кусок фарфоровой «колбаски», лежащей в гипсовой заготовке, прижимают роликом, придавая ей необходимый вид. Но ручки к изделиям присоединяют вручную. После высыхания посуда становится светлее и чуть крепче, но все же она достаточно хрупкая.

Первый раз в печи изделия обжигают около 8 часов при температуре 800 °С. Следующий этап – глазурование. Каждое изделие вручную опускают в емкость с глазурью. Оно тут же заметно белеет. После такого «купания» партия чайников или кружек снова отправляется в печь уже на финальный обжиг при температуре 1800 °С. Из печи продукция выходит белоснежной и стекловидной. Часть изделий оставляют в таком виде, а часть отдадут художникам, которые работают в цеху декорирования.

На тяжелых участках производства трудятся мужчины, более мелкую, кропотливую работу выполняют женщины. Зарплата небольшая, поэтому молодежи нет, в основном цеху трудится только одна молодая девушка. Работают в основном местные жители из Вербилкок. Причины разные: кто ради прибавки к пенсии, кто специально нашел место поближе к дому, чтобы внуков забирать из детского садика или школы, у кого-то другие причины.

ОСОБЕННОСТИ ПРОДУКЦИИ

Изделия без росписи называют «бельем» (от слова «белый»). В основном такая посуда должна быть востребована отечественными ресторанами и отелями.

Есть еще одна отличительная черта фарфоровых изделий: небольшая деталь обязательно будет шершавой, без глазури. У фарфоровых чашек и тарелок таким будет ободок, а у статуэток – дно. Причина – особенности процесса глазурования: после окунания изделия в состав надо обязательно вытереть ту часть, на которой оно будет стоять в печи на финальном обжиге, иначе изделие навсегда приклеится к поддону. Благодаря этой шершавости потребитель может отличить фарфор от фаянсовой посуды. Эту механическую работу тоже выполняют женщины.



ДЕКОРИРОВАНИЕ

Это самое красивое место. Здесь изделия принимают законченный вид. «Пахнет скипидаром. Именно скипидар смешивают живописцы с керамическими порошковыми красками, а далее кистью наносят рисунок по образцу, соблюдая технологию: каждый слой обжигается отдельно», – поясняет экскурсовод.

«Училась здесь, на месте. Нас сажали к рабочим и обучали, потом студенты поступали в училище и осваивали художественную лабораторию, которая находилась этажом выше. Все кабинеты были заполнены, трудилось 200 человек. Сейчас девять, включая одного главного художника», – с ностальгией рассказывает живописец цеха.

Ее коллега рядом работает с деколью. Эта техника позволяет переносить простые изображения на фарфор по принципу переводной картинки. После обжига лак сгорает и рисунок въедается в поверхность. Изделия с деколью стоят намного дешевле, чем те, которые расписаны вручную.

Да, история интересная. Экскурсии для групп проводятся каждый день: приезжают и школьники, и студенты. Сейчас возрождается интерес к производствам, фабрикам. В этом году заводу исполняется 269 лет.

ВСЕ-ТАКИ ПОКА КИТАЙ!

Но насколько востребована продукция, технология производства которой не изменяется уже веками? Уже XXI век, а формы, и деколи, и техника все та же, которую наладил Гарднер и впоследствии Кузнецов? И объемы? Насколько такими объемами можно «накормить» такую огромную страну, не прибегнув к китайскому импорту? Тем более, что китайская продукция намного качественнее, и ровнее, и белее?

На рынке как грибы растут небольшие фарфоровые производства, на них работают молодые и перспективные профессионалы. Так почему же старейший завод влачит полунищенское существование и государство никак не реагирует на проблемы? Как мы можем победить, если наряду с космосом в России существуют такие предприятия, о которых можно пока говорить: «О, было время!». Когда мы сможем гордиться современным производством, в том числе и фарфоровым?



Для тех, кто любит погорячее!

В числе кухонных аксессуаров есть предмет, не участвующий в процессе приготовления пищи, не используемый для подачи различных блюд, в нем также не хранят еду или ингредиенты, но он непременно присутствует на каждой кухне и довольно часто используется при сервировке стола. Речь идет о подставке под горячее. Казалось бы, не самый главный посудный аксессуар, в магазине лежит, как правило, на нижней полке, покупатели вспоминают о нем далеко не в первую очередь... Те компании, которые работают с предметами для сервировки стола, в большинстве имеют это изделие в своем портфеле.

ИСТОРИЧЕСКИЕ КОРНИ

Под горячую посуду всегда что-то подставляли. Чтобы не обжечься, не оставить следов, не испортить мебель. Материалом для подставки могло быть что угодно. Главное, чтобы этот предмет обладал низкой теплопроводностью, чтобы быть изолятором между горячей кастрюлей/или... и местом, на которое ее ставят.

Первые подставки появились в средневековье в Германии: это были бердикели – из фетра, от которых и пошла специальные приспособления под горячее. Первоначально бердикелями прикрывали пивные кружки (защищали от попадания насекомых, сухих листьев и пр.). Затем, поняв их теплоизоляционный эффект, стали подкладывать под дно горячей посуды.

ФУНКЦИОНАЛ И УКРАШЕНИЕ

Разумеется, главное здесь убедиться, что может пострадать от прямого контакта с источником высокой температуры. Однако эстетический аспект также важен. Поэтому нас окружает довольно много дизайнерских исполнений этих предметов, выполненных из разных материалов и их сочетаний. Традиционно размер подставок чуть меньше диаметра наиболее популярных кастрюль и сковород (диаметры – 24-28 см) и составляет обычно около 20-22 см (сторона квадрата или диаметр).

Сегодня подставка для кухонной посуды является непременным атрибутом каждой кухни. Как правило, у хозяек насчитывается до 10 таких подставок. Гладкие со всех сторон, на ножках, деревянные с резьбой и металлические из проволоки, фарфоровые с рисунком и аскетичные из пробки, современные из термостойкого стекла и силикона... Сложно



перечислить все варианты исполнения. А ведь еще есть отдельные маленькие подставки под кружки, точнее под одну кружку. Но это отдельная «пивная» тема.

Подставки часто привозят из путешествий, они имеют сувенирный характер, для многих подставки являются напоминанием о важных личных событиях, кулинарных открытиях, романтических вечерах и пр. Не случайно кто-то даже коллекционирует подставки по определенной тематике.

МАТЕРИАЛ И СТОИМОСТЬ

Как мы уже говорили, материал подставок должен быть прекрасным термоизолятором. И, по мнению современных покупателей, подставка под горячее должна быть термостойкой и влагостойкой, а

еще... легко мыться. Кроме того, подставка должна быть удобной для хранения, по этой причине большинство из них – плоские или имеют очень маленькие (совсем низкие) ножки.

В связи с этим в качестве подставок прекрасно подходит стойкое к перепадам температуры и влаги дерево или древесные породы, например бамбук, пробка и иные, металл (в частности, нержавеющей сталь как наиболее стойкая к коррозии), а также синтетические материалы, обладающие высокой термостойкостью.

Стоимость подставки зависит от материала, ценовых рамок производителя, размера и затрат на ее изготовление. Типовые подставки заводского исполнения, как правило, доступны по цене. Правда есть





серийные модели подставок от именитых брендов – это дороже. Авторские работы могут быть как довольно дорогими, в силу редкого дизайна, а также использования драгоценных металлов, редких камней, трудоемкости изготовления, так и простыми в исполнении.

Конструкция подставки также влияет на ее цену. В среднем подставка из акации или ореха обойдется покупателю в 1-2 тыс. руб. Авторская работа из этого материала будет в 3-5 раз дороже в зависимости от сложности исполнения.

Сегодня подставки под горячее

используют достаточно широко. Предложение таких подставок на рынке явно опережает спрос. Однако покупатели постоянно обращают внимание на обновление ассортимента и стараются приобретать только-только вышедшие модели подставок, в том числе для антуража и в качестве интерьерных решений кухонной зоны.

Цвет не влияет на цену. Поэтому, чтобы сохранить первоначальный вид, для подставок лучше использовать стойкие к высоким температурам покрытия или пропитки.

Важным качеством многих подставок является их возможность мытья в посудомоечной машине. К сожалению, подставки из натуральной древесины не пригодны для машинной мойки. В то же время подставки из синтетических материалов приспособлены для этого.

ПОДСТАВКА В КАЧЕСТВЕ ПОДАРКА

Фигурные подставки в виде изящных листьев, цветков, сердца или иных украшений могут стать великолепным подарком. Он может быть выполнен в виде набора.



Не меньшей привлекательностью обладают современные силиконовые подставки: они препятствуют скольжению (посуда на них стоит очень устойчиво), легко моются (в том числе в посудомоечной машине), обладают высокими термоизолирующими свойствами.

ПОДСТАВКИ – НЕ ПОДЛОЖКИ!

Довольно часто к группе подставок под горячее добавляют так называемые подложки, представляющие собой тонкостенные гибкие листы, выполненные как из натуральных, так и из синтетических материалов. Они носят скорее декоративное

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ ПОДСТАВОК ПОД ГОРЯЧЕЕ

Наименование/марка	Материал	Размеры	Особенности	Средняя цена
Recam Group	Пробка	Диаметр 19 см	Набор из трех одинаковых штук	264-00
Hermosa	Силикон	Диаметр 17,5 см	Набор из двух одинаковых штук	260-00
Volga Wood	Дерево (сосна)	Диаметр 14 см	Толщина 18 мм	296-00
HobbyT Kitchen	Бамбук	Диаметр 15 см	Имеются противоскользящие ножки	270-00
Pomi d'Oro	Хромированная проволока	Диаметр 21,5 см	Ножки в виде металлических шариков	242-00
Lefard	Керамика	21x16 см	Имеется рисунок и прорезь для хвата	250-00
Easy Life	Пластик	45x30 см	Пригодна для мытья в посудомоечной машине	420-00

значение, используются для сервировки на стол под столовую посуду и предохраняют скатерти от излишних загрязнений, поэтому часто больше диаметра тарелок. Увы, они являются плохими защитниками от высокой температуры в силу своей незначительной толщины.



ЭПИЛОГ

Даже в самые трудные с финансовой точки зрения времена подставки под горячее наравне с другой посудой обязательно находят своего покупателя. Несмотря на свою второстепенную роль, подставка является постоянным спутником любых застолий и сервировочных решений, и нет оснований предполагать, что в этом смысле ситуация изменится.

Традиционно в первую очередь объемы продаж подставок под горячее формируют изделия экономсегмента и среднего ценового уровня. Каждая выставленная на продажу подставка рано или поздно найдет своего покупателя. Для продавца это означает одно: поставлять нужно только привлекательные во всех отношениях подставки, в ином случае можно оказаться владельцем не товара, а складских остатков.



Разделочные доски

Какими могут быть разделочные доски, как их выбирают и сколько их должно быть в доме? Эти вопросы задают многие покупатели. Попробуем прояснить некоторые нюансы выбора разделочных досок в надежде, что это поможет участникам рынка формировать более качественное предложение этих важнейших кухонных предметов.



МАТЕРИАЛ И СВОЙСТВА

Если кратко, то изготовить разделочную доску можно практически из любого материала, отвечающего санитарным нормам и выдерживающего нагрузку от соприкосновения с ножом. Закаленное стекло, твердый пищевой пластик, а также древесные породы (дуб, орех, клен, бук, береза, ясень, акация, граб, вяз, гевея и др.), а также бамбук (формально это трава) – применяются для создания кухонных досок весьма успешно. В продаже можно увидеть и доски из фанеры. Производители выделяют их важное преимущество – стойкость к деформации (не считая низкой цены) при перепадах влажности.

Отдельно стоит сказать о пластике. Пластиковые или пластмассовые доски – оправданный и удобный вариант. Легко моются, не деформируются (в отличие от древесных материалов), как правило не впитывают запахи, имеют привлекательный

внешний вид. Но и здесь все зависит от качественных характеристик используемого при изготовлении таких досок сырья. Прежде всего, речь идет о пищевом пластике, не вторичной переработки, сохраняющем высокую плотность после изготовления доски, способном выдерживать многочисленные «порезы», а также удары режущих инструментов. При аккуратном, а точнее бережном, обращении пластиковые доски используются годами. Но для разделки сырого мяса подойдут специальные деревянные доски.

Для разделочных досок могут использоваться различные синтетические материалы на основе пластика. В том числе стойкие к порезам и одновременно гибкие. Но и они со временем требуют замены.

Закаленное стекло – один из современных материалов, которые используются для изготовления досок. С точки зрения гигиены – это наилучший вариант, поскольку стекло хорошо моется, на нем не остается глубоких порезов, которые со временем могут превращаться в очаг размножения вредоносных бактерий. Кроме того, производители наносят интересный рисунок на доску, в том числе модный и дизайнерский. Но и здесь есть проблемы. От соприкосновения лезвия со стеклом (а это неизбежно) первое быстро затупляется.

Другими словами, у каждого материала имеются свои преимущества и недостатки. Например, если

взять лист из нержавеющей стали и выпилить из него доску, последняя будет отличаться практичностью и служить чуть ли не вечно. Но нержавейке (казалось бы, не вступающей в реакцию с пищевыми кислотами и солями) свойственно оставлять после себя металлический запах. К тому же этот материал, в отличие от обычной стали, более твердый и, подобно стеклу, быстро приводит к затуплению ножей.

Единственное, из чего не делают разделочных досок, – это силикон. Данный материал не переносит контакта с ножом и любыми колющими и режущими предметами, о чем неоднократно напоминают производители силиконовой посуды.

ТОЛЩИНА И РАЗМЕР

Размеры досок могут быть абсолютно любыми, равно как и их форма, которая в совокупности с оттеночным или декоративным решением демонстрирует широту дизайнерских взглядов. Еще недавно в моде были фигурные декоративные доски, которые вешали на стену.

Сегодня в продаже есть довольно много досок разных форм. Наличие разнокалиберных досок предусматривает их эргономичное хранение (то есть удобство размещения, при котором можно быстро достать необходимую доску). Сложные и разные по форме доски неудобны для хранения, следовательно, покупатель выбирает наиболее практичный вариант, не только заботясь об износостойкости, но и учитывая удобство размещения доски на собственной кухне.

КОЛИЧЕСТВО И ЦЕНЫ

Для мясных, рыбных и хлебобулочных изделий требуются отдельные доски. Что касается цен, то самая обычная деревянная дощечка размером ориентировочно с печатный лист (примерно 20x30 см) стоит в пределах 200-800 руб. в зависимости от материала. Береза – самый дешевый материал. Ясень обойдется дороже. Цена на дубовую

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ ПОДСТАВОК ПОД ГОРЯЧЕЕ

Наименование/марка	Материал	Размеры	Особенности	Средняя цена
Recam Group	Пробка	Диаметр 19 см	Набор из трех одинаковых штук	264-00
Hermosa	Силикон	Диаметр 17,5 см	Набор из двух одинаковых штук	260-00
Volga Wood	Дерево (сосна)	Диаметр 14 см	Толщина 18 мм	296-00
HobbyT Kitchen	Бамбук	Диаметр 15 см	Имеются противоскользящие ножки	270-00
Pomi d'Oro	Хромированная проволока	Диаметр 21,5 см	Ножки в виде металлических шариков	242-00
Lefard	Керамика	21x16 см	Имеется рисунок и прорезь для хвата	250-00
Easy Life	Пластик	45x30 см	Пригодна для мытья в посудомоечной машине	420-00

доску будет еще выше и превысит 1000 руб. Многие зависит от толщины и обработки, в том числе от стоимости покрытия, стойкого к вымыванию (изготавливается из пищевых растительных масел). Редкие породы – акация, орех и другие используемые для досок породы имеют более высокий ценник, сегодня их стоимость в зависимости от размера стартует от 2500 руб. и более.

ЗАКУПКИ И ПРОДАЖА

Спрос на разделочные доски определяется не только фактическими потребностями потребителей кухонных аксессуаров, но и эстетическими соображениями. Новинки с обновленным дизайном магически действуют на покупателей, стимулируя приобретение данных изделий. Этим активно пользуются закупщики и производители, предлагая обновленные дизайны и новые интересные решения разделочных досок. Однако традиционное исполнение не означает отсутствия внимания к ним. Наоборот, некоторые домохозяйки интересуются исключительно проверенными вариантами.

Ряд досок можно использовать даже при сервировке стола при подаче нарезанных блюд, в том числе хлеба, овощей и фруктов. Благодаря сокоотводящей канавке на разделочных досках можно не только нарезать, но и подавать на стол овощи и сочную зелень (сок не вытекает наружу и не растекается по столу).

Особый покупательский интерес в последние годы вызывают доски из современных нейтральных материалов (не вступающих в реакцию с различными продуктами), обладающие таким полезным качеством, как трансформация. К ним относятся складные доски; доски, дополняемые контейнерами для нарезанных

кусочков, доски с антискользящими вставками.

В последнее время на рынке стало больше досок, выполненных отечественными производителями из древесных материалов, а точнее из различных твердых пород. Особую ценность имеют доски, набранные из нескольких слоев. При условии их соединения клеевыми составами, допустимыми по санитарным нормам, преимущество таких досок очевидно. Такие доски не склонны к деформации, они отличаются привлекательным внешним видом, что не может не радовать их будущих владельцев.

Уровень закупок разделочных досок сегодня сместился в сторону отечественных и азиатских производителей. В числе лидирующих материалов преимущество сохраняют стекло, пластик и древесина, представленная в первую очередь березой, дубом, орехом, а также бамбуком (травянистым растением).

Объем продаж разделочных досок за последнее год-полтора не снижается, а, возможно, даже увеличивается за счет популяризации аутентичного оформления кухонной и столовой зоны в сегменте Home и мест общественного питания в сегменте HoReCa, где за последнее время увеличилось количество деревянной сервировочной посуды в целом.

ОТНОШЕНИЕ К БРЕНДУ

Непосредственно только одними досками никто не занимается. Помимо них продавцы предлагают широкий спектр кухонно-столовых предметов как из дерева, так и из других материалов, а кроме того, продукцию хозяйственного назначения.

Сегодня на прилавках достаточно много досок из закаленного стекла и пластика. Приблизительная

продажная цена на доску среднего размера (20x30 или 30x40 см) колеблется от 350 до 600 руб. Стекло и пластик – гигиеничные материалы, которые соответствуют представлению о безопасной и здоровой пище, а также простоте ухода. В отличие от многих деревянных, стеклянных и пластиковые доски можно мыть в посудомоечной машине.

Новаторские – многофункциональные доски или доски из искусственных материалов с антибактериальными добавками сегодня имеют ограниченный уровень сбыта в связи с высокой ценой, вызванной серьезным подорожанием зарубежного сырья и ряда специфических компонентов. В целом европейские бренды сегодня оказались не столь доступными для российского потребителя, поэтому внимание последних переключается на предложение исходящее из Азиатского региона, прежде всего Китая.

Значительная часть деревянных разделочных досок в настоящее время – от отечественного производителя. При этом они различаются по материалу, форме, размерам, дополнительным элементам, конструктивным особенностям. Доски из стекла и пластика не подвержены деформации, клееные или слоеные доски с разнонаправленными расположением своих составных частей имеют небольшую склонность к деформации, доски из массива дерева имеют высокую вероятность деформации при перепадах влажности даже если они обработаны защитными пищевыми составами.

Поэтому при выборе досок из стекла и пластика можно исходить из размеров и декоративного оформления, а при выборе досок из древесных пород – из стабильности и износостойкости материала.

ТАК УЖ ВРЕДНЫ СЛЕДЫ ПОРЕЗОВ? МИФ И РЕАЛЬНОСТЬ

Нужно ли опасаться деревянных досок? И насколько опасны порезы от ножа? Если мы говорим о досках, предназначенных и используемых для нарезки готовых пищевых продуктов, – это одно. Если для сырых продуктов, в частности мяса, птицы, рыбы, – это другое. Ухаживать за ними нужно по отдельности, так как места порезов благоприятны для обитания бактерий. И многие породы обладают антибактериальным эффектом, даже после спила живого дерева.

Так что не стоит бояться порезов на разделочных досках. Они могут вымываться жесткими щетками, шлифоваться, обработка кипятком практически полностью уничтожает непрошенных «жильцов», так что данные доски будут служить верой и правдой не один год.



Дуршлаг, как много в этом слове...

В списке необходимых кухонных принадлежностей непременно присутствует дуршлаг. При этом мало кто анализировал рынок этих предметов, хотя материал, объем чаши, способы применения дуршлагов, а также срок эксплуатации и частота их покупок конечными потребителями не менее важны для проведения маркетинговых исследований, чем изучение иных предметов посуды.



«ДУР» ИЛИ «ДРУ»?

Историй появления дуршлагов много. По-немецки «durchschlagen» означает пробивать насквозь, пропускать, еще одно значение – посуда с пробитыми дырками. В связи с этим в «дуршлаг» первый слог – «дур» («Durch»), а не «дру». Дуршлагами активно пользовались с античных времен, свидетельством тому служат их визуальные изображения, дошедшие до нас (в том числе на фресках), а также труды Гомера. Более поздними свидетельствами служат гравюры с изображением дуршлагов. В Алмазном фонде Кремля хранится редчайший 152-дырочный дуршлаг XVII века. При этом у большинства дуршлагов нечетное количество дырочек... Кстати, изначально на Руси дуршлаг, согласно трудам Даля, именовали трушлагами и фушлагами.

ДУРШЛАГ ИЛИ КОЛАНДЕР?

Термином «коландер» обозначают чашу круглой или прямоугольной формы с бортиками и ручкой (ручками), в дне и стенках которой проделаны отверстия. Такие коландеры из нержавеющей стали нетрудно увидеть в гипермаркете METRO. Это и есть дуршлаг! Отличие лишь в том, что у коландера присутствуют ножки, на которых данная посуда устойчиво стоит на поверхности.

МАТЕРИАЛ И ДИЗАЙН

Сложно сказать, какой материал использовался для первых дуршлагов. Сегодня для изготовления дуршлага может применяться практически любой материал, включая силикон (например, на металлическом каркасе). Современные технологии это позволяют. Но чаще всего дуршлаг выполняют из тонкостенного металла (эмалированная или нержавеющая сталь, алюминий и пр.) или пластика. Стекло и дерево не используют.

Дизайнерского исполнения дуршлагов великое множество, но в подавляющем большинстве случаев стандартный вид дуршлага сводится либо к ковшу с отверстиями в дне, либо к кастрюле с такими же отверстиями. Правда в первом случае имеем одну длинную ручку, а во втором две небольших по бокам. Второй вариант (такие модели в последнее время выполняются из нержавеющей стали) часто имеет жестко прикрепленную подставку, для того чтобы не держать дуршлаг во время его использования, а поставить его. Кроме того, такая конструкция имеет более округлое дно (за счет подставки посуда всегда стоит ровно) и большее количество отверстий (не только в дне, а почти по всей своей площади).

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ДУРШЛАГОВ: МАТЕРИАЛЫ И ЦЕНЫ

Сегодня цены на дуршлаг зависят от производителя, логистических цепочек и применяемого материала. В среднем стоимость дуршлага из металла



объемом 2,5-3 л (самый ходовой объем) не отличается от стоимости аналогичной по объему и материалу иной кухонной посуды, прежде всего кастрюли, сотейника или миски. То есть качественный дуршлаг из нержавейки можно приобрести в пределах 2-3 тыс. руб. (есть, конечно, и более дешевые аналоги); дуршлаг из неокрашенного алюминия явно будет дешевле. С пластиком ситуация несколько иная. Западноевропейский пищевой



ДУРШЛАГИ, НАИБОЛЕЕ ЧАСТО ВСТРЕЧАЕМЫЕ В РОЗНИЧНЫХ ТОЧКАХ ПРОДАЖ

Производитель	Материал	Размер, объем	Особенности	Цена, руб.
АО «Полимербыт»	Полипропилен	Диаметр 19 см	Дуршлаг двойной, вставлен в чашу (срок годности не ограничен)	
ООО «Архимед»	Пластмасса	Диаметр 22 см	Срок годности не ограничен	169-99
Phibo, ООО «Бытпласт»	Полипропилен	Объем 3 л	Дуршлаг с миской	64-99
Idiland, ООО «Хомвер»	Полипропилен	449x216x81 мм	Дуршлаг раздвижной Bergamo	
Esonova (импортер ООО «ТЦ «Бытпласт», сделано в Турции)	Полипропилен, эластомер	24,5x20x8,5 см	Дуршлаг складной	269-99
Aqua	Полипропилен		Дуршлаг вращающийся	209-99
«Лысьва»	Эмалированная сталь	1,5 л	Дуршлаг в виде ковша	239-99
Satoshi	Нержавеющая сталь	Диаметр 24 см, высота 12 см	Дуршлаг на подставке	612-00
No name	Силикон	22x22x9 см	Дуршлаг складной	495-00
Kalitva	Алюминий неокрашенный	22x22x10 см, объем 1 л		272-00 (с учетом скидки)
Scovo	Алюминий	Объем 2,5 л	Можно мыть в посудомоечной машине	414-00

пластик и посуда из него взлетели в цене, и приобрести такую посуду можно в большинстве случаев за счет альтернативного импорта, следовательно ценник на такую продукцию весьма высок. Аналоги из Китая и иных государств Азиатского региона могут быть дешевле в 2-4 раза. Именно они сегодня наполняют рынок и продаются чаще других.

Уровень спроса на дуршлаг зависит от числа возникновения новых домохозяйств, а также покупательской активности среднестатистического покупателя, прежде всего женщин в возрасте 28-55 лет, стремящихся разнообразить свой кухонный быт интересными и радующими глаз изделиями.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Традиционные бытовые дуршлаг имеют объем от 2 до 5 л, выполнены из стали (нержавеющей или покрытой эмалью), алюминия или пластика. В сегменте HoReCa применяются дуршлаг больших объемов, достигающие 8-10 л. Покупатели до 35 лет предпочитают современные модели, выполненные из пластика или силиконовых элементов, в силу

наиболее яркого дизайна и интересных форм.

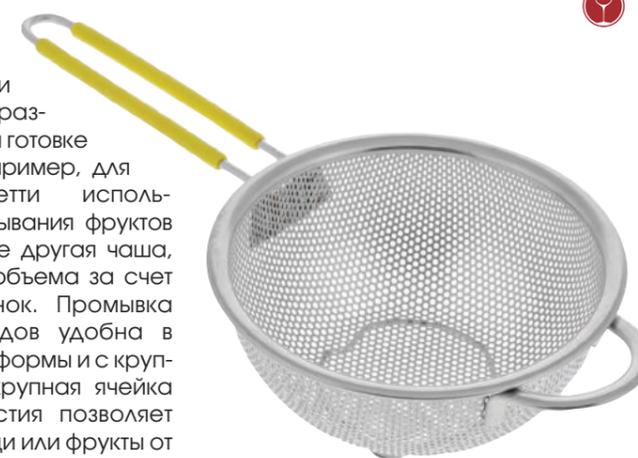
СКОЛЬКО ДУРШЛАГОВ ДОЛЖНО БЫТЬ В ДОМЕ

Количество дуршлагов у современной домохозяйки может составлять 2 и более. В основном число такой посуды определяется эстетическими предпочтениями конкретного человека в разные периоды своей жизни. Дело в том, что дуршлаг не скоропортящийся продукт, и покупается он достаточно редко. При этом сохраняются в первую очередь металлические дуршлаг как наиболее практичные.

Но одновременно с этим стоит сказать, что с недавних пор домохозяйки стали пользоваться разными дуршлагами при готовке различных блюд. Например, для приготовления спагетти используют чашу. Для промывания фруктов – лучше подходит уже другая чаша, возможно большего объема за счет более высоких стенок. Промывка зелени и корнеплодов удобна в дуршлагах вытянутой формы и с крупными отверстиями (крупная ячейка или диаметр отверстия позволяет быстро промыть овощи или фрукты от

земли); такие дуршлаг часто вставляются в отдельную раковину и продаются в комплекте с ней.

Дуршлаг с мелкими дырочками (но все же не такие, как сито) удобны для промывки круп (и иных злаковых культур) перед варкой. А для слива бульона, в котором варилось мясо, удобен устойчивый, более тяжелый дуршлаг, а иногда дуршлаг, который с небольшим количеством отверстий только в дне, чтобы его можно было устойчиво поставить на кастрюлю, для сохранения и дальнейшего использования сливаемой жидкости.



Кролик, отдай салфетку!

Изящное колечко для салфеток в виде кролика создала набирающая популярность мастерская **Clay Street** из Ростова-на-Дону. Компания вообще специализируется на «кроликах», включая их в посудное изделие из фарфора ручной работы. Фарфоровые кролики полны жизнелюбией и вызывают массу приятных эмоций. Это очень важно в нашей жизни!

www.shop.claystreet.ru



Чаяпитие в тренде



Pasabahce («Пашабахче») – всемирно известный турецкий бренд, под которым выпускается красивая и практичная посуда из высокопрочного стекла. За счет особой технологии обработки стекла продукция этой популярной марки даже после продолжительной интенсивной эксплуатации сохраняет безупречный внешний вид без царапин и сколов. Накопленный опыт позволяет специалистам Pasabahce создавать стеклянные изделия, которые даже через много лет не теряют своей привлекательности. С не меньшим вниманием относятся дизайнеры компании и к внешнему виду своей продукции. При этом ценовая политика компании остается прежней – доступность предметов даже самого высокого качества.

Мода на чаяпитие всегда в тренде, а стеклянные кружки серии Timeless от знаменитой компании могут особо подчеркнуть цвет и аромат напитка. Уже сейчас изделия Timeless появились в Турции и уже импортируются партнерами компании на российский рынок в трех размерах: в 195, 250 и 310 мл.

www.pasabahce.com/ru

Прочная каменная керамика

Известная датская марка **LIND DNA** продолжает свою серию посудных изделий из каменной керамики в запатентованной форме CURVE. Теперь покупателям предлагают попробовать тарелки из этой серии. Преимущества каменной керамики очевидны: посудные изделия из этого материала прекрасно выдерживают морозильную камеру, посудомоечную машину и микроволновую печь. В духовом шкафу такая посуда способна работать при температуре до 270 °С.



www.lindd.ru

Мини-подставка на время готовки

Универсальная подставка для крышек, ложек, половников и других столовых приборов станет незаменимым помощником на вашей кухне. Компактная, простая в уходе подставка-органайзер изготовлена из пищевого пластика. Легко моется как вручную, так и в посудомоечной машине. Кухонный стол даже во время готовки останется чистым, и на нем всегда будет порядок благодаря этому кухонному аксессуару.

Размеры кухонной подставки – 14x12,7x5 см.



Практичный дизайн

Оригинальный дизайн ножа от **Zhenyu Wu (JW Design Studio)** разрабатывался специально для стейка. Это качественное и практичное решение. Нож отвечает высоким стандартам качества. Сочетание материала лезвия, ультрасовременной формы и непривычное исполнение рукоятки невольно привлекает внимание к такому инструменту. Для облегчения резки широкая поверхность имеет сужение. Изгиб рукоятки позволяет положить нож на столешницу, не касаясь и не загрязняя ее.



Дозатор для моющего средства



Дозатор для жидкого моющего средства с местом для губки – это прекрасное устройство, которое поможет сэкономить место у кухонной мойки и без лишних движений пропитать губку для мытья посуды жидким моющим средством. Кухонный диспенсер позволяет сократить расход моющего средства в 5 раз! Нужное количество средства для

мытья наносится за счет легкого нажатия на губку, лежащую на дозаторе. Изделие изготовлено из качественного материала (ABS-пластика). Конструкция продумана таким образом, что теперь не нужно гадать, куда положить губку, и задумываться о том, какое количество моющего средства осталось (за счет прозрачного бачка). Чтобы заполнить дозатор вашим любимым моющим средством, просто снимите верхнюю часть и залейте моющий состав. Губка входит в комплект набора. Теперь мойка посуды станет быстрее и приятнее!

Для многих задач!

COOKI был разработан компанией **Pudim Housewares** с целью объединения нескольких кухонных принадлежностей в одну. Его подготовкой занимались **Ченг Лу** и **Абдус Салам Мунгру**.

Этот двухсекционный кухонный прибор из нержавеющей стали с покрытием можно использовать как ухват для рыбы, ложку для пасты, щипцы для подачи и т.д. Отверстия, встроенные в ручку, помогают отделять листья кориандра и подобных трав от стебля. Инструмент долговечен и занимает минимум места при хранении.



Икра на листе

Дулевский фарфоровый завод предложил свою белоснежную икорницу в форме листа, с золотой отводкой. Изделие элегантно смотрится в качестве сервировочного решения и хорошо сочетается с иными предметами из фарфора и стекла.

www.dulevo.ru



Горница®



Интернет магазин
www.gornitsa-shop.ru
8-800-201-43-01

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