

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

# ПРОСУДДА

2021-5



**Выставки**

**Производители**

**Рынок**

**Ритейл**

**Этикет**

**Мнение**



**ПЕРВОЕ В МИРЕ**  
СТЕКЛО С УЛЬТРА ГИГИЕНИЧНЫМ,  
АНТИМИКРОБНЫМ ПОКРЫТИЕМ



**V-BLOCK**  
Δ **ŞİŞECAM** TECHNOLOGY



Разработано  
учеными  
Sisecam



Круглосуточная  
антимикробная  
защита



Подтвержденная  
формула  
предотвращает рост  
микроорганизмов



# VARI

РОССИЙСКАЯ ПОСУДА  
С АНТИПРИГАРНЫМ  
ПОКРЫТИЕМ

# 20 лет

СЕМЬЯ VARI  
СОЗДАЁТ УЮТ  
В ДОМАХ РОССИИ



Не содержит  
PFOA



Не содержит  
PFOS



Переработанный  
пищевой алюминий



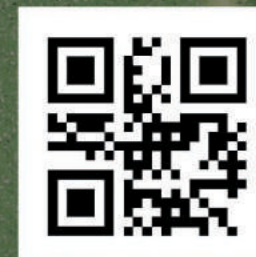
Жаростойкое  
до 260°C



Безопасно  
для здоровья



Легко  
мыть



VARI.RU



10 Слово редактора

18 Новости

Событие

34 Посуда с антимикробным покрытием  
V-BLOCK



Производители

35 АО «Нытва». Движение вперед!



# Посуда

2021-5

Выставки

40 Таблица выставок

42 Осенний Household Expo 2021:  
пройдемся по новинкам



Ритейл

50 Посудный рынок и психология покупателя



53 Кулинарные акценты в предложении  
посуды

## Контейнерные перевозки железной дорогой из Китая в Россию за 15-22 дня



Компания Neptune Logistics («Нептун логистика») – китайский интермодальный контейнерный оператор – занимается железнодорожными контейнерными перевозками из Китая в Россию в рамках программы «Один пояс, один путь».

Neptune Logistics основана в 2002 году, в г. Шэньчжэнь. Компания имеет опыт более 16 лет в сфере международной интермодальной перевозки. В компании работают больше 300 сотрудников из разных стран. Весь процесс перевозки контейнеров курируется нашими профессионалами.

[www.nep-logistics.com/ru/](http://www.nep-logistics.com/ru/)  
Евгений Чэнь,  
менеджер по продажам  
WhatsApp: +8 (61362) 252-23-06  
E-mail: eugene@nep-logistics.com



Рынок

56 Какая посуда попадает в тренд?



Мнение

61 Больше нержавеющей посуды, но какой?



Кухонная зона

64 Гаджеты и девайсы

Этикет

70 Понятие этикета для каждого свое



72 Стильные штучки



Подписка-2022

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

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

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

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

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

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

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

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

+7 (903) 768-12-30

\*На правах рекламы



# Гардарика

## СЕРИЯ «ГРАНИТ»

**АНТИПРИГАРНОЕ ПОКРЫТИЕ**

- Ведущего производителя покрытий – Greblon
- Выдерживает до 20 тысяч циклов на истирание
- Не боится металлических предметов

**ФУРНИТУРА**

- Термоустойчивая ручка
- Покрытие Soft touch для предотвращения скольжения
- Современный, эргономичный дизайн

**КОРПУС**

- Ручное литье
- Толщина дна 6 мм
- Полное окрашивание четырехслойным антипригарным покрытием

ООО «ЮЗТК», Россия, г. Белгород, ул. Промышленная, 3  
[www.gardarika.work](http://www.gardarika.work)



**УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ ЖУРНАЛА «ПОСУДА»!**



Этот номер всегда выходит в период начала осеннего сезона активных продаж. Но уже на протяжении двух лет в жизни бизнеса невозможно ничего предугадать. Насколько сохранятся активные продажи, под вопросом. Видимо, текущий номер попадет под ноябрьский локдаун, а это значит, что вы его прочтете, так как почта и доставка активно работают.

В этом номере мы решили немного разбавить аналитические тесты изящной рубрикой «Этикет». Она поможет правильно формировать ваши предложения, обучать мерчендайзеров и красиво оформлять свои продукты. Читайте в текущем номере.

Долгожданная выставка HouseHold Expo, которая прошла в сентябре, полностью оправдала ожидания предоставлением новинок и новых разработок. Почти все компании привезли эксклюзивные продукты. И наплитная посуда, в том числе эмалированная, порадовала экспонентов и посетителей новыми деколями, и керамическая, и стеклянная посуда радовала глаз. Основной костяк рынка составили отечественные производители. Крупные игроки рынка выставили свои новинки на суд жюри, которое объективно и по достоинству оценило каждую позицию в каждом представленном секторе.

Так, ООО «Премиум» выдвинуло на номинацию набор столовой посуды «Стоун».

Члены жюри отметили невысокую стоимость этого экземпляра и молодость компании. Хотя с эстетической точки зрения чайные пары от ООО «Приор групп» выигрывали. Обе компании получили призы.

В разделе «Посуда для приготовления» серия литой посуды Eco Life от Vari также была отмечена призом. Утолщенные дно и стенки, жаропрочные ручки и безопасное антипригарное покрытие на водной основе определили высокое место на конкурсе. Тем более, что здесь представлен тренд безопасности: в этой коллекции соединились забота компании о природе, лучшие технологии Vari и экологичный дизайн.

Дизайнерская студия «Бытпласт» выиграла в номинации «Системы хранения» благодаря конструкции надежных замков и съемных силиконовых уплотнителей в контейнерах серии Eco Style.

Какое изобилие продемонстрировало ООО «ТД «Сима-ленд»! Можно полностью преобразить дом, обратившись в эту компанию. Их стремление к натуральным тканям и природным оттенкам делает интерьер современным, уютным и законченным.

Компания «Верде» соревновалась с компанией ООО «Йорк» в разделе «Хозяйственные товары для дома». Обе представили наборы для уборки. Хочется отметить плюсы набора «Хенди» (ООО «Йорк»), получившие высокие оценки. Швабра будет особенно оценена любителями домашних животных. С ее помощью легко и непринужденно убирается шерсть с полов и ковров. Комплект для уборки «Чистые руки» для мытья полов от ООО «Верде» также отмечен высокой наградой, во-первых, за удобство применения и хранения, во-вторых, за отечественного производителя, который изготовил качественное изделие по невысокой цене. Все номинанты обязательно будут отдельно представлены на страницах журнала.

Конкурс – это не только имиджевый ход для компаний, это возможность демонстрации своих новинок профессиональной аудитории, это поддержка правильности выбора продукта, подкрепленные мнениями о его плюсах и минусах для дальнейшей работы с изделием с точки зрения коллег.

Участуйте, читайте, смотрите! До встречи на страницах журнала. Ждем комментариев и интересных предложений.

Главный редактор

Татьяна Ковшова

**Редакция**

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

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



**Читайте в следующем номере:**

**РИТЕЙЛ**

Влияние экономических показателей на продажи

**РЫНОК**

Портфель успеха российского производителя

**ТЕНДЕНЦИИ**

Качество и экологичность

Воссоединение индустрии с

**ИННОВАЦИЯМИ И ВДОХНОВЕНИЕМ**

Разнообразьте свои предложения и получите конкурентное преимущество за счет поиска продуктов, тенденций и идей, еще не доступных на вашем рынке!

[TheInspiredHomeShow.com](http://TheInspiredHomeShow.com)

**Найдите:** тысячи новых и инновационных товаров для дома, предметов домашнего обихода и Интернет продукты.

**Узнайте:** о цветах и потребительских тенденциях, передовых методах розничной торговли, дизайне и инновационном доме.

**Откройте для себя:** вдохновляющие новые концепции розничной торговли, мерчендайзинг и брендинг.

**Посетите:** магазины мирового уровня, такие как Crate & Barrel, Williams-Sonoma и The Container Store.



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

**В СВЯЗИ С ПРОДОЛЖАЮЩЕЙСЯ УГРОЗОЙ COVID-19 И ОГРАНИЧЕНИЯМИ, ДЕЙСТВУЮЩИМИ НА МС CORMICK PLACE В ЧИКАГО (США)**

**ВЫСТАВКА ПЕРЕНЕСЕНА НА МАРТ 2022 ГОДА**



# Жизнь в розовом цвете: первая система съемных ручек в колл

# по-настоящему удобная коллекции WALMER Easy Click **WALMER**

## НАДЕЖНО ФИКСИРУЮЩИЕСЯ СЪЕМНЫЕ РУЧКИ

Когда мы говорим о посуде для приготовления, качество и надежность ручек – это один из ключевых параметров безопасного использования посуды. Недостаточно надежные конструкции просто не имеют права на существование. Конструкторы WALMER создали систему крепления, которая идеально фиксирует их на корпусе посуды. При этом крепление сконструировано так, что ручка закреплена абсолютно неподвижно и не может отделиться нечаянно. В то же время процесс отсоединения легкий. Усилий прикладывать не потребуется: нужно поднять клапан-фиксатор вверх и потянуть корпус и ручку в разные стороны.

Съемные ручки делают посуду удобней: но вот беда, чаще всего они недостаточно хорошо фиксируются на корпусе, а нередко даже шатаются. Как сделать разъемную конструкцию, которая будет лишена этого недостатка? Такую задачу перед собой поставил британский бренд WALMER, и вот теперь мы встречаем коллекцию Easy Click – первые по-настоящему удобные сковороды со съемными ручками.

## КОМПАКТНОСТЬ И МУЛЬТИФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Благодаря съемным ручкам, посуда из коллекции Easy Click позволяет компактно размещать ее как в посудомойке, так и на полке или в ящике, где она будет храниться. А еще съемная ручка делает эту посуду мультифункциональной: ее можно использовать не только на плите, но и в духовке.

## КАЧЕСТВО И ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

Корпус посуды серии WALMER Easy Click не подвержен деформации в процессе эксплуатации. Толщина дна составляет 3,5 мм, а стенок – 2 мм. Дно имеет индукционный диск, благодаря которому посуда подойдет абсолютно для всех видов плит.

## ПРОЧНОЕ АНТИПРИГАРНОЕ ПОКРЫТИЕ

На посуду WALMER Easy Click нанесено усиленное четырехслойное антипригарное покрытие ILAG Basic Marble. Это покрытие устойчиво к царапинам, стиранию и не теряет своих свойств при мытье в посудомойке.

## ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКТ

Коллекция Easy Click включает в себя пять видов классических сковородок, диаметром от 20 до 28 см, блинную сковороду, сковороду гриль, вок и ковш с крышкой. Вы можете подобрать всю необходимую для кухни посуду в едином стиле.

## СТИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

Кто не мечтал о жизни в розовом цвете? Коллекция WALMER Easy Click позволит вам осуществить эту мечту: нежно-пудровый розовый оттенок корпуса, контрастирующий с серым тоном внутренней части, – это стильный тандем, благодаря которому посуда выглядит стильно и модно.





## Новинки польской керамики в магазине «Птица Синица»

В интернет-магазине «Птица Синица» представлена новая коллекция керамических тарелок от **Болеславской мануфактуры** (Польша). Диаметр тарелок 22-26 см. Изделия отличаются ярким орнаментальным декором, пригодны для использования в духовках, посудомоечных машинах и СВЧ.

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

## Tefal выбирает региональную экспансию

В калининградском ТРЦ «**Балтия Молл**» на площади в 140 кв. м открылся магазин Tefal. Он входит в международную сеть фирменных магазинов **Home&Cook** от французской компании **Groupe SEB**, мирового лидера в производстве и продажах посуды и малой бытовой техники. По словам Алексея Булычева, директора розничной сети Groupe SEB Vostok, региональная экспансия и развитие бренда в крупных городах России является текущей стратегией сети. На сегодняшний день она насчитывает 19 магазинов в 9 городах России: Волгоград, Екатеринбург, Казань, Калининград, Краснодар, Москва, Пермь, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург. Всего сеть Home&Cook объединяет более 1000 магазинов в 37 странах.

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

## Посуда и предметы сервировки Vega

Компания «**Рестерра**» сообщила о новом поступлении посуды и предметов сервировки от торговой марки Vega (Германия). В ассортименте представлена цветная и черно-белая посуда оригинальных форм и фактур, а также широкий выбор предметов сервировки, столовых приборов, мебели и текстильных изделий для ресторанов и гостиниц.

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



## Harvest к чаю

Ассортимент компании «**Рестошеф**» пополнился новыми формами в серии Harvest от **Dudson**. Коллекция профессионального фарфора, завоевавшая сердца рестораторов по всему миру, получила пополнение чайной группы.

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

## Удобно и безопасно

Кто ценит не только красивую подачу блюд и гастрономические изыски, но и порядок в шкафах, особенно на кухне, тому всегда пригодятся стеклянные банки серии Elips от компании Pasabahce. Приятно, когда все на своем месте, в удобных коробочках и банках. Это не только упрощает быт, но и красиво выглядит.

Банка изготовлена из прозрачного стекла. Производитель гарантирует, что изделия, изготовленные из этого материала, безопасны, так как это стекло, если бьется, не оставляет острых углов, тем более что стекло толстое, разбить его довольно трудно. Горлышко банки широкое – очень удобно насыпать и высыпать продукты, металлическая закручивающаяся крышка обеспечит сохранность и сохранит вкусовые качества продуктов.



Производитель ООО «Посуда» (г. Нижний Новгород) предлагает 3 размера изделия: 1 л, 1,5 и 2,5 л. Логистика простая – производство в России, быстро и надежно.

## «Хорекс» построила новый склад для хранения сырья

Компания «Хорекс» сообщила о завершении строительства нового склада для хранения фарфорового сырья. Наличие такого склада позволит компании вовремя запастись сырьем и продолжать производство в зимний период, когда глиняные карьеры из-за погодных условий не могут своевременно осуществлять добычу и отгрузку глины.

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



## Оригинальные формы Sumisura

Компания **KitchenHold** представила новый бренд в каталоге – Sumisura. Оригинальные формы из профессионального фарфора выполнены вручную итальянскими мастерами. Посуда поставляется под заказ.

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







## Компания Vari выпустила экологичную коллекцию посуды

«Сила природы BROWN» – коллекция посуды, выполненная из полностью перерабатываемых материалов. В этой серии соединились забота компании о природе, лучшие технологии Vari и экологичное производство.

За счет утолщенного дна и стенок посуда из этой серии хорошо держит тепло, трехслойное антипригарное покрытие Quantum не допускает пригорания продуктов и позволяет готовить без масла. Сковороды не боятся металлических приборов и выдержат ежедневное использование на протяжении

нескольких лет. После чего могут быть полностью переработаны на заводе и стать основой для новой посуды.

Все предметы из коллекции «Сила природы BROWN» подходят для газовых, электрических, стеклокерамических плит и мытья в посудомоечной машине. Жаростойкое силиконовое покрытие, нанесенное с внешней стороны посуды, защищает керамические плиты от царапин и устойчиво к загрязнениям.

Ассортимент коллекции: сковороды диаметром 22, 24, 26 и 28 см, квадратная сковорода-гриль 26x26 см и вок 28 см. Наслаждайтесь «Силой природы» на вашей уютной кухне!

По промокоду от Юлии Высоцкой Varidoma действует скидка 20% на первый заказ на сайте [shop.vari.ru](http://shop.vari.ru).

**Вари вместе с Vari!**

## «Барбоскины» с «Фарфором Белой Руси»

Веселые персонажи из популярного мультсериала «Барбоскины» теперь с «Фарфором Белой Руси». ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» и ООО «Студия анимационного кино «Мельница» заключили лицензионный договор с исключительными правами на фарфоровые изделия. Лицензия действует на территории России, Беларуси и Казахстана. Уже поступают на склад изделия с любимыми «Розой» и «Малышом». Также в ближайшее время поступят коллекции с «Дружком» и «Лизой».

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

## Керамические кастрюли Walmer – новинка для гурманов и кулинаров

Как сварить самый наваристый суп? Как сделать идеальное рагу? Как приготовить нежное и сочное соте? Ответ на любой из этих вопросов – керамическая кастрюля.

За счет уникальных теплосберегающих свойств керамика – один из лучших материалов, из которых может быть сделана посуда. Керамика постепенно нагревается, плавно передавая тепло блюду, благодаря чему еда в такой посуде получается необыкновенно вкусной.

Этой осенью Walmer выпустил две такие замечательные кастрюли: одна из них – модель Home Chef – имеет объем 1,9 л, другая – Country – 1,75 л.

Обе они являются огнеупорными, это значит, что их можно ставить хоть на газ, хоть на электрическую плиту, хоть в духовку.

Несмотря на то что данные кастрюли не имеют антипригарного покрытия, продукты не пристают к дну и стенкам за счет того, что они покрыты глазурью с идеально гладкой поверхностью. Кроме того, глазурованная поверхность дает полную свободу пользоваться любимыми удобными вам ложками и лопатками для помешивания, не боясь поцарапать посуду. Еще одна приятная деталь – ручки кастрюль не нагреваются при приготовлении на плите.

Рассыпчатые каши, плов, наваристый борщ, густое рагу – любое из этих блюд будет идеальным в такой кастрюле.

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



**WALMER**

## Контейнерные перевозки железной дорогой из Китая в Россию

Компания **Neptune Logistics** была основана в 2002 году, главный офис расположен в городе Шэньчжэнь. На сегодняшний день мы являемся экспертами по железнодорожным перевозкам в Центральной Азии, России и Европе.

За прошедшие 19 лет компания Neptune Logistics активно развивалась и накопила богатый опыт. В первую половину 2021 года наша компания отправила 19 784 40HQ (39 568 TEU/20GP) контейнеров из Китая в Россию, Европу и Центральную Азию.

### Преимущества нашей компании

1. Наша компания является оператором контейнерных поездов.
2. Транзитное время по железной дороге из Китая в Россию намного меньше, по сравнению с транзитным видом транспорта – морской перевозкой. Например, транзитный срок от станций Гуанчжоу, Иу, Сямынь, Циндао до станции Ворсино, Москва, составляет от 15 до 22 дней.
3. Наша компания опытная и крупная в этой сфере. Мы можем оперативно отправлять грузы наших клиентов.



### ОСНОВНЫЕ МАРШРУТЫ

#### Юг Китая

Гуанчжоу, Шэньчжэнь – Забайкальск – Ворсино, Москва.  
Гуанчжоу, Шэньчжэнь – Чанша – Забайкальск – Ворсино, Москва. Гуанчжоу, Шэньчжэнь – Чанша – Забайкальск – Ворсино, Москва.  
Сямынь – Наушки – Ворсино, Москва.

#### Восток Китая

Иу, Нинбо, Шанхай – Забайкальск – Ворсино, Москва.  
Иу, Нинбо, Шанхай – Наушки – Ховрино, Москва.

#### Север Китая

Тяньцзинь – Наушки – Ворсино, Москва.  
Циндао – Сиань – Забайкальск – Ворсино, Москва.

Запрашивайте, пожалуйста, ставки по железнодорожной перевозке у менеджера по продажам на российском рынке Евгения Чэня.

Mobile/WhatsApp/Wechat: +8 (61362) 252-23-06  
E-mail: [eugene@nep-logistics.com](mailto:eugene@nep-logistics.com)

## Новая линейка посуды «Гранит» от ТМ «Гардарика»

ТМ «Гардарика» представила новую линейку сковород «Гранит» на рынке посуды. Серия обладает повышенными показателями истираемости (20 тысяч циклов) и позволяет использовать металлические предметы в процессе приготовления. Антипригарное покрытие в линейке «Гранит» от ТМ Greblon представлено в четырех цветовых вариациях. Инновационное покрытие – это не единственное нововведение производителя. Отдельного внимания заслуживает обновленная фурнитура с покрытием Soft touch! Максимально приближенный к реальности рисунок дерева позволяет добиться полной эргономики в дизайне изделия. Сковороды доступны в диаметрах 22/24/26/28 см и имеют 6 мм толщины пищевого алюминия на дне. Подходят ко всем видам варочных поверхностей, за исключением индукционных. Более подробную информацию можно найти на официальном сайте [gardarika.work](http://gardarika.work) или уточнить у менеджеров по электронной почте [info@gardarika.work](mailto:info@gardarika.work).

ООО «ЮЗТК», Россия,  
г. Белгород, ул. Промышленная, 5

[www.gardarika.work](http://www.gardarika.work)



## Черно-белое вдохновение от Luminarc в «Посуда Центре»

В магазинах сети «Посуда Центр» появилась новая коллекция стеклокерамической посуды **Harena** от Luminarc – модный минимализм с акцентом на необычные формы. Изделия хорошо комбинируются между собой.

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



## Кухонные аксессуары Dreamfarm

Компания «Пладу» представила новинки кухонных аксессуаров от австралийской торговой марки Dreamfarm. В набор Dreamfarm входят 5 предметов: мини-ложка, кулинарная ложка, шумовка, половник и кулинарная лопатка. Изделия имеют эргономичные ручки с изгибом, который позволяет не соприкасаться рабочей поверхностью изделия с подставкой или тарелкой. Материал выдерживает температуру до 260 °С. Допускается мытье в посудомоечной машине.

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

## Коллекция бокалов от Denby

В качестве дополнения к ассортименту керамических изделий **Impression** компания Denby выпустила серию бокалов из высококачественного стекла. Изделия изготовлены выдувным способом, имеют прочную конструкцию ножки. Чаши бокалов у основания чуть «подсвечены» дымчатыми оттенками желтого, розового, синего и зеленого. В коллекции есть бокалы для красного и белого вина, шампанского и других напитков. Изделия представлены в наборах по 2 бокала одного цвета.

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



## Merletto – новая коллекция посуды TM Jarko



TM Jarko представила новую линейку посуды Merletto шоколадного цвета. Посуда выполнена из алюминия, толщина дна – 2 мм, внутреннее антипригарное покрытие **Greblon от Weiburger**. Эргономичная бакелитовая ручка на экранном креплении обеспечивает надежный хват.

Комплектация: сковорода глубокая 22/24/26/28 см, сковорода глубокая с крышкой 22/24/26/28 см, кастрюля со стеклянной крышкой 20/22/24 см, сотейник 24 см, сотейник со стеклянной крышкой 24 см, ковш 16/18 см, ковш со стеклянной крышкой 16/18 см, казан 28 см (4 л), казан со стеклянной крышкой 28 см (4 л).

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

## Hoff представил магазин в уникальном формате

В подмосковном ТРЦ «МЕГА Белая Дача» завершилась модернизация гипермаркета мебели и товаров для дома Hoff. Одна из крупнейших российских мебельных сетей запустила магазин в абсолютно новом, уникальном формате. Площадь торговой точки составляет порядка 8300 кв. м, что в 2 раза больше занимаемого ранее пространства. Инвестиции в проект составили более 150 млн руб.

Теперь посетители могут выбрать товары не только из представленных на витринах, но и онлайн, используя специальные цифровые touch-панели или планшеты продавцов. Таким образом покупателям доступен весь ассортимент сети, насчитывающий более 50 тыс. наименований товаров. Также в магазине обустроены зоны самостоятельного оформления выдачи заказов, кассы самообслуживания и другие инновационные решения.

Михаил Кучмент, сооснователь компании Hoff, прокомментировал: «Hoff Белая Дача» – один из наших флагманских гипермаркетов. Именно поэтому он стал первым магазином сети, где мы внедрили новые цифровые решения, которые позволяют нашим покупателям получить клиентский опыт онлайн в офлайне. Мы фокусируемся на активном развитии онлайн-каналов продаж, но при этом продолжаем развивать наши магазины, используя передовые технологии для улучшения клиентского опыта. Мы продолжим масштабировать цифровые технологии, а некоторые решения, например, планшеты продавцов, уже представлены во всех магазинах нашей сети».

Источник: [ShopAndMall.Ru](http://ShopAndMall.Ru)

## Многоликий «Океан» от Добрушского фарфорового завода

Добрушский фарфоровый завод представил новую коллекцию посуды «Океан». Коллекция включает удобные, практичные формы и комбинацию различных рисунков: «Кит», «Конек», «Медуза». Коллекция представлена на формах «Катя», «Универсал» и «Тренд».

[www.d fz.by](http://www.d fz.by)



## Аксессуары Mr. Bar-B-Q в «Твоем Доме»

В магазине «Твой Дом» представлена серия аксессуаров для барбекю от американского бренда Mr. Bar-B-Q. Продукция изготовлена из стали. В ассортименте подносы для гриля, решетки, наборы разнообразных щипцов и лопаток, в том числе в пластиковом кейсе, перчатки и др.

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



## Белоснежный Tudor в сети Cookhouse

В сети магазинов Cookhouse появилась коллекция фарфора **Royal Whitehall** от английского бренда Tudor. Посуда выполнена в белом цвете и украшена изысканным ажурным рисунком. Фарфор Tudor England может быть использован в посудомоечной машине, микроволновой печи и духовом шкафу при температуре до 280 °С.

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



## Изменение отпускных цен ПАО «Ашинский метзавод»

В связи с ростом цен на сырье, материалы и комплектующие ПАО «Ашинский метзавод» повышает отпускные цены на товары народного потребления с 15.09.2021 года на 5%.

[www.tnp.amet.ru](http://www.tnp.amet.ru)

## ЕАЭС вводит антидемпинговую пошлину на алюминиевую посуду из КНР

Коллегия Евразийской экономической комиссии 24 августа приняла решение о введении антидемпинговой меры в отношении алюминиевой посуды из Китайской Народной Республики. Речь идет, в частности, о кастрюлях, сковородах, сотейниках, блинницах, гусьяницах и казанах. Размер антидемпинговой пошлины составит 21,89%, срок ее действия – пять лет.

Мера принята по итогам проведенного департаментом защиты внутреннего рынка ЕЭК расследования. Основанием для его инициирования послужило заявление, поданное Объединением производителей, поставщиков и потребителей алюминия в интересах следующих производителей государств Евразийского экономического союза: АО «Алюминий Металлург Рус», АО «Нева металл посуда», ООО «Сково» и ЗАО «Завод «Демидовский». Заявление также было поддержано производителями ООО «ПоварЛюкс» и ОАО «Кукморский завод Металлопосуды».

Информация, полученная в ходе расследования, позволила сделать выводы о наличии демпингового импорта товара из КНР и вызванного им материального ущерба отрасли экономики Союза. Это в соответствии с Договором о ЕАЭС является основанием для применения антидемпинговой меры.

«Действие меры позволит нивелировать неблагоприятное воздействие демпингового импорта со стороны китайских компаний и будет способствовать восстановлению производственно-экономического и финансового состояния соответствующей отрасли ЕАЭС», – отметил министр по торговле ЕЭК Андрей Слепнев.

Решение вступит в силу по истечении 30 календарных дней с даты его официального опубликования.

Источник: Евразийская экономическая комиссия

## Коллекция Trumprf от Röndell

Стильная функциональная посуда и превосходные кухонные аксессуары. Хотите все и сразу? Тогда обратите внимание на коллекцию Trumprf, в состав которой входят 4 сковороды разного диаметра, две кастрюли, чайник, три самых необходимых ножа и две разделочные доски. Посуда изготовлена из штампованного алюминия, теплопроводность которого способствует идеальному приготовлению блюд. Внутренняя поверхность сковород имеет двухслойное антипригарное покрытие Xylan Plus, исключающее даже незначительное пригорание продуктов в процессе жарки. На стенках имеются желобки для удобного слива соусов или масла. И наконец, нельзя не отметить еще одну особенность коллекции: рукоятки ножей и ручки сковород имеют металлические вставки с гравировкой Röndell. Дополняет коллекцию Trumprf набор ножей с разделочной доской в комплекте. Лезвия ножей выполнены из надежной нержавеющей стали, поэтому они прослужат вам действительно долго. Обратите внимание и на прорезиненные ручки с удобным хватом, не позволяющим руке скользить, – особый комфорт в процессе использования гарантирован. Посуда подходит для всех видов плит, а кастрюли для использования в духовке!

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



## Коллекция подносов «Бабочки»

Компания «Кольчугинский Мельхиор» представила коллекцию подносов из латуни с серебряным покрытием. Изделия украшены накладками «Бабочки» с лазерной гравировкой. Подносы предназначены для подачи чая или кофе, закусок или напитков – на 1-2 персоны.

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

## Бизнес после пандемии

44% российских компаний полностью восстановили свой бизнес после пандемии к началу нового сезона в сентябре 2021 года. В сентябре прошлого года этот показатель составлял лишь 16%. О частичном восстановлении бизнеса рассказали 27% работодателей против 36% годом ранее. 18% респондентов отметили, что кризис не повлиял на бизнес их компаний (в сентябре 2020 года – 12%). До сих пор находятся в кризисе 11% компаний, год назад этот показатель составлял 36%. 73% компаний, которые до сих пор вышли из кризиса, требуются для восстановления от трех месяцев до полугода. 5% компаний оценивают срок восстановления в один-три месяца. 21% респондентов рассчитывают восстановить свои показатели в течение года.

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



## Магазин «Аура Богемии» открылся в Краснодаре

После реновации магазин «Аура Богемии» снова открыл свои двери в ТРЦ «Красная Площадь» в Краснодаре. В новом салоне представлено еще больше оригинальных решений для сервировки, трендовых светильников и других товаров для кухни и дома.

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



## Линейка «Свадебный переполох» от завода «Альтернатива»

Компания «Альтернатива» представила новую серию посуды для оформления фуршетов «Свадебный переполох». В линейку вошли этажерки для десертов, фруктов, конфетницы и блюда для сервировки праздничного стола. Посуда изготовлена из высококачественного пластика, декорирована ажурными элементами с «позолотой». В интернет-магазине завода уже представлена первая новинка – сахарница с крышкой.

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



## Чайная новинка в сети Williams&Oliver

В сети магазинов Williams&Oliver появилась новая коллекция Salam от Degrenne Paris, французского бренда, создающего предметы для сервировки уже более 70 лет. Пробразами элегантных заварочных чайников из фарфора и нержавеющей стали послужила традиционная посуда, которую когда-то использовали бедуины. Особая форма и ноу-хау технологии позволяют сохранить ароматный чай горячим дольше в 2 раза и полностью раскрыть все его нотки.

[www.williams-oliver.ru](http://www.williams-oliver.ru)

## Расширение коллекции «Гармония вкуса»

Ассортимент компании «Элан Галерея» пополнился новинками. Серия «Гармония вкуса» расширена казаном с крышкой-гриль. Появилась посуда в новом цветовом решении «Изумруд» и «Рубиновый дуэт» (красная снаружи и черная внутри).

Посуда выполнена из литого толстостенного алюминия и имеет антипригарное покрытие. В ассортименте представлены сковороды, блинницы, кастрюли, казаны, жаровни и ковши, с несъемными или съемными ручками.

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



## Новые современные формы от стеклозавода «Неман»

Стеклозавод «Неман» представил новую коллекцию барного стекла. В нее вошли бокалы для шампанского, красного и белого вина, рюмки, высокие и низкие стаканы для напитков. Покупателей порадуют современные формы и качество исполнения. Изделия поставляются в подарочной упаковке, укомплектованные по шесть бокалов в коробке.

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



## Rose Quartz от Rosenthal в компании «Концепт»

Ассортимент компании «Концепт» пополнился новым цветом в серии керамики Junto от Rosenthal. Изделия в цвете «Розовый кварц» (Rose Quartz) хорошо сочетаются с другими цветами серии – Junto Slate Grey, Junto Bronze, Junto Aquamarine и Junto Alabaster.

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



## Емкость для специй OTOTO

Израильский бренд OTOTO предложил простой и удобный способ добавления специй в горящие блюда – с помощью необычной емкости. Силиконовую «ножку» со специями можно использовать как для супов и рагу, а также для глинтвейна и сладких блюд, поместив внутрь палочки корицы, ваниль или барбарис.

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



## Фарфоровая коллекция Gusto от Esprado

Коллекция столовой посуды Gusto пополнила ассортимент компании Esprado. Посуда изготовлена из твердого фарфора, украшена красочными изображениями веточек малины и голубики, подходит для мытья в посудомоечной машине до 65 °С и разогрева пищи в микроволновке. В коллекцию входят тарелки разных размеров, салатник, кружка объемом 300 мл и чайная пара. Изделия упакованы в привлекательную коробку.

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



## Расширение линейки Marble Induction от ТМ Kukmara

АО «Кукморский завод Металлопосуды» расширило ассортимент посуды с индукционным дном в линии Marble Induction. Сковороды с индукционным дном выпущены в двух цветовых решениях: темный мрамор и кофейный мрамор. Специальный ферромагнитный диск, вплавленный в корпус сковороды, обеспечивает быстрый и равномерный прогрев, что позволяет значительно сэкономить электроэнергию и время на приготовление пищи.

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



## Новинки в линейке Violet

Завод «Калитва» сообщил о расширении линейки посуды с антипригарным покрытием Violet. Линейка пополнилась блинными сковородами диаметром 18, 22 и 25 см, а также ковшами объемом 1/1,5/2 л. Изделия имеют антипригарное покрытие марки Chemours Belgium BVBA с внутренней и внешней стороны.

[www.kalitva-posuda.ru](http://www.kalitva-posuda.ru)



## Новинка из костяного фарфора в компании «Гала-Центр»

Ассортимент компании «Гала-Центр» пополнился новой коллекцией посуды из костяного фарфора «Вуаль». В коллекцию вошли чайный набор, салатники и вазы. Изделия подойдут для сервировки повседневного и праздничного стола.

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

## Чайная новинка от Mayer&Voch

В компании Mayer&Voch появилась новая серия фарфоровой посуды «Италия» (производство – Китай). В нее вошли заварочные чайники и чайные наборы из 3 предметов (чайник, чашка и блюдце). Изделия выполнены из белого фарфора с рельефной фактурой и «золотой» отводкой.

[www.mb-catalog.ru](http://www.mb-catalog.ru)



## Две новинки от Kenai Ceramics

Компания Kenai Ceramics представила две новинки. Коллекция **Uno** – спокойная, базовая, с необыкновенными оттенками и универсальными формами. Коллекция выполнена в двух оттенках: Grey и Green. Коллекция **Wood** – природная, естественная, теплая, с перетекающими мягкими формами.

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



## Новые магазины сети Cozy Home

Сеть магазинов товаров для дома Cozy Home открыла новые салоны в четырех городах России: Санкт-Петербурге, Тольятти, Мурманске и Казани. В торговых точках представлен широкий выбор подушек, одеял, постельного белья, кухонного текстиля, одежды для дома и сна, посуды и пр. Площадь магазинов составила от 100 до 300 кв. м.

Сегодня сеть работает как на российском рынке, насчитывая 96 торговых точек, так и за рубежом: 1 магазин работает в Венгрии, 1 магазин – в Чехии.

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

## Серия контейнеров Monaco от Berossi

Торговая марка Berossi представила новую серию пластиковых контейнеров Monaco. Изделия имеют цветной прозрачный корпус. Крышка оснащена плотной защелкой. Серия состоит из трех контейнеров и трех наборов. Доступны три варианта цвета: апельсиновый, мятный и голубой.

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



## Столовые приборы Dublin в сети Kuchenland Home

В ассортименте сети магазинов Kuchenland Home появился набор столовых приборов на 6 персон Dublin. Изделия выполнены из нержавеющей стали с покрытием золотистого цвета. Комплектация: нож столовый – 6 шт., ложка столовая – 6 шт., вилка столовая – 6 шт., ложка чайная – 6 шт. Рекомендуется мыть вручную с применением мягких моющих средств. Не использовать для ухода абразивные моющие средства и жесткие губки.

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



## Новый налоговый режим для малого бизнеса

Федеральная налоговая служба (ФНС) разработала законопроект о новом налоговом режиме для малого бизнеса, пишут «Ведомости» со ссылкой на соответствующий документ.

Новые положения коснутся компаний и ИП, которые используют упрощенную систему налогообложения (УСН). Их освободят от взносов на пенсионное, социальное и медицинское страхование за себя и сотрудников, но ставка вырастет, следует из законопроекта. В частности, для компаний с режимом УСН «доходы» ставка вырастет с 6 до 8% от выручки, с режимом «доходы минус расходы» – с 15 до 20% от прибыли. Кроме того, сумма налога к уплате будет уменьшена на величину торгового сбора, который действует в Москве, Санкт-Петербурге и Севастополе.

Также ФНС намерена увеличить минимальный уровень налога для компаний с режимом «доходы минус расходы» с 1 до 3% от годовой выручки. Сейчас, если сумма налога предприятия на этом режиме УСН составила меньше 1% от годовой выручки, компания обязана перечислить в бюджет 1% доходов.

Издание уточняет, что переход на новый налоговый режим будет добровольным. Если законопроект будет одобрен, он коснется только компаний с численностью до пяти работников и выручкой до 60 млн руб. в год, пояснил президент Торгово-промышленной палаты России Сергей Катярин.

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

## Поступление фарфора серии Chan Wave

На склад компании «Клен» поступила серия фарфора Chan Wave. Строгие формы, лаконичный дизайн, трендовые формы двух диаметров: 200 и 280 мм.

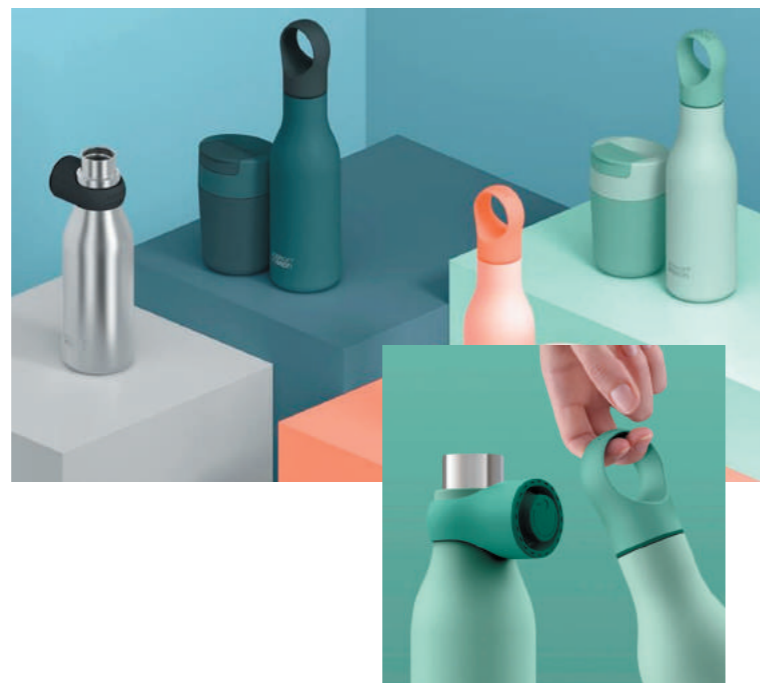
[www.klenmarket.ru](http://www.klenmarket.ru)



## Для воды и кофе

Бренд **Joseph Joseph** представил новую коллекцию бутылок и термосуды **Water Bottles & Coffee Cups**. Особенностью новинок стала крышка, которая выполняет функцию ручки, и гигиеничная зона для питья, защищающая от микробов. Изделия доступны в различных цветах.

[www.eu.josephjoseph.com](http://www.eu.josephjoseph.com)



## ТМ «Мастерица» представила кастрюли-мантоварки

В ассортименте компании «Пилот МС» появились кастрюли-мантоварки ТМ «Мастерица». Корпус изделия выполнен из нержавеющей стали AISI 410, ручки – из термостойкого бакелита. Кастрюли представлены в трех размерах: 26/28/30 см. Посуда подходит для всех видов плит, включая индукционные.

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

## Сеть Familia запустила формат магазинов товаров для дома

Сеть Familia, объединяющая магазины одежды, обуви и других товаров, продающихся со скидками, запустила новый формат магазинов товаров для дома Familia Home.

Первый магазин открылся в Москве. Его площадь составляет более 300 кв. м, ассортимент – более 22 тыс. наименований товаров – посуда, светильники, декор и мебель, текстиль для дома и др., говорится в сообщении ритейлера. Компания также тестирует продажи с большими скидками новых категорий – это обои и скатерти на отрез, которые не представлены в основных магазинах Familia.

«Благодаря гибкой бизнес-модели Familia мы адаптировались к тенденциям рынка и новым потребностям покупателей, выделив товары для дома в отдельный формат. Открытие специализированного магазина Familia Home – наш ответ на рост востребованности товаров этой категории. Данный шаг отвечает потребностям клиентов в формате off-price, так как их образ жизни и привычки претерпели значимые изменения под влиянием пандемии, и соответствует стратегическим приоритетам развития компании в целом», – отметила генеральный директор Familia Светлана Можаяева, процитированная в сообщении.

Familia начала работу в 2000 году как сеть универмагов распродаж, постепенно развивая новый для России формат торговли – off-price, популярный в США и Европе (его особенность – предложение большого числа товаров от мировых и локальных брендов со значительными скидками). В магазинах Familia представлены одежда, обувь, аксессуары, товары для дома, дачи, спорта и отдыха, игрушки, косметика, продукты и др. В настоящее время сеть объединяет 367 магазинов в 111 городах России, также компания работает в Беларуси.

Оборот Familia по итогам 2020 года составил 30,6 млрд руб. (33,5 млрд руб. в 2019 году).

В 2019 году 25% в Familia приобрела американская TJX Companies (TJX также работает в off-price сегменте). Другими совладельцами ритейлера являются его основатели, а также фонды Goldman Sachs и Baring Vostok.

Источник: Interfax

## Новинки от Maxwell&Williams

Компания «Анна Лафарг» представила новинки бренда Maxwell&Williams. Это обеденные наборы **Jewel**. Белый фарфор украшен геометрическим орнаментом с акцентными линиями серого, рубинового и черного цветов. Наборы имеют оригинальную комплектацию из 20 предметов, упакованных в оригинальные подарочные коробки. Изделия можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

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



## Новые формы Silikomart в компании «Звезды Общепита»

Компания «Звезды Общепита» сообщила о поступлении оригинальных силиконовых форм итальянской торговой марки Silikomart. Изделия произведены из жидкого силикона LSR, который отличается стабильностью и термической прочностью. Формы Silikomart оценят как профессиональные кондитеры, так и любители.

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



## «Волшебный сад» – новинка от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил сервиз «Волшебный сад», созданный в коллаборации с дизайнером **Сергеем Сысоевым**. Коллекция отражает философию цветочного символизма и русской усадебной архитектуры XIX века. Элементы сервиза, соединяющие в себе внешнюю статичность архитектуры и внутреннюю динамику цветка, позволяют переместиться в пространстве и времени.

Светотень каждого изображения акцентирует рельефный декор деталей садового убранства. Гирлянды и розетки, листья тропического растения – аканта, декорирующие капители ордеров, выполнены в технике гравюры – они будто переместились с холодной архитектуры на тончайший костяной фарфор.

Цветок тюльпана выражает целый мир чувств, наделяет моменты жизни обновлением и спокойной созерцательностью. Исторически украшающий не только сады, но и дорогой текстиль, тюльпан особо близок Сергею Сысоеву: автор неоднократно обращается к его изображению в своих коллекциях.

Каждое изделие сервиза, созданного на Императорском фарфоровом заводе – старейшем промышленном и торговом предприятии Санкт-Петербурга и России, имеет свой индивидуальный рисунок. Такая художественная стратегия создает безграничную вариативность при сервировке. Кроме того, в сервизе на шесть персон представлено два варианта чайника, что позволяет одновременно подавать к столу разные сорта чая.

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



## Новинка от компании «Эмаль»

Компания «Эмаль» представила новый набор эмалированной посуды с деколью «Хурма». В набор вошли две кастрюли цилиндрической формы с металлической крышкой.

[www.emal-mmk.ru](http://www.emal-mmk.ru)



## Карим Рашид для Kütahya Porselen

Известный дизайнер Карим Рашид разработал коллекцию **Skallop** для турецкого производителя Kütahya Porselen. Изделия отличаются неправильными формами и насыщенными цветами. Серия представлена в цвете «слоновая кость» и в различных оттенках розового и синего, которые достигаются путем введения в сырье пигментов. Предметы коллекции хорошо сочетаются между собой. В ассортименте сервировочные блюда, миски, кружки и тарелки.

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



## «Грация» с «золотыми» нитями от ТМ Kukmara

«Кукморский завод Металлопосуды» выпустил новую линейку посуды с антипригарным покрытием – «Грация». Линия представлена кастрюлями нового дизайна с цельнолитыми ручками, прямым корпусом и максимально широким внутренним дном. Главные особенности коллекции – это оригинальная отделка внешней поверхности с помощью золотых и серебряных нитей, придающих изделиям особое изящество и богатство, а также уникальное внутреннее противопригорающее покрытие, обладающее исключительными антипригарными свойствами, прочностью и износостойкостью. Кастрюли линии «Грация» представлены литражами 2,5; 3,5; 4,5 л и в цветовом исполнении – черный/золото, черный/серебро, белый/золото.

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



## Новая линейка товаров для животных Lucky Pet

Компания «Бытпласт» выпустила новую линейку товаров для животных под брендом Lucky Pet. Изделия производятся из высококачественного полипропилена, разрешенного для контакта с пищевыми продуктами. В ассортименте представлены миски для корма и воды, контейнеры для корма и лакомств, подставки для мисок и совки для лотка. Контейнеры для корма снабжены специальным силиконовым уплотнителем и четырьмя защелками для обеспечения герметичности. Большие контейнеры в форме баков 25 и 45 л предназначены для хранения больших объемов корма для животных. Эти контейнеры можно хранить как дома, так и на улице.

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

## Пополнение серии

Компания **ENS Group** сообщила о пополнении серии фарфора **Naturel**. Среди новинок – изделия для хранения приправ, небольших закусок, сахара, перца и соли, а также чайные наборы. Посуда изготовлена из высококачественного белого фарфора и натурального бамбука.

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



## Следуя трендам

Компания «Анна Лафарг» представила новую продукцию в ассортименте – посуду и предметы интерьера испанской торговой марки **San Miguel**. Это посуда для напитков, предметы сервировки стола и для хранения, столовая посуда из стекла (тарелки, салатники, блюда), предметы интерьера (вазы, подсвечники и др.), изделия для ванны.

Вся продукция произведена из на 100% переработанного стекла. Производство замкнутого цикла. Сырье получают из местного сданного на переработку стекла, что позволяет экономить на транспортировке. Большая команда дизайнеров использует естественную красоту переработанного стекла, добавляя цвет и следуя трендам в декоре стола и интерьера.

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





## Обновленный дизайн упаковки Wilmax

Компания Wilmax обновила дизайн цветной упаковки для посуды из коллекции Wilmax & Julia Vysotskaya.

В результате редизайна кардинально изменилась цветовая палитра коробок. Упаковка оформлена в свежих жизнерадостных оттенках в сочетании с сочными природными и продуктовыми элементами дизайна. Эти яркие цветные коробки с изображением и автографом Юлии Высоцкой гарантированно не останутся незамеченными на прилавках специализированных магазинов. Что касается хорошо узнаваемого текстурного узора и качества посуды, они традиционно сохраняют неизменно высокий уровень!

wilmax.ru | @wilmax.ru



## Новинка TM Sola

Компания «Анна Лафарг» представила новинку от TM Sola. Набор столовых приборов **Coco Desco** выполнен из нержавеющей стали марки 18/10 (нож из стали 18/0), конструкция приборов – моноблок, зеркальная полировка, толщина 4 мм. В декоре приборов нашел отражение принцип «роскошной простоты» от Коко Шанель: на изделия перенесен популярный для мягкой мебели декор в виде ромбов с «пуговицами» – капитоне (от французского *capitonne* – обивка). В набор входят 24 предмета: 6 столовых ложек, 6 столовых вилок, 6 столовых ножей и 6 чайных ложек.

www.annalafarg.ru



## Расширяя свой ассортимент

Российский производитель чугунной посуды ООО «Камская посуда» делает продукцию по ГОСТу из серого литого чугуна по приемлемым ценам с 2012 года. Компания постоянно расширяет свой ассортимент посуды для приготовления пищи с высокой износостойкостью и природным антипригарным покрытием. Чугун – это самый экологически чистый материал посуды на данный момент.

В этом году были введены на рынок новые позиции данного производителя: порционные сковороды и коктоницы для ресторанного бизнеса, сковороды вок (разного литража) для приготовления восточных блюд, решетки-гриль для приготовления блюд на мангале (пользуются особенной популярностью). Также в производимой линейке выпускаются чугунные сковороды-гриль, сковороды различного размера, кастрюли и котелки и, конечно же, чугунные казаны разного литража.

Чугунная посуда данного производителя пользуется большим спросом и ценится на рынке клиентами за высокое качество. Продукция «Камской посуды» становилась победителем нескольких программ контроля качества, таких как «Контрольная закупка» на Первом канале и т.д.

www.kamposuda.ru



## Коллекция от Joseph Joseph В НОВОМ ЦВЕТЕ

Бренд Joseph Joseph выпустил новую коллекцию кухонных аксессуаров в оттенках зеленого цвета. Помимо функциональной составляющей, особенностью дизайна коллекции является эффект градиента, в котором представлены наборы контейнеров, чаш, разделочных досок и кухонных принадлежностей.

www.eu.josephjoseph.com



## «Витраж» – новинка от «Фарфора Белой Руси»

Добрушский фарфоровый завод представил новую коллекцию посуды «Витраж». В нее вошли универсальные тарелки (мелкие и глубокие). Рисунки выполнены вглазурными красками. Новинку по достоинству отметят любители современного дизайна и возможности комбинировать рисунки.

www.d fz .by



## «Имбирный пряник» к Новому году

Фарфоровая коллекция «Имбирный пряник» от торговой марки Easy Life пополнила ассортимент компании «Анна Лафарг». Расписные пряники на черном матовом фоне придадут волшебства рождественской ночи. В коллекцию вошли наборы кружек, чайная пара, десертные тарелки и блюдо для торта с лопаткой. Вся посуда представлена в подарочной упаковке.

www.annalafarg.ru



## Посуда с антимикробным покрытием V-Block

В Москве с успехом прошла презентация посуды из стекла с антимикробным покрытием V-Block от концерна Sisecam и бренда Paşabahçe. Все изделия отличаются изяществом и высоким уровнем исполнения. При использовании нанопокртия V-Block с другими линейками выпускаемой посуды потребители смогут почувствовать абсолютно новый подход в создании столовой посуды, отвечающий современным стандартам качества.

Разумеется, в нашем издании мы не раз будем рассказывать о дальнейшем распространении выпускаемых новинок продукции концерна Şişecam, и в частности о покрытии V-Block, а пока предлагаем ознакомиться с мнениями организаторов праздничного события.

**Дамир Курбангалеев**, глава представительства Paşabahçe в России: «V-Block – это нанопокртытие, которое наносится при производстве стекла, пока оно еще горячее, полностью растворяется, становится незаметным и работает каждую секунду. Это позволяет ему полностью раствориться на поверхности стекла и стать незаметным. Мы начали с питьевого стекла, далее будут и тарелки, салатники и столовые аксессуары. Наша цель – предоставлять современные красивые изделия по доступной цене».



**Вероника Москвина**, директор по маркетингу: «Как отличить V-Block от обычного стекла? Во-первых, вся посуда V-Block имеет лазерное нанесение на дне, а во-вторых – технологию можно почувствовать руками, если аккуратно провести ногтем по поверхности бокала. Посуда V-Block имеет широкий спектр использования – рестораны, кафе, офисы, отели, бары и больницы, а также и домашняя кухня, ведь Paşabahçe – это красиво, удобно, доступно и элегантно».

### Коротко о посуде с покрытием V-Block

Стекло с покрытием V-Block круглосуточно нейтрализует бактерии, вирусы и грибы и создает непригодную среду для их размножения. При этом посуда остается тонкой и совершенно прозрачной, не боится царапин, не требует особого ухода и сохраняет свои качества на протяжении всего срока службы. Антибактериальный слой V-Block присутствует только на внешней части изделия любой формы, он не вымывается и совершенно безопасен для здоровья человека и окружающей среды.

Технология покрытия V-Block создана в Научно-исследовательском проектом центре Şişecam, обладающем 45-летним опытом научных разработок. Это результат стратегии компании по созданию инновационных продуктов в стекольной индустрии, а также ее участия во всемирном движении по борьбе с пандемией COVID-19. Основное действующее вещество V-Block – пентагидрат сульфата меди – одобрено Комиссией ЕС по внедрению Регламента Европейского Химического Агентства (ECHA). Эффективность V-Block успешно доказана в ходе 24-часовых лабораторных тестов. Покрытие снижает концентрацию бактерий на 99,9% и действует, в частности, на такие микроорганизмы, как золотистый стафилококк, кишечная и синегнойная палочки. Также V-Block успешно справляется с вирусами: на 94,1% блокирует COVID-19, а также ряд других корона- и аденовирусов.

### Справка

Компания Paşabahçe является вторым в мире крупнейшим производителем в сфере стеклопроизводства. Промышленные предприятия Paşabahçe находятся в Турции, а также в Болгарии и России. Свои представительства компания уже открыла в 19 странах мира, а экспорт продукции охватывает 140 стран. Выпуск высокотехнологичной посуды с покрытием V-Block – это ответственный шаг и вклад в ежедневное улучшение качества жизни мирового сообщества.

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

## АО «Нытва». Движение вперед!

Расширяем ассортимент, открываем новое производство, уходим в онлайн-торговлю!



Дизайн упаковки – штука мощная. Упаковка формирует лояльность к бренду и способна вызывать у потребителей нужные эмоции – причем мгновенно.

Нытвенский металлургический завод к началу сезона активных продаж порадовал своих покупателей наборами столовых приборов в новой упаковке.

Упаковка изготовлена из современных качественных материалов, дизайн упаковки выдержан в строгом, изысканном стиле, с отлично подобранной цветовой гаммой.

Наборы представлены в комплектации 24 и 48 предметов.



### КУХОННЫЕ НОЖИ

Высоколегированная нержавеющая сталь 95х18 с термической обработкой (твердость клинка 55-58 HRC); материал рукояти – стабилизированная древесина лиственных пород (орех, бук, ясень).

Наименование	Длина ножа, мм	Толщина обуха, мм
«Филейный»	300 +/- 5	2,0
«Шеф-нож»	280 +/- 5	3,0
«Универсал»	255 +/- 5	2,0
«Овощной»	185 +/- 5	2,0
«Тяпка»	255 +/- 5	5,0
«Пчак»	300 +/- 5	3,0

Интернет-продажи – это не только дань моде, это неотъемлемая часть нашей жизни, и в том числе жизнеспособности бизнеса. Создавая магазин несколько лет назад, никто и не мог подумать, насколько актуальным он будет в нынешние времена, времена массового распространения коронавируса, локдаунов и самоизоляции. Но время показало, что решение было верным.

На сегодняшний день официальный интернет-магазин Нытвенского металлургического завода «Мир ложек» успешно работает. Основная деятельность направлена на реализацию продукции АО «Нытва» физическим лицам, мелкому и среднему опту.



### Мир ложек

[www.mirlozhke.ru](http://www.mirlozhke.ru)  
mirlozhke@nyta-nmz.ru | 8 (800) 200-97-71

Нож – необходимый инструмент в быту и на предприятиях общественного питания. Ни одно мероприятие, будь то приготовление обеда, охота, рыбалка, поход за грибами, туристический поход, не обходится без ножа.

Как говорится, без ножа – никуда. А с хорошим, качественным, надежным ножом любое дело спорится быстрее.

АО «Нытва» в сентябре 2021 года запустило производство хозяйственных, специальных и кухонных ножей.

### НОЖИ ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ

Высоколегированная нержавеющая сталь 95х18 с термической обработкой (твердость клинка 55-58 HRC); материал рукояти – стабилизированная древесина лиственных пород (орех, бук, ясень). На клинок хозяйственного ножа «Универсал» предусмотрено нанесение декоративного покрытия и лазерной маркировки.

Наименование	Длина ножа, мм	Толщина обуха, мм
Хозяйственный «Универсал»	271 +/- 5	2,7
«Универсал» с накладной ручкой	267 +/- 5	2,7
Хозяйственный «Специальный»	230 +/- 5	2,7
Специальный для резки мяса	215 +/- 5	2,7
Хозяйственный «Овощной»	206 +/- 5	2,5



**Diva**  
collection

GOLD

зеркальная  
полировка



В коллекции столовых приборов DIVA от WILMAX эффектно слились утонченность, элегантность и функциональность. Приборы выполнены в 2-ух вариантах полировки, зеркальной и матовой, и представлены в 3-х расцветках: классическом стальном (Silver), золотом (Gold) и черном (Black) цвете.



SILVER

WL-999501/1B WL-999502/1B WL-999503/1B WL-999510/1B WL-999506/1B WL-999507/1B WL-999508/1B WL-999515/2B WL-999509/1B



wilmax.uk  
facebook.com/WilmaxRussia  
youtube.com/wilmaxengland  
@wilmax\_ru | @wilmax\_cis



BLACK MATT

матовая  
полировка



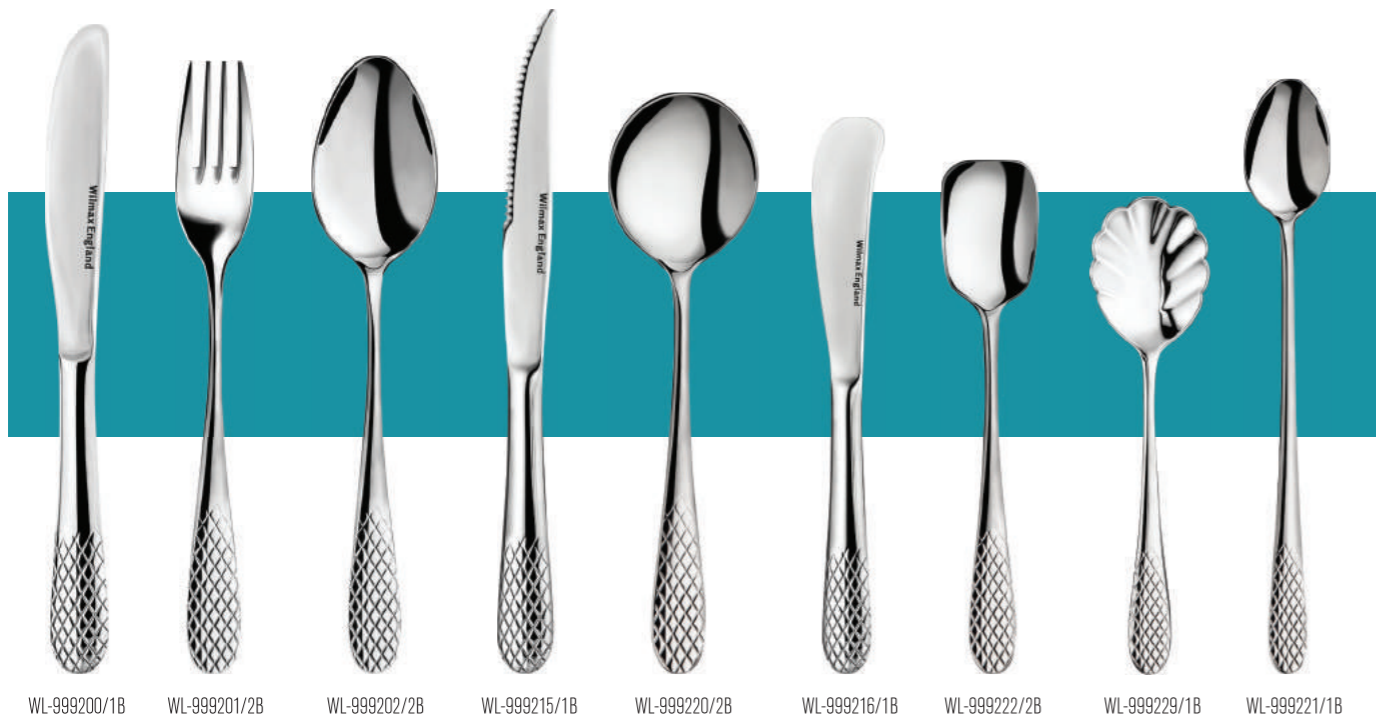
WL-999589/1B WL-999586/1B WL-999587/1B WL-999588/1B WL-999579/1B WL-999580/1B



Julia  
collection



Столовые приборы WILMAX изготовлены из нержавеющей стали марки 18/10. Изделия безопасны, удобны в применении, не склонны к коррозии и деформации. А чёрное и золотое износостойкое покрытие, выполненное современным методом вакуумного напыления, позволяет приборам сохранять свою презентабельность, выдерживать интенсивное использование и частое мытьё в посудомоечной машине.



WL-999200/1B WL-999201/2B WL-999202/2B WL-999215/1B WL-999220/2B WL-999216/1B WL-999222/2B WL-999229/1B WL-999221/1B



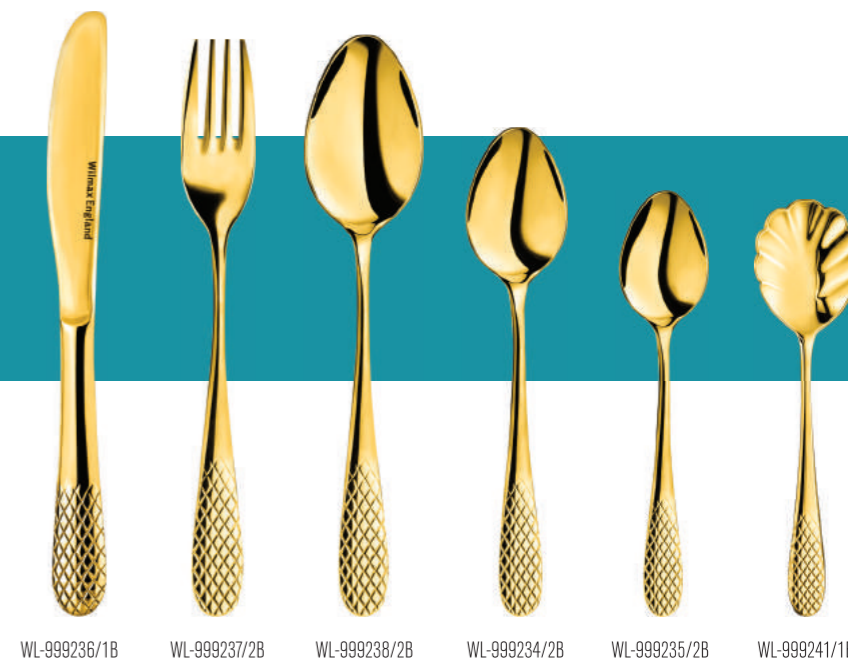
SILVER

GOLD

BLACK  
ONYX



Для просмотра полного  
ассортимента столовых  
приборов WILMAX  
сканируйте QR-code!



WL-999236/1B WL-999237/2B WL-999238/2B WL-999234/2B WL-999235/2B WL-999241/1B



НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
Asian Housewares & Kitchen Show 2021 – выставка товаров для дома и кухни Гонконг, Китай	20.10.21 23.10.21 Hong Kong Convention & Exhibition Centre/Idea Trade Limited	Bazaar Berlin 2021 – международная выставка потребительских товаров Германия, Берлин	03.11.21 07.11.21 Messe Berlin/Messe Berlin GmbH
Mega Show Series Part 1 2021 – международная специализированная выставка подарков и товаров для дома Гонконг, Китай	20.10.21 23.10.21 Hong Kong Convention & Exhibition Centre/Mega Expo (Hong Kong) Ltd.	Краски осени 2021 – межрегиональная выставка Владимир	10.11.21 13.11.21 «Владимирский Экспоцентр»/ТПП Владимирской области
Осенний салон 2021 – универсальная выставка товаров народного потребления Тольятти, Эстония	20.10.21 24.10.21 «ЭКСПО-Тольятти»	Всероссийская ярмарка в Ижевске Зима 2021 – всероссийская ярмарка продукции предприятий регионов России Ижевск	17.11.21 21.11.21 ТЦ «Мой Порт» / Выставочный центр «Удмуртия»
Homeliving & Houseware Fair Daegu Autumn 2021 – международная выставка товаров для дома Южная Корея, Дэгу	21.10.21 24.10.21 Exco/Messe Korea Inc.	Гостинично-ресторанный бизнес 2021 – международная специализированная выставка в рамках форума SIFT Сочи	18.11.21 19.11.21 Адлер-Арена/ООО «СОУД» Сочинские выставки»
Global Sources Lifestyle Autumn 2021 – выставка подарков, сувениров и товаров для дома Гонконг, Китай	25.10.21 27.10.21 AsiaWorld – Expo/Global Sources Exhibitions	SIRHA Istanbul 2021 – международная выставка индустрии гостеприимства и кейтеринга Турция, Стамбул	18.11.21 20.11.21 ICC Istanbul Congress Center/GL events FUARCILIK A.Ş.
Регионы России. Архангельск 2021 – торговая ярмарка Архангельск, Россия	26.10.21 29.10.21 Дворец спорта профсоюзов/ООО «Поморская ярмарка»	Поморская ярмарка 2021 – торговая ярмарка Архангельск	23.11.21 26.11.21 ООО «Поморская ярмарка»
Asian Gifts & Travel Goods Show 2021 – выставка подарков и товаров для путешествий Гонконг, Китай	27.10.21 29.10.21 Hong Kong Convention & Exhibition Centre/Idea Trade Limited	Ideal Home Show at Christmas 2021 – выставка товаров для дома и сада Великобритания, Лондон	24.11.21 28.11.21 Olympia London/Media 10 Ltd
Осенняя ярмарка. Самара 2021 – межрегиональная ярмарка потребительских товаров и натуральных продуктов Самара, Россия	27.10.21 31.10.21 ВЦ «Экспо-Волга»/Выставочная компания «Экспо-Волга»	Модный базар. Декабрь 2021 – всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Волгоград	01.12.21 05.12.21 ООО «Выставочный комплекс «ВолгоградЭКСПО»
Indian Handicrafts & Gifts Fair (IHGF) Delhi Autumn 2021 – международная выставка подарков и изделий ручной работы Индия, Нью-Дели	28.10.21 31.10.21 Export Promotion Council for Handicrafts	Тольятти Рождественский 2021 – универсальная выставка товаров народного потребления Тольятти	08.12.21 12.12.21 Выставочная компания «ЭКСПО-Тольятти»
Регионы России. Северодвинск 2021 – торговая ярмарка Северодвинск	29.10.21 31.10.21 ВК «Поморская ярмарка»	Gifts & Lifestyle Middle East 2021 – выставка стиля, образа жизни и подарков ОАЭ, Дубай	14.12.21 16.12.21 Dubai International Convention and Exhibition Centre/Messe Frankfurt Middle East GmbH
Homeliving & Houseware Fair Incheon 2021 – международная выставка товаров для дома Южная Корея, Инчхон	29.10.21 31.10.21 Songdo Convensia / Messe Korea Inc.	Ладья. Зимняя сказка 2021 – выставка-ярмарка народных художественных промыслов России Москва	15.12.21 19.12.21 Ассоциация «Народные художественные промыслы России», АО «ЭКСПОЦЕНТР»
International Commodity Fair 2021 – международная выставка потребительских товаров Москва	01.11.21 03.11.21 Messe Frankfurt RUS	Новогодняя ярмарка. Казань 2021 – универсальная ярмарка товаров и услуг Казань	15.12.21 19.12.21 ОАО «Казанская ярмарка»

# HOUSEHOLD EXPO

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

## 22 – 24 МАРТА 2022

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



*Всё, что дома пригодится!*

ДОБАВЬТЕ СВОИ НОВИНКИ НА САЙТ EXPO-RETAIL.RU

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



# Осенний HouseHold Expo 2021: пройдемся по новинкам



Не секрет, что главная выставка для компаний, занимающихся посудой, привлекательна не только возможностью общения участников рынка «вживую», но и демонстрацией новинок. Пожалуй, второе сегодня преобладает. Многие компании готовят своим потенциальным покупателям сюрпризы, раскрываемые исключительно на выставке, которые становятся весомыми козырями в условиях нынешней жесткой конкурентной борьбы.



HouseHold Expo – это уже хорошо известный формат, это удачная система взаимодействия поставщиков, дистрибьюторов и магазинов, это понятная структура и удобная во всех отношениях площадка с высоким уровнем деловой активности.

Два пандемийных продолжения до сих пор года для всех отраслей были сложными. Пандемия ударила практически по всем направлениям деятельности, она стала тяжелым испытанием для бизнеса. Бизнес впервые столкнулся с такой ситуацией. Поэтому оценить выставку прошлой осени сложно, экспонентов было меньше, но главное всеобщее настроение – смятение и неопределенность. Многие не знали, что предпринимать...

На сегодняшний день осенняя сессия HouseHold Expo 2021 как гло-

бок свежей воды в пустыне. Постепенное оживление экономики дало мощный стимул к развитию рынка посуды. Пока выставка HouseHold

Expo остается самой крупной российской выставочной площадкой для участников рынка товаров для дома, в том числе посуды. Причем на осеннюю сессию бизнесмены всегда возлагают большие надежды, поскольку впереди у них открывается сезон так называемых активных продаж. Именно поэтому текущей осенью выставка принимает наибольшее число участников рынка. Осень 2021 – не исключение. В этот раз мы наблюдали активность и радость встреч в ожидании прорыва в работе и поставок, новинок и интересных технологичных решений, мастер-классов и конференций.

Кухонная и столовая утварь была представлена самой разнообразной продукцией, выполненной из различных материалов, с использованием всевозможных декоров, а также покрытий, что позволило ей занять все ценовые ниши: от эконом-класса до класса «премиум». Однако предметов из самой низ-

Выставку посетило **более 8000 профессиональных посетителей из 84 регионов России**. Наибольшее число гостей прибыло из Московского региона, Санкт-Петербурга, Свердловской области, Краснодарского края, Республики Татарстан и Нижнего Новгорода. Среди посетителей было зарегистрировано высокое число представителей различных торговых сетей и маркетплейсов (DNS, «Яндекс Маркет», Familia, Fix Price, Hoff, «ОБИ», «О'КЕЙ», Metro Cash&Carry, «СберМегаМаркет», Ozon, Wildberries, «Азбука вкуса», Auchan, торговая сеть «Верный», «Виктория», «Магнит», ОАО «Стокманн», X5 Retail Group, «ГиперГлобус», «ВкусВилл», «Перекресток ВПРОК», «Кенгуру-Опт», «ИКЕА», «Леонардо» – хобби-гипермаркет, Alibaba, Williams et Oliver, ПАО «Детский мир», ТГ «ГУМ», ТД «ЦУМ», «Комус», «Копейкин Дом», «Твой дом», АО «КукХаус», ТД «Курносики», «Леруа Мерлен», Lamoda, ГК «Спецторг», «Галамарт», ТС «Светофор», «Домовой» (АО «УК «Старт»), СТД «Петрович», «Евродом», «Дикси» и многие другие).



кой ценовой категории в целом было выставлено немного. Современный потребитель уже достаточно давно предпочитает качественную продукцию по оправданной цене либо дорогостоящие изделия в люксовом исполнении.

Экспоненты, вопреки существующей ситуации, сумели продемонстрировать немало интересных разработок, вызвали повышенный интерес у посетителей. Кстати, поток последних в течение всех трех выставочных дней можно смело назвать высоким, что свидетельствует о заинтересованности представителей бизнеса в развитии своего посудного сегмента.

Было на что посмотреть. Новинки и разработок было много. Интересный дизайн, техника исполнения, использование современных материалов... Практически каждый участник выставки представлял самое интересное, самое новое и самое красивое. Много позиций было посвящено не только удобству и практичности, но и безопасности продукта. С чем связано такое изобилие? Скорее всего, повлияли общеэкономическая и эпидемиологическая ситуации. Определенные трудности с поставками иностранных товаров стимулировали отечественных производителей предложить свою кон-

курентоспособную продукцию. И действительно, большинство ходовых посудных позиций, представленных на выставке, исполнены именно на российских заводах. Продукция китайских фабрик, включая европейские бренды, резко подорожала, в первую очередь из-за роста фрахта, контейнеров и сопутствующих транспортных расходов. Ниша более дешевой альтернативной продукции не осталась незанятой, ее с успехом заполнили отечественные производители.

На выставочной площадке можно было встретить производителей и дистрибьюторов из Беларуси, Испании, Италии, Казахстана, Китая, Нидерландов, Польши, России, Турции, Франции, Чехии, Узбекистана и Украины. Более 300 брендов было презентовано на стендах компаний-участниц, 40% из которых были представлены здесь впервые. При этом так называемого «китайского квартала» не было. Число компаний из КНР по сравнению с прежним годом было незначительным.

Среди 300 участников впервые на выставке экспонировались компании Butichel (официальный дистрибьютор Cereria Pernici S.R.L., Италия), «Купман Интернэшнл»/ Koorman International (Нидерланды), «Молерос», «Чара Групп», «Юникс», Sonno, «Премиум»,

ИП Филиппов, «Экструзион», ТД «Марсель», «Супримпласт», «Свечной Маркет», «Семикаракорская керамика», Myatashop, «Посуда Юг», Onur Bacalif, «Клео», «Покровский Двор», «Хаусхолд посуда», «Узметкомбинат», «Версо дизайн», «РестИнтернэшнл», Bohrer, «Алекс Трейд» и другие.

Традиционно в рамках выставки прошла насыщенная деловая программа; выступления проходили в специально оборудованных зонах 9-го и 11-го залов. Помимо реальных деловых кейсов, разбирающих характерные и непредвиденные ситуации в области ритейла, продвижения товаров, юриспруденции, взаимодействия с коммерческими и государственными компаниями, слушатели имели возможность получить статистическую информацию и, соответственно, сделать собственные выводы о ситуации в различных отраслях и рынке в целом.

Каждая выставка имеет свои отличительные особенности и яркие моменты. В этот раз это, пожалуй, новинки. Всего, конечно, не перечислить, поскольку с новинками пришли практически все участники рынка, но наиболее запоминающиеся стоят того, чтобы их отметить.

Основные новинки обычно предлагают на выставке компании, которые занимаются напильной посудой.





Эмалированную посуду традиционно представил Лысвенский металлургический завод (торговая марка «Лысва»), который приехал на выставку с новой коллекцией эмалированной посуды «Урожай». При этом завод также занялся выпуском посуды из нержавеющей стали, так что на выставочном стенде можно было познакомиться с особенностями этой посуды.

Керченский металлургический завод выпустил новую серию «Элит». Это высокие цилиндрические кастрюли объемом 2,4; 3,4 и 5,0 л с нержавеющей фурнитурой, плоским дном и стеклянной крышкой.

Яркие декоры на своей эмалированной посуде продемонстрировала ООО «СтальЭмаль», в которую с некоторых пор входит и новокузнецкий филиал, выпускающий продукцию под маркой «Сибирские товары». Среди наиболее запомнившихся: «Черешня», «Клубника садовая», «Экватор», «Гранатовый сок».

ООО «Эмаль» использовало выставку не только для демонстрации новинок, но и для опроса потре-

бителей и сбора мнений, в том числе и оптовых, по тому или иному декору. У бренда Radost потребителей интересовала серия «Укроп» и другие коллекции.

Белорусская компания «Сантэкс» выставила сразу несколько новых линеек посуды из эмалированной стали – «Овощной микс», «Бабочки», «Моя кухня», «Подсолнухи». Дизайны всех предметов призваны дарить ощущение радости благополучия в семье.

Предлагала познакомиться с ассортиментом эмалированной посуды и компания MacKenzie-Childs, выставившая на обозрение изделия ручной работы.

Компания Vari приехала с новинкой – коллекциями «Сила природы» и Eco LIFE. «Сила природы» и Eco LIFE – это серия сковород с диаметрами в среднем от 24 до 28 см и многослойным «каменным» антипригарным покрытием Quantum от Whifford. Хочется отметить, что год для бренда юбилейный (20 лет), поэтому компания радовала гостей не только отличной посудой, но и интересной позна-

вательной программой. Кулинарные мастер-классы, двухъярусный торт со съедобной сковородой и теплые слова-поздравления – было все!

Марка «Мечта» сосредоточила свое внимание на своей линейке Grand Induction Pro.Cntyl.

Компания «Надоба» украсила свой стенд новинками сковород с бакелитовыми ручками под дерево, которые уже давно пользуются заслуженной славой у потребителей. Среди любителей нержавеющей посуды бренд знаком и почитаем. Особую популярность получила серия Gerda, Ludva, Maruška.

Стоит отметить, что ряд компаний, работавших в сегменте кухонной посуды, обратил более серьезное внимание на посуду из нержавеющей стали. Ведь именно такая посуда пользуется сегодня наибольшим спросом даже при условии ее высокой цены. Так известная марка Kukmara открыла производственную линию по выпуску посуды из нержавеющей стали, среди которой на выставке особенно заметными оказались линейки: «София» (ручки из прутка крепятся к телу

кастрюль методом точечной сварки) и «Леон» (металлическая ручка держится на заклепках).

Новые позиции в сегменте нержавеющей сковород, кастрюль и термосов продемонстрировал Ашинский металлургический завод (марка АМЕТ).

Стенд компании «Маруся» пополнился наборами кастрюль разнообразных расцветок и форм, рассчитанных на категорию потребителей «дорого/богато».

«Пилот МС» представил сковороды серии «Традиция», чайные пары с ярким деколем птиц и цветов из коллекций марки Appetite.

Яркий стенд с антипригарной посудой, украшенной традиционной «стеной крышек», от компании Jarko не оставался без внимания посетителей. Здесь можно было подробнее ознакомиться с линейкой Merletto.

Интересные дизайнерские позиции антипригарной посуды выставила и компания «Горница».

Большое разнообразие чугунной посуды можно было увидеть у украинского бренда Maysterna: сковороды, включая порционные, жаровни и пр. В свои сковороды поставщик положил, кроме основного материала, еще металлическую губку, что

еще раз подтвердило возможность использования металлизированной губки при мытье сковороды.

С цветовыми трендами, в частности в секторе антипригарной посуды, можно было ознакомиться на стенде Pfluo.

Марка «Сково» порадовала новой линейкой сковород InDay, предназначенных для использования на индукционных плитах. Вдобавок у компании появилась блинница в линейке Stone Pan. Прошлого года линейка Green Tree, выставленная рядом, также радовала посетителей выставки.

Относительно молодая марка на посудном рынке – Darius – продемонстрировала самую разнообразную посуду, включая изделия из нержавеющей стали и с антипригарным слоем.

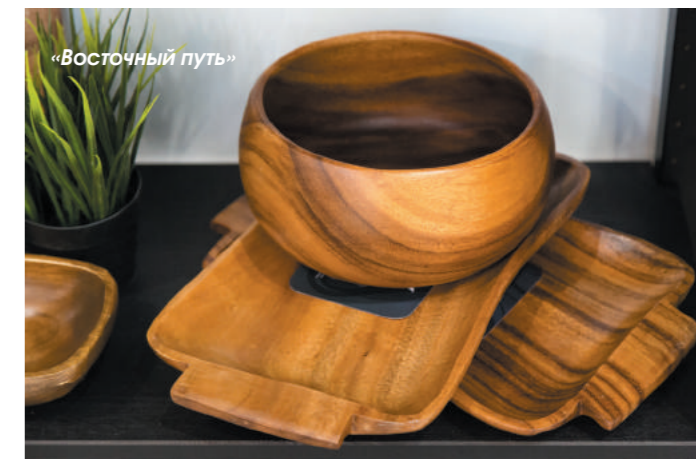
Второй год в качестве экспонента выставляется компания «Премьер» со своими сковородами. Новинка – серия «Гранит». Но интересны и коллекции с покрытием в красных тонах. Яркое, аппетитно. Стенд небольшой, но, учитывая приятные цены и качество изделий, а также удобную логистику (производство России, г. Гусь-Хрустальный), эти варианты также нравились посетителям, которые

рассматривали сотрудничество с новой компанией.

Выставку впервые посетила фабрика по производству эмалированной посуды из Узбекистана (Узбекский металлургический комбинат). Сотрудники стенда активно продвигали свою продукцию на российский рынок.

А теперь перейдем к стендам, представляющим производство керамики и фарфора, изделия из которых символизируют изящество и вариативную палитру красок и образов. Начнем с керамики – самого «старшего» посудного материала, из которого до сих пор изготавливается великое множество как кухонных, так и столовых предметов. «Псковский гончар» предложил несколько новых коллекций: «Пионы», «Полевые цветы», «Лен», «Заяц». Все они отличаются тематикой дизайна, который раскрывается в названии. Насколько востребованными будут эти коллекции, пока сказать сложно (и представители стенда в этом признаются), но если судить по тем коллекциям, которые присутствовали в прошлом году, то спрос будет. По крайней мере, завод активно выпускает то, что презентовал на прошлом столичном показе.





«Борисовская керамика» – абсолютный лидер производства в своей нише в России – привезла немало функциональной и декоративной керамики, среди которой очень запомнились предметы из коллекции «Кашемир» различных оттенков, а также банки для хранения лука и чеснока («Зайцы»).

«КерамСтрой», уверенно действующий на рынке в течение последних лет, выставил тематические фарфоровые кружки (на каждой определенное пожелание) в оригинальной упаковке и столовую посуду серии «Меланж».

«Кунгурская керамика» порадовала коллекцией «Совушки» и новым покрытием «Авангард» в красно-белом исполнении.

«Вятская керамика» (Кировская область) также демонстрировала свою продукцию на выставке, но в основном презентовала уже полюбившиеся многим предметы, подчеркивающие самобытность и традици-

онную культуру своего региона.

«Дулево» – всемирно известный бренд – показал коллекцию «Пахта» из так называемой «Восточной» серии. Особое место в экспозиции заняла серия «Гжель», выполненная не только в классическом сине-белом декоре, а и в других цветовых палитрах.

У «Добрушского фарфора» в первую очередь посетители отмечали такие декоры, как «Камень», «Вавилон» и «Роза» (детская тематика). Очевидно, что эти новинки максимально отвечают современным дизайнерским вкусам конечных потребителей.

Стенд Wilmax рассказывает посетителям разные истории своих коллекций. В журнале «Посуда» мы постоянно публикуем новинки бренда. В этот раз компания предложила вниманию изделия с минималистичным дизайном темных или теплых тонов, расширила серии для ресторанного сегмента, а также познакомила посетителей выставки с яркими

коллекциями сервировочной посуды, которые подходят как для домашних хозяйств, так и для оснащения ресторанов и кафе. Изделия из дерева, коллаборации с белоснежным фарфором и в этот раз привычно ярко смотрелись на большом стенде компании.

Компания «Коралл» традиционно поставляет на рынок много новинок фарфора и керамики. В этом году, на взгляд посетителей, акцент был сделан не в сторону восточных орнаментов, а в сторону сдержанных сервизов пастельных тонов.

Говоря о товарах из других материалов, хочется отметить компанию TimA. Здесь посетители могли увидеть совершенно различные новинки, среди которых крышка со складной ручкой из полиамида, выдерживающего температуру до 130 °С; подставка под горячее в виде виниловых пластинок, профессиональные турки с толщиной меди 3 мм, антипригарные сковороды серии «Баланс» и Stella

Marina и многое другое. При этом у компании сохранены некоторые инновационные позиции, которые продолжают радовать покупателей в течение последних 5-6 лет (в частности, прочные разделочные доски).

Интересные позиции термосов и ланч-боксов представила группа компаний «Тонар».

Известная марка термосов «Арктика» расширила свою товарную матрицу за счет премиальных изделий Bobber – термосов премиального сегмента. В итоге сегодня два бренда имеют одного хозяина, но развиваются при этом самостоятельно.

Любопытным изделием представал перед взорами посетителей так называемый афганский казан от компании «Покровский Двор», который правильнее было бы назвать скороваркой, поскольку в нем пища готовится под давлением. Интересная деталь: литраж данных казанов завышен, например, если в документации значится 5 л, то в действительности будет 3 л, а если 12 л, то реально – 10 л. В этом признаются представители компании. В остальном – никаких расхождений.

Марка Tescoma традиционно порадовала всех изяществом своих

кухонных аксессуаров, большинство из которых выполнено из пластика и силикона. На этот раз компания привезла довольно много ножей, емкостей для хранения, а также сковород с антипригарным покрытием.

Компания Sima Land уже готовится к новогодним праздникам. Она предложила зимние коллекции под брендом «Доляна». Текстиль под брендом «Этель» дополнил яркими стилевыми решениями и разнообразил огромный, полный разных товаров, стенд компании. Китайская марка Guffman продемонстрировала свои новинки из нержавеющей стали. Интересные позиции из нержавеющей стали показала и марка Gipfel, особенно привлекала кастрюля с крышкой, глубоко заходящей в тело самой кастрюли.

Новинки столовых приборов можно было увидеть у компании «Нитва». На выставку компания приехала с целью продвижения наборов столовых инструментов, включая изделия с напылением (в количестве 24 изделий в подарочной упаковке), кухонных и охотничьих ножей.

Стеклопосуда была представлена несколькими марками, среди которых нельзя не отметить

Гусь-Хрустальный стекольный завод (марка «Гласстар»), порадовавший посетителей новым набором «Шеф-Сомелье».

Команда Arti-M, имея традиционно большой стенд, показала новые коллекции фарфора, в том числе новогоднего формата, серии «Охота», коллекции с цветочным орнаментом. Стенд был богато украшен разнообразием посуды разных стилей и расцветок.

Интересные варианты столовой и декоративной посуды из цветного стекла можно было рассмотреть на стенде компании «Безант».

Привлекательные декоры на питьевом стекле продемонстрировал завод «Неман» (Беларусь). Здесь также были выставлены изделия с так называемой широкой гранью – отличительная черта данной коллекции. Кроме того, привлекали внимание толстостенный верх бокалов и фужеров, а также массивная ножка. Некоторые предметы были выполнены с использованием техники «кракле». Среди новинок коллекции с говорящими названиями «Сода», «Крошки»... Также великолепно смотрелась коллекция Blue.

Абсолютную новинку в мире питьевого стекла продемонстрировала







компания Pasabahce – стеклянную посуду с антибактериальным эффектом V-Block. В числе других выставленных изделий привлекали внимание серии Bronze, Grey, Aware.

Современные дизайны питьевого стекла можно было изучить на стендах Ronex, Promsiz и др.

Также посетители могли увидеть новинки от «Гжельской мануфактуры», «Коралла» (коллекции «Династия», Home made, Ocean, Nobile, Family Villa) и иных компаний.

Известная марка «Мусатов» показала новинки в виде кружки «Триумф» и креманки «Богемия». Компания работает только с готовыми изделиями, занимаясь напылением по вакуумной технологии.

Компания «Кристалл Богемия Рус» выставила немало декоративных хрустальных изделий и изделий из цветного стекла. В числе последних коллекции из хрусталя: «Самурай», «Патриот», «Меган». Цветная посуда марок Sheffield Violet и Brixton Color также предлагается данной компанией.

Марка DecorSteklo 33 представила изделия из тонкостенного стекла с титановым покрытием (не подходит для использования в СВЧпечках), в частности коллекцию «Дипломат».

Завод «Декостек» в числе своих новинок представил коллекцию «Зим-

ние забавы» из стекла с наружным напылением.

ООО «ДекорСтайл Гласс» не первый год успешно реализует посуду, изготовленную по своим заказам маркой Pasabahce.

Аксессуары из пластика для различных видов посуды предоставила известная марка «Алгеал».

Французский популярный бренд Luminarc представил сервировочную посуду и питьевое стекло, удачно накрыв стол новинками этих коллекций.

Определенная часть участников рынка, занимающаяся посудой из древесины (в основном разделочными досками), также презентовала свои новинки. В качестве сырья здесь используются различные породы (компания «ТриА»), бук (ИП Гутаев Н.Х.), акация («Восточный путь»). Широкий ассортимент аксессуаров из бамбука представила компания Bravo. В числе новинок: масленка, сырница, салфетница и др. Несмотря на то что бамбук считается травой – легко возобновляемым сырьем – изделия из него похожи на деревянные, а по влагостойкости, износостойкости, а также антибактериальному эффекту превосходят многие породы дерева.

В зале, где были сосредоточены изделия из пластика, включая товары

хозяйственного назначения, можно выделить стенды компаний Plastic Republic, Plast Team, Matrika и др.

Интересный показ своей продукции осуществила компания «Альтернатива». На этот раз стенд компании включал несколько интерактивных дисплеев, каждый из которых был ориентирован на определенную тематику. Посетители при помощи прикосновений к мониторам могли самостоятельно изучать ассортимент и выбирать понравившийся товар, ориентируясь на его фотографии.

Невозможно перечислить всего многообразия, которое, надо признать, в этот раз не вызвало сомнений у посетителей. Экспоненты основательно подготовились к сезону и постарались продемонстрировать все свои обновления.

Учитывая непростые условия для работы (конкуренция, рост цен, желания потребителей, проблемы с доставкой из Китая и пр.), компаниям приходится всеми силами привлекать к себе внимание партнеров и заключить долговременные соглашения по поставкам. Хочется верить, что в этом смысле экспоненты не упустили своих возможностей и результативно отработали весь выставочный период.



# Посудный рынок и психология покупателя

Несмотря на уязвимость сектора посуды и некоторое занижение его значимости рядом экспертов на фоне других сегментов товаров для дома, продажи этого вида товаров – важный аспект деятельности всех участников рынка. Сегодня как никогда важно понимать, что движет конечным потребителем и каковы сигналы для поставщиков посудного ассортимента.

## ЦИКЛИЧНОСТЬ ИЛИ СТИХИЙНОСТЬ

Спрос на посуду носит циклический характер. Не случайно в периоды праздничных дат уровень продаж кухонной и столовой посуды возрастает, и не только посуда в праздничной упаковке, а это около 15-25% от всей приобретаемой посуды, но и начиная с декабрьской предновогодней гонки и кончая масленичной и пасхальной неделями, по оценкам специалистов, хорошо продается любая посуда! И связано это, в частности, с тем, что большинство жителей нашей планеты олицетворяют любую праздничную дату с застольем. И «посуда всегда в доме нужна». Причем в русло покупаемой посуды попадает не только посуда для домохозяйств, но профессиональная, широко используемая в сегменте HoReCa.

Однако традиционная покупательская активность, сменяемая периодом затишья (с мая по октябрь), – хоть и соблюдается ежегодно, не всегда имеет ярко выраженную сезонность. Исследования последних лет показали, что на вышеуказанную цикличность влияет целый ряд факторов, в частности: стоимость доставки, экологическая безопасность, ограничительные меры.

Например, **введение ограничительных мер**. Снижение численности посетителей ресторанов, кафе и иных заведений общественного питания привело к росту спроса на посуду для приготовления ресторанных изысков в домашних условиях.

**Мода на национальные кухни**, связанная с миграционными процессами и туристическим бизнесом, привела к тому, что ранее неизвестные блюда получили широкое распространение благодаря социуму и виртуальному общению. Кстати, праздничные даты за рубежом, которые становятся популярными среди



россиян, расширяют рамки активного спроса на традиционную посуду и специальную посуду для определенных блюд. Это следует учитывать при продажах соответствующих изделий.

Далее, **стиль жизни**. Этот фактор также влияет на уровень потребительского спроса. Скорость времени диктует условие покупки полуфабрикатов, особенно в крупных городах. Следовательно, растет спрос на посуду для разогрева полуфабрикатов, а также кухонные при-

боры, предназначенные облегчить и ускорить приготовление блюд, причем как классических, так и изысканных: мультиварки, пароварки и пр.

**Тренд экологии** вызвал спрос на безопасную экологичную посуду и технику, занимающуюся измельчением бытовых отходов.

Продолжаем. **Подорожание фрахта и резкий рост цены контейнеров**, которыми доставляется большинство грузов из Китая (мировой фабрики), привел к удорожанию конечной продукции. В итоге в



эквиваленте оборот посудных изделий на рынке выглядит многообещающе, однако в штучном измерении особого роста не наблюдается.

И если в подогретом неблагоприятными ожиданиями посудном сегменте, где до сих пор присутствует некоторая инерционность, уровень продаж может сохраняться высоким, это не означает, что ситуация выглядит благополучной. Скорее всего, в какой-то момент запланированные покупки и некоторый ажиотаж, вызванный всеобщим обесцениванием рублевой массы, приведут к резкому падению рынка: то есть к снижению числа продаж при одновременной активации процессов, стимулирующих покупательскую активность.

России уровень продаж отечественной керамической и металлической посуды существенно возрос, а спрос на зарубежную посуду снизился. Сегодня большинство посудных брендов кухонной посуды в федеральных сетях либо отечественного производителя, либо собственных марок сетей.

А еще на состояние посудного сегмента влияют **санкции**. С их введением резко подорожала вся продукция от европейских брендов, включая посудные изделия. Это также переключило покупателя на желание приобретать посуду от отечественного производителя.

Стоит сказать и о материале. Посудный сегмент делится не только на профессиональную и домашнюю кухню. Деление связано с посудными материалами: керамикой (куда входят: майолика, фаянс, фарфор, каменная керамика и пр. виды керамической пищевой индустрии), стеклом (включая стеклокерамику), металлом (прежде всего, стоит выделить алюминий, сталь, нержавеющей сталь, медь и чугун) и пластиком.



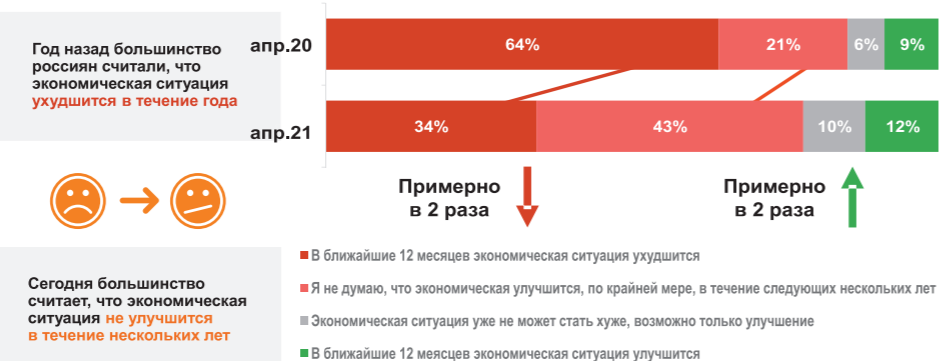
Стоимость этих материалов не является постоянной. Так, в конце весны 2021 года цены на сталь, алюминий и чугун поднялись чуть ли не в 2 раза. Разумеется, это отразилось и на цене изделий.

Сегодня инфляционные процессы приводят к обесцениванию национальной валюты и вынуждают производителей закладывать в стоимость товара потенциальный рост цен на сырье и электроэнергию, а также иные расходы. В итоге в денежном

В итоге сегодня мы наблюдаем затухание покупательской активности, связанное с неблагоприятными для макроэкономики процессами и общей рыночной нестабильностью.

Но это не все. Любый дисбаланс, в том числе и в сегменте посуды, имеет фазу активного проявления и затухания. Как правило, чем сильнее волатильность соотношения запланированных и реальных покупок, тем быстрее наступает фаза их затихания. Непосредственно в товарной

## Ожидания россиян от экономики



## СИНДРОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СОМНЕНИЯ У ПОСУДНОЙ ПОЛКИ

Не редко покупатель выбирает посуду непосредственно в розничной точке. При этом он часто теряет: с одной стороны, перед ним выставлены десятки аналогичных столовых принадлежностей, с другой стороны – не понятно, что конкретно приобрести. Данная ситуация нередко приводит к отложенным приобретениям либо к чувству неудовлетворенности после совершения покупки. Так, «постпокупочный синдром сомнения» часто испытывают покупатели антипригарной посуды.

За последнее время магазинный ассортимент заметно расширился, так что потребитель всегда может подобрать товар, соответствующий своим пожеланиям, исходя из его внешнего вида и заявленных характеристик. Но вот что касается качества исполнения и срока использования – тут покупателю можно только строить предположения. Продавцу торговой точки следует учитывать, что покупатели часто не имеют представления о марках и уровне качества посуды и, теряясь в догадках, нередко покидают торговое помещение со словами «надо подумать...». Чтобы подобного не происходило, требуется помощь квалифицированного консультанта. Грамотное объяснение преимуществ той или иной модели позволяет покупателю осуществить правильный выбор на месте, не откладывая покупку на потом. Такого рода услуга является твердым подтверждением важности живого общения между клиентом и продавцом; таким же эффектом обладают мастер-классы.



среде это выглядит так: снижение уровня продаж – включение акционных механизмов (мера, призванная сгладить колебание) – привлечение дополнительных потребителей – выравнивание товарно-денежной ситуации – стабилизация спроса и восстановление прежнего уровня цен. Нельзя не учитывать влияние таких периодов, особенно сегодня, когда их число растет чуть ли не с каждым месяцем. Не случайно все конечные покупатели уже буквально «сидят на скидках и акциях» в силу их фактически регулярного характера.

Возникает вопрос: что преобладает на рынке – цикличность или стихийность? Наверное, можно ответить так. Общая схема циклического развития вышла за прежние рамки, и сегодня мы наблюдаем смену относительно коротких периодов традиционной схемы развития периодами стихийных моментов, выраженных с ростом или падением уровня продаж.

#### ЗАЩИТА ИЛИ БЕГСТВО

Рассмотрев ситуацию с общерыночной точки зрения, следует обратить внимание на конечного потребителя. Реальный сбыт осуществляется непосредственно в розничной точке продаж. И от того, насколько активна розничная торговля, зависит объем заказов от поставщиков и производителей.

Мы наблюдаем два основных характерных типа покупательского поведения.

Первый. Покупатель четко знает то, что ему нужно приобрести, но окончательное решение в сторону приобретения того или иного альтернативного товара принимает в торговом зале.

Второй. Покупатель выбирает только подходящий под его бюджет товар, предварительно изучив все его характеристики в открытых источ-

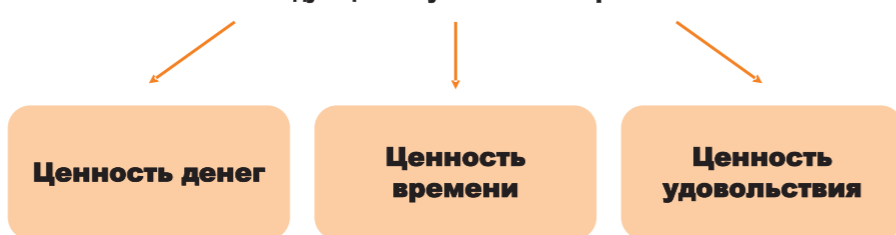
### Инфляция ускорила темпы и стала самой волнующей темой

Оценка ситуации с ценами на потребительские товары в период пандемии



### Ключевые стратегии покупательского поведения

На сегодняшний день доминирующими становятся следующие покупательские стратегии



никах. Единственная цель, с которой такой покупатель посещает торговую точку, это желание визуально посмотреть приобретаемую продукцию. Если продукция не устраивает покупателя, он отказывается от покупки и не рассматривает в качестве альтернативного варианта более дорогостоящий вариант. То есть перед нами две модели поведения. Первая – «Покупка при соблюдении определенных условий» и вторая – «Отказ от покупки при несоблюдении одного из условий». В первой используется тактика защиты, во второй – тактика отказа. Разумеется, все это исключительно психологические вопросы, но именно они являются той платформой, на которой принимаются окончательные решения о покупках.

#### ЗАБОТА О БУДУЩЕМ ИЛИ ЖИЗНЬ ТЕКУЩИМ

Казалось бы, понятны модели поведения и причины, снижающие спрос на потребительском рынке.

Можно ли в конце описания картины отечественного посудного рынка и поведения конечного потребителя сделать некоторый прогноз, демонстрирующий картину на рынке в связи с изменением предложения и смещением спроса в силу неблагоприятной экономики?

Рынок во многом будет зависеть от поведения потенциальных покупателей, чьи интересы решаются в первую очередь в крупных федеральных сетях и специализированных некрупных магазинах, ориентированных на работу с определенными брендами. Учитывая постоянное движение, направленное на удовлетворение потребительских предпочтений, можно предположить, что такая модель будет сохраняться достаточно долго. При этом сомнения в отношении выбора можно назвать синдромом конечного покупателя, которому, с одной стороны, сложно позволить себе дорогую посуду, с другой – позволить себе совершить покупку некачественной и непривлекательной посуды.

В статье предоставлены графики исследовательского холдинга «Ромир»



# Кулинарные акценты в предложении посуды

Выбор посуды напрямую связан с кулинарными направлениями и кухней. Потребитель приобретает посуду, исходя из выбора блюда, моды, страны и направления. Другими словами, еда и посуда неотделимы. Это условие следует непременно учитывать при оформлении посудных полок.

#### ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ

Тема симбиоза посудных изделий и поварского мастерства связана с появлением рыночного тренда: **приготовление и подача блюд диктует выбор посуды.**

В первую очередь ритейлеры обращаются к возможностям ценителей домашней кухни. Этому способствуют:

- интерес к кулинарным открытиям у себя дома;

- ограничения, наложенные в последнее время на посещение кафе, ресторанов, баров и пр.

Что касается профессиональной кухни, то здесь предложение посуды в первую очередь связано с добавлением в меню национальных блюд, а также авторских кулинарных работ. В ресторанно-гостиничном секторе важна эстетика предлагаемых блюд.

#### ВКУСНО И ПОЛЕЗНО

Здоровое питание уже давно переросло в разряд культуры. И хотя все понимают, что любой продукт может как способствовать здоровью, так и наносить вред (вопрос количества),

Посуда в период пандемии играет далеко не последнюю роль. Помимо работы в перчатках и маске, повара должны заботиться не только о самом блюде, но и о безопасности его. Если это сеть фаст-фуда, то это или одноразовая посуда, или недорогая посуда, которая легко моется в посудомоечной машине. Так как не стоит забывать, посудомоечные машины были изобретены в первую очередь для дезинфекции посуды. Плюс интересный факт, что функцию посуды иногда выполняет оберточка. И сегодня такая форма подачи еды становится модной, а оберточная бумага – хитом.



употребление «правильной» пищи является неотъемлемой частью современной жизни. Свежие овощи, фрукты, зелень, мясо, рыба, птица, а также десерты из натуральных продуктов – все это следует правильно приготовить и красиво подать. Следовательно, сегодня в почете столовая посуда из стекла и стеклокерамики. Такие изделия подчеркивают стиль преуспевающего человека, соответствуют спортивному стилю жизни. Среди аксессуаров повышенным интересом пользуются аксессуары, предназначенные для нарезки салатов, создания смузи, пюре, соков. В почете экологичные и износостойкие материалы: нержавеющая и эмалированная сталь, керамика (в первую очередь каменная) и жаростойкое стекло.



Для томления в духовом шкафу наилучшим образом проявляет себя посуда из глины (керамика). Этот материал с незапамятных времен использовался для изготовления пищевых горшков, в которых томилась похлебка из злаковых культур и овощей. Сегодня керамика также весьма популярна (спектр ее применения практически не ограничен) и отличается не только современным дизайном, но и особыми качествами, такими как стойкость к перепаду температур, антипригарный эффект и пр. В керамической посуде можно готовить длительное время без непосредственного участия человека. Однако современный стиль жизни вносит свою лепту и, безусловно, формирует новые предпочтения покупателей. В настоящий момент в списке популярности также стоит жаростойкое стекло, за ним следуют нержавеющая и эмалированная посуда.

### ЦВЕТ И РАЗМЕР

Цвет посуды очень важен при выборе посуды. Цвет напрямую влияет на наше эмоциональное, физическое состояние и на аппетит в том числе. Цвет и размер тарелок может вызывать или, наоборот, подавлять аппетит. Считается, что посуда серого, темного синего, черного, коричневого и фиолетового цветов отвлекает от мыслей о еде. Кроме того, важен

**Уровень потребительского спроса напрямую связан с общим состоянием экономики, уровнями инфляции и семейным доходом. Не трудно догадаться, что, чем меньше реальный доход потенциального покупателя, тем реже он будет совершать покупки. Как показала практика, при уменьшении доходов человек предпочитает покупать качественную (следовательно, не самую дешевую) посуду, но реже, чем обычно.**

**«По сравнению с четвертым кварталом (-0,9%) спад доходов ускори́лся в 4 раза и превысил цифру за весь прошлый год (-3,2%). В среднем, согласно Росстату, граждане РФ прожили первые три месяца 2021 года на 32 612 руб. в месяц, или порядка \$14,5 в день», – сообщает finanz.ru.**

не только сам цвет посуды, но и его сочетание с пищей. Так, риса или макарон вы больше съедите из белой тарелки, а борща – из красной.

На аппетит влияет также форма, размер и декор тарелок. Считается, что посуда с узором помогает съедать меньше, потому что рисунки создают ощущение наполненности тарелки. Однотонные тарелки, наоборот, увеличивают аппетит. Из больших тарелок мы съедаем больше, чем из маленьких. И это вовсе не зависит от размера порции. Пустое пространство на большой тарелке создает ощущение того, что еды меньше, чем на самом деле. А учитывая, что чувство насыщения приходит не сразу, легко поддаться ложному чувству голода и наложить побольше еды.

Все оттенки, вызывающие аппетит, пересекаются с цветами самих продуктов. Это красный, желтый,

зеленый, оранжевый, но сюда попадает и белый – потому что на нем любая еда смотрится аппетитно и красиво, и этот прием активно используют рестораны.

### РАЗНООБРАЗНО И АППЕТИТНО

Казаны, мантоварки, сковороды-гриль, креманки, «квадратные» тарелки и иные атрибуты национальных кухонь подчеркивают свою привлекательность в сочетании с пловом, бешбармаком, сацви, суши, хачапури и иными яствами, изначально появившимися за пределами России. Раскрытие секретов приготовления заморских блюд в сочетании с доступностью различных специй стимулируют хозяек экспериментировать и добиваться совершенства в их приготовлении, а также в составлении колоритной сервировки, соответствующей выбранной национальной теме. К тому же миграционные процессы, связанные с распространением на территории России различных культур, дополнительно расширяют рынок национальной кухонной утвари, концентрируя внимание на аутентичных изделиях ручной работы, что также является частью процесса заполнения рынка национальной посудой.

Что касается сервировки, то определенные национальные орнаменты, фрагменты росписи (выполняются с помощью нанесения деколей, ручной подглазурной росписи и иными техниками) или фактурной отделки сегодня являются прекрасным дополнением к уже привычному традиционному оформлению изделий из фарфора и керамики. Единственный нюанс – уровень яркости оттенков, степень контрастности и величина изображения. В средней полосе России и северо-западном регионе покупатели предпочитают неброские спокойные оттеночные решения и некрупный рисунок. На юге страны яркие оттенки и крупный рисунок пользуются большим спросом.

### ЭСТЕТИЧНО И ЭКСКЛЮЗИВНО

Утонченные образы, создаваемые шеф-поварами на тарелке, словно картины, написанные художником на

полотне, сегодня как никогда в моде. Высокая кухня, включающая расчетные образы, создаваемых различными цветами, интересна в первую очередь заведениям питания, где благодаря соответствующему оборудованию и мастерству поваров можно создавать подлинные шедевры кулинарного искусства. Здесь в большинстве случаев столовая посуда воспринимается автором блюда как чистый холст, поэтому предпочтительны белые оттенки, на которых хорошо просматриваются цвета самого блюда.

Что касается кухонной посуды, то за небольшим исключением для приготовления различных блюд, включая авторские, применяется стандартный набор: кастрюли, ковши, сковороды, противни и пр.

### ЧТО ДЕЛАТЬ ПРОДАВЦУ?

Еще некоторое время назад привлекательность посуды определялась в первую очередь ее внешним видом и функционалом. Сегодня в сегменте розничной торговли трудно продвигать посуду отстраненно от процесса ее использования; вот с чем связано проникновение кулинарии в посудный сектор. Демонстрируя применение того или иного предмета посуды и успешный конечный результат в виде удавшегося аппетитного блюда, покупатель определяет ценность посуды для себя, степень ее актуальности и вероятность приобретения. Эта ценность тем выше, чем выше привлекательность блюда, приготовленного в такой посуде. Данную зависимость можно назвать сегодняшним трендом продавца посудных изделий.

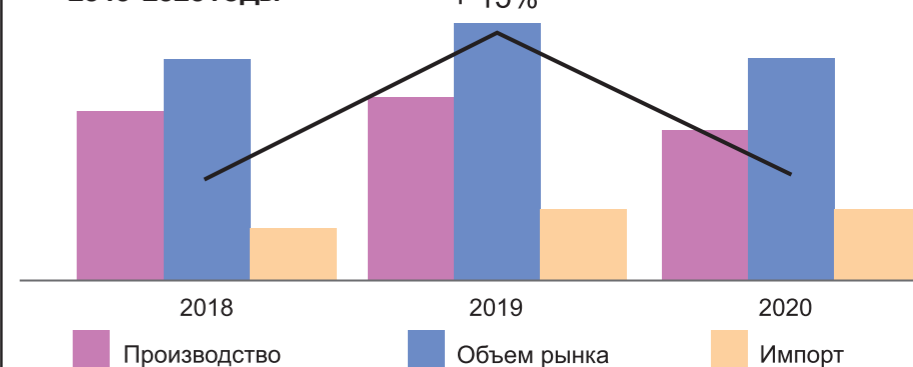
В связи с этим представителям розничных точек продаж, включая сетевые маркеты, необходимо как можно быстрее включать в свои торговые залы зоны демонстрации посуды в рабочих условиях, то есть в процессе их использования. Если нет возможности оборудовать шоу-румы с зоной для проведения мастер-классов, то альтернативным решением станут демонстрационные мониторы, на которые можно вывести прямую трансляцию или запись мастер-класса из специально оборудованного для этого места. И все же живое общение всегда ценится выше и существенно расширяет круг лояльных покупателей. Поэтому организация таких мероприятий необходима.

В статье предоставлены графики исследовательского холдинга «Ромир»

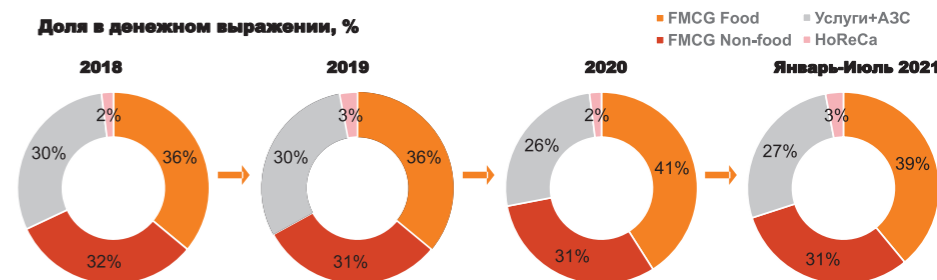


Сегодня проходят серьезные дебаты, затрагивающие степень безвредности пластика, используемых для посудных целей. В связи с этим высока вероятность замещения одноразовых стаканчиков, вилок и прочих изделий из полистирола изделиями из более благоприятного материала, не наносящего столь сильного вреда человеку и природе в целом. Адекватного материала по цене пока не найдено. Часть представителей рынка склоняются к мысли, что одноразовая посуда из полистирола будет все чаще заменяться многоразовой посудой, а также посудой из бумаги или иного биоразлагаемого сырья (злаковые культуры, бамбук и пр.). В 2020 году в связи с ограничениями, вводимыми в период первой волны распространения вируса COVID-19, объемы потребления биоразлагаемой посуды уменьшились. Однако аналитики предполагают, что в ближайшей перспективе рост должен возобновиться.

### Динамика рынка биоразлагаемой посуды в России, 2018-2020 годы

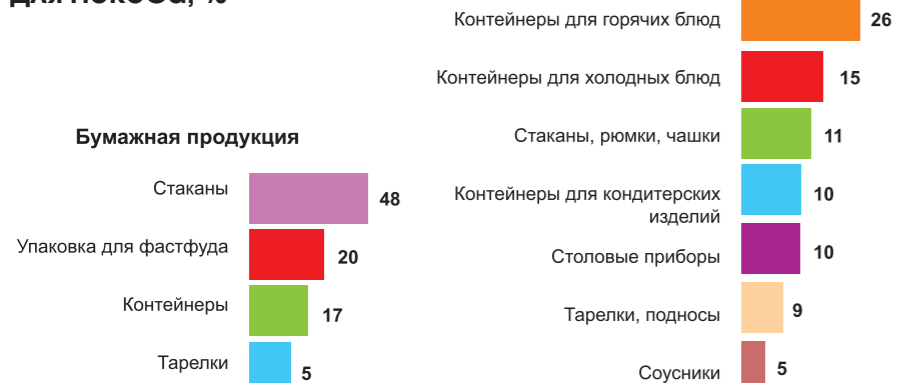


### В кошельке покупателя происходит восстановление, траты на HoReCa и услуги восстанавливаются в прежнем объеме



В сфере общественного питания востребована посуда-упаковка, которая чаще всего бывает одноразовой. Это боксы из пищевых пластиковых или бумажных материалов. Одноразовые сервировочные решения также пользуются спросом. Это всевозможные тарелочки, стаканчики, вилочки и пр. Всем своим видом они должны напоминать классическую столовую посуду. Объем потребления таких изделий сегодня во многом зависит от их дизайнерского исполнения (дизайн должен соответствовать возрасту и психоэмоциональному состоянию потребителя). По данным Verified Market Research, мировой рынок биоразлагаемой посуды в 2018 году оценивался в \$2754,9 млн. Ожидается, что к 2025 году он вырастет до \$4355,1 млн, то есть более чем в 1,5 раза. Этому способствуют жесткие меры по отказу наиболее развитых стран от одноразовых пластиковых предметов.

### Лидеры продаж в категории одноразовой посуды и упаковки для HoReCa, %



# Какая посуда попадает в тренд?

Задачи производителя – выпускать на рынок конкурентоспособную и востребованную посуду, задача продавца-оптовика – продать продукт на рынок. Задачи каждого участника рынка разные, но в итоге вся цепочка замыкается на конечном потребителе: его вкусе, кошельке, а также стремлении соответствовать моде. Каждый сезон в мире дизайна посуды и товаров для кухни происходят изменения – в моду входят новые цвета, материалы, формы, декоративные элементы и стили. Изучение модных трендов, популярных цветов, особенностей современных материалов позволит связать эти все звенья. Попробуем рассказать о наиболее популярных сегодня посудных позициях, которые не потеряют своей актуальности в ближайшее время.

## ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТЕКЛА

Начнем с этого материала. В последние годы мода на стеклянную посуду достигла своего апогея. Стеклянная посуда привносит в повседневную жизнь нотку роскоши и изысканности. Стаканы с рельефным рисунком на поверхности, бокалы и фужеры из выдувного стекла, графины и декантеры – ассортимент стеклянной посуды очень разнообразен. В сервировке можно создавать плавные цветовые градиенты, сочетая бокалы и стаканы нескольких оттенков одного цвета, или использовать яркие контрастные сочетания цветов. Именно в данном сегменте предложение товаров в значительной части состоит из изделий заво-

## ЦЕНОВОЙ ФАКТОР

Если говорить о ценовом уровне попадающих в тренд изделий, то стоит указать на уровень «средний плюс». В этой нише изделия наилучшим образом сочетают в себе добротное исполнение и соответствие модным тенденциям как по форме, так и по цвету. К сожалению, посуда среднего ценового уровня сегодня включает в себя немало предметов эконом-уровня, не отличающихся высоким качеством исполнения и, как следствие, длительным сроком эксплуатации. Небезразличные к деталям покупатели (число таких сегодня только увеличивается) стараются приобретать посуду не на год-два, а на большее количество лет.

дов, расположенных на территории России. В специализированных точках продаж, гипермаркетах и маркетплейсах представлено достаточно большое разнообразие стеклянных посудных изделий. В частности, продолжает сохраняться интерес к

фужерам, имеющим прямолинейное дно, кружкам с двойными стенками. Из моды уже несколько сезонов не выходят разноцветные бокалы, прежде всего от известных европейских брендов, а также хрустальные сосуды с художественной резкой

(данная ниша хорошо представлена продукцией российских и белорусских производителей). Несмотря на то что хрусталь не вызывает сегодня бурю восторга у ценителей посуды, как во времена старшего поколения, он, тем не менее, востребован (в том числе изделия с 2-4% содержания свинца) и используется в праздничной сервировке.

Также не снижается популярность столового стекла и предметов из стеклокерамики. В моде все оттенки моря – от нежного голубого до глубокого темного синего, водно-зеленого и жемчужно-серого. Тренд также нашел свое выражение в декорах и текстурах, вдохновленных морем и морскими обитателями.

В последнее время популярностью также пользуются плоские тарелки-блюда (большого диаметра) и тарелки несимметричной формы (как гладкие, так и со структурной поверхностью). Они прекрасно подходят для выкладки готовых блюд, широко используются на всевозможных фуршетах.

Стеклянная посуда для запекания является также популярным товаром, хотя ей все труднее конкурировать с традиционной керамикой (прежде всего, по цене). Кстати, сегодня актуально предлагать отдельные изделия из керамики, принадлежащие одной коллекции, чтобы покупатель имел возможность изначально приобрести то, что ему необходимо в первую очередь, а затем докупить другие позиции в том же дизайнерском исполнении. Отечественные производители майоликовой

посуды, а также предметов из каменной керамики способны удовлетворить широкий спектр потребностей, так что европейские бренды (предлагающие дорогостоящую продукцию), работающие в той же товарной нише, не вызывают прежнего живого интереса у потребителя.

## МЕТАЛЛИЧЕСКАЯ ПОСУДА

Металлическая посуда в основном представлена медной посудой и напильными изделиями для приготовления пищи. Медь в этом сезоне как никогда в тренде! Медная посуда смотрится гламурно на модных в этом сезоне открытых кухонных полках (об этом тренде мы еще расскажем подробнее). В сочетании с другой металлической посудой, мраморными и деревянными аксессуарами медные кастрюли и сковороды делают кухню особенно элегантной. Не стоит думать, что медная посуда подходит только для роскошных интерьеров, – она не менее органично впишется и в монохромную белую кухню. Этот материал может согреть любой интерьер и придать ему уют.

Медные сковороды, кастрюли и чайники – не только верные помощники в приготовлении здоровой еды и напитков, но и яркая составляющая интерьера, которая привлекает всеобщее внимание. Сковороды из меди особенно гармонично вписываются в кухню в современном индустриальном стиле. Медный оттенок оказался невероятно универсальным для кухни – он легко сочетается с золотом, латунью, серебром и даже розовым золотом.

Актуальна не только посуда, но и декор из меди, особенно в сочетании с золотом и терракотой. Под девизом «противоположности притягиваются» можно сочетать предметы декора с матовыми и глянцевыми поверхностями.

Медная посуда, бившая все рекорды популярности несколько лет назад, сегодня сохраняет свою актуальность, но отношение к ней уже более спокойное. Покупатель может не торопясь выбрать для себя сотейник или ковш исходя из своих личных предпочтений. Поскольку медная посуда относится к высокому ценовому сегменту, важно, чтобы у нее было качественно выполнено крепление ручки (ручек) и подгонка крышки.

Из изделий для приготовления пищи самыми популярными изделиями из металла будут антипригарные сковороды диаметром 26-28 см и кастрюли (ковши, сотейники и пр.) из нержавеющей стали объемом от 3 до 5 л. Что касается эмалированной посуды, то уровень ее продаж растет за счет большого ассортимента и деколей. Важнейшим фактором здесь остается цена (более доступная) и обновленный дизайн (современные деколи или роспись). Доступность эмалированной посуды и доверие к отечественным брендам-лидерам плотно вошли в сознание наших покупателей, и не случайно. Эмалированная посуда из Европы не всегда лучше, но всегда заметно дороже! При этом некоторые российские эмалированные посудные изделия премиум-класса





нельзя назвать дешевыми, но они не уступают по заявленным качествам зарубежной эмалированной посуде высокого уровня. И все же посуда из нержавеющей стали при прочих равных условиях стоит на первом месте по желаниям потребителей кухонной посуды. Именно этим объясняется тот факт, что некоторые производители металлической посуды занялись выпуском посуды из нержавеющей стали.

Еще недавно в большом почете у хозяек была форма «тор», цельнометаллические ручки на заклепках и стеклянные крышки. Металлические крышки не пользуются высоким спросом и в основном появляются у покупателей лишь в

случае их комплектации с кастрюлей. Форму «тор» тоже уже нельзя считать лидирующей. Востребованы разные формы, скорее больше внимания покупатель уделяет оттеночному решению.

Также за последний год на рынке возникло много предложений посуды из чугуна (в первую очередь из непокрытого). Покупатели интересуются в первую очередь недорогой, но качественной посудой из этого материала, которая рассчитана на долгие годы эксплуатации. Чугун, покрытый эмалью, от зарубежных брендов пользуется большим почетом у ответственного потребителя, но доступен сегодня, далеко не всем.



#### КЕРАМИКА И ФАРФОР

Сегмент керамической посуды пережил за последние годы несколько изменений.

Керамические тарелки не только декоративны, но и практичны. Керамическая посуда с асимметричными краями (с имитацией ручной работы) привносит нотку уюта и расслабленности в сервировку стола и идеально сочетается с повседневным шиком кухни загородного дома.

Керамика – это не старомодно! Это не только аутентичная майолика, несущая в первую очередь историческую ценность, но и целые линейки современных дизайнов, включая смелые расцветки и приятные теплые покрытия.

Декоративные тарелки идеально подходят для кухни в стиле кантри, прованс и рустик. Они отлично вписываются в интерьерный тренд на открытые кухонные полки и специальные полки для тарелок в английском стиле.

Сохраняется высокий покупательский интерес к ярким расцветкам и крупным формам.

В посуде используются всевозможные формы, даже квадрат, производители удивляют нас причудливыми ломаными линиями, текучими формами в стиле Сальвадора Дали или шутиливыми образами в стиле посуды Tassen. Тренд на посуду необычных форм охотно подхватили рестораны, – в ней даже простое блюдо можно подать очень интересно и привлекательно.

Традиционная гжель стала видоизменяться в связи с возникшими потребностями покупателей. В некоторых коллекциях можно увидеть введение новых цветовых решений. Помимо привычной синевы, есть наборы с золотистыми, розоватыми, зеленоватыми оттенками. Можно ли относить такие наборы к классическому гжельскому промыслу – не понятно, зато понятно другое – покупатель откликается на новинку быстрее, чем на сложившиеся десятилетиями каноны. При этом известность бренда (в нашем случае гжель) стимулирует не искать новинок от предложений малоизвестных компаний и фабрик.

В список популярных дизайнов попадает динамическая графика,

то есть изображения существующих или вымышленных персонажей (героев литературных произведений, мультфильмов, фильмов) в движении. При этом важна не только точность изображения, но и подчеркивание черт характера. Особенно это проявляется в детской посуде.

Кроме того, популярны декоративные тарелки самых разных оттенков (от фиолетового до оранжевого). Абстрактное искусство и рисованный стиль – все это сейчас модно в сфере графического дизайна, поэтому неудивительно, что эти тренды дошли до сервировки стола.

Акварельный стиль тоже жив и здоров, он особенно актуален в дизайне тарелок и прочей сервировочной посуды из керамики и фарфора. Акцентная тарелка с ярким графичным или нежным акварельным декором – идеальный способ добавить разнообразие в повседневную или праздничную сервировку стола.

В числе востребованных дизайнерских новинок посуда с имитацией трещин, потрескавшейся глазури, потертостей, потеков, смещением декора относительно центра. Покупателей в последнее время привлекает такого рода «неряшливость» и «брак».

Среди керамических новинок немало изделий для запекания, мисок-салатниц, емкостей для хранения молочных продуктов, специй, пряностей, лука, чеснока и пр. Ассортимент продолжает расширяться, следовательно, покупа-

телю по душе такая утварь. Популярность сохраняют цилиндрические и в форме трапеции глиняные кружки (расширяющиеся сверху). При этом цвет глазури и нанесенный рисунок могут иметь решающее значение при выборе таких изделий конечным покупателем. В числе наиболее продаваемых цветовых решений кружек можно назвать черный, пастельные тона (оттенки салатного и синего) и другие. При этом присутствие в дизайне разнообразных узоров лишь дополняет привлекательности.

Трендом последних лет считается использование керамики для запекания в качестве сервировочной посуды. Она настолько вариативна и интересна по форме и цветам, что ее используют при подаче горячих блюд на стол.

В числе оттеночных решений, кроме синевы и ее оттенков, в текущем году популярность завоевали коричневые (терракот) и серые оттенки, но не на всей посуде. Терракотовый цвет уже давно не ассоциируется с бабушкиными цветочными горшками. Натуральные оттенки обожженной глины пользуются успехом уже не первый год. В этом сезоне дизайнерские коллекции наполнены самыми разнообразными терракотовыми оттенками: красными, розовыми, апельсиновыми и коричневыми. В основном это касалось блюд для фруктов и плоских небольших тарелок.

Что касается фарфора, то с учетом высокой ценовой категории его приобретает ограниченное число





покупателей. Но это классический посудный материал, что сохраняет его актуальность и позволяет поддерживать баланс между заказами и количеством предложений от конечного потребителя. Не случайно фарфор во все времена ценился и являлся признаком достатка и благополучия в семье.

При этом белый фарфор остается уже на протяжении десятилетия самым востребованным, поскольку может сочетаться с посудой любых цветов и прост в уходе. Однако исследования последних месяцев покупательских предпочтений показали склонность покупателей к фарфоровой посуде с золотой окантовкой. Еще 2 года назад интереса к такому виду декора не наблюдалось (золотой кант был в почете 10-12 лет назад).

Дорогой фарфор, в особенности сервизы, не впечатляет молодых покупателей, как это было 25-30 лет назад. Покупателей чаще привлекают изящные единичные изделия, из которых со временем можно собрать собственную коллекцию.

#### ПЛАСТИК И СИЛИКОН

Ассортимент посуды из силикона довольно широк: это не только всевозможные формочки, но и кисточки, коврики, лопатки, прихватки и многое другое. Можно уверенно говорить о том, что этот материал заменил большинство привычных кухонных принадлежностей, ведь он обладает рядом неоспоримых преимуществ.

Силикон – практичный и современный материал. Это, пожалуй, самый динамично развивающийся материал в последнее десятилетие. Силикон не впитывает посторонние запахи. Он устойчив к перепадам температур. Формы можно смело ставить в микроволновую печь или духовку прямо из морозилки. Силикон как материал обладает антипригарными свойствами. Он гибкий, что позволяет хранить емкости, сворачивая их в трубочки, и они легко восстанавли-

вают первоначальную форму. Силиконовые изделия в качестве посуды не так активны и популярны в обиходе. В основном из силикона производят массу полезных в хозяйстве гаджетов, например традиционные формы для выпечки.

Основной конкурент силиконовой посуды – пластик. При этом ценность пластиковой посуды не стала выше за последние год-два. А вот цена повысилась и продолжает повышаться: производители предлагают обновленные серии, закладывая в них грядущий уровень инфляции.

Сегодня пластиковая посуда – в первую очередь находит себе покупателей из числа тех, кто привык проводить время на природе, то есть ценителей активных развлечений: пеших путешественников, рыбаков, велосипедистов, баядарочников и пр. Для них важен небольшой вес, износостойкость, пластичность (противоположность хрупкости), экологическая безопасность и иные качества, важные при использовании посуды вне дома. Поэтому производители таких изделий заботятся об эргономике, компактности (при хранении), цветовой гамме и применяют только пищевой пластик (сырье вторичной переработки исключено).

Кроме того, пластиковая посуда оправдана для детского питания, поскольку она травмобезопасна, в отличие от керамической, стеклянной и фарфоровой, где в случае нарушения целостности могут быть острыми конические осколки. Именно поэтому производители стараются украсить такую посуду изображениями популярных героев мультфильмов.

Конечно, в основном пластиковая посуда, включая одноразовую, пользуется повышенным спросом в летний период, когда многие выезжают за город на пикники. В холодное время года актуальность сохраняют пластиковые контейнеры и герметичные боксы, включая персонали-

зированные емкости для переноса или перевозки готовых блюд, а также ингредиентов.

#### ДРЕВЕСИНА

На любой, даже самой современной кухне, можно найти предметы утвари, изготовленные из дерева. Сейчас это модное направление. Тренд на дерево и другие натуральные материалы только начался и продлится еще долго. Они отличаются неповторимой красотой, изяществом, смотрятся оригинально и стильно. Самым распространенным кухонным аксессуаром из дерева является разделочная доска. Сегодня этому предмету уделяется особое внимание. Покупательницы предпочитают приобретать дизайнерские доски (включая доски с вставками из стекла), в том числе исполненные руками индивидуальных мастеров-резчиков. При этом доски нередко комплектуются силиконовыми антискользящими вставками и элементами из нержавеющей стали.

Наиболее востребованы доски из бамбука (отсутствие деформации, возобновляемое сырье), дуба, бука, гевеи, акации, березы и других пород древесины.

Посуда из дерева прекрасно сочетается с сервизами из фарфора и некоторой посудой из стекла. Здесь главное соблюсти единство стиля.

Модной тенденцией является сочетание дерева с фарфором или стеклом.

#### АКСЕССУАРЫ

Отдельно стоит сказать о многочисленных аксессуарах, облегчающих труд и берегущих руки заботливых хозяек. Они могут быть выполнены из разнообразных материалов и постоянно востребованы. Для покупателя важно, чтобы качество обработки ручек, швов, мест соединений было на высоком уровне, а механические подвижные элементы не заедали.

Подводя итог, стоит сказать, что в тренд попадает в равной степени как классическая посуда, так и выполненная в оригинальном стиле. Важно, чтобы покупатель чувствовал ценность и привлекательность такой посуды в обозримом будущем и не испытывал разочарования после своего приобретения.

С этой точки зрения рекомендуется изучать мнения аналитиков в отношении популярности того или иного посудного направления.



# Больше нержавеющей посуды, но какой?

Ряд отечественных производителей кухонной металлической посуды сравнительно недавно расширил свое предложение за счет изделий из нержавеющей стали. Так что у компаний появилось конкурентное преимущество, а у покупателя увеличился выбор. При этом уровень продаж эмалированной посуды сохранился на прежнем уровне, а уровень продаж нержавеющей посуды вырос пока незначительно. Интересно: изменится ли данный баланс в связи с более активным внедрением нержавеющей посуды от известных российских брендов?



На осенней столичной выставке HouseHold Expo Ашинский, Лысьвенский и Кукморский заводы презентовали свои новинки посуды из

нержавеющей стали. Причем во всех случаях производство расположено на территории перечисленных гигантов.

**Несмотря на то что сковороды из нержавеющей стали покупают реже, чем кастрюли из того же материала или алюминия с антипригарным покрытием, спрос на них есть. В дальнейшем их ассортимент у отечественных производителей будет расширяться. Сегодня важно, чтобы производители, применяющие единую для всей кухонной посуды технологию изготовления, не забывали, что качественные сковороды отличаются другие параметры по толщине стенок и дна, нежели у кастрюль из такого же материала. Толщина алюминиевого теплоизоляционного слоя (ТРС) должна составлять 4,0-6,0 мм, толщина покрывающей капсулы из 430-й стали – 0,5 мм.**

**Учитывая наличие на рынке сковород внутренней поверхности дна из нержавеющей стали с противоприлипационным эффектом (например, так называемый «микрогриль»), можно спрогнозировать в скором будущем увеличение спроса на такую продукцию.**

Для Ашинского металлургического завода (торговая марка АМЕТ) это производство не новое: еще в начале 80-х годов прошлого века завод первым начал производство нержавеющей посуды с теплоотражающим дном (ТРС). А вот для Лысьвенского и Кукморского заводов это новаторство, дело, которым ранее заниматься не приходилось. Так что эти проекты можно назвать амбициозными, тем более что сегодня выход на рынок с новой продукцией осложнен рядом факторов, в числе которых насыщенность рынка, сильная конкуренция со стороны импорта и низкая покупательская способность потребителей. Что касается конъюнктуры рынка, то ее тоже нельзя



## СЛОВО ЭКСПЕРТА

Илья Петунов, менеджер по ВЭД ООО «Белпром-сервис»



**– Какова готовность рынка к росту потребления посудных изделий из нержавеющей стали и каким может быть объем потребления через 2-3 года?**

– Потребление всегда было и остается на достаточно высоком уровне. При ощутимом росте благосостояния потребителей спрос будет смещаться в сторону премиального и «среднего плюс» сегментов рынка. То есть все будет зависеть от экономики страны в первую очередь.

**– По каким критериям будет строиться рейтинг лучших посудных позиций из нержавеющей стали?**

– Прежде всего, по техническим характеристикам, соответствию нормам Техрегламента по безопасности и нового ГОСТа 27002-2020.

**– Насколько сильным может стать вытеснение посуды из других материалов при увеличении потребления посуды из нержавеющей стали?**

– Как и любые другие виды посуды, посуда из нержавеющей стали имеет как свои достоинства, так и недостатки. Поэтому общая картина потребления в ближайшие годы вряд ли претерпит какие-то существенные изменения.

**– Смогут ли новые отечественные производители в перспективе выйти за пределы отечественного рынка?**

– Достойную конкуренцию импорту на отечественном рынке через какой-то промежуток времени (3-4 года) при системном освоении производства и работой над качеством продукции составить удастся, а вот достигнуть уровня импортной продукции премиального сегмента – пока вряд ли. Соревноваться с дешевым и не очень качественным импортом однозначно не стоит. Это может лишь уронить заработанное ранее доверие потребителей. И еще: значимого экспортного потенциала у отечественной посуды из нержавеющей стали на данный момент, увы, пока нет.

**– Вы упомянули новый стандарт ГОСТ 27002-2020. Чем была вызвана необходимость его принятия? Какие новые возможности он открывает для отече-**

**ственных производителей посуды из нержавеющей стали?**

– В течение последних нескольких лет идет активная подготовка к внедрению единой нормативной базы для стран ЕАЭС, в частности Техрегламента по безопасности посуды. В связи с этим был запущен процесс пересмотра стандартов (ГОСТов) по отдельным видам посуды. И вот в текущем 2021 году был введен в действие пока только на территории Российской Федерации (в других странах ЕАЭС он вступит в действие с 1 января 2022 года) новый стандарт ГОСТ 27002-2020 на посуду из нержавеющей стали. Предыдущий стандарт (от 1986 года) по прошествии 35 лет просто морально устарел и не учитывал тех изменений, которые произошли за это время в отрасли. Новый ГОСТ включает как все известные, современные конструкционные материалы (марки сталей), которые используются в современном мировом производстве, так и новые конструкции и технологии. В частности, в ГОСТе введено новое понятие «многослойного» материала, из которого может изготавливаться посуда, сформулированы технические требования к этому новому виду материала. В ГОСТ также вошли и новые виды отделки поверхности, такие как, например, микрогриль, различные внутренние и внешние полимерные покрытия и т.д. Все это открывает новые возможности для отечественных производителей по существенному расширению видового ассортимента производимой посуды и предложению рынку принципиально новых изделий (даже тех, которые не поставлялись ранее по импорту).

**– Какие перспективы развития отрасли видятся вам в ближайшие несколько лет?**

– С учетом того, что в последнее время начали появляться новые отечественные производители, вступил в действие новый стандарт ГОСТ 27002-2020, можно ожидать появления на рынке достаточно разнообразного и конкурентоспособного по сравнению с импортом предложения качественной посуды отечественного производства. Я считаю, что отечественным производителям следует объединить свои усилия по защите общих экономических интересов так, как это сделали, например, производители алюминиевой посуды. В любом случае опора на свое собственное производство – это элемент экономической безопасности государства, это новые рабочие места и перспективы экономического развития страны. Время разбрасывать камни, уничтожая отечественное производство, прошло, пришла пора собирать камни – налаживать новое, конкурентоспособное на мировом рынке отечественное производство.

назвать благоприятной: резкий скачок цены на металл и энергетические ресурсы в последнее время, снижение фактического уровня доходности населения, смещение покупательских интересов и пр.

К слову, о конкуренции... Самый близкий конкурент для посуды из нержавеющей стали по ценовому фактору – эмалированная посуда. Тем более, что в последнее время стало появляться больше привлекательных декоров для эмали, повышающих потребительскую ценность такой посуды. Кроме того, эмаль явля-

ется инертным материалом (не вступает в контакт с пищей), позволяющим использовать эмальпосуду для длительного хранения ингредиентов и готовых блюд (исключение составляет эмаль, не соответствующая российскому ГОСТу, которая сегодня встречается редко). Все это является определенным барьером для увеличения доли рынка нержавеющей посуды. Но в то же время нельзя не сказать о возможности преодоления этого неблагоприятного для производителя и продавца фактора, когда потребительская активность начнет увеличиваться. А правиль-

ные компании смотрят исключительно в светлое свое будущее. Другими словами, ослабление экономической напряженности приведет потребителей к более высокому ценовому сегменту и росту спроса на ранее мало доступный качественный товар. К тому же сегодня практически исчезла низкоккачественная посуда из «непонятной» нержавеющей стали, привозимая из Китая и служившая от силы год, и скатываться к прошедшему этапу нет никаких оснований. Поэтому отечественным заводам остается только повышать уровень качества и увеличивать массовый



спрос за счет наращивания торгового оборота.

Будет ли покупатель приобретать дорогую отечественную посуду? Скорее всего, да. Особенно если зарубежные аналоги будут стоить еще дороже. По крайней мере, ранее в неблагоприятные с экономической точки зрения периоды часть потребителей отдавала предпочтение именно качественной посуде, рассчитанной на долгие годы эксплуатации.

В числе тормозящих факторов для наших заводов стоит назвать: отсутствие отечественного сырья для производства посуды, удаленность импортной сырьевой базы, недостаточный опыт работы, малые объемы производства и многое другое.

В пользу отечественного производителя работает изменение системы ценообразования на китайские товары, подорожавший почти в 6 (!) раз морской фрахт, а также увеличение как минимум в 3 (!) раза сроков исполнения заказов. Другими словами, работать нашим импортерам с величайшей фабрикой мира становится сложнее и менее

выгодно. Конечно, остаются некоторые азиатские государства, которые еще способны удовлетворять «дешевый спрос», но их производственные мощности не соизмеримы с китайскими по количеству, качеству и производимому ассортименту.

Поэтому переключение на внутренний производственный рынок, безусловно, перспективное дело. Но в отношении посуды из нержавеющей стали стоит сказать следующее. Тот, кто решил освоить новую товарную нишу и намерен в перспективе системно работать над совершенствованием выпускаемой продукции, имеет шансы на успех и достоин уважения. Тот, кто решил реализовать соблазнительный проект ради собственных амбиций и не рассматривает продвижение в долгосрочном периоде, рискует даже не «отбить» вложенный или же выйти «в ноль» за счет сбыва дешевой продукции в отдаленных районах.

Показателями качества посуды из нержавеющей стали являются: установленная стандартом марка стали (не всякая нержавеющая сталь подходит для емкостей посуды), стенка толщиной от 0,5 мм (минимальная толщина, установленная стандартом), дно с алюминиевым ТРС, толщиной от 3,0 мм (минимальная толщина по стандарту) до желательных 5-6 мм, который крепится методом диффузионной сварки (так называемая «импакт-технология»), наиболее востребованная линейка литража, а также популярный дизайн (форма, плюс матовая или глянцевая поверхность).

Сегодня даже компании, пробующие освоить производство полного цикла и имеющие необходимое оборудование, в частности пресс с направленной силой удара 1200 тонн, не всегда могут сделать качественное ровное дно с минимальным перепадом толщины ТРС в радикальном направлении. Кстати, дно должно быть слегка вогнутым внутрь,

но не более величины, установленной стандартом, и никак не выпуклым: то есть посуда не должна свободно вращаться вокруг своей оси на гладкой глянцевой поверхности, например стекле.

Часто слабым звеном являются крепление ручек методом точечной сварки (они отваливаются) и крепление ручек заклепками (спустя некоторое время из-под заклепки сочится жидкость). Все это сказывается на общем уровне качества продукции и отношении потребителя к марке. У качественной посуды таких недостатков, как правило, нет.

Сейчас можно утверждать, что расширение рынка посудных изделий из нержавеющей стали позволяет говорить о меньшей степени зависимости от импорта в данном сегменте в будущем, но при этом сохранение потребительского внимания к вновь появившимся брендам будет напрямую зависеть от уровня исполнения ими конечной продукции. В настоящий момент сложно сказать, при каком соотношении «цена-качество» покупатель будет чаще всего совершать покупку. В любом случае максимальный уровень продаж сохранится у самых ходовых типоразмеров (в частности, кастрюль объемом 2,5 – 4 л).

Возвращаясь к поставленному изначально вопросу, стоит добавить, что рынок уже сегодня движется (хоть и медленно) к частичному замещению эмалированной посуды посудой из нержавеющей стали (массштабного замещения не произойдет, поскольку покупатель, согласно проведенным исследованиям, не готов полностью отказываться от эмалированной кухонной утвари). Скорость данного процесса напрямую зависит от покупательского доверия к продукции того или иного бренда. При увеличении на рынке предложения конечная цена будет иметь решающее значение для пробуждения покупательского интереса. Учитывая внимание современного потребителя к деталям (особенно это касается дорогостоящей продукции), реальный спрос сконцентрируется возле достойных моделей, качество которых сможет найти подтверждение после начала массовых продаж (такой период может занять 2-3 года).

Одновременно с этим в сегменте эмалированной посуды также будет происходить переориентация на выпуск емкостей для хранения или приготовления блюд, которые не всегда хорошо переносят контакт с металлом.





# Гаджеты и девайсы

В течение дня мы встречаемся с сотнями гаджетов на своем пути – утром отключаем будильник на своем смартфоне, чистим зубы электрической щеткой, варим кофе для завтрака в кофемашине (а фанаты чая греют чайник для ароматной чашки Earl Grey), включаем рабочий ноутбук, смотрим TV, вечером на пробежке узнаем со смарт-часов свой пульс, сердечный ритм и активность, а перед сном читаем любимое произведение на электронной книге.

Гаджеты – наши новые верные друзья, и жизнь без них уже сложно представить. И кухонное пространство не исключение. Человечеством разработано много полезных гаджетов, позволяющих решить около 70% трудной работы на кухне. Посещая европейские и американские выставки, мы сталкиваемся с новыми разработками и интересным дизайном различных кухонных помощников. Да и интернет-магазины в России изобилуют этими интересными приспособлениями. Много интерес-

ных девайсов предлагается от бренда Joseph Joseph.

Что касается присутствия этих инструментов в розничных магазинах, то они представлены достаточно плотно. И покупательская способность этих девайсов достаточно велика. Главное, надо показывать эти приспособления в деле, что в текущем времени совсем отсутствует в магазинах. В погоне за экономией, что тоже очень понятно, многие компании отказались от мерчандайзеров и от мастер-классов на точках продаж.

## МЕЛОЧЬ, А ПРИЯТНО

Гаджет GRIPmitt™ от WOW GEAR® – единственная кухонная рукавица, которая вам когда-либо понадобится на кухне и на даче при приготовлении пищи на гриле. Эта инновационная и универсальная перчатка обеспечивает безопасное и легкое обращение с горячими, холодными и сырыми продуктами, горячими кастрюлями и сковородами при готовке и нарезке. Хлеб можно нарезать гигиенично, не используя полотенце, сырое мясо и овощи готовить не голыми руками. С помощью этого приспособления можно нарезать приготовленное горячее блюдо, не обжигая руки и не используя вилку для разделки. Инструмент создан, чтобы работать, улучшая кулинарные навыки и повышая уровень гигиены. GRIPmitt™ изготовлен из 100%-ного термостойкого и холодостойкого силикона, который можно мыть в посудомоечной машине, это избавляет от необходимости использовать тканевые полотенца для рук и кухонные рукавицы, удерживающие грязь и бактерии. Готовьте пищу правильно и в чистоте.



Удобная рукавица от WOW GEAR® GRIPmitt™



Держатель для крышки мультиварки

сшийся, не содержит бисфенола А, изготовлен из Invista 66 (нейлоновый полимер), его можно мыть в посудомоечной машине. Запатентован.

## КАРМАН В КРЫШКЕ

Карман в крышке решает множество проблем для пользователей мультиварок! Куда класть крышку, когда нужно перемешать, приправить или выложить еду на тарелку? Карман крышки удерживает крышку и дает свободу рукам! Lid Pocket также позволяет держать крышку рядом и готовой к использованию. Еще одно дополнение! Обычно конденсат от воды при готовке капает повсюду! Этот гаджет имеет встроенный резервуар Lid Pocket, который собирает конденсат с крышки. Это экономит место на кухне – и никаких грязных капель! Этот практичный гаджет подходит для большинства мультиварок разных объемов: от 3 до 8 л. Lid Pocket безопасен для пищевых продуктов, небьющийся, не содержит бисфенола А, изготовлен из Invista 66 (нейлоновый полимер), его можно мыть в посудомоечной машине. Запатентован.



Терка для веганов

## БУМАЖНЫЕ ФРУКТЫ

Единственный ручной гаджет на потребительском рынке, который производит листы фруктов и овощей толщиной с бумагу. The Original Veggie Sheet Slicer превращает кабачки, картофель, свеклу и другие продукты в тонкие листы с минимальными усилиями. Это позволяет переосмыслить классические повседневные блюда и превратить их во вдохновляющие творения, такие как вкусная лазанья с низким содержанием углеводов или хрустящие красочные чипсы. Безопасный и простой в использовании, он поставляется с рецептами картофельных роз, овощных гратен, яблочных пирогов и многими другими. Рекомендуемая розничная цена в США – \$39,99. Девайс для овощей и фруктов поставляется с инструкцией и иллюстрациями.

## ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗОБРЕТЕНИЯ ОТ SUZI TROS

Компания предлагает на рынок графин, в котором декантируют вино, заваривают холодный чай и охлаждают напитки.



Декантер для чая и вина



Терка от Microplane

## «МИКРОПЛАН»

«Микропланами» принято называть терки, которые производит одноименная американская компания. Они предназначены для измельчения цедры, шоколада и сыра. Основатели Microplane когда-то владели небольшим производством инструментов для обработки дерева. Однажды они заметили, что многие хозяйки тайно берут у мужей напильники, чтобы снять цедру с лимонов. Так родилась идея изготавливать терки необычных форм – спиральные, в виде трехгранных кубов, терки-чашки. Так, самая популярная модель внешне напоминает рашпиль – у нее есть ручка и удлиненное лезвие.

## ЛИМОНАД ГОТОВИМ САМИ

Сифоны – хорошо забытое старое, которое стремительно возвращается в моду. С помощью этого прибора можно готовить домашнюю газировку, а еще – взбивать сливки и делать различные муссы. Освежающий шипучий напиток, приготовленный без использования вредных добавок и подсластителей, наверняка понравится всей семье. Стандартные модели состоят из корпуса, колбы для воды и баллончика с углекислым газом. Иногда аппараты оснащают кнопкой для регуляции степени газации, поддоном и звуковым сигналом. Процесс готовки очень прост: достаточно заполнить сифон чистой водой и присоединить баллончик с газом.



Сифоны

**ОСОБЕННАЯ ЛЮБОВЬ ХОЗЯЕК**

Очиститель для микроволновой печи – это специальное устройство из пищевого пластика, которое помогает очистить СВЧ-печь от застывшей грязи. Как правило, такие очистители выполнены в виде смешных фигурок. Например, грозной мамы или рассерженного повара. Нужно снять его «голову», влить внутрь раствор уксуса и поставить в СВЧ-печь на 5-8 минут. Пар, выходящий из очистителя, эффективно размягчает засохшие капли жира и пригоревшие кусочки пищи. После этого их можно будет без труда удалить самой обычной губкой. Кстати, для нейтрализации неприятных запахов производитель пароочистителя рекомендует добавлять к уксусу лимонный сок.

Очиститель для микроволновой печи



**ВСЕГДА ХОЛОДНОЕ**

Мы всегда ждем лета, шашлыков на даче, моря, отпуска. Здесь однозначно пригодится гаджет, который позволяет при любой температуре на улице радовать себя и гостей холодными напитками. Это – необычный и «моментальный» охладитель для вина. Даже если бутылка с вином у вас будет теплая, вино, налитое в кружку, охладится благодаря этому необычному гаджету.



Охладитель для вина

**ДОЗАТОР ДЛЯ МАСЛА**

Если вы привыкли заправлять ваши блюда маслом (оливковым, подсолнечным или любым другим), вам пригодятся эти удобные бутылочки с распылителем, которые не позволят вам переборщить с его дозой, а заодно надолго сохранят его насыщенный аромат благодаря плотно прилегающему колпачку.



Распылители для масла

**ДВА В ОДНОМ**

Один из популярных гаджетов для мойки и сушки овощей и фруктов, который ставится непосредственно на мойку. С этим удобным приспособлением есть возможность аккуратно вымыть и нарезать все необходимое прямо над раковиной. Это особенно востребовано в небольшом кухонном пространстве с недостатком рабочих поверхностей. Эта «доска» имеет разборную конструкцию для компактного хранения. На рынке присутствует в нескольких решениях и материалах, от пластика до деревянной. Цена тоже варьируется в зависимости от производителя, поставщика и материала изготовления от 500 до 3600 руб.



Доска для нарезки



Держатель для лука

**ЛУКОВЫЙ ГАДЖЕТ**

Держатель для лука поможет вам нарезать лук идеально ровными и тонкими колечками. Состоит из прутиков из нержавеющей стали и удобной рукоятки. Он в основном предназначен для нарезки остро пахнущего лука, чтобы не пачкать руки, но и в нарезке других овощей, например помидоров, также удобно его использовать. Стоит он в зависимости от производителя достаточно бюджетно. В розничных магазинах такое приспособление продается по цене от 50 до 800 руб. Здесь играют роль качества стали и пластика, из которого сделан корпус изделия.

**ЩЕТКА В КОМПЛЕКТЕ**

Небольшая аккуратная щетка с емкостью для моющего средства поможет оптимизировать пространство возле кухонной раковины. Жесткая щетка оснащена практичным дозатором, который выдает необходимое количество моющего средства путем нажатия на верхнюю кнопку. Благодаря компактному размеру щетка очень удобна в применении и великолепно подходит для мытья кастрюль, сковородок и рабочих поверхностей.

Специальная подставка способствует быстрому просушиванию щетки. Конструкция разбирается для легкой очистки. Сменные насадки можно приобрести отдельно. Цена в России от 1450 руб.



Щетка с дозатором от Joseph Joseph



Кружка с термоматчиком Tank up Mug

**КРУЖКА С ТЕРМОДАТЧИКОМ**

Каждый из нас имеет собственные предпочтения о температуре употребляемого напитка, однако рассчитать температурные параметры совсем не просто – кто-то обжигается, а кому-то, наоборот, приходится прибегать к дополнительному подогреву. Но и на этом трудности не заканчиваются, ведь переусердствовать с процессом «реанимации» жидкости – проще простого. В конце концов, эпопея с доведением температуры до совершенства перерастает в утомительное и раздражающее действо.

Между тем на рынке уже появилась ценная находка как раз для таких случаев. Керамическая кружка Tank up Mug дополнена термоматчиком и автоматически транслирует на свою поверхность текущую температуру. Владея таким гаджетом, вы не только уберетесь от перспективы получения ожога, но еще и сможете отслеживать рост или падение градусов, что называется, в режиме онлайн.

**АНАНАСОВЫЙ РАЙ**

Любителям ананаса наверняка понравится прибор, который отделяет мякоть этого заморского фрукта от внешнего слоя и нарезает его всего за несколько секунд. Этот удивительный и простой в обращении прибор превратит процесс подачи на стол ананаса в удовольствие! Руки не будут липкими, а спиралевидные куски красиво расположатся на тарелке.

Прибор для красивой выкладки ананаса на тарелку



**СВЕЖАЯ ЗЕЛЕНЬ НАДОЛГО**

Если на вашей кухне частенько «поселяется» свежая зелень, имеет смысл задуматься о покупке Herb Savor от компании Prepara. С виду емкость похожа на большую стеклянную колбу: заключаясь в нее, травы получают существенную прибавку к жизни, ведь процесс их естественного увядания намного замедляется.

Производитель обещает продлить свежесть и пищевую сохранность зелени на срок до трех недель. Перед закладкой в колбу ее необходимо сполоснуть и слегка обсушить; в поддон контейнера наливается вода. После этого емкость следует выставить в холодильник (благо, много места она не занимает – умещается даже на дверце).

Уход за устройством совершенно необременителен, допускается мытье в посудомоечной машине. Периодически от вас потребуется доливать очередную порцию воды.



Хранение зелени

Joseph Joseph



**НАБОР ДЛЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ САЛАТОВ**

Этот набор для приготовления салатов включает четыре сменных диска, используемых для различных задач: сушки (вращения) или смешивания ингредиентов, терки и различной нарезки. Просто нужно вставить диск в крышку прибора, и готово. Набор имеет нескользящую основу, поставляется с удобной защитой для пальцев, которая помогает сделать функцию спиральной нарезки наиболее безопасной. Все аксессуары аккуратно штабелируются внутри основной емкости для компактного хранения.

**ИДЕАЛЬНОЕ ЛЕЗВИЕ**

Терка V-Slicer с лезвием Julienne Blade обеспечивает превосходные результаты нарезки большого количества фруктов и овощей. Использование этого гаджета дает стабильно ровные ломтики, что делает его идеальным для приготовления картофеля для домашних чипсов, помидоров для бутербродов или ломтиков цитрусовых и других фруктов. Для поваров, которые хотят приготовить жульен с овощами, надо просто перевернуть двустороннюю деку лезвия – и морковь, цукини, картофель, яблоки или груши превратятся в тонкие дольки!



Терка с лезвием Julienne Blade

**СОХРАНЯЕМ СВЕЖЕСТЬ**

Эксклюзивная технология Fresh&Save от Zwilling сохраняет вкусовые качества и питательные вещества, предотвращает ожоги зелени в морозильной камере и сохраняет продукты свежими до 5 раз дольше, чем при хранении без вакуума. Сочетая в себе мощность вакуумного упаковщика с универсальностью портативного устройства, беспроводной вакуумный насос работает быстро, тихо и удобен в использовании. Благодаря компактной конструкции он впишется в кухню любого размера. Стекланный стартовый набор содержит вакуумный насос, 2 маленьких и 2 средних многоразовых пакета, которые легко закрываются с помощью застежки-молнии и идеально подходят для приготовления в режиме sous-vide и разогрева в микроволновой печи, а также 1 средний и 1 большой контейнер из боросиликатного стекла. Благодаря двойному запечатыванию Zwilling (большинство других контейнеров закрывают только одну поверхность) контейнеры плотно закрываются, чтобы продукты были суперсвежими и не проливались.



Zwilling J.A. Henckels

**ВОЛШЕБНЫЙ КУВШИН**

LifeStraw Home – это кувшин с фильтром для воды премиум-класса, который улучшает вкус и защищает от более чем 30 загрязнений. Прочный мембранный микрофильтр – единственный домашний фильтр, удаляющий бактерии, паразитов и микропластик, срок службы которого составляет около 1 года. Фильтр с активированным углем и ионным обменом снижает содержание свинца, ртути, других тяжелых металлов и различных химикатов, включая хлор и PFAS, и служит примерно 2 месяца. Изящный кувшин для воды, объемом на 7 чашек, изготовлен из прочного BPA-free пластика. Компания занимается благотворительностью, часть денег от каждого приобретенного продукта LifeStraw Home получает нуждающийся в социальной помощи ребенок.



LifeStraw Home

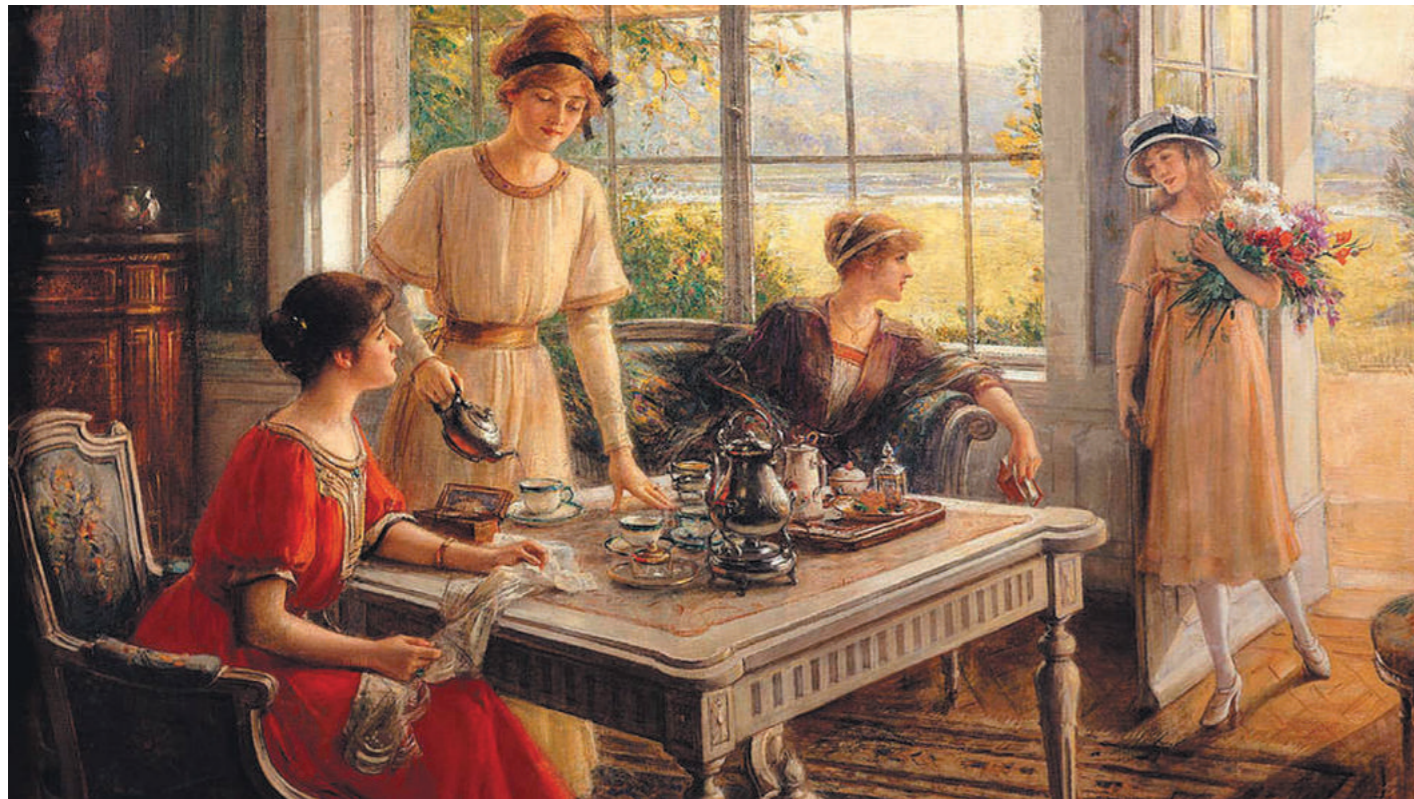
**gia**® global innovation awards

home + housewares product design excellence

Текст подготовлен по материалам <https://realty.rbc.ru/news> и <https://app.theinspiredhomeshow.com>

# Понятие этикета для каждого свое

Добрый день, уважаемые дамы и господа. В журнале открывается изысканная рубрика под интригующим и несовременным названием – «ЭТИКЕТ». Но так ли это скучно и старомодно?



Вы думаете, этикет – это занудные правила для протокольных мероприятий? Или привилегии королевских особ? А может, для вас это слово связано со старинным словарем? Кому интересен весь этот нафталин, при скорости и простоте нашей жизни?

Понятие этикета для каждого свое. Старшее поколение в основном связывает этот термин с дореволюционным временем, а младшее вообще считает этикет старым мешком, потому что не знакомо с ним. И каждое из них мечтательно вздыхает, встречая в фильмах утонченных дам и галантных кавалеров, непринужденные беседы за

сервированным по всем правилам столом и виртуозное владение столовыми приборами и салфеткой.



Так что же такое этикет? Это правила поведения людей в обществе. Это как правила дорожного движения, которые нужны для безопасности и удобства всех автомобилистов, мотоциклистов и прочих и-стов. Когда понятен план движения, правила и принципы, можно получить удовольствие от вождения, безопасной дороги и приятной беседы с попутчиком.

Этикет – это нормы и манеры. Его условно можно разделить на ситуационный и профессиональный (военский, дипломатический, игровой), светский и деловой, он применяется в письменной, невербальной и вербальной речи. Это определенные ситуационные нормы поведения.

Современный этикет – это правила поведения, помогающие производить приятное впечатление и строить эффективное общение. Они включают в себя опрятность, культуру речи и умение держаться в различных ситуациях (за столом, в транспорте, в театре). Мы рассмотрим понятие этикет как основу поведения за столом, сервировку: то, что должен знать каждый воспитанный человек и профессионал, занимающийся посудой как бизнесом. Наш разговор пойдет о столовом этикете.

Принципы этикета создавались и шлифовались поколениями. Для удобства, комфорта и красоты.

Для удобства общения за едой, чтобы ваше внимание не отвлекалось на предложенную еду, а сосредоточилось на изысканном флирте или обсуждении нового проекта.

Для комфорта ваших движений, когда вилка или ложка не требуют отвлечения или поиска, а оказываются в том самом месте, куда тянется ваша рука.

Для создания атмосферы красоты и стройности пространства, которое вас окружает и радует глаз. Каждое правило, каждый столовый прибор находит свое логическое объяснение и практическое применение.

И, конечно, мы поговорим о посуде, которая сделает ужин классическим или авторским, завтрак веселым или помпезным, а чашечку чая превратит в церемонию.

Обсудим разновидности тарелок, какой минимальный набор необходим для сервировки, и поймем, какие из них красивые, а какие еще и удобные с точки зрения этикета.

Посмотрим, что мы можем предложить для сервировки общих блюд, и, возможно, придумаем новые идеи, например, молочник с крышкой, чтобы остаток молока не переливать обратно в пакет.

Отдельной темой удостоятся приборы, в том числе и сервировочные, о которых мало кто задумывается, ограничиваясь суповой ложкой для миски с салатом.

Посуда для сервировки чаепития и сам чайный этикет тема зачастую незнакомая, но интересная и перспективная.

И конечно, бокалы, разнообразие которых не перестает удивлять и часто запутывает. Разберем, для какого напитка каждый из них, где его место на столе и что можно предложить для обычного дружеского застолья, а что для искушенных ценителей определенных сортов вин. А заодно обсудим, отличается ли вкус вина в стекле и хрустале и действительно ли необходимо пить шампанское из узких бокалов.

Надеемся, в этой рубрике вы найдете не только идеи для бизнеса, но и некоторые правила поведения за столом и сделаете семейные и деловые завтраки и ужины еще более изысканными и запоминающимися.

Татьяна Рожкова, преподаватель Этикета



## Трапезничаем смачно и красиво

Вкусная трапеза предопределяет наличие красивой посуды. Каждое блюдо должно подаваться так, чтобы не только стать пищей для насыщения, но и быть приятным для глаз. А в условиях, когда заведения питания преимущественно закрыты, приготовление блюд сместилось в дом, на кухню. Даже те, кто раньше к готовке были равнодушны, изменили свои привычки: пандемия заставила многих встать у плиты. Готовка дома сейчас – это не только модное увлечение, но и приятный досуг, и сервировка здесь играет не последнюю роль.

Компания Pasabahçe предлагает качественную, модную, стильную посуду, способную радовать не только эстетикой, но и ценами. Каждое хозяйство сможет приобрести посуду коллекции Estrella, тем более что ассортимент тарелок и салатников дополнили стаканы. А в 2022 году линейка будет расширена еще шестью стаканами для разных напитков, а также тремя бокалами на ножке. Изделия производятся в Турции, а отгружаются в России.

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



## Для ценителей комфорта и безопасности!

Разработчики разделочной доски **Slice&Slid** позаботились о максимально комфортной нарезке любых ингредиентов. Благодаря бортикам перенести измельченные продукты в тарелку, кастрюлю, миску и пр. теперь очень удобно. Плюс к этому изделие выдерживает высокую температуру посудомоечной машины, что обеспечивает уничтожение болезнетворных бактерий.

[www.limbermart.com.my](http://www.limbermart.com.my)



## Для активного и качественного образа жизни!

Пищевые боксы из набора от **Klean Kanteen's** выполнены из нержавеющей стали и комплектуются крышками из пластика и силикона. Изделия сохраняют любое блюдо в период его транспортировки и позволяют каждому из нас насладиться полноценной домашней едой в удобное время. Замки крышек герметично закрывают стойкий к ударам корпус, так что протекания исключены, а надежность корпуса не вызывает сомнений!

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



## Правильное тепло!

Специальные бытовые термосы от **ComfortSip** созданы для ежедневного использования и сохраняют температуру в пределах 71-87 °C не менее 5-6 часов. Именно в таком температурном режиме раскрываются правильные вкусы кофе и чая.

[www.world-trading.com](http://www.world-trading.com)

## Просто и удобно!

Специальная сумка-чехол для **Built® Excursion Bottle** рассчитана на бутылку объемом около 1 л. Удобство аксессуара раскрывается в его дизайне. Плотная фиксация емкости обеспечивается специальными затяжками, а дополнительные карманы позволяют разместить любые мелочи: от ключей до пластиковой карты. С таким комплектом можно смело отправляться в недлительный пеший поход или на прогулку с четвероногим питомцем!

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



## Кофе, который всегда с тобой!



Всегда приятно иметь собственный аксессуар, способный порадовать чашечкой кофе везде, где есть чистая вода и электророзетка. Именно поэтому стоит обратить внимание на **Pakt Coffee Kit** – набор, который не оставит равнодушным ни одного ценителя кофе. В комплектацию входит все необходимое для приготовления полноценного натурального кофе, который после заваривания продолжает настаиваться в термосе и в течение дня дарить самые позитивные эмоции.

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

## Нюансы мастерства

Изящным аксессуарам из древесины марка **Backley** обязана людям, которые участвовали в разработке известных сегодня изделий. Среди них – Томас Хакер, известный дизайнер мебели. Недавно компания презентовала новинку – разделочную доску в виде круга, украшенную естественной текстурой. Этот предмет подчеркивает, насколько выгодно и благородно может выглядеть простая вещь, исполненная мастером своего дела.

[www.lumbermart.com.my](http://www.lumbermart.com.my)



## Пенная прохлада!

Благодаря специальному устройству от известного бренда **Mastrad** можно самостоятельно приготовить прохладную пену и украсить ей кофе, чай или прохладительный напиток. Выглядит очень празднично!

[www.mastrad-paris.us](http://www.mastrad-paris.us)



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



*Трация*

*New*



Россия, РТ, г. Кукмор, ул. Ленина, 154  
Тел: 8 800 333 93 45, [www.kukmara.com](http://www.kukmara.com)

