

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2019-6



Выставки

Сервировка

Наш рынок

Событие

HoReCa

Ретейл

**Стильные
штучки**



2020
HAPPY
NEW
YEAR



Новая коллекция Paşabahçe Rattan



pasabahce.com/ru

[f / pasabahcegloabl](https://www.facebook.com/pasabahcegloabl)



Pasabahçe



WALMER

Stonehenge: качество вне времени

ХИТ ПРОДАЖ

Stonehenge – самая популярная коллекция WALMER в течение уже 4 лет! Продано более 100 000 предметов этой коллекции!

В коллекцию входят 3 размера сковород и крышки к ним, блинная сковорода, сковорода-гриль, сотейник, кастрюля и ковш.

КОВАНЫЙ АЛЮМИНИЙ

Корпус посуды Stonehenge сделан из кованого алюминия. По прочности такая посуда сравнима с литой, при этом она гораздо меньше по весу и хозяйкам легче с ней управляться!



Подходит для всех типов плит.

УЛЬТРАПРОЧНОЕ ПОКРЫТИЕ MEGASTONE

Необыкновенно долговечное пятислойное антипригарное покрытие Duflon «Megastone Coating» с мраморным эффектом. Устойчиво к царапинам, не боится металлических лопаток, ложек и вилок!



Можно мыть в посудомоечной машине.

ОЛЕОФОБНЫЙ ЭФФЕКТ

Покрытие обладает уникальными олеофобными свойствами – вода и масло буквально «отскакивают» от этого покрытия. «Мытьё одним движением» – в данном случае не просто слова, а тот реальный комфорт, который получают покупатели Stonehenge.

**ПРОДАНО
БОЛЕЕ
100 000
предметов**



СТИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

Серый «каменный» корпус и стилизованные под дерево ручки – стильное сочетание, притягивающее взгляд!

<https://walmer-cookware.com>

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

Обложка предоставлена
компанией Wilmax

2019-6

10 Слово редактора

14 Новости

Выставки

40 Таблица выставок

42 Позиция НОМІ



Сервировка

44 Новогодняя палитра



Событие

47 Секреты мастерства



Наш рынок

48 Основные точки продаж



52 Посуда. Очевидное будущее

Дулёвский




фарфор

С НОВЫМ ГОДОМ!

Коллекция "НОВЫЙ ГОД"



 [dulevskiy.farfor](https://www.instagram.com/dulevskiy.farfor)

Коллекция "НОВЫЙ ГОД"



 [dulevskiy.farfor](https://www.instagram.com/dulevskiy.farfor)

Ретейл

- 56 Посуда продается под Новый год без изменений



- 62 Региональная сеть: задачи, цели, возможности



HoReCa

- 64 Открываем ресторан или кулинарную школу
- 68 От блюда к авторской тарелке



- 70 Стильные штучки



Подписка-2020

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

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

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

Стоимость одного номера – 400 рублей для подписчиков из РФ.

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

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





हस्तशिल्प निर्यात संवर्धन परिषद

Export Promotion Council for Handicrafts



Добро пожаловать в мир EPCH!



Совет по содействию экспорту изделий кустарного промысла (EPCH) был учрежден в соответствии с Законами о компаниях 1986-87 годов и является некоммерческой организацией. Это главный орган экспортеров изделий ручного производства и поддержки имиджа Индии как надежного поставщика товаров и услуг высокого качества и изделий кустарного промысла. Кроме того, EPCH – гарант соблюдения международных стандартов и спецификаций. Цель Совета – поощрение, поддержка и защита, а также увеличение экспорта изделий кустарного промысла. Совет создал необходимую инфраструктуру, а также маркетинговые и информационные средства, которыми пользуются как экспортеры, так и импортеры.



- Ihgf Delhi Fair Spring 2020 пройдет с 15 по 19 апреля 2020 года.
- Выставка индийской бижутерии и аксессуаров (IFJAS) 2020 пройдет с 29 по 31 июля 2020 года.
- Ihgf Delhi Fair Autumn 2020 пройдет с 14 по 18 октября 2020 года.

Регистрационная форма для зарубежных покупателей Ihgf Delhi Fair Spring на сайте:

www.epch.in/ihgfspring

ЗДРАВСТВУЙТЕ, ДОРОГОЙ И ЛЮБИМЫЙ ЧИТАТЕЛЬ!



Декабрьский номер традиционно подводит итоги уходящего периода. И к сожалению, и к радости, в этом году не произошло каких-либо значительных событий в мире HOUSEWARE & TABLEWARE. Уходящий год давал надежду на увеличение прибыли и объемов продаж. Чуда не произошло. Хотя, по оценкам специалистов, посудная отрасль стран СНГ в сравнении с российским рынком развивается гораздо динамичнее, несмотря на невысокий общий уровень развития, а мировая тенденция развития – период ремиссии.

За последние годы потребительский рынок сильно изменился. В 2015-2016 годах спрос и доходы населения резко упали. В 2017 году наблюдалась стагнация. В 2018 году выросла ценовая конкуренция. Многие компании не смогли вовремя адаптироваться, что привело к негативным последствиям: сократился объем продаж, закрылись нерентабельные магазины, уменьшилась доля розничного бизнеса.

Почему мы много говорим о ретейле? Потому что здесь выявляются тенденции, которые диктуют поведение и дистрибьюторов, и производителей. Да, производство живет лучше и интенсивнее. Сложно. Трудно. Но интересно! Дистрибьюторам непросто выжить в условиях падения экономики и снижения потребительской активности. Тем не менее в этой череде разных событий компании работают, учатся, ищут новые пути и способы повышения эффективности бизнеса, появляются новые интересные коллекции и дизайнерские новинки. Фраза «любой кризис – это возможности» очень актуальна в текущее неспокойное время.

Этот год пройдет под знаком Белой Металлической Крысы. Всем он обязательно принесет много нового. Кого-то щедро порадует положительными переменами и необычными событиями, кому-то исполнит желания, на кого-то прольется дождем неожиданного счастья.

Встречайте Новый год с позитивным настроем, радуйтесь всему малому и большому, что имеете. Впереди будущий год, который обязательно раскроет огромный потенциал рынка и даст импульс новым перспективам!

От имени редакции журнала «Посуда» поздравляю всех с началом нового десятилетия! Желаю здоровья, удачи, интересных встреч, свершений и побед!

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,
Женя 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
rochtaposuda@mail.ru
www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере:

ОБЗОР РЫНКА

Китай нам друг.
Работа по закупкам.
Мнения. Интервью.

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ

Перспективы развития.
Плюсы и минусы OFF-line
торговли.

РЫНОК

История жизни товара.



BROWN STONE



Сковорода со съемной ручкой
и стеклянной крышкой,
в подарочной коробке
D 24 см арт. BR2243

Технические характеристики:




- Толщина стенок и дна: 4,0мм
- Метод производства: ковка
- Покрытие: Pfluoп
- Способ нанесения покрытия: напыление
- Ручки: съемные бакелитовые с эффектом Soft Touch, декорированы под дерево
- Упаковка: подарочная цветная коробка



Сковорода со съемной ручкой
и стеклянной крышкой,
в подарочной коробке
D 24 см арт. GR2243

GREY STONE



ООО «Пилот МС»
тел.: +7(495) 231-24-44; +7(495) 660-61-92
@pilot_ms_company   
www.pilotms.ru

appetite



Маруся

Солнечное настроение на Вашей кухне!

www.mmarusya.com

+7(495)228-64-86

posuda-marusya@mail.ru

ПРОЧНОСТЬ
ДОЛГОВЕЧНОСТЬ
ПРАКТИЧНОСТЬ



MARUSYA
collection

КАСТРЮЛЯ "КЛАССИКА" Арт. 65к

6,5л.

15 лет

eco

КАСТРЮЛЯ из высококачественной нержавеющей стали 18/10

- Энергоэффективная технология
- Мелкозернистая полировка дна
- Крышки из термостойкого стекла
- Эргономичная форма
- Подходит для всех видов плит
- Изготовлено в соответствии с ГОСТ 27002-86
- Можно мыть в посудомоечной машине
- Не имеет вкуса олова
- Измеряет в миллионный каскадом
- Увеличенный срок службы

прочность
долговечность
практичность

МЫ ГАРАНТИРУЕМ Солнечное

MARUSYA®

collection

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- Лучшее ценовое предложение
- Широкий ассортимент
- Гарантированное качество



настроение на Вашей кухне!

Чайная пара от Pasabahce



Ташкентский чай, рецепт которого знает каждый житель Азии, очень вкусный и ароматный. Благодаря уникальному составу он не только освежает в жару, но и положительно влияет на все функции организма. Приготовить чай совсем не сложно. Просто заварите смесь зеленого и черного чая, добавьте мяту, мед, лимон и подайте этот ароматный напиток в чашке от Pasabahce. Мировой лидер – компания Pasabahce представила новую чайную пару «Ташкент». Основным преимуществом является увеличенный объем чаши, удобная ручка и классическая форма.

Новая чайная пара «Ташкент» на стоке. Подарочные наборы по 12 предметов (6 чашек+6 блюдце), а также по 4 предмета (2+2).



Приятного чаепития!

www.pasabahce.com/ru

Churchill продолжит выпуск популярных линеек бренда Dudson

Компания «Рестошеф» сообщила о подолжении поставок продукции английского бренда Dudson. Весной этого года фабрика Churchill выкупила бренд и права на самые популярные серии Dudson и запустила их в производство.

www.restochef.ru

Серия посуды из керамики «Вилладжио»

Ассортимент компании «Гала-Центр» пополнился новой серией посуды из керамики «Вилладжио» от торговой марки Millimi. Серия включает разнообразные предметы для сервировки и хранения. Изделия пригодны для использования в СВЧ-печи.

www.galacentre.ru





messe frankfurt
ambiente

Приглашаем вас посетить
наш стенд на
международной
выставке **Ambiente 2020**,
которая состоится
7-11 февраля
в выставочном центре
Messe Frankfurt,
Франкфурт-на-Майне,
Германия

■
ХОЛЛ 3.0
СТЕНД Н-14

Messe Frankfurt GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
Frankfurt a.M.



lpec.ru

+73424930758
sale@lpec.ru

Отделитель гранатовых семян Presto

В интернет-магазине fescoma-shop.ru появилась новинка – приспособление для отделения гранатовых семян Presto. Изделие изготовлено из прочного пластика, оснащено крышкой для хранения фрукта в холодильнике. Можно мыть в посудомоечной машине. Диаметр: 15,5 см. Высота: 10 см.

www.fescoma-shop.ru



Вьетнамский фарфор Ly's HoReCa в компании «Клен»

Компания «Клен» представила фарфор премиум-класса Ly's HoReCa от вьетнамского производителя **Minh Long**. В серию вошло 77 предметов. Фарфор обладает повышенной прочностью, подтвержденной многочисленными тестами. Для производства продукции используются каолин, порфирит в виде камня и кварц в сочетании с другими добавками. Сырье собственное или импортируется из США, Великобритании, Германии, России, Канады и Новой Зеландии.

www.klenmarket.ru

Лицензионные новинки PriorityY

Ассортимент компании PriorityY пополнился новой коллекцией лицензионной посуды для детей. Набор посуды «44 котенка» выполнен из стекла и включает в себя кружку 200 мл, салатник 500 мл и тарелку диаметром 20 см. Набор упакован в красочную подарочную упаковку, внутри которой спрятаны раскраска и ребус.

Еще одна новинка – набор детской посуды «В поисках Немо». Герои одного из самых успешных проектов студии Pixar изображены на кружке 200 мл, салатнике 500 мл и тарелке диаметром 20 см. Для декорирования использована двойная деколь, поэтому посуда выглядит особенно ярко. Набор упакован в подарочную картонную коробку, внутри которой прячется раскраска для маленьких фанатов мультфильма.



«Лента» открывает гипермаркет

Сеть магазинов «Лента» объявила об открытии нового гипермаркета в Москве. Новый магазин открылся по адресу: Ленинский проспект, 123. Общая площадь гипермаркета составляет 5920 кв. м, из которых 3535 кв. м занимает торговое пространство. Для удобства покупателей у гипермаркета оборудована парковка на 320 автомобилей, в торговом зале установлено 19 кассовых аппаратов, включая 6 касс самообслуживания. Гипермаркет находится в собственности компании. Наряду с продукцией федерального ассортимента и товарами под собственными торговыми марками покупателям предложена продукция местных производителей.

Новый магазин стал четвертым гипермаркетом, открытым «Лентой» в 2019 году. С открытием магазина в Москве компания увеличила сеть до 246 гипермаркетов в 88 городах России и 129 супермаркетов в Москве, Санкт-Петербурге, Сибири, Уральском и Центральном регионах.

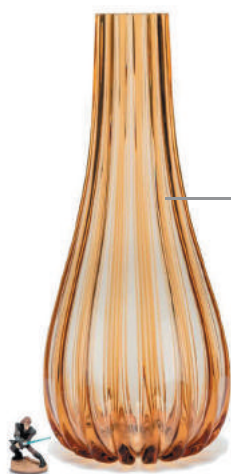
www.shopandmall.ru



Юбилейная новинка Императорского фарфорового завода

К 275-летию Императорского фарфорового завода создан сервиз «Бельведер», который стал репликой знаменитого «Бабигонского» сервиза XIX века. Основной декоративный мотив, использованный в оформлении, – орнаментальная лента, представляющая собой гирлянду из золотых стилизованных листьев. Автор сервиза – ведущий художник Императорского фарфорового завода Любовь Цветкова.

www.ipm.ru



IVV воспроизведет свои «ИКОНЫ»

Итальянский производитель стекла ручной работы IVV (Industria Vetraria Valdarnese) объявил о своем новом проекте – Icone. Каждый год компания будет воспроизводить изделия, ставшие знаковыми в истории бренда IVV. Первым таким произведением станет большая ваза Menhir XXL, которая будет выпущена в 150 пронумерованных экземплярах для каждого цвета. Диаметр вазы – 30 см, высота – 60 см.

www.ivvnet.com

Фарфор Sameo в компании «Русский Проект»

В ассортиментном портфеле компании «Русский Проект» появилась фарфоровая посуда китайского бренда Sameo. Профессиональный фарфор Sameo отличается особой прочностью и твердостью глазури, может противостоять тепловому шоку, в 3-4 раза большему, чем обычный фарфор. Пригоден для интенсивного использования в посудомоечной машине, микроволновой печи и духовом шкафу.

Фабрика-производитель предоставляет 5-летний срок гарантии на сколы.

www.rp.ru



Английский KitchenCraft

Компания «Топ Стиль» сообщила о поступлении классической коллекции аксессуаров для кухни из керамики английского бренда KitchenCraft. В состав коллекции входят основные предметы для сервировки и хранения продуктов – заварочный чайник, кувшин, кружки, подставки для торта, горшочки для меда, емкости для хранения сахара, кофе и чая с деревянными крышками и др.

www.toppodarky.ru



FiberForce Technology

инновационное волокно микрофибры
ВПИТЫВАЕТ ЛУЧШЕ НА 20%
благодаря уникальному составу

80% полиэстер 20% полиамид



Прогресс не стоит на месте. В то время, как изделия из натуральной ткани дорожают и далеко не всегда соответствуют требованиям современного потребителя в плане удобства, появились более дешевые и практичные альтернативы.

Микрофибра – сравнительно новый материал, который уже успел зарекомендовать себя с лучшей стороны. Инновационное решение представляет собой плотное полотно, созданное из тончайших нитей толщиной не более 0,6 мкм, что в 100 раз тоньше человеческого волоса. Для производства микрофибры применяется передовое оборудование, а сам материал отличается повышенной прочностью, долговечностью и простотой в использовании.

Впервые микроволокно начали производить в Японии в начале 70-х годов. Материал стал настоящим прорывом и произвел революцию в текстильной индустрии. Уже в те годы свойства тончайших волокон было сложно переоценить.

Продукция из микрофибры начала завоевывать мировой рынок, а в 90-х годах получила дополнительный «апгрейд» от шведских ученых. Им удалось сделать материал тоньше в 8 раз путем расщепления волокон. В чем же основная особенность микрофибры? Из чего ее производят и чем супертонкая ткань может быть полезна в быту?

Особенности и преимущества технологии Fiber Force

Качество микрофибры определяется количеством узлов и расщеплений в волокнах. Чем их больше, тем лучше материал будет справляться со своими задачами. Кроме того, важно обращать внимание на состав продукта. Материал, на 100% выполненный из полиэстера, значительно менее практичный, если сравнивать с микрофиброй, на 80% состоящей из полиэстера и на 20% из полиамида.

Именно в таком сочетании материалов и заключается суть технологии Fiber Force, внедренной в производство товаров компании Master House. Изделия с таким составом намного долговечнее и впитывают влагу на 20% эффективнее аналогов из 100%-ного полиэстера.

Микрофибра Fiber Force:

- быстрее впитывает влагу за счет больших зазоров между волокнами;
- лучше пропускает воздух, быстро высыхает;
- не оставляет ворса на поверхности во время уборки;
- не требует особого ухода, можно смело стирать в машинке;
- прослужит много лет благодаря минимальной деформации волокон.

Широкая линейка изделий из микрофибры представлена компанией Master House. Ассортимент включает в себя самые различные товары для уборки, включая швабры, салфетки и тряпки для пола из инновационного материала высочайшего качества.

Микрофибра – это будущее текстильной промышленности. И в будущем уборка дома может стать еще проще и удобнее с ассортиментом товаров от Master House.

- Высококачественная сталь 18/10
- Толщина алюминия 3 мм
- Соответствует ГОСТу 27002-86



Питаться правильно стало не только полезно, но и модно. Современные ЗОЖ-тенденции устанавливают свои правила в мире гастрономии. Многие признанные шефы агитируют за принципы здорового питания, а меню в популярных ресторанах трансформируются с ростом спроса на блюда здоровой кухни.

В этой погоне за иногда реальной, а иногда и мнимой пользой люди забывают один важный нюанс: порой намного важнее, как именно мы готовим, а не из чего. Выбор посуды в этом смысле имеет чрезвычайно важное значение.

Многие потребители до сих пор находятся во власти предубеждений. Вышедшая десятки лет назад реклама сковородок с тефлоновым покрытием до сих пор сеит в умах людей сомнения. При этом мало кто догадывается, что сковороды с таким покрытием теряют все свои распиаренные свойства уже через 2 года после использования.

С другой стороны, приверженцы старой школы ни за какие сокровища в мире не готовы попрощаться со своими чугунными «су-шефами». А в это время полки магазинов заполняются новыми товарами с непроизносимыми названиями из материалов, которые доселе были неизвестны.

Очень важно понимать, что вы покупаете и в чем будете готовить еду для себя и своих близких. Помимо полезности, посуда передает вкусовые ощущения. Правильное распределение тепла, скорость нагрева и остывания, толщина дна – все эти параметры могут иметь решающее значение при выборе кастрюли или сковороды.

Кастрюли и сковороды Master House

Save for health – это ключевой принцип, по которому создается посуда Master House. Она на 100% безопасна для здоровья. Даже при беглом сравнении характеристик становится ясно, что такая посуда намного качественнее аналогов.

И это при том, что компания представляет средний ценовой сегмент, поставляя более качественную продукцию, нежели производители с более дорогими аналогами. Рассмотрим основные характеристики на примере набора Grigio.

Помимо стильного дизайна, каждая кастрюля:

- изготовлена из нержавеющей стали 304. Большинство других производителей используют сталь 201, что небезопасно для здоровья;
- имеет дно толщиной 4,1 мм и слой алюминия 3 мм, что не только способствует равномерному и быстрому нагреву, но и соответствует нормам ГОСТа. Не все производители помнят о том, что нормы нужно соблюдать;
- обладает повышенной эргономичностью. С такой посудой просто и приятно работать. Силиконовые ручки снижают риск ожогов к минимуму. В каждой кастрюле предусмотрена специальная шкала для точного литража при готовке, что позволит четко следовать рецепту и готовить максимально полезные блюда. Специальная форма кастрюли и перфорация на крышке позволяют сливать жидкость без использования дополнительной кухонной утвари;
- кроме того, Master House гарантирует долговечность и надежность своей продукции. Гарантия на нержавеющую сталь, из которой изготовлены кастрюли Grigio, составляет 25 лет! Такие условия не предоставляет ни один производитель из среднего ценового сегмента.

Не нужно быть гуром кулинарии, чтобы готовить красивые, вкусные и полезные блюда. Достаточно иметь под рукой набор надежной посуды, созданной по всем нормативам из высококачественных и, главное, безопасных материалов.

Еще больше полезных товаров на www.master.ru.com «Горячая линия» Master House: 8 (800) 505-08-10



BASIC от «Бытпласт»

Компания «Бытпласт» выпустила линейку кухонных принадлежностей BASIC. В набор входят половник, поварская ложка, поварская ложка с отверстиями, шумовка и лопатка. Кухонные аксессуары изготовляются из специального материала – полиамида, который выдерживает температуру до 200 °С и не повреждает поверхность посуды. Изделия легко моются, в том числе в посудомойке. Матовая поверхность и эргономичная изогнутая ручка не дают даже мокрым приборам скользить в руках.

www.bytplast.ru



Titanium PRO расширился

ТМ Kukmara расширила линию посуды Titanium PRO сковородами 240, 260 и 280 мм.

Нанокompозитное антипригарное покрытие с частицами титана – это самое совершенное антипригарное покрытие на сегодняшний день. Линия премиум-класса Titanium PRO создана для профессионального использования и обладает безупречной износостойкостью благодаря свойствам титана.

Посуда с титановым покрытием имеет отличные эксплуатационные качества, выполняет антипригарную функцию на высшем уровне, она практически не царапается, допускает использование металлических предметов при приготовлении пищи и абсолютно безопасна. Покрытие с частицами титана прочнее традиционного антипригарного покрытия в 10 раз!

www.kukmara.com



Изящные и легкие

В ассортименте компании «Коралл» появились кружки из классического костяного фарфора. В составе содержится до 45% костяной муки, что обеспечивает легкость изделий. Кружки выполнены в двух новых формах: «Челси» (изящная женская форма на ножке) объемом 500 мл и «Ричард» («мужская» классика) объемом 520 мл. Допускается мытье изделий в посудомоечной машине и использование СВЧ.

www.korall.ru





«Мышата» из Вербилки

Новогодняя коллекция от «Мануфактур Гайднер в Вербилках» – набор елочных украшений «Мышата» из 3 предметов. Изделия украшены художественной росписью, представлены в подарочной коробке.

www.farforverbilki.ru

Кухонные помощники от TM Satoshi

В ассортименте компании «Гала-Центр» появилась серия кухонных принадлежностей «Витре» от торговой марки Satoshi. Изделия выполнены из нержавеющей стали. В серии представлены все самые необходимые приспособления-помощники на кухне: шумовка, лапшерезка, толкушка, лопатки и др.

www.galacentre.ru



Венецианская классика Pintinox

Бренд Pintinox представил линию столовых приборов **Ducale**. Приборы выполнены в классическом венецианском стиле, с украшением на всю ручку.

www.pinti.it

RADOST в вашем сердце

Компания ООО «Эмаль» ввела в ассортимент долгожданную линейку посуды премиум-класса российско-чешского производства со звучным названием **RADOST**.

Представленная линейка отличается: оптимальной теплопередачей для уменьшения времени разогрева, за счет утолщенного металла, что позволяет сохранить максимум полезных свойств и вкусовых качеств приготовленных блюд; экологически безопасным эмалевым покрытием разнообразной цветовой гаммы; изящная фурнитура дополняет образ, делая его завершенным. Поэтому изделия выглядят очень стильно, превращая любое повседневное приготовление пищи в праздник.

Кастрилы линейки **RADOST** станут настоящим подарком для тех, кто ценит не только красоту, но и практичность, и функциональность нашей посуды. Предметы легко впишутся в любой интерьер вашей кухни, делая его по-настоящему актуальным. А дизайнерские разработки удовлетворят потребности даже самого требовательного покупателя.



RADOST®

enamel

Кухня начинается с нашей посуды



(3519) 24-63-80, 24-73-22
email-mmk@mail.ru email-mmk.ru



ООО «Эмаль»

Деревянные подставки от Churchill

Компания «Радиус» представила новые формы деревянных подставок для подачи от бренда Churchill (Великобритания). Доски выполнены из акации в мягких геометрических формах.

www.radius.ru



MARUSYA[®]
collection

Рестайлинг «Маруси»

Компания «Марусья» сообщила об изменении написания логотипа бренда на упаковке и на посуде из нержавеющей стали, эмалированной посуде и посуде из литого алюминия с индукционным дном. Изменения затронут только продукцию, производимую за рубежом. В связи с тем, что товар ТМ «Марусья» представлен в странах ближнего зарубежья, теперь логотип будет написан латинскими буквами. Изменения коснутся и дизайна упаковки.

www.mmarusya.com



Турки Ceraflame теперь и для индукционных плит

Торговая марка Ceraflame выпустила новую модель керамической турки необычной формы объемом 650 мл. Модель **Ceraflame Vintage** выпускается в четырех цветах. Помимо обычных турок в этой линии есть вариант с индукционным покрытием. Новинки представлены в магазине.

www.domos.ru



Эмалированные новинки ТМ Appetite

Компания «Пилот МС» представила две новые серии эмалированной посуды «Барселона» и «Прованс» ТМ Appetite. Посуда создана из экологичного природного сырья и соответствует стандартам ГОСТ, что гарантирует отсутствие химических реакций и сохраняет вкус пищи при приготовлении. Кастриули представлены в четырех размерах: 2 л, 3 л, 4 и 5,5 л.

Эмалированные кастриули ТМ Appetite сделаны в России и отличаются высоким качеством, а также подходят для всех видов плит: газовых, электрических и индукционных. Уникальный авторский дизайн посуды серий «Барселона» и «Прованс» украсит любую кухню и создаст атмосферу домашнего уюта.

Эмалированная посуда ТМ Appetite. Готовить – значит творить!

ООО «Пилот МС»
+7(495) 231-24-44; +7(495) 660-61-92

www.pilotms.ru

ГК «Топ Стиль» больше не с CAMEO

Группа компаний «Топ Стиль» передала эксклюзивные права в России на бренд фарфора CAMEO компании «Русский проект». Компания «Топ Стиль» продолжит дистрибуцию в России ряда известных брендов посуды из костяного и упрочненного фарфора и керамики, столовых приборов и хрустального стекла для профессионального рынка HoReCa.

www.toppodarky.ru

Определены победители премии German Design Awards 2020

Определены победители международного конкурса в области дизайна German Design Awards 2020. В категории Tabletop престижной премией отмечен 31 продукт. Среди них – чайный сервиз Tongue от Rosenthal, «Буфетная серия» от Carsten Gollnick Design, сковорода Adamant Comfort от Fissler, подставки Origami от VE2 и другие. До 17 января открыто зрительское голосование, которое определит обладателей награды Public Choice.



«Грация» для салатика

ЗПИ «Альтернатива» выпустил новую серию изделий для сервировки стола «Грация». В нее вошли салатники разных форм и размеров, а также сахарницы. Посуда выполнена из пищевого полипропилена, доступна в бежевом, зеленом и белом цветах.

www.alternat.ru



Новая линия антипригарной посуды от Tognana

Компания Tognana представила линию алюминиевой посуды с антипригарным покрытием – **Sphera**. В нее вошли кастрюли, сковороды, противень, а также прямоугольная и круглая сковороды с двойной индукцией.

www.shop.tognana.com



От обуви до посуды один шаг

Обувной ретейлер «Обувь России» (**Westfalika** и «Пешеход») меняет модель развития своей розницы: на торговых площадках появятся товары сторонних поставщиков из новых категорий, в том числе посуда и бытовая техника. Так, в Новосибирске компания уже тестирует продажи бренда Elan Gallery от производителя посуды и декоративных предметов «Элан Галерея» и Sentek от одноименного китайского производителя бытовой техники. При этом «Обувь России» не планирует сокращать обувные продажи, будет пересмотрена лишь выкладка товара. В течение 2019 года компания уже перестала позиционировать свои сети как обувные, рассказал гендиректор компании Антон Титов. С логотипа Westfalika компания уже убрала слово shoes (обувь).

По материалам РБК

Керченский металлургический завод стал акционерным обществом

С октября 2019 года ГУП РК «КМЗ» было преобразовано в Акционерное общество «Керченский металлургический завод». Предполагается, что реорганизация позволит улучшить позиции завода на рынке за счет упрощения многих процедур, которые ограничивали коммерческую деятельность предприятия. Сегодня завод продолжает производить и поставлять продукцию своим потребителям, отмечая увеличение ее объемов.

www.kmz-k.com



Счастливого Нового Года



С НОВОЙ **ЕВРОПЕЙСКОЙ**
КОЛЛЕКЦИЕЙ ПОСУДЫ ОТ



Лысьвенского завода
эмалированной посуды

lysva1913.ru

+73424930758
sale@lpec.ru

Облегченная серия термосов от ТМ «Биосталь»

Компания «Биосталь» выпустила новую серию облегченных термосов **NX**. Новинка изготовлена из нержавеющей стали 18/8. Компактный корпус сохраняет тепло до 19 часов. В наличии оптимальные объемы: 0,35; 0,5; 0,75 и 1 л.

www.biostal.ru





Новинки от «Анны Лафарг»

Компания «Анна Лафарг» расширила ассортимент новинками торговой марки **Home & Style**. Это коллекции фарфоровых кружек **Wild**, **«Париж»** и **«Баланс»**. Кружки выполнены из высококачественного фарфора. Классическая устойчивая форма, большой объем и эргономичная ручка делают эти кружки удобными для повседневного использования.

www.annalafarg.ru

Любителям японского дизайна

В ассортименте компании **«ШЕФ»** появились стильные коллекции фарфоровой посуды от бренда Tokyo Design (Нидерланды). Изделия прекрасно сочетаются друг с другом, обладая при этом индивидуальностью и стилем. Яркие орнаменты воплощают культурные особенности стран Азии и Европы. Также в каталоге компании «ШЕФ» появились новинки керамической посуды от португальской фабрики **Costa Nova**. Посуду этой марки отличают свежие краски глазури, изделия устойчивы к сколам, не требуют особого ухода, могут быть использованы в микроволновой печи.

www.1chef.ru



Господдержка для НХП Подмоскovie

В 2019 году предприятия народных художественных промыслов Подмоскovie получили поддержку из бюджета более чем 8,2 млн руб.

Комитет Мособлдумы по вопросам образования, культуры и туризма провел расширенное заседание на тему сохранения и развития народных художественных промыслов (НХП) в Московской области.

Заведующий отделом управления промышленной политики министерства инвестиций и инноваций Московской области Иван Николаевский привел данные, что на территории Подмоскovie находится 19 предприятий НХП, на которых работает 2300 человек. Их основные направления деятельности:

- изделия из фарфора;
- игрушки;
- керамика;
- лаковая роспись на металле;
- платочные изделия;
- изделия из дерева;
- художественная обработка кости и рога.

Для предприятий НХП действуют следующие федеральные меры поддержки:

- освобождение от уплаты НДС;
- по субсидии возвращается:
- 50% тарифов на ЖД-перевозки;
 - 90% расходов за электроэнергию и газ;
 - часть затрат на уплату процентов по кредитам на закупку оборудования;
 - 90% затрат на продвижение продукции на рынок (выставки, реклама);
 - 90% затрат на получение документов на интеллектуальную собственность (патенты);
 - 30% затрат на потребленные сырье и материалы на промышленные нужды;
 - 90% отчислений в ФСС РФ, на медицинскую страховку, взносы в ПФ РФ.

Помимо этого, действует также ряд региональных мер поддержки:

- обеспечение работы Художественно-экспертного совета по НХП МО;
- компенсация участия на коллективном стенде МО на федеральной выставке «Ладья. Зимняя сказка» и на других выставках;
- снижение ставки налога на прибыль организации на 4%;
- снижение суммы налога на имущество на 50%;
- государственная поддержка для МСП (малые и средние предприятия) от РЦИ (региональный центр инжиниринга);
- субсидия на модернизацию и лизинг оборудования.

И. Николаевский отметил, что также предлагается сохранить региональную налоговую льготу по снижению ставки налога на прибыль на 4% и увеличить предельные значения средней численности работников для субъектов МСП.

В 2019 году 12 предприятий НХП Подмоскovie получили компенсацию из средств бюджета области на участие в 6 крупнейших международных и всероссийских выставках на сумму более чем 8,2 млн руб. Помимо этого, 300 образцов промыслов были отнесены к изделиям НХП и рекомендованы для регистрации как образцы художественного достоинства.

Из средств бюджета региона планируется выделить 4,2 млн руб. на организацию участия предприятий НХП Московской области на Всероссийской выставке «Ладья. Зимняя сказка», которая пройдет в декабре 2019 года.

Помимо этого запланировано создание ассоциации НХП Подмоскovie, а также единого оператора продаж изделий НХП Московской области.

Источник: пресс-служба Московской областной думы



Вок от завода «Нева металл посуда»

Коллекция сковород-вок завода «Нева металл посуда» пополнилась новой моделью – воком «Байкал» диаметром 30 см. Антипригарное покрытие сковороды имеет декоративный эффект натурального камня. Ручки изделий в этой серии изготовлены с применением материала Soft touch.

www.nmp.ru



Магия цирка от Alessi



Компания Alessi представила новую коллекцию **Circus**, созданную дизайнером Марселем Вандерсом. В коллекцию вошли фарфоровая и металлическая посуда, емкости для хранения продуктов и разнообразные аксессуары для кухни, декорированные яркими цветами и геометрическими орнаментами.

www.alessi.com



«Кошачья симфония» в компании ENS-Group

Компания ENS-Group пополнила ассортимент новой коллекцией доломитовой посуды «Кошачья симфония». В серии представлены банки для сыпучих продуктов, подставки под ложку и для столовых приборов, масленки, наборы для специй, сахарницы, салфетницы, медовницы, салатники и блюда, чайники и кружки. Посуда представлена в подарочной упаковке.

www.ens-group.com

Коллекция подносов «Мое Жостово. Сезоны»

Жостовская фабрика декоративной росписи представила новую коллекцию кованых подносов «Мое Жостово. Сезоны», созданных совместно с дизайнером-декоратором **Юлией Герасимовой**. Источником вдохновения для нового дизайна жостовских подносов послужили любимые цветы из собственного сада дизайнера.



Новинки лицензионной посуды «Смешарики»

Компания **«МФК-Профит»** сообщила о поступлении лицензионной посуды «Смешарики». В наборе «Смешарики» – кружка 240 мл, миска 18 см и тарелка 19 см. Изделия изготовлены из керамики, представлены в подарочной упаковке. Фляжка объемом 400 мл с лентой изготовлена из пластика.



Чудесного Нового Года

С НОВОЙ
КВАДРАТНОЙ
КОЛЛЕКЦИЕЙ
ПОСУДЫ ОТ



Лысьвенского завода
эмалированной посуды

lpec.ru

+73424930758
sale@lpec.ru

Идеи подарков **WALMER** к 23 Февраля и 8 Марта

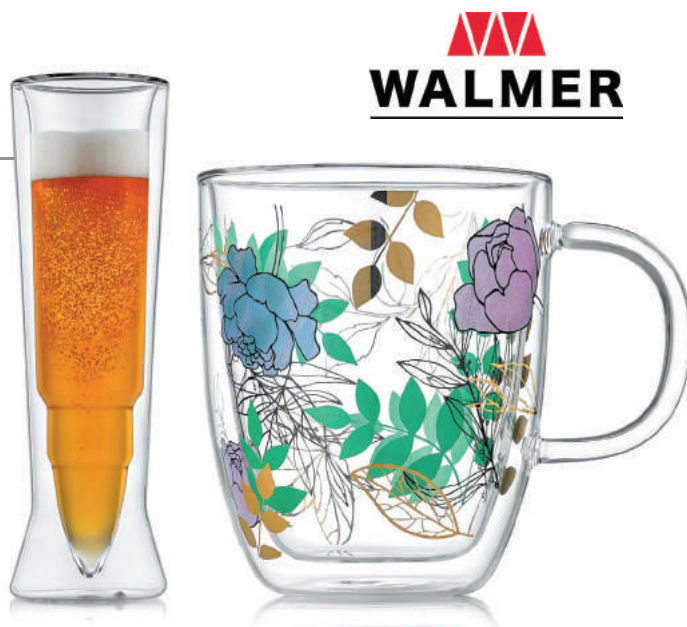
Кружка с романтическим цветочным узором и стакан-пуля – две новинки, которые английский бренд WALMER привозит в Россию специально к праздникам 23 Февраля и 8 Марта.

Оба предмета сделаны из термостекла, которым славится бренд.

В случае с кружкой оно не даст напитку остывать, а в случае с пивным бокалом – напротив, не даст содержимому утратить прохладу! Кроме того, на двустенной посуде никогда не появится конденсат – это тоже свойство термостекла и для пивного бокала оно неоценимо, мокрых следов на столе не останется!

Яркий запоминающийся дизайн обещает сделать эти два предмета хитами грядущего сезона подарков. В продаже кружка и бокал появятся уже в начале января.

www.walmer-cookware.com



Ташкентский фарфоровый завод возобновил работу

Президент Узбекистана **Шавкат Мирзиёев** посетил Ташкентский фарфоровый завод. В июне прошлого года он поручил возродить обанкротившееся производство. Завод, введенный в строй в 1952 году, выпускал чайники, пиалы, касы, блюда, тарелки, кувшины и сувениры в национальном стиле. После приватизации завода производство прекратилось.

Реализация нового проекта оценена в 87 млрд сумов. Неиспользуемые объекты были реконструированы, построены дополнительные здания, установлено оборудование китайской компании Huanggang Huayao Zhongbo

Kiln Technology. Завод способен выпускать в год 30 млн единиц кухонной утвари, сувениров, элементов внутреннего декора. Продукция завода, как ожидается, будет экспортироваться в страны ближнего зарубежья.

По материалам www.gazeta.uz



Новый заварочный чайник от ТМ Apollo

В ассортименте ТМ Apollo появился заварочный чайник **Morgentau** объемом 1100 мл. Колба выполнена из боросиликатного стекла. Силиконовый уплотнитель помогает сохранить напиток горячим и удерживает крышку при наливании. Чайник оснащен стальным ситом.

www.apollogenio.ru





Сковороды-менажницы от Nordic Ware

Компания Nordic Ware (США) представила новую линейку разделенных сковород **Divided Pans** 2-в-1 и 3-в-1, которые подойдут для экономии времени при приготовлении блюд и мытье посуды. Корпус изготовлен из литого алюминия. Сковороду можно использовать на электрических, газовых и керамических плитах.

www.nordicware.com

«Арктический» хрусталь

Гусевской хрустальный завод имени Акима Мальцова представил новинку – набор хрустальных бокалов «Арктика».

www.ghz.ru



Новые сковороды в компании «Клен»

Ассортимент кухонного инвентаря компании «Клен» пополнился новыми сковородами из нержавеющей стали – блинными и с высоким бортом. Технология Tri-Ply, реализованная при производстве этих сковород, позволяет добиться эффекта томления в посуде с высоким бортом. Внутренний и внешний слой корпуса состоят из нержавеющей стали, между ними расположен слой алюминия. Изделия имеют антипригарное покрытие от швейцарской компании **ILAG**.

В каталоге представлены:

5 размеров блинных сковород – 120, 160, 200, 240 и 280 мм;
5 размеров сковород с высоким бортом – 200, 240, 280, 320, 340 мм.

www.klenmarket.ru





Чаши из скорлупы натурального кокоса коллекции Art-Organic – новинка от бренда **Oriental Way**



Кокосовые пиалы – это не только эстетично, но и экологично. Каждая чаша уникальна, имеет индивидуальную форму и природный рисунок внешней поверхности.

Вы не найдете двух одинаковых, ведь они созданы самой природой. Изделия тщательно отполированы, внутренняя поверхность декорирована и покрыта безопасным пищевым лаком.

Посуда предназначена для сухих продуктов, таких как конфеты, орешки и сухофрукты, снеки и многое другое.

Оригинальная сервировка стола или декоративное оформление дома красочными пиалами станет удовольствием для истинных ценителей бытовой эстетики.

Яркая палитра, природные мотивы создадут настроение и добавят сочных тропических красок в обычный день.

ООО «Восточный путь», www.orientalway.ru,
+7 (495) 926-14-52, info@orientalway.ru

В Армении открылся завод по производству керамической посуды

7 ноября премьер-министр Армении Никол Пашинян принял участие в церемонии открытия завода **Ceramisia**, который был основан в рамках совместного инвестиционного проекта концерна Multi Group и итальянского холдинга по производству керамогранита. Об этом сообщает пресс-служба правительства. Инвестиции составят 30 млн евро и будут носить постоянный характер.

Холдинг **Italian Stoneware** занимается производством керамической посуды, гостиничным бизнесом и строительством новых зданий. Особенность Ceramisia – глина, из которой изготавливается посуда, отличающаяся своей прочностью и долговечностью, благодаря чему ее называют керамогранитом; этот материал является экологически чистым и может использоваться в микроволновой печи.

Керамическая посуда, произведенная в Армении, будет экспортироваться в разные страны под лозунгом «Сделано в Армении с итальянским дизайном».

По материалам arka.am



Идеально для джина

Торговая марка **Eva Solo** выпустила новинку – бокал для джина, дизайн которого был разработан в сотрудничестве с экспертами по джину. Выдувное стекло.

www.evasolo.com





Новинки WILMAX

Популярные коллекции столовых приборов WILMAX – Stella, Julia и Ilona стали доступны к приобретению на блистерах. Их сложно будет не заметить на полках специализированных магазинов, ведь блистеры отличаются стильным, ярким, современным и запоминающимся дизайном. Все столовые приборы WILMAX прочны, устойчивы к коррозии, деформации и притуплению. Они изготовлены из высококачественной нержавеющей стали марки 18/10, безопасны и комфортны для использования. А золотое износостойкое покрытие, выполненное современным методом вакуумного напыления, позволяет приборам серии Stella Gold и Julia Gold выдерживать интенсивное использование и частое мытье в посудомоечной машине.

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

wilmax.uk | sales@wilmax.ru



Революционная линия TITANIUM PRO от ТМ Kukmara

Осенью прошлого года ТМ Kukmara представила революционную для российского рынка линию профессиональной посуды TITANIUM PRO, разработанную с расчетом на интенсивное использование на предприятиях общественного питания. В течение года наши кастрюли и сковороды-жаровни использовались на кухнях многих ресторанов и кафе и завоевали уважение шеф-поваров своим удобством и «неубиваемостью». Оценили TITANIUM PRO и обычные

покупатели, которым пришлось по душе удобство квадратных форм и износостойкость покрытия, совместимого даже с металлическими лопатками. Наряду с положительными отзывами от наших клиентов все чаще стал поступать вопрос, почему в ассортименте TITANIUM PRO нет обычных круглых сковород.

Ассортимент сковород линии TITANIUM PRO включает в себя изделия самых популярных диаметров: 24, 26 и 28 см. Покупатели могут выбрать по своему желанию сковороды с фиксированными или со съемными ручками. И в том и в другом случае ручки выполнены из жаростойкого бакелита и учитывают эргономические особенности строения руки человека.

<http://posudka.ru/>

Компактная кухонная машина от VITEK

ТМ VITEK представила новую модель компактной кухонной машины. Устройство совмещает в себе функции блендера и миксера. При помощи трех насадок с «планетарным» вращением можно замешивать тесто, готовить пиццу, супы, смузи, пюре и многое другое. В модели предусмотрена технология **Direct Drive** – вращение мотора передается на насадки напрямую, обеспечивая оптимальное энергопотребление и делая машину максимально компактной. Съемная чаша из нержавеющей стали объемом 4 л позволит подготовить сразу большое количество ингредиентов для дальнейшего приготовления блюд. Чаша оснащена прозрачной крышкой с окном для добавления ингредиентов во время работы. Безопасность и устойчивость прибора на поверхности стола обеспечивают прорезиненные нескользящие ножки.

www.vitek.ru





Формы для выпечки с деколью

Компания «НИКИС» выпустила новые модели разъемных антипригарных форм с деколью. Новинки дополнили линию продукции под торговой маркой Goodham.

www.nikis-product.ru

Сеть Cookhouse выставлена на продажу

Владельцы компании **Ideas4Retail**, которая развивает в России магазины игрушек **Hamleys** и точки по продаже кухонных принадлежностей **Cookhouse**, начали поиск покупателей на весь бизнес. Собственники предпочитают продать весь бизнес одному покупателю, но готовы рассмотреть продажу каждой из сетей по отдельности. **Cookhouse** – собственный бренд Ideas4Retail, под которым работает восемь магазинов в Москве и Санкт-Петербурге. В этом году сеть должна получить 198 млн руб. выручки и 48 млн руб. убытка по EBITDA. В 2020 году оборот Cookhouse может вырасти до 249 млн руб., а убыток по EBITDA – сократиться до 11 млн руб., говорится в презентации компании для потенциальных инвесторов.

По материалам «Коммерсантъ»

Лаконичная новинка от TM Taller

Ассортимент ножей TM Taller пополнился новым набором «**Лукас**» из 6 предметов. Лезвия ножей изготовлены из стали марки 420S45, кромка устойчива к притуплению. Все ножи отлично сбалансированы и удобно ложатся в руку.

Стильный, но лаконичный дизайн придется по вкусу любителям стиля хай-тек.

www.taller.ru



Рельефная «Грация» в магазине Myatashop

Новая серия посуды из костяного фарфора «Грация» пополнила ассортимент магазина Myatashop. Отличительными особенностями данной серии являются окантовка золотистого цвета, рельефная поверхность с геометрическим и цветочным орнаментом и нежный цветочный рисунок. Допускается только мытье вручную.

www.myatashop.ru

В стиле детской иллюстрации

В серии «Театралы» дизайнер Императорского фарфорового завода Арина Рад изображает хозяев предстоящего года в ярких, роскошных стилизованных костюмах, дополненных богатыми аксессуарами, тем самым желая всем благополучия и достатка. Декор, выполненный в стиле детской иллюстрации, отличается разнообразной и насыщенной палитрой красок.

www.ipm.ru



Чайник-молочник от Arcoroc

Новинка французской компании Arcoroc появилась в ассортименте компании «Мастергласс». В заварочном чайнике серии **Restaurant** объемом 325 мл можно не только заварить чай или кофе, но также воспользоваться им в качестве молочника. К чайнику разработана специальная крышка, благодаря которой изделия можно штабелировать, что поможет сэкономить место на кухне и за барной стойкой.

www.masterglass.ru



Новинки от Фарфора Белой Руси

Добрушский фарфоровый завод представил новую коллекцию столовой посуды «**Монстера**». В коллекцию вошли кружки, салатники и тарелки разных размеров, декорированные крупным растительным рисунком. Также завод выпустил коллекцию «**Универсал**» с декором «в широкую полоску». В таком же декоре представлены и кружки формы «**Джойс**» и «**Эльза**».

www.dfz.by



НА ФОТО:

Бокалы

из совместной
коллекции

WILMAX и Юлии
Высоцкой

Wilmax
ENGLAND



Узнайте больше
о коллекциях
WILMAX!



MERRY
Christmas
AND Happy New Year!

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы	НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ	Время и организаторы
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА ЮЖНОГО УРАЛА 2019 выставка-ярмарка товаров народного потребления и новогодних подарков Челябинск	05.12.19 08.12.19 Дворец спорта «Юность»/ЮУКВЦ «Экспочел»	НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА В ИЖЕВСКЕ 2019 всероссийская универсальная ярмарка Ижевск	25.12.19 29.12.19 Павильон «Б»/ Выставочный центр «Удмуртия»
PRESENT EXPO 2019 новогодняя выставка Екатеринбург	05.12.19 11.12.19 ООО «Союз ПромЭкспо»	К НОВОМУ ГОДУ! 2019 праздничная ярмарка Челябинск	26.12.19 29.12.19 Дворец спорта «Юность»/ ООО «Первое выставочное объединение»
ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА Выставка-ярмарка народных художественных промыслов России Москва	11.12.19 15.12.19 АНХП России	НОВОГОДНИЕ И РОЖДЕСТВЕНСКИЕ ПОДАРКИ 2019 выставка-продажа Москва	26.12.19 29.12.19 ТВК «Йишинка»/ «Амскорт Интернэшнл»
НОВОГОДНЯЯ ВЫСТАВКА. БЕЛГОРОД 2019 межрегиональная выставка-ярмарка Белгород	11.12.19 14.12.19 ВК «Белэкспо центр»/ Белгородская ТПП («Белэкспо центр»)	НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК 2020 выставка-ярмарка новогодней атрибутики и товаров народного потребления Хабаровск	26.12.19 29.12.19 Легкоатле- тический манеж стадиона им. В.И. Ленина/ООО «Хабаровская Международная Ярмарка»
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА. КАЗАНЬ 2019 универсальная ярмарка товаров и услуг Казань	11.12.19 14.12.19 ВЦ «Казанская ярмарка»/ОАО «Казанская ярмарка»	GIVING & LIVING 2020 выставка товаров для дома, сувениров и туристической продукции Великобритания, Эксетер	12.01.20 15.01.20 Westpoint Exhibition Centre/ Hale Events Ltd.
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА. КАЛИНИНГРАД 2019 межрегиональная выставка-ярмарка Калининград	11.12.19 14.12.19 «Балтик-Экспо»	MAISON & OBJET PARIS (M&O) JANUARY 2020 международный салон интерьерного дизайна, предметов декора и подарков Франция, Париж	17.01.20 21.01.20 Paris Nord Villepinte/SAFI
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА. КРАСНОЯРСК 2019 выставка-ярмарка Красноярск	11.12.19 15.12.19 МВДЦ «Сибирь»/ВК «Красноярская ярмарка»	ЗИМНЯЯ ЯРМАРКА. ЧЕЛЯБИНСК 2020 Челябинск	30.01.20 02.01.20 Дворец спорта «Юность»/ЮУКВЦ «Экспочел»
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА. УФА 2019 выставка-продажа Уфа	18.12.19 20.12.19 ВК «ВДНХ- Экспо»/ООО «Башкирская выставочная компания»	НЕВСКИЙ ЛАРЕЦ 2020 Международная выставка-ярмарка народных художественных промыслов и ремесел Санкт-Петербург	07.02.20 09.02.20 КВЦ «ЭкспоФорум»/ «ЭкспоФорум- Интернэшнл»
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА. РОСТОВ 2019 выставка-ярмарка Ростов-на-Дону	18.12.19 22.12.19 КВЦ «ДонЭкспо центр»	AMBIENTE FRANKFURT 2020 Ярмарка товаров народного потребления Германия, Франкфурт	07.02.20 11.02.20 Messe Frankfurt/ Messe Frankfurt Exhibition GmbH
РОЖДЕСТВЕНСКИЙ БАЗАР. СОЧИ 2019 выставка-ярмарка Сочи	19.12.19 22.12.19 Гранд Отель «Жемчужина»/ВК «СОУД»	HoReCa Expo Athens 2020 Международная выставка индустрии гостеприимства Греция, Афины	07.02.20 11.02.20 M.E.C. – Metropolitan Expo Centre/Forum S.A.
НОВОГОДНЯЯ КАРУСЕЛЬ 2018 межрегиональная выставка-ярмарка Владимир	25.12.19 28.12.19 Владимирский Экспоцентр/ТПП Владимирской области	ЯРМАРКА ПОДАРКОВ 2020 Ярмарка подарков Калининград	14.02.20 16.02.20 «Балтик-Экспо»
ИНДУСТРИЯ ПРАЗДНИКА. САРАНСК 2019 специализированная выставка Саранск	25.12.19 29.12.19 Мордов экспоцентр/ ООО «Мордов экспоцентр»	TABLE & KITCHENWARE EXPO SPRING 2020 Выставка посуды и кухонных принадлежностей Япония, Тиба	20.02.20 22.02.20 Makuhari Messe – Nippon Convention Center/Reed Exhibitions Japan Ltd.



HOUSEHOLD EXPO

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

24 – 26 МАРТА 2020

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Всё, что дома пригодится!

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

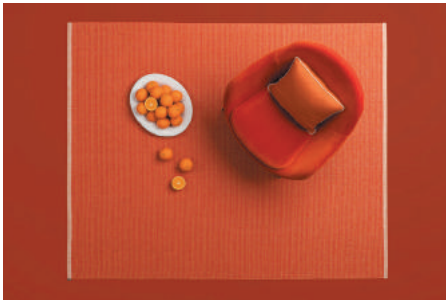
СТОЛОВАЯ ПОСУДА • КУХНЯ • ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ • БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
БЫТОВАЯ ХИМИЯ • СВЕТ • ТЕКСТИЛЬ • ПОДАРКИ

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

Позиция HOMI

HOMI
THE LIFESTYLE
TRADE FAIR

HOMI – это понятие, скрывающее в себе множество смыслов. Буква «О» воплощает круг, который охватывает и символически создает вокруг человека кокон, включая его пространства и привычки, в то время как MI – это напоминание о Милане. HOMI станет единой крупной экспозицией начиная с января 2020 года. HOMI The Lifestyle Trade Fair, которая продемонстрирует последние тенденции и стили дома, будет работать в Fiera Milano с 24 по 27 января 2020 года.



Справка: HOMI 2019, 11-я выставка стиля жизни от Fiera Milano, собрала более 80 тыс. специалистов из более чем 90 стран, в основном из России 605 (+60%), Испании, Швейцарии, Китая, Франции и Японии. США удвоили количество покупателей на выставке, достигнув показателя 240; за ними последовали Германия и Япония, которые зафиксировали +40 и +20% по сравнению с 2018 годом соответственно; представители Бахрейна, Норвегии, Тайваня и Узбекистана посетили HOMI впервые.

Мероприятие укрепит позиции HOMI как европейской платформы качественного дизайна и инноваций со всесторонним и тщательно отобранным, ориентированным на качество выбором продуктов, охватывающих украшения, посуду, кухонные

принадлежности, текстиль, ароматы, подарки и праздничную зону. Также на выставке будут представлены исторические, консолидированные бренды наряду с новыми дизайнерскими разработками.

И последнее, но не менее важное: на HOMI будет работать с 22 по 26 января Festivity area, которая будет сосредоточена на изделиях традиционных праздничных периодов и других больших мероприятий, рождественских украшениях и подарках, занимающих центральное место в экспозициях.

По всем вопросам по поводу участия или посещения пишите:
nicoletta.casali@fieramilano.it
www.homimilano.com



ЖИВИТЕ

РЕКЛАМА



HOMI

THE LIFESTYLE TRADE FAIR

24-27.01.2020



Festivity 22-26.01.2020

fieramilano

homimilano.com



Новогодняя палитра

Ежегодно редакция журнала предлагает подборку актуальной новогодней сервировки. Главная цель праздничной сервировки – создание атмосферы праздника и уюта. Поэтому всегда важное значение уделяется украшению новогоднего стола.

Главная цель редакции – публикация основных трендов новогодней сервировки, знакомство с предлагаемыми коллекциями и создание праздничной атмосферы в компаниях.



ЦВЕТОВАЯ ГАММА ПРАЗДНИКА

По восточному календарю 2020 год принадлежит Белой Металлической Крысе. Крыса – животное домашнее, семейное, скрупулезное и пунктуальное, поэтому стол должен выглядеть лаконично, без лишнего пафоса и декора. Цветовую гамму лучше выбирать белых, серебристых, металлических и серых оттенков,

также их ближайших пастельных оттенков-компаньонов: слоновой кости, дымчато-серых цветов, серо-голубых, бледной лаванды или розового айвори. Также главным трендом приходящего года считается ментоловый оттенок. Льняные салфетки или раннер (дорожка) перечисленных цветов будут роскошно смотреться на белоснежной скатерти.

ПОСУДА

Идеально новогодний стол сервировать сервизом с новогодней символикой. Но если такового нет, то подойдет преимущественно белая, прозрачная или серебристая столовая посуда. Бокалы и тарелки должны гармонировать между собой. Фужеры и рюмки могут быть инкрустированы металлом. Эффектно и уместно будет смотреться посуда, украшенная серебристым узором, или с окантовкой серебристого, серого, изумрудного или морского оттенков, или оттенков-компаньонов, указанных выше.

На яркой скатерти и в окружении цветных салфеток будет неплохо смотреться белая посуда, тем более что этот цвет соответствует символу наступающего года. Отличным выбором станет качественный фарфор – его хрупкость и элегантность подчеркнут сказочное убранство праздничного стола. К белоснежной скатерти подойдет любая посуда с подходящим орнаментом. Хороший вариант – посуда тематическая, с контурами хвои, елок, снеговиков или снежинок. При этом декор должен быть спокойным и качественно исполненным.

Вариант новогодней сервировки предлагается в премиум- и в эконом-вариантах.

Компания «Анна Лафарг» великолепно и профессионально подготовилась к Новому году, предложив для своих почитателей несколько интересных коллекций. Новогодний ассортимент представлен в премиум-сегменте, среднем и среднем плюс. Это обеденный сервиз «Престиж» из костяного фарфора, фарфоровая посуда современной формы и с рельефной поверхностью из коллекции Home & Style, сервиз «Бостон Голд» (Anna Lafarg Emily) и др. В связи с трендом сезона – ментоловым цветом – в этом году идеальным вариантом для сервировки новогоднего стола будет столовый сервиз из костяного фарфора «Прикосновение» от Narumi (компании Anna





Lafarg, Vazaro). Компания Esprado предложила аналогичный сервиз коллекции Arista. Столовая посуда Arista Blue названа в честь первой правящей династии королевства Наварра в Северной Испании и выполнена в благородном голубовато-ментоловом оттенке этого года. Эта коллекция позволит создать за столом изысканную атмосферу без лишней вычурности, следуя тенденции символа этого года – Белой Металлической Крысе.

Экономвариант предлагает компания Arg. Белый столовый сервиз HARENA BLACK & WHITE (бренд Luminar) из 18 предметов (6 персон) обойдется менее чем 2000 руб. (цена варьируется в зависимости от поставщика). Качественная, проверенная временем стеклокерамика легко моется, не бьется, на Новый год ее не страшно использовать в любой, даже в самой «горячей» компании. Белый колер подходит для любого интерьера. Украсить стол можно за счет использования различного новогоднего декора.

СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ

К выбору столовых приборов также нужно подойти ответственно. К любому праздничному столу уместны приборы одинаковые, без изысков, чтобы гости чувствовали себя комфортно и приятно.

Металлические столовые приборы следует поместить в белые или серебристые сервировочные салфетки.

Компания-дистрибьютор «Биби-хауз» предлагает большой выбор продукции к Новому году, в том числе столовые приборы из нержавеющей стали Herdmar (Португалия) коллекции «Богемия» по цене чуть выше 3000 руб. (за набор). На волне тенденций в 2020 году востребованы пастельные цвета. В этой связи уместна коллекция Siena (страна-производитель Италия, компания Domus) с акриловой вставкой нежного розового оттенка. Стоимость таких наборов на 6 персон около 18 тыс. руб. (в зависимости от партии и сроков поставки).

БОКАЛЫ

Новый год не обходится без новогоднего бокала шампанского. Бокалом шампанского мы Новый год встречаем и им же провожаем. В настоящее время на рынке предлагается огромное количество вариантов фужеров, бокалов и рюмок для шампанских и других вин и крепких напитков. Они делятся на 2 основных вида: хрустальные и стеклянные. Некоторые люди предпочитают первый тип, другие – второй.

Стекло, хрусталь имеют свои плюсы и минусы. Более нарядно выглядят хрустальные бокалы, но и существующие на рынке изделия из бесцветного кристаллина тоже украшают праздник, смотрятся стильно, красиво и модно. Отечественный хрусталь представлен в основном Гусь-Хрустальным заводом имени Мальцова, в премиум-сегменте великолепные изделия предлагаются под брендом Avdeev Kristal. Последние выполнены итальянскими дизайнерами, модных форм и решений.





Компания Pasabahce предложила интересный вариант новогодней сервировки стола бокалами серии Elyzia. В этой коллекции предлагаются все доступные формы бокалов, которые могут пригодиться на новогоднем ужине.

ДЕКОР СТОЛА. ТЕКСТИЛЬ

Скатерть в новогодней сервировке играет роль холста, на который опытный художник накидывает краски. Скатерть подбирается под столовую посуду. Исключение: если новогодний сервиз достаточно простой и не дорогой, то украсить его должна именно скатерть. Цвет и узоры на ткани должны хорошо сочетаться с остальными деталями сервировки. Идеальный вариант – использование новогодней скатерти с тематическим декором.

По желанию можно не стелить скатерть. Например, использовать только салфетки или раннеры. Вместо раннеров можно сервировать стол блестящей бумагой или фольгой (но это уже hand made). Профессиональные варианты выглядят на столе гораздо интереснее. Испанская компания Texia создает оригинальные аксессуары My Drap для сервировки стола. Благодаря постоянному внедрению инноваций My Drap – это лучшее качество, уникальный дизайн и разнообразные коллекции, которые обновляются каждый год. Салфетки упакованы в виде отрывного рулона с обширным выбором размеров, форматов, цветов и дизайна. Их можно стирать не менее десяти раз. Эти практичные и модные решения предлагает на рынке компания «Антарес Трейд».

Для каждого праздника – свой дизайн.

Вторая немаловажная деталь стола на Новый год – это индивидуальные салфетки. Они бывают подстановочные, то есть которые укладываются под тарелку, и обычные – для гостей под столовые приборы. Если первый вид используется по желанию хозяйки, то второй просто обязан находиться в легком доступе для гостей. Они бывают бумажные и тканевые. Бумажные салфетки дешевле и практичнее, не требуют стирки. В основном бумажные салфетки поступают на российский рынок из Китая. Более дорогой тканевый вариант выглядит более изысканно, но требует определенного навыка складывания.

Еще один вариант для «ленивых» и практичных хозяек – приобретение колец для салфеток. Это эстетично, но при этом просто. Компания «Сима Ленд» предлагает не только огромное количество вариантов декорирования из текстиля, но и бумажный вариант.

Блестящие столовые приборы, свечи в металлических подсвечниках, благородные тканевые салфетки станут правильными элементами сервировочного декора новогоднего стола.

В новогоднюю ночь – 2020 на столе будут уместны миниатюрные фигурки мыши или крысы. Поставьте по игрушке возле каждой тарелки, а по окончании торжества пусть каждый гость унесет сувенир домой – он принесет удачу в новом году и будет напоминать о вашем гостеприимстве.

На большом столе эффектно будет смотреться новогодняя композиция из еловых веток со свечами, шишками, игрушками, лентами и мишурой.



С Новым годом!



Emile Henry 
FRANCE

Секреты мастерства



В этом году, 3 декабря, в канун долгожданного Нового года, в уютной кулинарной студии «Вкусотеррия» состоялось уникальное и «вкусное» событие. Москву посетил владелец и президент компании Emile Henry – г-н Jean-Baptiste Henry. Команда «Антарес Трейд» организовала кулинарный мастер-класс на тему «Рождественский обед с Emile Henry».

В дружественной и непринужденной обстановке прошло знакомство с владельцем компании Emile Henry, г-ном Jean-Baptiste Henry, задавалось немало вопросов о продукции, о новинках, о производственной базе фабрики. Получив исчерпывающие ответы и прослушав доклад директора ООО «Антарес Трейд» Галины Быковой, гости перешли к познанию секретов мастерства приготовления блюд в великолепной керамической посуде Emile Henry.

На этот раз шеф-повар «Вкусотеррии» Максим Шитов предложил приготовить праздничные блюда по фирменным рецептам французской кухни: курицу с розмарином и нежными овощами и тажин из свежих и сушеных фруктов с мятой и карамелизированным медом.



Гостям также были предложены десерты в классических формах Emile Henry: чизкейк, шоколадный брауни, йогурт с мюсли и много других вкусностей.

Все гости оценили мастерство шеф-повара, отдав должное великолепным формам Emile Henry, в которых можно не только приготовить изысканные блюда, но и подать их к столу.

Все гости и коллеги получили заряд положительных эмоций и профессиональные советы от всех участников мероприятия.



Основные точки продаж

Новый год – самый любимый российский праздник и самая «горячая» пора для покупателей и продавцов. За этот короткий, но очень привлекательный период торговые точки надеются получить большую прибыль. На подготовку к празднованию Нового года народ тратит значительную часть декабрьского дохода, премии, «заначки» и часть сбережений. В период праздников проблема покупки подарков близким и любимым людям стоит довольно остро.

Где основные точки продаж? Определяет ли специфика и классификация магазина выбор подарка? Каково соответствие торговой точки качеству предлагаемой продукции?

Невзирая на предновогоднюю активность, ожидание взлета спроса на покупки к Новому году пока не оправдывается. Чтобы вернуться к докризисным объемам выручки, требуется настоящее чудо, в которое почти никто не верит. Но держим улыбку и работаем в существующих обстоятельствах. Финансовый кризис, подобно какой-то затяжной эпидемии,

покрыл почти все мировое пространство, Россия – не исключение.

Несомненное падение покупательской способности присутствует, поэтому все торговые точки прилагают максимум усилий для привлечения покупателей, рынок сам регулирует покупательский поток. В какую сторону он направлен?



ПОРТФЕЛЬ РАСПРОДАЖ

В зависимости от специфики магазина маркетологи определяют круг товаров для расширения ассортимента своего магазина. Появление особых новогодних коллекций (елочные украшения и елки, подарочные наборы, сувениры и т.д.) создает праздничное новогоднее настроение. Даже если покупатель не совершит покупки в этот раз, он задержится, чтобы посмотреть представленные новогодние товары, прикинет, что кому он мог бы подарить. Покупатели, привлеченные «праздничным» товаром, обычно совершают и другие спонтанные покупки.

Расширяя ассортимент, нужно представить на прилавки новинки, необычные товары, такие, которых не было в прошлом году и которые не повторяются в соседних магазинах. Хотя большую часть добавочного ассортимента должны составлять традиционные новогодние «подарочные» товары.

Новогодний ассортимент – товар сезонный, его надо выставлять заранее, в октябре-ноябре, и представленный ассортимент будет рассмотрен и оценен намного внимательнее, чем в конце декабря, когда у покупателей в глазах рябит от многообразия.

Минэкономразвития опубликовало отнюдь не радостный прогноз, который предполагает рост ВВП в следующем году на 1,4%, рост реальных зарплат – ниже 1%, а инфляцию выше 4%.

Эксперты отметили, что по итогу 2019 года покупательская способность граждан скатится вниз ориентировочно на 800 млрд руб. А это значит, что цены могут вырасти даже на социально значимые товары, граждане будут меньше приобретать, а все больше экономить (<https://zen.yandex.ru/media>).

В первую очередь снижение покупательской способности на себе почувствуют сетевые ретейлеры – средний чек снизится еще больше, чем в прошлом году. Прибыль предприятий в среднем упадет на 5,8% в год. Соответственно, бизнес начнет экономить на своем развитии, на росте зарплат, начнут сокращать численность работников.



ПРОПИСНЫЕ ИСТИНЫ. ЧТО ДОЛЖЕН ЗНАТЬ ПРОДАВЕЦ?

Для посуды и аксессуаров премиальных марок выбираются специальные материалы, многие из которых создаются на основе собственных запатентованных разработок.

Если это нержавеющая сталь, то она может быть высокоуглеродистой, с особым содержанием никеля и хрома, молибдена и ванадия. Каждый элемент в составе стального сплава отвечает за те или иные характеристики. Особый случай – дамасская сталь, которая куется обкладками в несколько десятков слоев (вплоть до 100 и более) и имеет характерный «слоистый» узор. Премиальный фарфор, за счет своего уникального состава, может отличаться непревзойденной прочностью и белизной. Также часто используются комбинации материалов (многослойная структура), что обеспечивает максимально равномерный нагрев и сохранение тепла в сочетании с деликатным приготовлением.

Ошибочно полагать, что посуда класса люкс непременно должна быть вычурной и оформлена с особым шиком. Действительно, в классических линейках часто используются инкрустации из золота и серебра и другие характерные дорогие элементы. К примеру, роскошный фарфор Wedgwood или элитный Rosenthal. Но в то же время посуда и принадлежностью от премиальных марок отличаются максимально продуманным дизайном и отличной эргономикой. Иногда оформление может быть предельно лаконичным, но вы безошибочно разглядите за этим внешним аскетизмом безупречно выверенные детали, гармоничный силуэт и идеальный баланс. Таковы, например, бокалы RIEDEL или фарфор Augarten. Главное здесь то, что даже самый скромный с виду дизайн в случае с премиальными марками является авторским и уникальным, что приводит даже к его копированию.

Благодаря многообразию вариантов дизайна, всевозможным цветовым решениям, а также самым различным формам – от лаконичных до изысканных – фарфоровая посуда на протяжении столетий остается фаворитом для рестораторов высокого уровня. Кроме того, посуда из фарфора экологична, гигиенична и удобна в использовании. Для напитков, а также некоторых блюд в дорогих ресторанах используется посуда из высококачественного стекла и хрусталя.



Представляя в любом магазине среди всего прочего новогодние украшения, учтите, что в небольших магазинах покупатели ожидают найти привычный недорогой товар. В торговых центрах, расположенных в элитных районах города, могут пользоваться успехом более дорогие украшения и подарки.

ТОЧКИ ПРОДАЖ ПОСУДЫ И ОСОБЕННОСТИ КАТЕГОРИЙ ПОСУДЫ

Точки продажи посуды условно разделены на специализированные магазины, торговые сети, где продаются товары разных категорий и ценовых сегментов, и рыночную торговлю.

- Специализированные магазины посуды (например, «Дом Фарфора», PosudaMart, сеть магазинов «Императорский фарфоровый завод», «Дом Маркет» и т.д.), где продается посуда среднего плюс и высокого ценового сегмента. Великолепно подготовлены к Новому году магазины сети KUCHENLAND.

- В крупных торговых сетях («Ашан», «Метро», «Наш Дом», «О'Кей», «Лента» и др.) продается посуда среднего ценового сегмента. Хотя в «Метро» встречаются наборы от RIEDEL, что очень удивительно, так как эта марка премиального сегмента.

- В строительных магазинах, в сетях «Икеа», «Леруа» и других, в магазинах хозяйственных товаров шаговой доступности предлагается посуда среднего ценового сегмента.

ПРЕМИУМ-КЛАСС

Клиенто-ориентированность магазина зависит, прежде всего, от кошелька клиента и его вкусовых предпочтений.

Посуда премиум-класса продается в специализированных магазинах, например, «Дом Фарфора», «Императорский фарфоровый завод». В большей степени магазин посещают постоянные клиенты, на которых и рассчитываются основные позиции. Это посуда из высококачественного фарфора или хрусталя (бессвинцового хрусталя) известных зарубежных или отечественных марок. Цена варьируется: начинается от 2000 руб. и достигает 100 тыс. руб. за единицу товара.

ВАРИАНТ БИЗНЕС-КЛАССА

Наибольшей популярностью у покупателей пользуется посуда категории бизнес. Она продается, как правило, в небольших специализированных секциях крупных торговых сетей и отличается лаконичным дизайном и сравнительно невысокой





стоимостью. Она традиционно применяется в домашнем обиходе, в недорогих ресторанах, небольших кафе и барах среднего класса. В категорию бизнес входит фарфоровая и керамическая посуда, зачастую яркого привлекательного дизайна, но не такая изысканная, как посуда премиум-класса. Столовые приборы из нержавеющей стали классического дизайна, без затейливых украшений и использования драгоценных металлов, функциональны и просты. Очень важно при этом, что сохраняется устойчивое соотношение цены и качества. Цены на столовые сервизы варьируются от 4000 руб. (производство ЮВА) до 15 тыс. руб. Эти магазины наиболее посещаемы покупателями среднего

класса. Огромное значение имеют продавцы этих торговых площадок, так как в основном здесь выставляется посуда одного поставщика и продавцы работают в премиальной системе от продаж.

ЭКОНОМКЛАСС

Следующий тип посуды, продаваемый как в розницу, так и оптом, это посуда категории эконом. Это недорогая фаянсовая или керамическая посуда, самая непретенциозная, без изысков. Такую посуду предлагают в основном неизвестные производители из стран Юго-Восточной Азии и отечественные производители. Такую посуду оптом закупают заведения экономкласса, такие как кафе самообслуживания или улич-

ные кофейни. Основные точки продаж этой категории – сетевые маркеты, где она продается вместе с другой продукцией.

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА

Также относится к экономварианту. Но есть исключения, когда предлагается одноразовая посуда из меламина высокой категории (европейские коллекции или продукция ЮВА). Давно и прочно вошла в обиход пластиковая одноразовая посуда, используемая покупателями для проведения различных мероприятий за пределами дома. Требования и скорость текущего времени диктуют устойчивый спрос на пластиковую и одноразовую посуду.

Точки продаж и классификация посуды – это, с одной стороны, условность, с другой – ярко выраженная специфика торговли. Разделение посуды на категории в основном зависит от качества и дизайна продукции. Стоимость посуды и приборов может значительно различаться в зависимости от материала, бренда и дизайна. В случае с оригинальными решениями цена может многократно возрастать. Так, например, дизайнерские приборы из стали в сложном исполнении могут превышать по стоимости серебряные изделия. Интересные эксклюзивные решения продаются в бутиках и художественных салонах. Поставщику при выборе точки продажи нужно ориентироваться на покупательский поток, категорию поставляемой продукции и местонахождение точки.

Конечно, основные продажи происходят в крупных центрах, в которых помимо посуды и сопутствующих ей товаров предлагается широкий ассортимент продукции и услуг. Хотя и эти площадки не удовлетворяют потребности поставщиков, так как снижаются объемы выручки и постоянно меняются условия поставок. Сетевые центры предпочитают завозить изделия под своим собственным брендом. Но это уже другая история.



Место, где индустрия соединяется с

Инновациями и Вдохновением

Дифференцируйте ваше предложение и получите конкурентное преимущество, продвигая продукты, тенденции и идеи, которых еще нет на вашем рынке.

TheInspiredHomeShow.com

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

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

Открыть для себя: вдохновляющие новые идеи ритейла, мерчендайзинга и брендинга

Посетить: розничные сети мирового уровня, такие как Crate & Barrel, Williams-Sonoma и The Container Store



Novoye imya dlya

international
**home +
housewares
show**

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

14 - 17 Марта 2020 | Чикаго, США

Для бронирования отелей в рамках посещения The Inspired Home Show, пожалуйста, свяжитесь с onPeak, официальным партнером International Housewares Association: по телефону: +1 312 5277300, e-mail: housewares@onpeak.com

Посуда. Очевидное будущее

Подходит к завершению календарный год. Это особый период для всех участников посудного рынка. Во-первых, сезон продаж в самом разгаре. Во-вторых, нужно понять, какая посуда будет популярна в скором будущем, с чем выходить на рынок.



УПАКОВКА СТИМУЛИРУЕТ ПОКУПКУ

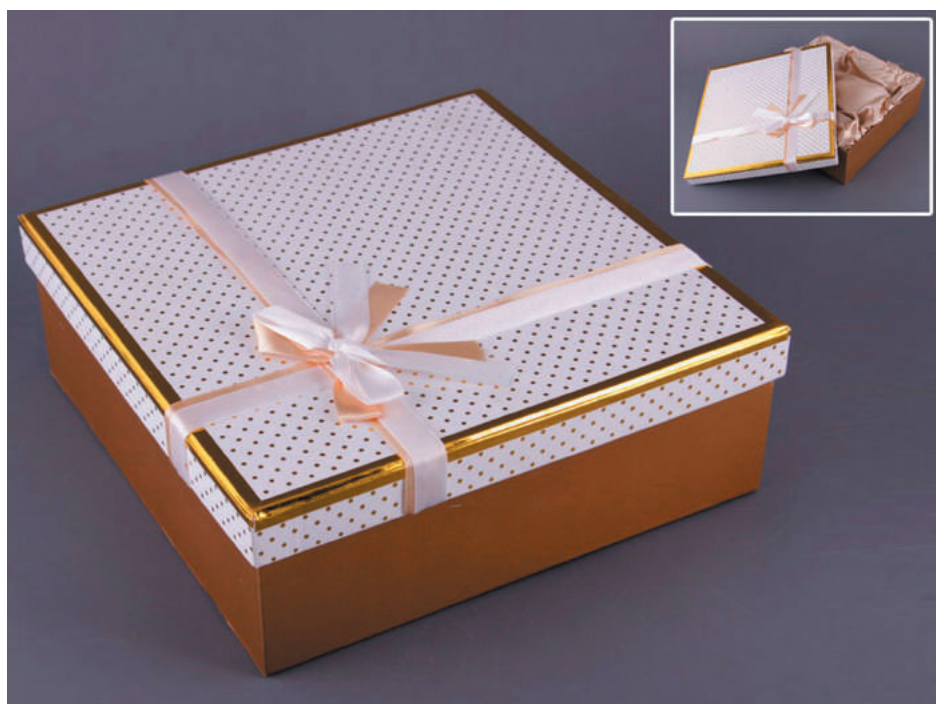
Бытовая утварь и, прежде всего, посуда – всегда востребована. У потребителей не бывает лишних кастрюль, ковшей, сковород, тарелок, блюдец. Разве не так? Поэтому посуду выгодно дарить. Она пригодится в каждом доме.

Любой ярко упакованный предмет посуды становится прекрасным подар-

ком. И не только в сезон праздников. Семейное торжество, корпоративные события – прекрасный повод преподнести красиво упакованную посуду в качестве подарка. Другими словами, посудный подарок всегда актуален, это трендовый товар. Стоит повысить статус изделия (например, предложить его в подарочной упаковке), и покупательская аудитория тут же проявляет к нему повышенный интерес.

Однако на рынке далеко не каждый предмет посуды реализуется в упаковке. Так, посуда экономкласса, как правило, не предполагает упаковку, если только это не транспортировочная обертка. Дело в том, что упаковка ведет к удорожанию товара и, как следствие, к снижению объемов продаж дешевой продукции.

Насколько упаковка недорогой продукции повышает ее цену и снижает к ней интерес покупателя? Этот вопрос был задан продавцу одного из посудных магазинов, в крупном подмосковном городе (по ряду причин наименование магазина и имя продавца не указывается). Ответ специалиста удивил. Оказалось, что с помощью актуальной упаковки, уровень продаж значительной части недорогой продукции возрос бы, даже если его цена стала бы выше. То есть интерес покупателя не только не снизился бы, а, наоборот, повысился бы! Подтверждением этому являются десертные розетки в том же магазине из ньюбона и различные кухонные аксессуары от неизвестного китайского производителя в привлекающей внимание упаковке, которые с успехом продаются ежедневно. В качестве второго подтверждения можно назвать упаковочный стол, на котором специалист все того же магазина превращает в подарок любой товар, упаковывая его ориги-





нальным образом в специальную оберточную бумагу. Подходить к этому столу сотруднику магазина приходится довольно часто, вне зависимости от дней государственных праздников. Следовательно, переход обычного товара в товар-подарок повышает спрос даже при условии неизбежного увеличения цены. Итог: в тренде – привлекательно упакованная посуда.

О ЦВЕТЕ НАЧИСТОТУ

Цвет посуды – это не только оттенок, это продающий посуду элемент. И это уже доказано. Посуда в модном цвете или с привлекательным рисунком провоцирует на покупку. И, наоборот, неактуальный оттенок или непривлекательный рисунок отталкивает потенциального покупателя. Однако, когда смотришь на список оттенков, бьющих рекорды популярности, по мнению специалистов от Pantone, понимаешь, что не все так просто, по крайней мере на отечественном рынке. По весьма простой причине. В невысоком и среднем ценовых сегментах посуды (именно здесь отмечается максимальное количество сделок) главное, чтобы оттенок соответствовал представлениям потребителя. А потребитель недорогой утвари часто не осведомлен о модных оттенках, его вкусовые предпочтения опираются на национальные традиции, детские воспоминания и пр. Другое дело – добавление ценности товару путем указания на его актуальный оттенок. Покупателю приятно приобретать посуду трендовых оттенков, но не более того. Умозаключения специалистов от Pantone интересуют конечного потребителя далеко не в первую очередь. И сегодня, чтобы угодить потребителю, в ассортименте должна присутствовать посуда классических оттенков, это тоже своего рода тренд.

НЕРЖАВЕЙКА ИЛИ ЭМАЛИРОВАННАЯ ПОСУДА?

Кухонная посуда из нержавеющей стали изначально более износостойкая, и за ней проще ухаживать. Поэтому ее цена при прочих равных условиях в сравнении с эмалированной

посудой выше. Но в ряде случаев покупатели предпочитают именно эмалированную кухонную утварь. И здесь его величество дизайн играет не последнюю роль. Дело в том, что рисунок на современных эмалированных кастрюлях или ковшах может стать тем драйвером продаж, о котором так мечтают поставщики и продавцы. Важно только найти тот самый рисунок, тот самый оттенок... Это не просто.

Продавцы говорят, что, как и в начале текущего года, эмалированная посуда лучше продается поштучно. Так что в тренде сегодня – эмалированная кастрюля (не набор!) с привлекательным рисунком. У посуды из нержавеющей стали все держится на исполнении. Качество материала, крепление ручек, толщина дна – все должно соответствовать высокому уровню. Покупатель не желает приобретать нержавеющую посуду сомнительного качества.

Подводя итог, покупателям следует делать упор на качественную





нержавею и привлекательные позиции в сегменте эмалированной посуды утвари.

В отношении литража изменений с прошлыми годами не наблюдается. Самый востребованный объем кастрюль 2,5-3 л.

КЕРАМИКА

Без керамики и посуды нет – гласит народная мудрость. Действительно, керамическая посуда известна с незапамятных времен. Сегодня она тоже является популярной. Прежде всего, вызывает покупательское любопытство керамика от известных фирм, покрытая цветной глазурью. В своем сегменте – это главный тренд. Керамика должна привлекать оттенком, блеском, оригинальным исполнением. Поэтому производители постоянно предлагают самые разнообразные оттенки и манеры исполнения. Кроме того, привлекает внимание керамика, выдерживающая перепады температур и готовая к использованию на открытом огне.

Сегодня керамики много. От аутентичных казанов до дизайнерских чайных и кофейных наборов. Стоимость керамической утвари зависит от степени внедрения в нее авторского дизайна и уровня исполнения. Ручное производство ценится намного выше машинного. Для керамики помимо привлекательного дизайна также очень важна упа-



ПИТЬЕВОЕ СТЕКЛО

Поскольку на рынке питьевого стекла России представлена в основном продукция двух гигантов – Pasabahce (ООО «Посуда», г. Бор, Нижегородская область) и Arc International (Опытный стекольный завод, Владимирская область), вопрос о покупательских предпочтениях изучен хорошо. Такие бренды не будут предлагать неинтересный товар. Но и здесь важно четко понимать, к какому ценовому сегменту относится изделие. Собственно, это

ковка, как подарочная, так и транспортировочная. Это следует обязательно учитывать.

ПОСУДА С АНТИПРИГАРНЫМ ПОКРЫТИЕМ

Это самый благодатный сегмент, поскольку такая посуда пользуется постоянным спросом. И этот спрос в ближайшие годы сохранится на прежнем уровне. Хозяйки примерно раз в два года покупают посуду с антипригарным покрытием. В первую очередь это касается сковород.

В какие-то периоды покупателей «антипригарки» привлекало разнообразие цветовых оттенков. Сегодня цветные сковороды продаются хуже, уже наметилась тенденция возврата к сковородам классических цветов: черному и серому. Также покупатель обращает повышенное внимание на наличие удобной ручки, поскольку сковороду постоянно нужно удерживать на комфорке. Несмотря на то что литые сковороды обходятся дороже, покупатели желают приобретать именно их. Так надежнее. Штампованные изделия и служат меньше, и пользоваться ими не так удобно. Так что в тренде все черное, удобное, износостойкое.





главное отличие, по которому продукция этих брендов поступает в торговые сети, где они продаются. Как ни странно, но покупатели предпочитают либо совсем недорогое стекло, либо эксклюзивную продукцию, которая используется в праздничных случаях.

Цветное стекло – отдельная тема. Если речь идет о питьевом цветном стекле для безалкогольных напитков, в том числе о детской посуде из цветного стекла, то здесь чем ярче и дешевле, тем лучше. Если же мы говорим о стекле для благородных напитков, то здесь есть нюансы. Стекло для марочной продукции должно быть бесцветным и правильной формы. То есть форма должна соответствовать содержанию бокала, фужера, рюмки, стопки и пр. Поэтому на упаковке должно быть обязательное указание на то, для какого именно напитка предназначено данное изделие. Для легких алкогольных напитков и ряда коктейлей стекло может быть цветным.




Украшение стекла тоже весьма важно. Нанесение рисунка, выделение граней, гравировка и прочее – должны соответствовать назначению емкости и соответствовать современному стилю.

ФАРФОР

Если говорить о трендовых направлениях в фарфоре, то, скорее всего, сохранится спрос на белый фарфор без рисунка. Фарфоровые посудные наборы будут интересовать покупателя только в качестве подарка. При этом дорогие подарки подразумевают фарфор от мировых

брендов (в первую очередь германских, японских, чешских). Относительно недорогой китайский фарфор тоже будет востребован, но его продажи будут сильно подвержены сезонному фактору.



В целом, что касается торговли, то, по прогнозам специалистов, в следующем году покупатели будут чаще расплачиваться за покупки домашней утвари банковской картой, заказывать покупки на дом (то есть увеличатся продажи в интернет-магазинах), покупать больше дешевых товаров; в торговых сетях увеличится количество товаров СТМ (при этом уже сократилось число зарубежных ретейлеров), проникновение федеральных сетей в регионы усилится (при этом нерентабельные точки продаж начнут оперативно закрываться), усилится процесс диджитализации; анализом рынка в скором будущем будет заниматься искусственный интеллект (последнее, правда, пока предположение, хотя и не лишнее оснований). 



Посуда продается под Новый год без изменений

Предновогодние продажи посуды в сетевом ретейле столичного региона слабо отличаются от продаж в обычные дни. К такому выводу приходишь сразу после посещения «Глобуса», «Метро» и других федеральных гипермаркетов. Да и менее масштабные розничные точки продаж домашней утвари в своем большинстве приближающийся год встречают внешне на удивление спокойно.

На дворе декабрь. Совсем скоро начнется череда праздничных дат, которая продлится до конца Масленичной недели. Казалось бы, все магазинные прилавки должны отражать приближающиеся новогодние празднества. Но, увы, помимо традиционных указаний на акционный товар и нескольких атрибутов Нового года, почти ничего «завлекательно-новогоднего» не видно.

В «Метро», правда, сделали «островки» с надписями внизу «Купи меня на Новый год!». Но надписи видны только при рассмотрении с дальнего расстояния и, думается, малоэффективны.

Нет интересных презентаций новинок, да и самих новинок не много. К сожалению, за год ничего не изменилось в плане консультационной работы персонала. В большинстве случаев дать грамотное объяснение, например, по антипригарному покрытию, новому материалу, отличиям внешне похожих изделий персонал не может. Продавцы-консультанты фактически могут только вслух зачитать аннотацию и мило улыбаться. На этом их «профессиональная» помощь завершается. Покупа-

тели, правда, тоже не особенно хотят вникать в детали; выбор посуды осуществляется исходя из трех составляющих: необходимого, приемлемого по цене и того, что прилично подарить знакомым на праздник.

Кстати, некоторые монобрендовые посудные магазины также не особенно ярко демонстрируют приближение следующего года. Например, зайдя в Fissman (магазин расположен в одном из крупных торговых центров), можно увидеть массу желтых ценников – то есть все витрины в скидках. Но ощущения праздничной распродажи нет. Создается впечатление, что продавец просто не знает иных способов продать товар, кроме как предлагать его по сниженной цене. Учитывая количество такой «подешевевшей» продукции, не сложно догадаться, что под словом «скидка» сокрыта фактическая цена, которая в действительности специально завышена для создания эффекта ценового контраста.

Похожая ситуация в магазине Gipfel. Правда, есть призывный слоган «Когда угадал с подарком!», размещенный при входе, рядом с новогодней елочкой. Также много

различных возможностей получить скидки, размер которых может составлять от 10 до 50%.

Для сравнения стоит сказать о KitchenHouse Land. Торговая площадь оформлена здесь более празднично, нежели в предыдущих местах. Видимо, это связано с выкладкой, предусматривающей не только полки со сложенной посудой, но и варианты стилизованных сервировок, то есть посуда демонстрируется в единичном экземпляре непосредственно на столе. Покупатель может легче представить, как тот или иной товар будет выглядеть в его собственном интерьере. Отдельно выделена зона с акционными ценами. В общем объеме магазина скидочной продукции не очень много и неприятной пестроты в глазах от кричащих дисконтных ценников нет.

В гипермаркетах, как и в обычные дни, часть товара выложена на островных зонах, некоторые из которых полностью посвящены одному бренду.

Традиционно абсолютное большинство столовой посуды представлено продукцией из стекла (бренды поставщиков: Luminarc, Pasabahce,





Wilmax, Опытный стекольный завод, Гусь-Хрустальный стекольный завод, Eclat). По акции в «Глобусе» стеклянная форма для запекания от Lumina с диаметром 12 см стоит 189 руб. 99 коп. (выдерживает до 250 °С), а цена на обычную тарелку в среднем не превышает 200 руб. Также в «Глобусе» в сегменте питьевого стекла появился новый импортер – «Купман Интернэшнл РУС». В его ассортименте бокалы для вина, шампанского, стаканы для воды и др.

Жаропрочное стекло в «Метро» традиционно представлено марками Pyrex и VGP.

Объем продаваемой керамики снизился за последние месяцы, в частности таких марок, как «Борисовская керамика», «Псковский гончар», «Вятская керамика». Например, в «Метро» можно обнаружить только две позиции от «Борисовской керамики» – набор горшочков для запекания (4 шт. по 0,6 л каждый) стоит 950-00 руб. и кокотница (1 шт. объемом 0,18 л) по цене 135-00 руб. В «Глобусе» есть кружки и салатники из каменной керамики (импортером

выступает сам «Глобус») по цене 79-99, 129-99 руб.

Фарфора в среднем не много. Например, в «Глобусе» хорошо представлены только фарфоровые изделия от известной марки Wilmax. В «Метро» ассортимент несколько разнообразнее: фарфоровые тарелки и миски от Fioretta, Domenic, «Коралл» (цены от 200 руб. и выше в зависимости от приобретаемого количества).

В сегменте кухонной посуды лидируют изделия из нержавеющей стали (Röndell, Polaris, Tefal, Master House, Vitesse, Appetite, Tramontina), а также посуда (прежде всего, сковороды) с антипригарными покрытиями («Нева металл посуда», Röndell, Scovo, Polaris, Tefal, «Мечта», «Мастерица», Termico, Tarrington House, Moneta, TVS и пр.). Гипермаркет «Метро» также выставляет сковороды из нержавеющей стали, в частности своей собственной торговой марки (СТМ) и торговой марки De Buyer (средние цены 1500-3000 руб.).

Эмалированной посуды меньше, чем из нержавеющей стали. Но все-

таки эмалированная утварь есть. Поставщики: Лысьвенский металлургический завод (кастрюли, ковши, миски по средней цене 274-99 – 399-99 руб.), «СтальЭмаль» (кастрюли объемом 1,5; 3 и 5 л по цене 699-99, 799-99 и 819-99 руб. соответственно), «Катюша» (кастрюля 3,5 л – 1499-00 руб.), Appetite (кастрюли «Пастель» 4 л по цене 949-99 руб. и Chilli 2 л по цене 999-99 руб.). Указаны цены гипермаркета «Глобус».

Чашки в виде кружек также представлены в большом ассортименте, в основном из стекла и керамики. Средняя цена опять же в «Глобусе» 49-99 – 109-99 руб. за чашку объемом 200-220 мл. В «Метро» ценник на 30-40% выше.

Довольно много продается кухонных аксессуаров, прежде всего так называемой «навески» (шумовки, лопатки, половники и пр.), открывалок, инструментов для приготовления блюд из мяса и теста и пр.

Посуда из непокрытого алюминия тоже присутствует, но ее совсем немного. Например, в «Глобусе» из такого алюминия можно увидеть ско-





вороды от Kukmara (диаметры 22 и 26 см по цене 799-99 и 929-99 руб. соответственно). От этого же бренда представлены сотейники и иная посуда из непокрытого алюминия. Марка «Биол» представляет непокрытый алюминий (цена за единицу изделия может превышать 2000 руб., например, за казан объемом 10 л).

Одноразовой посуды довольно много, включая столовые приборы. Прежде всего, такая посуда выполнена из пластика, бумаги и реже из биоразлагаемого материала (последний материал довольно дорогой, и магазинам трудно продавать посуду из него на фоне дешевых пластиковых и бумажных позиций). Учитывая объем одноразовой посуды, можно предположить, что в преддверии коллективных вечеринок она будет раскупаться довольно активно. В «Глобусе» набор пластиковых вилок, ножей или ложек стоит 27 руб. 99 коп. и 59 руб. 99 коп. за 6 и 10 штук соответственно. 12 самых обычных плоских пластиковых тарелок диаметром 165 мм обойдутся покупателю в этом гипермаркете в 12 руб. 49 коп., а 6 бумажных стаканчиков объемом 330 мл в 49 руб. 99 коп.

Разделочные доски также представлены в каждом из рассматриваемых гипермаркетов. Но, пожалуй, самые мощные и большие, выполненные из бамбука, удалось увидеть в «Метро». В большинстве своем разделочные доски предлагаются из пластика.

Приятно удивил магазин Hoff. Ожидание праздника чувствуется уже при входе за счет соответствующей атрибутики. Посудный отдел довольно большой, и посуды представлено много, причем разных брендов. В частности, только здесь (из всех описываемых точек продаж) удалось увидеть посуду из чугуна Камского завода и кунгурскую керамику. Довольно много представлено изделий из дерева, в частности бамбука и

акации (миски, подносы, доски, салатники, фруктошницы). Такие позиции сегодня довольно популярны.

Довольно много в Hoff фарфора. Увы, в других местах фарфор представлен скромнее. Как и во всех иных магазинах, больше всего сковород, среди которых лидируют сковороды с антипригарным покрытием. Цены зависят от диаметра, новизны, вида покрытия и ручки. Скидочной продукции довольно много. Хорошо представлен сегмент питьевого стекла, в частности бокалы и фужеры. Это, безусловно, связано с праздничным периодом. Островные зоны оформлены по-разному, в том числе есть островки с корзинами для самостоятельного выбора недорогой продукции. Немало всевозможных аксессуаров и кухонных инструментов, в том числе от известных брендов.

Подводя итог увиденному, можно сказать, что принципиальных изменений в ассортименте, способах продвижения и представлении посуды в магазинах нет. За редким исключением, новогодняя тема проработана слабо. Видимо, продавцы не видят в этом особого смысла. Покупательский поток не высокий, даже с 5 до 7 часов вечера торговые залы полупустые. В более выигрышном положении,

хочется надеяться, мультибрендовые магазины, ориентированные на посуду и товары для дома. Здесь, по крайней мере, больше новинок и лучше представлена посуда в различных ценовых сегментах.

Монобрендовые магазины не демонстрируют того, что бы могло привлечь широкий круг покупателей. Это настораживает. Неужели исчерпаны все идеи? Хочется верить, что нет. Скорее всего, сказывается невысокая платежеспособность населения. Приобретение приятных сердцу вещей, включая красивую, стильную посуду, отложено на потом. Это заметно по тому, как сейчас выбирают товар самые активные покупательницы – женщины от 30 до 50 лет. Изначально человек подходит к привлекающему его предмету, затем берет его в руки, внимательно смотрит, после этого читает ценник и ставит предмет на место. А ведь еще в первой половине уходящего года спонтанных покупок было больше и приятная мелочь складывалась в покупательскую корзину. Хочется верить, что в скором будущем покупатели будут делать больше приобретений и не откладывать понравившийся товар обратно на полку.



Таблица 1

ХАРАКТЕРНЫЕ ПОЗИЦИИ ПОСУДЫ, ГИПЕРМАРКЕТ «ГЛОБУС», ДЕКАБРЬ 2019 ГОДА

Наименование	Марка	Материал	Объем/Размер/ Диаметр	Цена, руб. (а – акция)
Бокал для вина	«Купман Интернэшнл РУС»	Стекло	450 мл	249-99 (а)
Молочник	Импортер ООО «Гиперглобус»	Фарфор	400 мл	199-99 (а)
Салатник	Импортер ООО «Гиперглобус»	Каменная керамика	Диаметр 14 см	129-99
Тарелка обеденная плоская	Wilmax	Фарфор	Диаметр 25,5 см	489-99 (а)
Тарелка обеденная плоская «Эклипс»	Luminarc	Стекло	Диаметр 25 см	139-99
Кастрюля с крышкой Edel	Röndell	Нержавеющая сталь	3,1 л	2 499-99 (а)
Кастрюля-ковш	ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды»	Эмалированная сталь	0,6 л	399-99
Кастрюля-ковш	ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды»	Эмалированная сталь	1,0 л	659-99
Миска	ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды»	Эмалированная сталь	1,0 л	274-99
Кастрюля «Грибочки»	«Катюша»	Эмалированная сталь	3,5 л	1 499-00 (а)
Кастрюля Chilli	Appetite	Эмалированная сталь	2 л	999-99
Кастрюля «Пастель»	Appetite	Эмалированная сталь	4 л	949-99
Кастрюля «Вологодское кружево»	«СтальЭмаль»	Эмалированная сталь	5 л	819-99
Сковорода Tempo	Tefal	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 26 см	699-99 (а)
Сковорода литая	«Нева металл посуда»	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 26 см	1 999-99
Сковорода Brown Stone	Appetite	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 24 см	1 599-99
Сотейник Stone Pan	Scovo	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 26 см	1 499-99
Сковорода	Kukmara	Алюминий непокрытый	Диаметр 26 см	929-99
Казан	Biol	Алюминий непокрытый	Объем 10 л	2 299-99
Форма для запекания	Luminarc	Стекло жаростойкое	Диаметр 12 см	189-99 (а)
Стаканчик одноразовый, 6 шт.	«Эко»	Бумага (крафт)	330 мл	49-99
Одноразовые ложки, 6 шт.	Buffet	Пластик	Длина 18 см	27-99 (а)
Одноразовые ложки, 10 шт.	Buffet	Пластик	Длина 18 см	59-99





Таблица 2

ХАРАКТЕРНЫЕ ПОЗИЦИИ ПОСУДЫ, ГИПЕРМАРКЕТ «МЕТРО», ДЕКАБРЬ 2019 ГОДА

Наименование	Марка	Материал	Объем/Размер/ Диаметр	Цена, руб. (а – акция)
Бокал для вина Paola	Crystalite Bohemia	Стекло	600 мл	до 498-00
Тарелка обеденная плоская	Domenik	Фарфор	Диаметр 21 см	249-00 (а)
Тарелка десертная плоская	Fioretta	Фарфор	Диаметр 19 см	129-00 (а)
Тарелка десертная плоская Mauritania	«Коралл»	Фарфор	Диаметр 19 см	до 239-00
Тарелка десертная Ambiente	Luminarc	Стекло	Диаметр 19 см	до 119-00
Салатник	Domenik	Фарфор	Диаметр 14 см	до 299-00
Кастрюля	Tefal	Нержавеющая сталь	3,5 л	2 400-00 (а)
Ковш	Tramontina	Нержавеющая сталь	1,5 л	2 750-00
Кастрюля «Повар»	ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды»	Эмалированная сталь	1,5 л	560-00
Сковорода	Tarrington House	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	1 100-00
Сковорода	Termico	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 26 см	1 650-00
Сковорода Eris Ultra	Moneta	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	2 850-00
Сковорода «Титан II» классическая	«Нева металл посуда»	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	2 950-00
Сковорода Simplissima	Tefal	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	2 300-00
Сковорода MoonStone	Röndell	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	3 399-00 (а)
Сковорода Stainless Steel	Metro	Нержавеющая сталь 18/10	Диаметр 24 см	1 450-00
Сковорода Mineral B Element	De Buyer	Сталь	Диаметр 26 см	3 100-00
Разделочная доска	Termico	Бамбук	33x23x1,8 см	620-00
Разделочная доска	Termico	Бамбук	39x30x1,8 см	1 000-00
Чашка	Luminarc	Стекло	380 мл	199-00



Таблица 3

ХАРАКТЕРНЫЕ ПОЗИЦИИ ПОСУДЫ, МАГАЗИН HOFF, ДЕКАБРЬ 2019 ГОДА

Наименование	Марка	Материал	Объем/ Диаметр	Цена, руб. (а – акция)
Набор бокалов Tori	Bohemia Royal Crystal	Стекло	499 мл	799-00 (а)
Салатник «Тукана-Миранда»	Crystalite Bohemia	Кристаллит (стекло)	Диаметр 22 см	999-00 (а)
Салатница Green Way	Oriental Way	Древесина акации	Диаметр 15 см	499-00
Тарелка	Pasabahce	Стекло	Диаметр 26 см	259-00
Тарелка	Luminarc	Стекло	Диаметр 25 см	199-00
Кружка «Черно-белые звери»	Liling Quanhu	Фарфор	370 мл	259-00
Кастрюля с крышкой	Ejiry	Эмалированная сталь	4,3 л	8 499-00
Чайный сервиз, 6 персон	Seltmann Weiden	Фарфор	—	27 999-00 (а)
Обеденный сервиз Topсан, 19 предметов	Topсан	Фарфор	—	3 299-00 (а)
Горшочек с крышкой	«Кунгурская керамика»	Керамика	0,4 л	119-00
Ковш	ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды»	Эмалированная сталь	0,6 л	599-00
Кастрюля с крышкой	ПАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды»	Эмалированная сталь	1,45 л	399-00
Кастрюля с крышкой	Nadoba	Нержавеющая сталь	2,1 л	2 599-00
Набор посуды Allen (две кастрюли и ковш с крышками из стекла)	Vanhopper	Нержавеющая сталь	—	6 599-00 (а)
Сковорода Titano	Vari	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 26 см	2 699-00
Сковорода литая	Vari	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	1 599-00
Сковорода Granite	Berkraft	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	1 499-00 (а)
Сковорода Martina	Steel Way	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	1 999-00
Сковорода The World's Best Pan	AMT Gastroguss	Алюминий с антипригарным покрытием	Диаметр 28 см	9 699-00
Сковорода-гриль с крышкой	«Камская посуда»	Литой чугун	Диаметр 28 см	3 999-00



Региональная сеть: задачи, цели, возможности

Продвижение продукции хозяйственно-бытового назначения, к которой относятся все посудные изделия, невозможно без налаженной системы сетевых точек продаж или, проще, сетей. При этом хорошо известные федеральные сети хоть и демонстрируют свое могущество, предлагая горы посудной утвари на своих стеллажах, не в состоянии охватить весь потребительский рынок розничной торговли. Не случайно на сегодняшний день мы наблюдаем немалое количество региональных сетей, в том числе успешно развивающихся, условия работы которых благоприятны как для поставщиков, так и для потребителей. Впрочем, за этими словами стоит целый ряд любопытных особенностей функционирования таких сетей, о деятельности которых мы и решили поговорить с руководителем псковской торговой сети «Хорошая посуда» Денисом Петуновым.



– Денис, что собой представляет современная региональная торговая сеть, каков механизм ее работы?

– Если кратко, то сегодняшняя региональная сеть – это связанные единым управлением и учетом, а также едиными корпоративными стандартами и единой логистикой магазины. С точки зрения механизма работы сети нужно в первую очередь понимать, что это постоянный круговорот товара по отработанной схеме: «Анализ предложения» – «Поставщик» – «Транспортная и складская логистика» – «Презентация товара» – «Конечный потребитель» – «Анализ продаж» – «Анализ предложения». Плюс к этому следует добавить слаженную работу менеджерского состава и продавцов-консультантов, которая позволяет функционировать вышеназванной схеме.

– Как вы строите взаимоотношения с федеральными сетями, насколько трудно выживать в жесткой конкурентной среде?

– Конкуренция на рынке в целом довольно жесткая. Что касается крупных сетей, то здесь важно минимизировать пересечение одинаковых товаров, а по возможности и брендов. Каждый магазин должен отличаться от другого товарным наполнением. В связи с этим наши «взаимоотношения» с федеральными сетями ограничиваются отслеживанием перекликающихся позиций из товарной матрицы этих сетей и наших магазинов и сведением к минимуму их присутствия. «Дубликаты» товаров приходится определять в разряд акционных, это не всегда выгодно.

– По какому принципу вы выбираете поставщиков и заполняете свою ассортиментную матрицу?

– Поиск поставщиков – это поиск информации и сопоставление ее по основным параметрам. Анализ поставщиков происходит по схеме: «Востребованность товара конечным потребителем» – «Внешний вид товара» (что может быть оценено конечным потребителем) – «Цена» (выгодные условия зачастую основной фактор для принятия решения) – «Способ оплаты» (отсрочка платежа всегда выгоднее, так как позволяет получить денежные средства для оплаты товара частично от реализации этого товара) – «Территориальная расположенность поставщика» (важно для быстрой, бесперебойной доставки товара и затрат на транспортные расходы). Казалось бы, производители должны быть наиболее интересны в качестве поставщиков, но, как ни странно, у современных дилеров и дистрибьюторов более гибкая ценовая политика и зачастую более

интересные цены для небольших региональных компаний.

Заполнение ассортиментной матрицы происходит на основе анализа востребованности и оборачиваемости товаров. Правда, бывает, что происходит исключительно интуитивный подбор ассортимента, это объясняется, вероятно, тем, что покупатель наряду с сугубо утилитарными, проверенными годами вещами хочет видеть оригинальные, эстетичные и отвечающие новым идеям (в частности, при приготовлении блюд) предметы быта, посуды.

– В чем, по сравнению с федеральной сетью, ваши преимущества для поставщиков?

– К сожалению, маленькие компании не могут конкурировать с федеральными сетями и «отжимать» для себя сумасшедшие скидки в силу объема закупок. Поэтому работать с нами (маленькими региональными сетями) нашим поставщикам выгоднее и приятнее, но наши продажи страдают во время проведения глобальных акций, присутствующих в федеральных сетях. Как мы уходим от этих неприятностей? Как правило, «федералы» предлагают жесткую матрицу и определенный товар, на который распространяются скидки. Этот товар, как правило, исключается (или минимизируется его присутствие) из нашего ассортиментного ряда. То есть мы перестаем быть конкурентами по данным товарным позициям. При этом мы стараемся использовать другие возможности для скидок, прежде всего на свой товар, которого нет в других точках продаж. Основным рычагом для получения скидок служат длительные



партнерские взаимоотношения, позволяющие требовать дополнительные преференции от поставщика.

– Не подводят ли вас поставщики и если да, то какие меры вы применяете к недобросовестным партнерам?

– Поскольку взаимоотношения поставщиков с маленькими сетями строятся, в отличие от «федералов», на основании договоров, составленных поставщиками, а не покупателями – крупными сетями (в которых прописаны строгие взыскания за малейший промах), о каких-либо мерах наказания при неисполнении обязательств по поставкам речь не идет. Но, надо заметить, что, как правило, подводят поставщики крайне редко. А если такое и случается, то они стремятся исправить свои огрехи в наиболее короткие сроки и за свой счет, в частности, если речь идет, например, о несвоевременной доставке по вине транспортной компании.

– Какие преимущества небольших региональных сетей для конечных потребителей вы можете выделить в первую очередь?

– Преимуществ маленьких сетей несколько. Нет жесткой матрицы, что позволяет вводить новинки в ассортимент достаточно часто. Следовательно, каждый покупатель может найти что-то по душе. Затем, в не крупных сетях весьма гибкий подход к акциям и скидкам, то есть решение о скидке может быть принято в индивидуальном порядке. Кроме того, распространена работа с покупателями «под заказ». Также в маленьких сетях продавец-консультант – это не просто надпись на бейдже, это человек, который расскажет во всех подробностях о продаваемом товаре, ответит на все интересующие покупателя вопросы, в том числе о наличии товара в других магазинах сети. Плюс представитель местной сети может оперативно связаться со своей администрацией и обсудить тот или иной вопрос. Федеральная сеть работает по матричному принципу, и принятие каких-либо решений – прерогатива головной организации, поэтому крупные сети менее гибкие в вопросах удовлетворения спроса конечного потребителя.

Что касается нас, то мы расширяем свое предложение за счет дополнительных услуг. Так, выпускаем нержавеющую посуду под собственным брендом «Благо». Это наша зарегистрированная торговая марка. Мы декорируем столовые приборы (технология вакуумного покрытия), работаем с предприя-

тиями общепита, в том числе через свою сеть «Хорошая посуда» (входит 6 магазинов), изготавливаем сувениры, в том числе под заказ, гравировем столовые приборы и посуду (бокалы, вазы и пр.). В итоге покупатель может приобрести или заказать из каталога уже готовое решение либо связаться с нашим дизайнером и оформить индивидуальный заказ, причем цена не будет отличаться от магазинной!

Одним словом, покупатель в нашей сети получает не только товар в ассортименте, но и дополнительный спектр услуг! Иногда посетитель приходит только за именной ложкой, а уходит с именной кружкой, вазой и кастрюлей...

– Используете ли вы труд наемных мерчандайзеров, следящих за правильностью выкладок?

– Нет, справляемся своими силами, опираясь на правила группировки и выкладки товара.

– Если население города меньше 500 тыс. человек, сколько сетевых точек продаж посуды будет оптимальным, по вашему мнению? А если население менее 1 млн человек?

– Однозначный ответ сложно дать на эти вопросы. Все будет зависеть от региона, в котором находится город, от платежеспособности жителей этого города, от посещаемости подобных магазинов в том или ином районе и целесообразности их размещения.

– На основе ваших наблюдений, какие посудные предметы реализуются в первую очередь?

– В первую очередь предметы первой необходимости – сковороды, кастрюли, столовые приборы.

– Как часто сегодня хозяйки совершают стихийные покупки посуды и обращают внимание на современный дизайн?

– Не могу сказать, чтобы стихийные покупки лидировали, все-таки обдуманные приобретения современные хозяйки совершают чаще. Наши покупательницы обращают внимание как на дизайн, так и на другие факторы, влияющие на покупку. Сейчас часто покупатели приходят в магазин с определенным багажом знаний, почерпнутых из просторов Интернета, и заинтересованы в получении исчерпывающей информации о приобретаемой посуде, включая информацию о составе сырья, о технологиях производства и пр. И здесь очень важно, как поведет себя продавец-консультант и состоит ли намеренная покупка, а вдобавок к ней спонтанная. Понимаете, о чем я

говорю и где кроется возможность совершения стихийной покупки? И очень хорошо, что основные наши покупатели – это женщины, способные ценить прекрасное, которые, конечно же, совершают спонтанные покупки, не устояв перед красивой посудой и грамотной консультацией работника магазина.

– Как часто покупатели приобретают комплекты посуды для новых домохозяйств и в качестве подарка?

– Комплекты посуды покупают к существенным событиям – юбилеям, новосельям, свадьбам. Но в то же время в качестве подарков чаще приобретаются недорогие, нужные в быту вещи. Видимо, это соответствует современным реалиям жизни.

– Насколько актуальна поддержка сети за счет работы интернет-магазина? Имеете ли вы интернет-магазин и если да, то какова схема его работы?

– Интернет-ресурс сейчас становится все более актуальным, так как подросло и повзрослело поколение, которое привыкло «жить» в интернет-пространстве. В силу невозможности в настоящее время делать доставки по городу, наша сеть не использует интернет-магазин, а для общения со своими покупателями, объявлений о новых поступлениях, акциях и пр. использует социальную группу «ВКонтакте».

– Каким вы видите ближайшее будущее небольших сетей, занимающихся домашней утварью, в частности посудой?

– Конкурировать с растущими как грибы сетями и с их агрессивным внедрением на рынок становится все сложнее. Но, к счастью, кто-то любит гипермаркеты, ориентирующиеся на более высокий уровень дохода населения городов-миллионников, и делает основной упор на бренды, а кто-то на уютные магазинчики, в которых можно найти что-нибудь для себя любимого. Здесь можно найти все что угодно, включая товар, соответствующий равновесию цена-качество – столь любимый аргумент одних, красивый, броский вид независимо от цены – эталон для других, дешевизну – для третьих, престижность бренда – для четвертых и т.д.

Основная задача региональной сети – это грамотный подход к ассортименту и удовлетворению «капризов» потребителей, привыкших к большому выбору, удобству обслуживания и постоянным скидкам.

В торговле всегда работал и работает принцип: «Кто прекращает развиваться, тот теряет бизнес».



Открываем ресторан или кулинарную школу

Профессиональная посуда, столовые приборы, барное стекло – это наиважнейший атрибут и лицо уважающего себя кафе, ресторана или отеля. В ресторане повара создают аппетитные шедевры с целью не только хорошо накормить, но и удивить посетителя, поэтому кроме совершенного приготовления очень важна эстетика и правильная подача блюда.

СЕРВИРОВОЧНАЯ ПОСУДА – ТВОРЧЕСТВО И ПРАКТИЦИЗМ

Выбор посуды требует определенного подхода. Это не просто технический процесс – это процесс творческий. Принимать в нем участие должен не только владелец ресторана, но и повар, и дизайнер. **ПОТОМУ ЧТО ПОСУДА, НА КОТОРОЙ ВЫ ПОДАЕТЕ БЛЮДА, – ЭТО НЕ ТОЛЬКО СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЛИЦА ВАШЕГО РЕСТОРАНА, НО И ПРОДОЛЖЕНИЕ ТЕМАТИКИ ЗАВЕДЕНИЯ, ПОДЧЕРКИВАЮЩЕЕ ЕГО ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ И ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОСТЬ.**

По утвержденным размерам порций и меню определяются размеры и формы столовой посуды. Например, если ваше заведение предполагает чайные церемонии, то в вашем ассортименте должен быть чайный набор, в который входит чашка с крышечкой «гай бей» (заварник) и несколько чашек с блюдцами. Наличие древнекитайских орнаментов и атрибутики также обязательно, так как правильно заваривать чай умеют только на Востоке.

И тем не менее в большинстве случаев перечень посуды для ресторана укладывается в следующий список:

- закусочные и пирожковые тарелки;
- салатницы разных объемов;
- овальные блюда для мясных и рыбных изделий;
- круглые блюда под канапе, овощные, а также мясные блюда;
- соусники и бульонницы;
- мелкие тарелочки для вторых блюд;
- тарелочки для десерта;
- чайные пары двух видов-объемов;
- кофейные пары двух видов-объемов;
- молочники, сливочники, сахарницы;
- столовые приборы;
- вазы, салфетницы и др.

Крупные европейские производители в последнее время выпускают серии в едином стиле, включающие как посуду для сервировки, так и раздаточные и вспомогательные приборы и аксессуары, используемые как для приготовления, так и для подачи блюд.



КОЛИЧЕСТВО

Исходя из особенностей вашей кухни вам потребуется совет вашего шеф-повара по закупке и ассортименту. Посуды должно быть как минимум в 3 раза больше, чем количество посадочных мест в зале ресторана. Также необходимо принять в расчет скорость работы официантов, пропускную способность посудомоечной машины и приблизительную сменяемость посетителей. Например, во время бизнес-ланчей люди едят быстрее, поэтому лучше иметь запас посуды.

Если в вашем ресторане есть банкетный зал, то количество посуды следует еще увеличить. Во-первых, банкет подразумевает одновременную подачу большого количества одинаковых блюд в одинаковых емкостях. Во-вторых, большое количество посуды невозможно быстро вымыть и высушить. В-третьих – на банкетах посуда часто бьется, а заведение должно работать и на следующий день.

В столовых и ресторанах, где предполагается полное или частичное самообслуживание, может понадобиться гораздо большее количество посуды, так как часть ее будет находиться на стеллажах раздачи, а часть на столах посетителей. Носики чайников должны быть выполнены так, чтобы капли после налива чая не



попадали на скатерть. Профили тарелок должны быть выполнены с расчетом, чтобы при хранении тарелок в штабеле они не касались донцем друг друга, а соприкасались только по выступам на бортах тарелок.

Также важно помнить о временной доступности заказа той или иной коллекции. Закупка посуды для ресторана должна производиться с учетом сроков ее поставки.

СТОИМОСТЬ

Стоимость столовой посуды для ресторанов может отличаться в разы в зависимости от производителя, бренда и количества посуды, рассчитанной на одно посадочное место. Здесь все зависит от вашей фантазии, дизайна, вашей конечной цели и финансов.

ОТЛИЧИЯ ОТ ПОСУДЫ ДЛЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

Посуда для ресторанов имеет несколько существенных отличий от посуды для бытового использования.

ПЕРВОЕ ОТЛИЧИЕ: качество посуды и технологии ее изготовления, в результате которых такая посуда выдерживает гораздо более интенсивные нагрузки на профессиональной кухне. В фарфоровой посуде для ресторанов и отелей края посуды делаются более толстыми, что препятствует образованию сколов.

Выбирая или предлагая профессиональную посуду для ресторана или отеля, уделите большое внимание ее качеству. Сейчас очень распространена гарантия на кол края от ведущих производителей посуды. Это обстоятельство, возможно, сыграет важную роль в тендере при выборе именно ваших изделий.

ВТОРОЕ: состав предлагаемого ассортимента, в который входят не только коллекции традиционной посуды, но и позиции для сервировки шведских столов, фуршетов, баров и прочее. Применение многофункционального набора посуды позволяет экономить затратную часть.

ТРЕТЬЕ УСЛОВИЕ при выборе посуды для ресторана – особенности дизайна. В профессиональном наборе для HoReCa существуют линии, в которых есть предметы с дополнительными опциями, – углубления в тарелках или наклон края в сторону клиента. Также в состав профессиональной посуды должен входить большой ассортимент изделий для сервировки стола, приборов, элементов чайных и кофейных столов, ведерок для шампанского, подставок, соусников и других элементов.

ЧЕТВЕРТОЕ ОТЛИЧИЕ: профессиональная посуда обязательно покрывается специальной глазурью, которая

Посуда – это один из элементов имиджа качественного ресторана. Подбор декора и форм должен проводиться с учетом особенностей обстановки и кухни заведения.

И только грамотное сочетание всех элементов позволит добиться комфортной атмосферы в зале.

не только придает блеск, но и препятствует образованию царапин. Производители для HoReCa должны осуществлять как минимум два обжига. Первый, так называемый «бисквитный», требуется для отверждения форм. И только после этого можно наносить декор и глазурь. Далее следует второй обжиг, который должен проходить при высоких температурах, именно он отвечает за финальную прочность фарфора. Наличие у производителей декоров с нанесением на глазурь обязывает их проводить третий обжиг, необходимый для «оживления» декора в глазурь. Только после этого мытье посуды возможно в посудомоечных машинах с использованием агрессивных химических средств. Прочная глазурь также должна уберегать тарелки и блюда от следов пользования столовыми приборами.

СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ

Заказывать столовые приборы нужно, подобрав их по стандарту для всех блюд в вашем меню и с учетом уникального стиля в оформлении вашего заведения.

Качество столовых приборов должно быть соответствующим стандартам подачи. Существует несколько классификаций столовых приборов. Все приборы делятся на стандартные и специализированные, вспомогательные или индивидуальные. К первой категории относят ложки, вилки и ножи, которые подаются к столу для большинства блюд. Ко второй – те, что используют только для блюда одного вида, например, вилка для рыбы, вилка для лобстера, вилочка для торта и т.д. В ресторанах стол сервируется только после того, как будет сделан заказ, чтобы предоставить посетителю соответствующие блюдам приборы. Ко вспомогательным относят те приборы, которые будут использоваться всеми, например, ложка для перемешивания салата или лопатка для торта. Их кладут рядом с общими блюдами. Индивидуальные приборы – те, которыми пользуется только один посетитель, и их кладут рядом с его тарелками: ножи, вилки, ложки.



НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ ЯВЛЯЮТСЯ НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ, МЕЛЬХИОР, СЕРЕБРО, ДЕРЕВО, ПЛАСТИК.

Приборы из дешевой некачественной стали выглядят некрасиво. К тому же они портят посуду: **СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ ИЗ ДЕШЕВОЙ СТАЛИ ОСТАВЛЯЮТ НА ТАРЕЛКАХ ЧЕРНЫЕ СЛЕДЫ, ОТ КОТОРЫХ УЖЕ НЕ ИЗБАВИТЬСЯ.**



КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ

1. **БЛЕСК.** Он может быть сероватым или белым, но присутствовать должен обязательно.

2. **ТОЛЩИНА СТАЛИ.** Качественный столовый прибор из нержавеющей стали должен быть толщиной в пределах 1,5-4 мм.

3. **ПОЛИРОВКА ИЗДЕЛИЯ.** На изделии не должно быть заусенцев, плохо обработанных кромок и подобных дефектов. Гладкость говорит о высоком качестве столовых приборов и использовании современных технологий производства.

4. **ГИГИЕНИЧНОСТЬ МАТЕРИАЛОВ.** У качественных столовых приборов не должно быть запаха.

5. **УСТОЙЧИВОСТЬ К КОРРОЗИИ.** Столовые приборы должны подходить для мытья в профессиональной посудомоечной машине.

6. **СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ.** Азиатская кухня подразумевает употребление в качестве столовых приборов специальных палочек. Для палочек, незаменимых при сервировке азиатских ресторанов, подходят пластик и дерево, одноразовые и многоразовые варианты палочек. Многоразовые палочки сделаны из высококачественного пластика и в основном используются в качестве эффектной сервировки. Гости же предпочитают одноразовые деревянные палочки, которые упаковываются в брендированный конверт.

РАСЧЕТ КОЛИЧЕСТВА СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ

Ориентироваться нужно на количество посетителей и блюд в меню, для которых нужны специфические столовые приборы: вилка для омара, щипцы для лобстера, вилка для улитки, ложка для икры.

Надо определиться со статусом своего заведения. Если речь идет об элитном ресторане с претензией на уникальность, то, безусловно, необходимо покупать дорогие и эксклюзивные столовые приборы, например, из серебра. Во всех же остальных случаях в качестве материала прекрасно подойдет классическая нержавеющая сталь.

Что касается барного стекла, то основными требованиями к барному стеклу являются его прочность, глубокая прозрачность, так как некачественное стекло со временем тускнеет, желтеет, становится блеклым, и возможность использования в посудомоечной машине.

СТЕКЛО, БОКАЛЫ

Окончательно сформировать перечень и количество бокалов может только сомелье или концепт-менеджер ресторана. Выбор барного стекла также является прерогативой бармена, ведь перед ним стоит задача красивой подачи напитков. Сейчас компании предлагают интересные формы бокалов, что частично облегчает его задачу.

Края стенок фужеров должны иметь специальные утолщения, которые предохраняют их от сколов и трещин. Такая посуда устойчива к падениям и бьется значительно реже. При падении бокал не разлетается на мелкие осколки, а раскалывается на несколько крупных частей.

Посуду для напитков можно разделить на бокалы из закаленного стекла, хрусталя и кристаллина. При выборе основную роль играет дизайн и бюджет заведения. Считается, что стоимость бокала должна соответствовать средней стоимости бутылки вина. Желательно, чтобы серия посуды, выбранная ресторатором, включала в себя не только бокалы для белого или красного вина, фужеры для шампанского и рюмки для водки, но и бокалы для бордо и бургундского, мартини, рюмки для граппы. Для подачи виски и безалкогольных напитков, соков, коктейлей часто используют тумблеры – стаканы с очень толстым дном. Для сервировки портвейнов и мадеры используют узкие и



высокие рюмки. Слабоалкогольные напитки следует подавать в хайболах. Горячие напитки (пунш, глинтвейн, грог) подают в термостойких стаканах. Все эти серии обязательно должны быть в наличии в ресторанном баре.

НА СРОК СЛУЖБЫ ПОСУДЫ ВЛИЯЮТ:

● **Тип материала.** Фарфор и стекло более устойчивы к интенсивным нагрузкам в общепите; керамику, как правило, отличает нестандартный дизайн, но она очень капризна в уходе: многие сталкиваются с проблемой сколов, кроме того, керамическая посуда хорошо впитывает жир, что усложняет мойку и сокращает срок эксплуатации.

● **Условия работы заведения.** Чем выше проходимость и интенсивнее поток гостей, тем более прочной и износостойкой должна быть посуда.

Чем приятнее на ощупь и изысканнее форма бокала, тем выше оценка вкусовых качеств напитка и, соответственно, оценка уровня заведения.



Открывая кафе или ресторан, основывайтесь на практическом опыте предшественников. 



Денис Крупня, директор поварской школы Ragout, преподаватель и просветитель. Денис сотрудничает с кулинарными школами «Гастрономь», «Кухня в деталях» и Prostranstvo.

● В чем главные отличия профессиональной посуды от посуды для домашнего использования?

– Профессиональная посуда отличается повышенной степенью износа, в ней нет декоративных деталей, и она предназначена для очень частого применения.

● Какие качества присущи ресторанной сервировочной посуде?

– Энергоемкость, функциональность, долговечность.

● Существует ли универсальная посуда или для каждой кухни нужно выбирать свою посуду?

– Универсальная посуда имеет место быть, но в большинстве случаев посуду подбирают индивидуально, опираясь на вкусовые предпочтения повара и дизайн его кухонной зоны.

● Пользуются ли повара кухонной посудой с антипригарными покрытиями и если да, то какой и в каких случаях?

– Повара на кухне ресторана работают на той посуде, которую для них определил шеф, или на той посуде, которая соответствует концепции заведения. Антипригарной посудой повара пользуются, если это необходимо. Это могут быть сковороды, противни, формы для запекания и т.д.

● Насколько важно качество ножей? Нашли ли применение керамические ножи на профессиональной кухне?

– Качество ножа не так важно, как важно качество руки его держащего. Керамические ножи не нашли применения на профессиональной кухне.

От блюда к авторской тарелке

Индустрия общественного питания переживает довольно бурный период, рестораторы стараются предложить своим клиентам не только новые блюда, но и целый спектр услуг, среди которых встречаются авторские кулинарные шедевры в дизайнерской посуде. Об одном из таких удачных концептуальных подходов, а также о ресторанном рынке в целом мы расспросили члена правления Национальной ассоциации кулинаров (НАК), судью международного класса WACS, шеф-консультанта, совладельца консалтинговой компании «Рецепт успеха», создателя авторской тарелки Дениса Перевоза.



– Денис, настоящий повар – всегда художник, только представляющий свое искусство не на холсте, а на сервировочной посуде. Скажите, когда вы презентуете новое блюдо, о какой посуде вы вспоминаете в первую очередь, есть ли у вас любимые «холсты»?

– Согласен. Каждый повар в душе художник. И подобно художнику многие повара начинают дизайн авторского блюда с чистого «холста» – белой тарелки. Я не являюсь исключением, мое видение также начинается с белоснежного «холста», который отличается только формой. Далее я оцениваю сочетание продуктов, которые использую для приготовления, и либо дополняю их фактурой и цветом посуды, либо оставляю первозданную чистоту «холста». Исключение из правил составляют национальные блюда различных народов мира, подачу которых трудно представить без



колорита традиционной столовой посуды.

– Что подтолкнуло вас к созданию собственного дизайна тарелки и как получилось, что вы соединили свое творчество с брендом VistaAlegre?

– К тому моменту, как компания VistaAlegre вышла ко мне с предложением создать авторскую тарелку, я уже много лет разрабатывал и презентовал различные блюда в собственной авторской подаче. К этому времени мне также посчастливилось плотно поработать с различными мировыми посудными брендами и я имел примерное видение тарелки собственного дизайна. Так что в данном случае произошло весьма своевременное совпадение интересов и возможностей, которое в итоге и нашло свое воплощение в оригинальной тарелке.

– Какой посудный материал и дизайн посуды, на ваш взгляд, сегодня в качестве сервировки

выбирает большинство заведений общественного питания?

– В настоящее время кулинарный мир живет в эпоху изобилия не только продуктов, которые при желании можно доставить из любой точки мира, но и почти безграничных возможностей в плане материалов для посуды. И это уже не только керамика, фарфор и стекло, без которых ранее нельзя было представить сервировку блюд, но и дерево различных пород, практически любой камень, огромное количество композитных материалов разнообразной расцветки и формы и конечно же посуда, созданная самой природой, например, различные раковины или... скорлупа. При выборе посуды для заведения питания я всегда отталкиваюсь от концепции этого самого заведения, то есть выбираю такую посуду и из таких материалов, которые смогут максимально подчеркнуть и дополнить дух ресторана и его меню.





– О чем может рассказать используемая в ресторане посуда и на что вы как профессионал обращаете внимание в первую очередь?

– Как профессионал, придя в ресторан, я в первую очередь обращаю свое внимание на то, что лежит в тарелке, а уж затем рассматриваю саму посуду и все остальные аксессуары и атрибуты. Как вы понимаете, можно поставить самую невообразимую тарелку, положить стильные столовые приборы, создать красивую, уютную атмосферу ресторана с изысканной мебелью и предметами интерьера... Но если в тарелке вы не увидите ничего вкусного и оригинального, то ресторан превратится просто в выставку дорогой мебели или красивую посудную лавку.

– Вы – постоянный участник профессиональных выставочных мероприятий. Какие изменения вы наблюдаете в работе участников выставок, насколько они способствуют привлечению профессиональных посетителей?

– Из года в год я с удовольствием наблюдаю за тем, как индустрия питания идет в ногу со временем, и подтверждение тому – высокий уровень подготовки участников различных выставок и форумов, которые я посещаю и в которых принимаю участие. Безусловно, такой уровень подготовки и подачи материала не может остаться без внимания со стороны профессионального сообщества, которое с неподдельным интересом посещает подобные мероприятия.

– Насколько эффективным средством для продвижения посуды или бренда являются кулинарные шоу с привлечением профессиональных поваров? Существуют ли блюда,



которые нельзя готовить перед широкой аудиторией в рамках различных шоу? Если да, то почему?

– Демонстрация посуды на различных кулинарных шоу и мастер-классах практически всегда вызывает повышенный интерес к ней, так как повара могут сразу, «вживую» увидеть, насколько можно разнообразить подачу привычных блюд, просто выложив их в оригинальную посуду. Что касается процесса приготовления самих блюд, то нет ничего такого, что бы нельзя было продемонстрировать в рамках презентации. Ограничения могут накладываться только техническими возможностями площадки, на которой проводится мероприятие. Но и здесь можно выйти из положения, просто захватив с собой некоторые заготовки продуктов, которые по техническим причинам проблематично или невозможно приготовить на месте.

– Существует ли связь между демонстрируемой посудой и объемом ее продаж после этого?

– Могу сказать, что посуда лучше продается, если ее презентуют,



подавая в ней приготовленные блюда.

– Как вы оцениваете рынок заведений общественного питания: число посетителей баров, кафе, ресторанов возрастет в скором времени или, наоборот, упадет?

– Это интересный вопрос, на который сложно дать ответ в двух словах. Рынок общественного питания сейчас, пожалуй, один из самых динамично развивающихся и в то же время быстроменяющихся. Падение спроса или, наоборот, его всплеск зависит от многих факторов, среди которых и общая экономическая обстановка, и соответствие тренду текущего массового спроса. Кроме того, весьма важным моментом является то, насколько грамотно ресторатор смог выразить свою концепцию и предложить ее потребителю и останется ли в итоге потребитель доволен. В своей работе я обязательно слежу за ресторанной индустрией как в России, так и за рубежом, что позволяет мне видеть происходящие изменения и применять эти знания на практике.

Тренд нового сезона от



Все оттенки metallic – важный тренд нового сезона. Компания Pasabahce всегда идет в ногу со временем, предлагая новую кружку Pasabahce Metallic.

Стильные цвета, удобная форма, прочность и экологичность изделий, а также сертифицированное качество красок, которые выдерживают более 200 моек в посудомоечной машине. Украсят любую кухню, порадуют детей и повысят ваше настроение на рабочем месте.



www.pasabahce.com/ru

Веселый праздник застолья!

Чтобы праздник удался, непременно нужно порадовать себя ярким застольем! И здесь как нельзя лучше помогут оригинальные аксессуары от **Truezoo**, востребованные на каждой вечеринке: штопор, бутылочная пробка, открывалка, чехол для баночного пива и пр. С такими принадлежностями улыбок и радости будет больше!

www.truezoodesign.com



Просто удобно!

Разложить по полочкам мелкие коробочки, баночки, свертки, пакетики помогут специальные системы хранения от **Youcopia**. Каждое изобретение отличает удивительная эргономика, высокий стиль и удивительная вместимость.

www.youcopia.com





Чайное удовольствие!

Все прекрасно, что связано с чаем: и земля, где произрастает куст, и утреннее солнце, ласкающее своими лучами целебные листья, и заботливый человек, благодаря которому раскрывается божественный чайный аромат в чашке из коллекции **Pinky Up**.

www.pinkyuptea.com



И прихватка тоже!

На кухне не бывает мелочей, в том смысле, что каждая мелочь здесь важна! В том числе и фартук, и прихватка, и рукавица для горячего. А если такие аксессуары принадлежат известной марке **Mukitchen**, то, вне сомнения, ваша кухня безупречна!

www.mukitchen.com



Внимание, «Аллигатор»!

Удобство ручного настольного измельчителя для твердых, мягких и сочных ингредиентов от **Alligator** не вызывает сомнения. Продукция этого бренда уже не один год демонстрирует высокие рейтинги покупательских предпочтений. Действительно удобно! Действительно практично!

www.alligatorusa.com



А это сделано дома!

Предметы из стекла от итальянского бренда **Bormioli Rocco** известны во всем мире не только за высокое качество исполнения, длительный срок службы, но и за неповторимый дизайн. Однако помимо столовой утвари пополнить свою домашнюю коллекцию изделиями любимой марки можно за счет специальных баночек для домашнего консервирования. Никогда еще домашние заготовки не выглядели так стильно!

www.bormioliroccousa.com





Устойчивость и мобильность для кухни!

Кухонная зона должна быть удобной, устойчивой и... мобильной! Так посчитали дизайнеры и инженеры, создавая кухонную мебель специально для **Catskill**. Каждый модуль имеет зоны для приготовления блюда и хранения необходимой кухонной утвари. Большинство изделий имеют колесики для легкого перемещения именно в ту зону, где будет удобнее всего заняться приготовлением любимого блюда.

www.catskillcraftsmen.com



Подлинное очарование

Ноты Прованса, пастельные тона, эстетика юношеской чистоты – все это переплелось в изящной посуде для благородных напитков от **Twineliving** и ждет прикосновения вашей руки.

www.twineliving.com



Экологично, практично и красиво!

Сегодня в моду все больше входят кухонные и столовые аксессуары из бамбука. Объясняется все просто: бамбук – экологически безопасный материал, обладающий антибактериальными свойствами – прекрасно переносит перепады температуры и влажности, следовательно сохраняет первозданный вид и свои рабочие качества длительное время. Однако предложить бамбуковую утварь с учетом последних дизайнерских веяний удастся не всем. Молодой китайской компании **Fuzhou Zhonglei Import & Export Co., Ltd.** это удалось. Превосходные формы, а также сочетание бамбука с другими материалами уже завоевали внимание многочисленной покупательской аудитории.

www.winnicehome.com



Инструменты, которые радуют

Использование различных инструментов для приготовления приправ и иных ингредиентов уже давно вошло в обиход современных домашних хозяек. Однако каждая хозяйка понимает, что не всякий инструмент способен доставить удовольствие. Чтобы не испытывать неудобств и разочарования, **Gefu** предлагает только исключительно проверенные аксессуары, с которыми приготовление различных блюд окажется еще более увлекательным!

www.gefu.com





Хорошего может быть много!

Столовая посуда от **Gibson** всегда завораживает своим декором, формой и в целом – безукоризненным исполнением, будь то керамика, фарфор или стекло. А сочетание этих материалов привносит дополнительную ноту особого колорита, который непременно будет оценен всеми домочадцами и гостями.

www.gibsonusa.com

Мал, да удал!

Мини-печи порой способны обойти по своим возможностям полноценные кухонные духовые шкафы. И хотя размер вмещаемого в них противня не особенно велик, приготовить сытный ужин или легкий десерт на двоих или троих им вполне под силу. Тем более если речь идет о плитах с электронным управлением, которые сами следят за процессом готовки и сообщают о готовности блюда. Именно к таким умным приборам относится мини-духовка от **Cuisinart** – бренда, известного кулинарам всего мира.

www.cuisinart.com



Профессионально красиво!

Для создания фигурных краев, особой нарезки, а также многого другого достаточно иметь специальные наборы приспособлений от **Talisman** – марки, одним из направлений деятельности которой является предложение инструментов для украшения будущих блюд. И действительно, заниматься такой работой вручную трудно, долго и неинтересно. Лучше довериться профессионалу, который все выполнит с изяществом!


www.talismandesigns.com


Kukmara®

Сделано в России



*Насыжда
на все времена!*

 vk.com/kukmara

 instagram.com/kukmara_posuda

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

Тел: 8 800 333 93 45

(84364) 2-77-55, 2-74-92

www.kukmara.com, kzmp@mail.ru

