

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2023-5

Wilmax
ENGLAND

Новости

HouseHold Expo

Острые грани

**Анализ
и прогноз**

Мнение

**Текущий
момент**



GRAPHICS
Fine Porcelain

Новогодние подарки любимым
Наслаждайтесь красотой жизни
вместе с Paşabahçe



Посудда

Обложка предоставлена
компанией WILMAX

2023-5

8 Слово редактора

Производители

12 Новости

50 ОСЗ. Есть чем гордиться



52 «Горница». Линейка «Классик»: традиция вне времени

Острые грани

54 Конкуренция в посудном сегменте. Свой среди своих

55 К кому пойдет закупщик?



АКСАМ

Much more...

приглашает вас
насладиться красотой
и увидеть последние
тенденции в мире
СТИЛЬНОЙ ПОСУДЫ



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО АКСАМ В РОССИИ

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

+7 (962) 973-95-35 Креативный директор Елена elena@optomposuda.ru
Принимаем заказы на разработку и производство эксклюзивных коллекций

WWW.AKSAMGLASS.RU – наше новое место встречи с покупателями



Анализ и прогноз

- 56 Пластиковая посуда. Настоящее и будущее. Перспектива и реальность

Мнение

- 58 В поисках стабилизации

Текущий момент

- 60 «Хромой» импорт и логистика

Наш рынок

- 62 Покупатель в предпраздничный период



- 65 Если дизайн, то какой?

Маркетологу на заметку

- 68 Зачем рекламировать товар?

- 69 Новые правила и штрафы

- 70 Стеклопосуда на кухне



- 72 Универсальная посуда

- 74 Стильные штучки



Подписка-2023

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

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

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

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

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

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

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

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

+7 (903) 768-12-30

На правах рекламы



**ДИЗАЙНЕРСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ БОКАЛОВ ALICE
ПОЗВОЛИТ СОЗДАТЬ СКАЗОЧНУЮ АТМОСФЕРУ
СТРАНЫ ЧУДЕС**



УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ ЖУРНАЛА «ПОСУДА»!

Работая на рынке уже много лет, видели разное! И стагнацию, и повышение курса, и спад экономики, и курс на импортозамещение, и санкции, и взлеты и падения!

И этот год полон разных сюрпризов. Во-первых, добро пожаловать на полностью обновленный сайт журнала: www.posudainfo.ru! Редакция, заботясь о читателях и партнерах, усовершенствовала версию сайта. Надеемся, что новая версия будет удобной и интуитивно понятной. На мониторах владельцы смартфонов теперь видят версию, близкую к основной, не перегруженную шрифтами, цветными плашками и кнопками, с логичным интерфейсом и рациональными сервисами.

Во-вторых, прошедшая выставка HouseHold Expo осень 2023 показала себя очень работоспособной и эффективной. В эту сессию было привлечено много российских производителей, которые показали интересные новинки и решения, которые могут достойно конкурировать с европейскими и азиатскими аналогами. Производители чувствуют себя гораздо комфортнее, у них есть очередь из закупщиков и потенциал для развития. Но и закупщики привезли много интересных коллекций, преобразился существующий ассортимент. Нестабильная мировая и отечественная экономика заставляет всех приспосабливаться и двигаться с новыми идеями и работать в более усилённом и быстром темпе.

Было много специалистов, профессиональные посетители соскучились, с удовольствием приехали на выставку, с интересом общались и дискутировали по вопросам работы рынка в новых условиях (см. статью «HouseHold Expo. Осень 2023 года»).

Интернет-продажи находятся на высоком уровне. Все больше изделий разных ценовых категорий находят своего покупателя через маркетплейсы. Если раньше онлайн-покупки делали более продвинутые молодые и занятые потенциальные покупатели, то сейчас уже все категории потребителей с удовольствием совершают свои покупки, не выходя из дома. Логистика укрепила свои позиции, невзирая на постоянно меняющиеся «партнерские» настроения и таможенные правила. Для привлечения покупателей компании предпринимают немалые усилия и нестандартные маркетинговые приемы.

P.S. Каждый раз «Слово редактора» пишется под влиянием эмоций на текущий момент. В этом году все неоднозначно. Теплая красивая сухая осень сменилась ненастьем. Но, как говорится, у природы нет плохой погоды, поэтому хочется верить, что в любое время и в любую погоду рынок посуды будет развиваться и радовать потребителей красивыми модными изделиями, невзирая на любые проблемы.

Главный редактор журнала «Посуда»

Татьяна Ковшова

Редакция

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

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

www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере:*

- Готовимся к Новому году
- Советы маркетологам
- Серые будни ритейлера

*Возможны изменения



ИЗ ДУХОВКИ НА СТОЛ – ПРОЩЕ ПРОСТОГО



Эксклюзив Luminarc®
Инновационный жаропрочный материал



Прочное и безопасное как стекло, элегантное и непрозрачное как керамика
 Непревзойденное преимущество жаропрочных форм Smart Cuisine – на 30% легче аналогичных форм из других материалов.

MADE IN FRANCE
 * Smart Cuisine – Умное приготовление
 ** Made in France – Сделано во Франции



Нарядная новогодняя коллекция

Праздник
к нам
приходит!



КОЛЛЕКЦИЯ Christmas – это 7 предметов из первоклассного фарфора. С их помощью можно полностью накрыть праздничный стол.

Что именно входит в коллекцию? Тарелки – десертная и столовая, миски – маленькая порционная (300 мл) и большая миска-салатник объемом 1360 мл, сервировочное блюдо диаметром 26 см, а также кружка.

WALMER CHRISTMAS

WALMER

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ПОСУДА

Как создать новогоднее настроение в доме? Оно появляется благодаря множеству деталей. Это и аромат елки, и упакованные, ждущие своего часа подарки, и, конечно, нарядно накрытый стол. С новой коллекцией Christmas английского бренда WALMER праздничное настроение не заставит себя ждать! Волшебство зимнего праздника уже здесь!

МИНЕРАЛЬНЫЙ ФАРФОР WALMER – бренд, который всегда стремится расширять функциональность своей посуды. Коллекция Christmas не стала исключением. Все ее предметы сделаны из минерального фарфора, являющегося термостойким. Это значит, что посуду Christmas можно нагревать. Например, запеченное мясо можно разогреть в духовке прямо на сервировочном блюде. Посуда выдерживает нагрев до 230 °С и резкий перепад температур в пределах 100 °С.

СВЕРХГЛАДКАЯ ГЛАЗУРЬ

Посуда WALMER Christmas покрыта непористой глазурью с особым составом, позволяющим создавать сверхгладкую поверхность. Такая глазурь не подвержена царапинам, на ней не остаются следы от столовых приборов, но, что еще более важно в повседневной жизни, – ее очень легко мыть, потому что к такой глазури совершенно не пристаю загрязнения. Речь не только о присохших кусочках пищи, но даже о чайном и кофейном налете. Вам не придется оттирать такую посуду с содой, она первоклассно чистая после одного движения губкой.

ДИЗАЙН Все предметы коллекции имеют неправильную форму и нарочито неровный край, создавая, таким образом, эффект посуды ручной работы. Коллекция украшена яркими новогодними рисунками – здесь можно увидеть гирлянды, рождественские звезды, шары, елку. Благодаря высококачественным красителям декор останется ярким и праздничным на долгие годы.

Что подарить? Конечно, кружку!

В преддверии каждого праздничного сезона WALMER выпускает подарочные кружки!



SNOWMAN И GIFT – две фарфоровые кружки объемом 350 мл с фигурками снеговика и рождественской елки на дне.

FOREST И DEERS – четыре разновидности керамических кружек объемом 370 мл. Украшены изображением елочек и оленей. Золотистые элементы нанесены при помощи краски без металлических частиц, поэтому кружки подходят для СВЧ.



ВСЕ КРУЖКИ В ПОДАРОЧНОЙ УПАКОВКЕ





Новинки WILMAX

Компания WILMAX пополнила свой ассортимент новой коллекцией **Hammered** – сервировочной посудой, выполненной с использованием техники ручной чеканки. Вдохновением послужила традиционная индийская металлическая посуда. Изделия выполнены из нержавеющей стали 18/10, что обеспечивает долговечность и превосходные эксплуатационные характеристики. Посуда универсальна и практична, подходит для мытья в посудомоечных машинах.

Коллекция представлена в двух цветовых решениях: изделиями с блестящим стальным корпусом с золотистыми ручками и в матовом бронзовом цвете.



Green Tree в новогодней упаковке

Компания **Scovo** подготовила специальное предложение для оптовых клиентов – сковороды линейки Green Tree в новогодней упаковке. Зеленый цвет покрытия сковород этой серии и красочная упаковка со словами поздравления должны привлечь внимание покупателей, которые выбирают универсальный подарок к Новому году.

На акционные позиции действуют скидки, которые не суммируются с индивидуальными клиентскими скидками. Подробности этой акции можно уточнить в отделах продаж Торгового Дома «Сково».

г. Москва +7 (495) 967-38-45
г. Каменск-Уральский +7 (3439) 54-52-00
e-mail: info@scovo.ru

www.scovo.ru



Новые формы в керамике «Псковский гончар»

В интернет-магазине завода «Псковский гончар» представлены новые формы в коллекции **«Горошек»**. Среди новинок – блюдо с высоким прямым бортиком «Харизма». Диаметр изделия – 20 см, высота бортика – 3,5 см. Блюдо может быть использовано для приготовления в духовке и подачи порционных блюд. Еще одна новинка – керамическая утятница. Эта глубокая вытянутая жаровня идеальна для приготовления вторых блюд. Пористая структура глины способствует равномерному прогреванию, как и в традиционных горшочках.

www.goncharpsk.ru

Изысканность в простоте от Elysia



С первыми лучами утреннего солнца просыпается и желание выпить чашечку кофе. Но иногда любовь к этому напитку так велика, что хочется устраивать кофейные эксперименты на протяжении всего дня. Коллекция Elysia от Pasabahce давно знакома истинным гурманам. Сочетание классической утонченности и простоты с сиянием вертикальных граней придает атмосферу изысканности любому напитку. На этот раз коллекция кружек Elysia идеальна для модного Дальгона-кофе. Причем дизайнеры позаботились о любителях не только вкусного необычного кофе, но и других напитков, предложив серию в трех размерах: 195, 250 и 310 мл, производство Турция. Эти кружки не только согреют в зимние вечера, но и будут идеальным подарком к любому празднику.



Рецепт Дальгона-кофе: кофе, воду и сахар берем в равных пропорциях 1:1:1. С помощью миксера взбиваем до пышности. В кружки наливаем холодное молоко, а сверху накладываем получившуюся пенку. Казалось бы, ничего особенного. Но за счет особой техники приготовления получается очень пышный кофейный мусс, интересный и по вкусу, и по консистенции. За это он и полюбился миллионам кофеманов во всем мире!

Ингредиенты: сахар – 2 ст. л.; сухой растворимый кофе – 2 ст. л.; горячая вода – 2 ст. л.; молоко – примерно 300 мл.
Выход: 2 порции. Это очень интересно, ведь в подарочной упаковке как раз 2 кружки Elysia.

www.pasabahce.com/ru

Доставка для розницы

Компания **«Комплекс-Бар»** сообщила о расширении сферы услуг: теперь клиенты смогут оформить доставку для физических лиц на розничные заказы. Новая услуга доступна на территории Москвы и Московской области, осуществляется через службу доставки Vohberry.

www.complexbar.ru



«Лысьвенские эмали» с новыми рисунками

Лысьвенский завод эмалированной посуды представил две коллекции посуды с новым дизайном – **«Морозная роза»** и **«Пикник»**. В обе серии вошли кастрюли объемом 2; 3,5; 5 л и две модели чайников – с металлической ручкой (2; 3,5 л) и с бакелитовой ручкой и свистком (2,5 л).

www.lpec.ru

Авокадо в форме!

Торговая марка **IDILAND** представила новинку – контейнер в форме авокадо. Универсальный контейнер объемом 0,4 л изготовлен из высококачественного полипропилена, имеет плотную крышку с рисунком, выполненным по IML-технологии. Изделие на 100% пригодно для вторичной переработки.

www.idiland.ru



Новинки фарфора в компании «Рестошеф»

Компания «Рестошеф» сообщила о поступлении на склад коллекции профессионального фарфора **Stoneage** от фабрики Continental (Южная Африка). Изделия имеют комбинированную поверхность – с глянцевой и матовой глазурью. В ассортименте – тарелки и салатники.

www.restochef.ru



Производственные планы

«Алюминиевая торгово-промышленная компания» намерена реализовать инвестиционный проект по производству литой алюминиевой посуды с антипригарным покрытием в Новгородской области. Проект был представлен на заседании наблюдательного совета особой экономической зоны «Новгородская». В рамках проекта планируется создать 220-250 рабочих мест. Объем инвестиций составит более 300 млн руб. Инвестор планирует запустить производство в 2024 году и выйти на проектную мощность к 2027 году, в планах – выпускать более 2 млн изделий в год.

По материалам www.finance.rambler.ru

«Императорский фарфор» представил керамику

В новом сезоне Императорский фарфоровый завод решил обратиться к сочетанию истоков керамического дела и современных трендов и представил коллекцию чайно-столовых сетов из каменной керамики «Душевная кухня».

Каменная керамика – уникальный материал, пользующийся большой популярностью в производстве современной посуды. Как и в фарфор, в ее состав входят и глина, и минералы, но в иных пропорциях. Предметы из коллекции «Душевная кухня» украшены высокотемпературными глазурями в трех стильных цветовых вариантах, которые создадут легкую, расслабленную атмосферу и напомнят об отдыхе на райских островах: безмятежный «Песчаный пляж», нежный «Атолл» и чарующий «Розовый рай».

Сеты выполнены по заказу и под контролем АО «ИФЗ».

www.ipm.ru



Appetite Studio



Компания «Пилот МС» расширила серию посуды Studio TM Appetite, добавив в нее изделия из боросиликатного стекла. В ассортименте штабелируемые банки с бамбуковой крышкой разных объемов, масленки на бамбуковой подставке с ножом для масла, френч-пресс с бамбуковой крышкой, стеклянные кувшины с бамбуковой и нержавеющей крышками, заварочные чайники, термокружка с двойными стенками.

www.pilotms.ru

Raffinato от Apollo

Торговая марка Apollo представила коллекцию столовой посуды Raffinato. Посуда изготовлена из фарфора. Предлагается как в наборе, так и отдельными предметами. Изделия можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

www.apollogenio.ru



АКСАМ расширяется



Одна из старейших турецких стекольных фабрик – АКСАМ – готова к более плотному и масштабному сотрудничеству с российскими компаниями. Среди клиентов фабрики уже насчитывается немало известных имен, в их числе: CookHouse, COZY HOME, «Арти-М», «Табрис», «Аскона», «Сималенда», «Спецторг», Williams Oliver, «Дом Фарфора». Фабрика занимается производством стекла и его декорированием с 1946 года. Выйдя на российский рынок и открыв свое представительство «ОПТОМПОСУДА» в 2018 году, АКСАМ представил достойный ассортимент ручной работы премиального уровня в выдержанном европейском стиле; при этом традиционные восточные мотивы также сохранились в выпускаемых изделиях, которые непременно находят своего покупателя.

Все выпускаемые изделия сертифицированы и отвечают стандартам стран, с которыми заключены партнерские соглашения. К выбору сырья на фабрике подходят крайне тщательно, изделия проходят сертификацию и внутренний контроль – этим занимается

целая команда специалистов. Используемые в производстве стекло, красители, добавки и лаки абсолютно безопасны и допущены для контакта с пищевыми продуктами.

Значительная часть продукции производится под конкретного заказчика. При этом клиентам из России предлагается два варианта сотрудничества: либо воспользоваться уже сформированным предложением, которое хранится на складе, либо создать свой собственный дизайн под СТМ или под маркой АКСАМ.

Десятки тысяч пресс-форм, имеющихся в арсенале компании, не ограничивают стремление партнера. Специально для него может быть изготовлена форма (из чугуна) по индивидуальному заказу; следовательно, получаемая посуда будет отличаться абсолютной уникальностью.

Представительство АКСАМ в России готово ответить на любые вопросы, предложить интересные решения, оперативно доставить образцы и поделиться накопленным опытом, а в случае необходимости – организовать тур на фабрику.

www.aksamglass.ru



Профессионал на вашей кухне

Мясорубка **Sakura SA-6426** полностью выполнена из металла, что добавляет пользователю уверенности при ее использовании. Внутри установлен медный мотор с защитой от перегрева, металлическими шестеренками и редуктором. Максимальная мощность в 3000 Вт, две скорости работы обеспечивают высокую производительность – 2,5 кг в минуту. Мясорубка проста в сборке и очистке.

Помимо трех дисков с разным диаметром для переработки мяса, в наличии насадки для приготовления колбасок и кеббе. Мясорубка Sakura легко справится даже с жестким мясом благодаря функции «Реверс».

Стильный и современный дизайн, высокая эффективность работы – являются несомненным преимуществом данной модели, которое по достоинству оценит даже профессионал!

www.sakura-dt.com



Стильный фарфор с двойной глазурью

Коллекция посуды **Soft Ripples** от **Liberty Jones** – одна из самых ярких и перспективных новинок в ассортименте FineDesignGroup. Помимо стандартных предметов – тарелок, мисок, чашек и салатников – в коллекции есть и более редкие вещи: например, подставки для яиц, сервировочные наборы и блюдо для торта. Все предметы продаются по отдельности или небольшими комплектами, так что при желании можно собрать сервиз на любой вкус.

Вся посуда **Soft Ripples** изготовлена из белоснежного фарфора с небольшим секретом – двойной глазурью **Dual Glazing**. Она совмещает в себе две фактуры: матовую с внешней стороны и глянцевую внутри изделия – выглядит очень эффектно!

www.finedesigngroup.ru



Новинка от «Фарфора Белой Руси»

Добрушский фарфоровый завод представил новую коллекцию столовой посуды с рисунком «**Белый шиповник**». Рисунок выполнен подглазурными красками на форме «**Универсал**».

www.shop.dfz.by



Nouvelle Home готовится к Рождеству

Компания **ENS-Group** представила новые серии фарфоровой посуды с рождественской тематикой от ТМ Nouvelle Home. Это разнообразные кружки, чайники, чайные пары, салатники, тарелки с декоративным оформлением Edinburgh, «Новый год. Снеговик», «Новый год. Пингвин». Продукция в наборах упакована в индивидуальные цветные коробки. Производитель не рекомендует использовать данные изделия в СВЧ и посудомоечной машине.

www.ens-group.com



Коллекция Fjord от Røndell

Скандинавский стиль с его разумным минимализмом и безупречной функциональностью сегодня на пике популярности. Следуя тренду, дизайнеры Røndell создали коллекцию **Fjord**, в состав которой вошли сковороды, вок и сотейник из кованого алюминия, а также ковш и две кастрюли из нержавеющей стали. Корпус ковши и кастрюль имеет тройное вштампованное, а затем впрессованное дно без воздушных полостей. Сковороды, вок и сотейник оснащены внутренним двухслойным антипригарным покрытием **Xylan Plus®**. На ручках изделий имеются бакелитовые вставки. Для вока и сотейника предусмотрены крышки из термостойкого стекла с отверстиями для выхода пара: их плоская форма способствует экономии места при хранении. Предметы коллекции подходят для всех видов плит, включая индукционные.

www.rondell.ru



На ИФЗ открыли участок отливки крупных изделий

14 сентября на Императорском фарфоровом заводе прошло открытие воссозданного участка отливки крупных изделий. Завод является одним из немногих предприятий, где особое внимание уделяется ручному труду. Уникальные по размеру и сложности производства вазы, скульптуры, пласты – все это отливается вручную в цехе высокохудожественных изделий. В новом подразделении произведен капитальный ремонт помещений, заменены инженерные системы, установлено современное оборудование.

По материалам www.ipm.ru

С дополненной реальностью

Компания «**Пластик Репаблик**» представила набор детской посуды ТМ **Lalababy** с ярким рисунком. С помощью смартфона и QR-кода, изображенного на дне тарелки, рисунок можно «оживить». В набор входят 3 предмета: миска, тарелка и стакан. Изделия выполнены из полипропилена. Кроме того, компания выпустила серию стильных ланч-боксов объемом 0,8 л, персонажи которых также можно «оживить».

www.plastic-republic.ru



Чайные пары из Дулево

Дулевский фарфоровый завод выпустил серию чайных пар «Белый лебедь». Изделия украшают живописные цветочные мотивы с романтическими названиями – «Шепот лепестков», «Розовый аромат», «Прекрасный рококо», «Драгоценный момент».

www.dulevo.ru



Новогодний сет от Idiland

Компания Idiland представила новогоднюю коллекцию сетов из стакана и ланч-бокса. Изделия изготовлены из полипропилена, декорированы металлизированным рисунком. Крышка стакана оснащена удобным носиком для дополнительной практичности. Ланч-бокс имеет рельефное дно, которое эффективно отводит конденсат.

www.idiland.ru



Новинка в «Доме Фарфора»

В «Доме Фарфора» появилась коллекция «Джорджия Айвори» из традиционного лиможского фарфора от французского производителя JL Coquet (Джи Л. Куке). Нежный оттенок слоновой кости, тонкая ручная работа, мягкий цветочный орнамент, оплетающий матовый ободок тарелки, напоминают о залитых солнцем полях Прованса и уюте французских деревенских домиков.

www.domfarfora.ru



Умеренный диаметр

Торговая марка Kamille представила новинку – порционную сковороду диаметром 16 см. Сковорода выполнена из алюминия с антипригарным покрытием. Ручка бакелитовая с покрытием Soft Touch. Подходит для всех типов плит, в том числе индукционной.

www.kamille.store



Звездный час для Kukmara

Осень 2023 года запомнилась появлением самобытной новинки от Kukmara. Новая линия посуды из нержавеющей стали ORION – это дерзкая попытка примирить скромность и роскошество, простоту и изящество, спокойную матовость с эффектным глянцем. Kukmara бросает вызов старым порядкам, продолжая претворять в жизнь оригинальные идеи.

Благодаря сочетанию матовой и глянцевой поверхности линия ORION обретает собственный характер. Ее легко узнать и трудно с чем-либо перепутать. ORION от Kukmara является воплощением домашнего уюта и теплоты, совсем как созвездие Орион, теплый свет которого тихо струится по ночному небосводу.

Ассортимент линейки ORION представлен кастрюлями объемом 1; 2,5; 3,5; 4,5 и 6 л, ковшом объемом 1 л, сковородами диаметром 220 и 240 мм, а также сотейником диаметром 260 мм и объемом 4 л. Все изделия укомплектованы стеклянными крышками из жаропрочного стекла с паропроводом. Линия ORION изготовлена из пищевой стали марки AISI 202 (18/4). Материал безопасен для здоровья, обладает высокой износостойкостью, не вступает в реакцию с продуктами, а также характеризуется высокой устойчивостью к коррозии. Посуда изготовлена в соответствии с требованиями ГОСТ 27002-2020 «Посуда из коррозионно-стойкой стали».

Новая линейка оснащена утолщенным и ударопрочным дном, обладающим рядом преимуществ: промежуточный теплораспределительный слой алюминия обеспечивает равномерный и быстрый нагрев посуды, что значительно сокращает время приготовления. Наличие индукционного дна позволяет использовать посуду абсолютно на всех типах плит.

Мягкая утонченность ручек подчеркивает изысканность коллекции. Надежное крепление с помощью заклепок гарантирует безопасную эксплуатацию посуды. Удобно расположенные ручки позволяют кастрюлям легко складываться по принципу матрешки и компактно храниться на полке.

Новая коллекция ORION позволила выразить новаторский дух компании Kukmara, недвусмысленно намекая на звездную перспективу в будущем.



ORION



Kukmara[®]
Сделано в России
Основан в 1950
www.kukmara.com



СРОК СЛУЖБЫ
10
ЛЕТ



Vitek из текстурированного стекла

Торговая марка Vitek представила новую модель электрического чайника **VT-8808** объемом 1,7 л. Элегантный дизайн корпуса выполнен из инновационного термостойкого текстурированного стекла. Среди других достоинств этой модели – плавное открытие крышки нажатием на кнопку и внутренняя подсветка. Кроме того, в чайнике предусмотрена система автоотключения при закипании воды и отключения при недостаточном количестве воды в чайнике.

www.vitek.ru



Новинка для хранения

Завод пластмассовых изделий «Альтернатива» расширил ассортимент серии контейнеров для хранения «Бамбук». Серия пополнилась банкой для сыпучих продуктов объемом 0,7 л. Изделие цилиндрической формы оснащено бамбуковой крышкой.

www.alternat.ru

Барное стекло от Liberty Jones

Компания **Finedesigngroup** анонсировала поступление новой коллекции барного стекла от Liberty Jones. Дизайнерская коллекция Alice выполнена из выдувного стекла ручным способом. В дизайне сочетаются гладкие и рельефные фактуры. Часть бокалов и стаканов имеют дно с золотистым покрытием, которое красиво отражает свет, создавая эффектные блики и усиливая блеск стеклянных граней. Каждый набор идет в стильной упаковке, поэтому может стать отличным подарком к празднику.

www.finedesigngroup.ru



Черная Роса

Компания **Lenardi** представила новую коллекцию фарфоровой посуды **Rosa**, выполненную в черном цвете с фактурным рисунком. В серию вошли разнообразные салатники, сервировочные блюда и тарелки. Посуда поставляется в подарочной упаковке.

www.lenardi.ru



Рельефные «Узоры»

Ассортимент компании «Гала-Центр» пополнился коллекцией стеклянной посуды «Узоры» от торговой марки **Millimi**. В серию вошли салатники, десертная и подстановочная тарелки, выполненные в глубоком сером цвете с рельефным рисунком.

www.galacentre.ru



«София» и «Аллея» от «Фарфора Белой Руси»

Добрушский фарфоровый завод представил две новые коллекции фарфоровой посуды. Утонченная и нежная, с нотками уходящего лета, коллекция «Аллея» передает атмосферу неторопливых прогулок по парку. Белый фарфор украшен элегантным рисунком подглазурными красками на форме «Универсал». Коллекция «София» выполнена с деколью в фирменном «добрушском» синем цвете. Тарелки и салатники украшены цветочным рисунком подглазурными красками, заводной край – золотом.

www.dfz.by



Трио с ложками

Завод пластмассовых изделий «Альтернатива» выпустил новинку для кухни. Это набор емкостей для сыпучих продуктов на подставке. В наборе 3 банки с крышкой и мерной ложкой. Объем изделия – 1,2 л.

www.alternaf.ru



Формы WO HOME

В сети магазинов **Williams Oliver** появились формы для выпечки от немецкой торговой марки WO HOME. Изделия изготовлены из углеродистой стали с утолщенными стенками, с премиальным антипригарным покрытием Whitford Quantum 2. Подходят для интенсивного профессионального использования.

www.williams-oliver.ru

«Домаркет» запустил доставку по России

Интернет-магазин сети «Домаркет» начал доставлять товары по всей России. Компания работает со 120 поставщиками. В ассортименте магазина есть две собственные торговые марки: **Selesta** и **Domeo**. До 15 ноября проходит акция – бесплатная доставка на все товары.

www.domarket.ru

В оттенках Средиземноморья

Компания «Клен» представила новую линейку посуды Asquatarina от вьетнамского производителя фарфора Suong Phat. Серия выполнена в «средиземноморских» оттенках: светло-голубом, бирюзовом, устрично-белом и черно-красном. Большое количество фигурных салатников и декоративных блюд делают Suong Phat Asquatarina незаменимым для заведений, где салаты и закуски подаются на обед и ужин в качестве основных блюд. Также в ассортименте Suong Phat представлены плоские тарелки с бортом с необычной текстурной поверхностью.

www.klenmarket.ru



БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ПОСУДА

WALMER DUAL – практичные емкости для хранения круп, чая, кофе и специй

Как хранить крупы, чай, кофе и прочие бакалейные товары на кухне? Наиболее удобный вариант – специальные емкости для хранения.

Хорошая емкость для хранения решает на кухне сразу несколько задач. В первую очередь это сохранение продукта, во вторую – организация пространства, в третью – украшение интерьера.

Коллекция именно таких емкостей DUAL появилась у английского бренда WALMER. С ними поддерживать порядок на кухонных полках легко!

В коллекции четыре вида емкостей разных объемов: для хранения круп – 800; 350 мл и наборы для специй – 200; 85 мл. Емкости для специй можно ставить одну на другую, а значит, они удобны даже на самых маленьких кухнях, так как позволяют экономить место.

Особенность серии DUAL – удобные крышки с двумя клапанами. Малый клапан используется для дозированного высыпания продуктов, большой клапан – для наполнения емкости или для забора содержимого ложкой.

Корпус изготовлен из толстого и прочного закаленного стекла. Оно не царапается и не мутнеет со временем. Емкости будут выглядеть как новые долгие годы.

www.walmer-cookware.com
www.domos.ru



Глубокая «Мечта»

Торговая марка «Мечта» пополнилась новой моделью глубокой сковороды серии «Гранит». Посуда имеет литой толсто-стенный корпус с утолщенным дном. Антипригарное покрытие на водной основе наносится толщиной до 55 мк. Съёмный механизм ручки позволяет использовать сковороду в духовке в качестве формы для запекания.

www.posuda-mechta.com



Осенняя «Белхудожкерамика»

Производственная компания «Белхудожкерамика» (Беларусь) представила новую коллекцию керамической посуды, выполненную в осенних красках. В составе коллекции – тарелки, салатники, миски.

www.belhudkeramika.by



Умное решение от «Мартики»

Производственная компания «Мартика» представила аксессуары для удобной организации пространства на столе. Это салфетки «Смарт». Изделия имеют универсальный дизайн с элегантной геометрией. Можно приобрести квадратную салфетницу отдельно или в наборе с отделением для специй.

www.marika-home.ru

Коллекция «Тенденси» от Taller

Торговая марка Taller представила новую серию посуды «Тенденси». Серия выполнена из нержавеющей стали марки 18/10, все изделия имеют капсулированное дно. Толщина стенок – 0,6 мм. Толщина дна – 2,8 мм. Полировка снаружи и внутри – зеркальная. В составе кастрюли 2; 2,8; 5; 6,8 л и ковш 0,9 л. Изделия оснащены плоской крышкой из жаропрочного стекла со стальным ободом и отверстием для выхода пара. Ручка выполнена на точечной сварке. Есть отметки литража. Посуда подходит для всех типов плит. Можно мыть в ПММ.

www.posudataller.ru



JARKO С НОВИНКОЙ

Российский бренд JARKO открывает осенний сезон новой линейкой посуды **Jolie**. Антипригарное итальянское покрытие в цвете «баклажан» снаружи с ажурными шестиугольными мотивами на графитовой внутренней поверхности. В линейке Jolie большой выбор предметов разных объемов: от ковши до большого глубокого сотейника. Толщина стенок – 1,8 мм. Эргономичная удлиненная бакелитовая ручка на экранном креплении с покрытием Soft Touch. Специальная проточка дна. Посуда подходит для газовых и электрических плит, можно мыть в посудомоечной машине.

www.gvura.ru

Новинка от Esprado

Торговая марка Esprado представила сковороды новой коллекции **Arga**, выполненные из кованого алюминия. Износостойкое антипригарное покрытие Pflon Hua Gang Yan позволяет пользоваться металлическими аксессуарами. Дно и стенки сковород – 3,5 мм.

www.esprado.ru



Pandora – новинка от «НМП»

Завод «Нева Металл Посуда» представил новую коллекцию литой алюминиевой посуды Pandora. Изделия имеют многослойное антипригарное покрытие на водно-кремниевой основе. Ровное проточенное дно обеспечивает плотный контакт с варочной поверхностью плит. Кастрюли и жаровни оснащены стеклянными крышками. Посуда подходит для всех типов плит, кроме индукционных. Можно мыть в посудомоечной машине.

www.nmp.ru



Новая серия фарфора Vonna

Компания «Мастергласс» представила коллекцию столовой посуды от турецкой торговой марки Vonna. Серия профессионального фарфора **Tequendama** украшена причудливыми растительными узорами в бирюзово-зеленых тонах, представлена широким диапазоном форм. Изделия можно мыть в посудомоечной машине и использовать в СВЧ-печах.

www.masterglass.ru



«Рождественский вечер» от «Фарфора Белой Руси»

Добрушский фарфоровый завод представил новую коллекцию столовой посуды с новогодней тематикой – «Рождественский вечер». Посуда украшена красочными рисунками, выполненными подглазурными красками. В ассортименте блюда, тарелки и салатники. Коллекция подарит ощущение уюта и тепла.

www.dfz.by



«СтальЭмаль» будет поставлять посуду в Китай

Компания «СтальЭмаль» планирует поставлять в Китай кастрюли и чайники премиальных линеек. Череповецкое предприятие заключает контракт с иностранной компанией, пишет информагентство «Череповец».

«СтальЭмаль» – самая крупная компания в России, выпускающая эмалированную посуду. Мы выпускаем около пяти тысяч наименований. Провели реконструкцию предприятия, освоили новые технологии, повысили компетенции персонала. Отсюда огромный интерес к нашей продукции со стороны китайской компании на последней международной выставке. Мы готовимся системно поставлять продукцию в КНР. Китайские партнеры выбрали самые дорогие линейки», – рассказал генеральный директор «СтальЭмали» Андрей Коленов.

В сентябре компания «СтальЭмаль» отметила 50 лет со дня основания. На сегодня она производит около 400 тыс. изделий, которые поставляются по всей России, а также в Казахстан, Киргизию, Азербайджан, Узбекистан и Беларусь.

www.cherinfo.ru

Valira – новинка из Испании

Компания «ЛионТрейд» представила серию кастрюль от торговой марки Valira. Кастрюли изготовлены из литого алюминия на фабрике в г. Реус (Испания). Изделия оснащены многослойным антипригарным покрытием и могут использоваться на различных типах варочных поверхностей, в том числе на индукционных плитах, а также в духовых шкафах с температурой до 260 °С. Все предметы укомплектованы стеклянными крышками, силиконовыми накладками для ручек и мешочком для хранения и переноски. Доступные размеры: 20; 24 и 26 см.

www.valira-russia.ru



Confetti от Plastic Republic

Компания Plastic Republic представила линейку товаров для дома Confetti. В нее вошли тарелки, салатники, банки для хранения, а также контейнеры, товары для уборки и детские товары.

www.plastic-republic.ru

Новогодняя коллекция Esprado

Торговая марка Esprado представила новогоднюю коллекцию фарфоровой посуды **Invierno**. Коллекция представлена современными формами. Фарфор украшен деколью и покрыт прочной глазурью. Изделия подходят для мытья в посудомоечной машине и использования в микроволновой печи.

www.esprado.ru



Capri в фарфоре

Коллекцию керамической посуды Capri от **Maxwell & Williams** дополнила фарфоровая группа. Среди новинок: обеденный набор (12 предметов), набор из 4 кружек (0,42 л), набор салатников (3 шт.). Яркие, сочные цвета придадут сервировке средиземноморский шарм и очарование. Предметы коллекции можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

www.annalafarg.ru



Коллекция фарфоровой посуды Capri



BelugaFarm x Zinaida Yusova: Астрахань

3 октября в Галерее ИФЗ на Кутузовском проспекте прошла презентация лимитированной коллекции BelugaFarm x Zinaida Yusova: Астрахань. Автор коллекции – Зинаида Юсова. Рисунки на предметах посвящены природе Астраханского края. Тончайшая вязь рисунка подчеркивает красоту и воздушность фарфора.

www.ipm.ru

Новинки TM Kamille

Торговая марка Kamille представила ряд новинок. Среди них – эмалированный чайник объемом 2,5 л. Чайник оснащен свистком и фиксированной бакелитовой ручкой. Подходит для использования на индукционных плитах. Также среди новинок – различные модели мельниц для специй. Изделия выполнены из стекла и бамбука. Оснащены керамическим механизмом с регулировкой тонкости помола.

www.kamille.store



Компания «Гвюра» отметила 15-летие

30 сентября компания «Гвюра» отметила 15 лет успешной работы на рынке посуды. ООО «Гвюра» – одно из крупнейших предприятий в стране, специализирующееся на производстве стеклянной крышки и посуды с антипригарным покрытием под торговой маркой **JARKO**. Продукция JARKO была неоднократно удостоена награды «100 лучших товаров России», представлена практически во всех крупных федеральных торговых сетях и маркетплейсах России, а также на рынке Армении, Казахстана, Грузии и Узбекистана. Кроме того, компания выпускает продукцию под СТМ для партнеров.

www.gvura.ru



Джейми Оливер и Tefal – 20 лет сотрудничества

В этом году британский шеф-повар Джейми Оливер и компания Tefal (**Groupe SEB**) отметили 20 лет сотрудничества. С момента начала партнерства под брендом Tefal x Jamie Oliver было продано более 30 млн продуктов в более чем 50 странах. В 2024 году совместный бренд представит новую линейку сковородок с инновационным керамическим покрытием. Кроме того, заявлен выпуск линейки малогабаритной кухонной техники.

С января 2023 года Groupe SEB перевела все кастрюли и сковородки Tefal x Jamie Oliver на производство из переработанных материалов, будь то алюминий или нержавеющая сталь.

www.groupeseb.com



Для сервировки и хранения

Ассортимент компании «**Анна Лафарг**» пополнился набором столовых приборов **Avantgarde** на 6 персон (30 предметов) от швейцарского бренда **Sola**. Приборы выполнены из нержавеющей стали, упакованы в подарочную коробку.

Кроме того, компания представила новые коллекции банок для хранения от TM Maxwell & Williams. Среди них – коллекция Grantham из углеродистой стали с порошковым покрытием синего, зеленого, серого и кремового цветов.

www.annalafarg.ru



«Розовый танец» от Anna Lafarg Emily

Торговая марка Anna Lafarg Emily пополнилась новой коллекцией фарфора «Розовый танец». Посуда изготовлена из костяного фарфора, украшена нежным цветочным мотивом с распускающимися бутонами. Тонкая золотая каемка добавляет предметам утонченности. Коллекция представлена обеденными и чайными сервизами на 6 и 12 персон.

Также компания представила новую коллекцию столовой посуды Charles от торговой марки Pozzi Milano 1876. Изделия выполнены из фарфора, украшены геометрическим орнаментом. Предметы коллекции можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

www.annalafarg.ru



«Да и нет» – новинка от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил коллекцию фарфора «Да и нет». Ритмичное чередование белого – цвета фарфора – и дополнительного тона составляет гармоничный контраст и динамику. Цвета хорошо сочетаются между собой – это дает возможность создавать стильные индивидуальные сервировки для любого случая. В серию вошли столовый фарфор и кофейная коллекция. Изделия выполнены из костяного фарфора.

www.ipm.ru

«Ашинский метзавод» проводит опрос по новой продукции

ПАО «Ашинский метзавод» проводит опрос по ассортименту новинок. Предлагается оценить и сделать выбор в трех категориях: кастрюли, сковороды и ковши, термосы. Опрос проводится на сайте завода по ссылке – <https://tnp.amet.ru/news/12815/>.



Luminarc на все случаи жизни

Коллекция бокалов Concepto Stripy от Luminarc – это удобные в использовании компактные универсальные стаканы, которые предназначены для подачи сока, воды, лимонада, морса, компота, а также крепких напитков. Сочетая в себе элегантный дизайн и функциональность, стаканы подходят как для ежедневного использования, так и для праздничной сервировки.

Предметы коллекции представлены как в прозрачной версии, так и в цветах: лилак, лондон топаз, бирюзовый и синий.

Благодаря окрашиванию в массе стаканы можно мыть в посудомоечной машине, не боясь потери цвета.

www.luminarc.com



Avdeev Crystal расширяется

Новый магазин бренда Avdeev Crystal открылся в столичном ТЦ «Авиапарк» (Ходынский бульвар, 4). В магазине представлены хрустальные изделия из прозрачного и цветного хрусталя ручной работы: интерьерные вазы, скульптуры, наборы для напитков, предметы сервировки и декора.

www.avdeevcrystal.ru

«Розовый рай» от ИФЗ

Коллекция посуды из каменной керамики «Душевная кухня» пополнилась новой серией «Розовый рай». Утонченное цветовое сочетание позволит создать романтическую сервировку как в обычный день, так и для особого случая. Изделия подходят для использования в ПММ и СВЧ. Сет «Розовый рай» выполнен по заказу и под контролем АО «ИФЗ».

www.ipm.ru



«Китайский Дракон» от Elan Gallery

Компания Elan Gallery представила новую серию посуды «Китайский Дракон». Посуда изготовлена из белого фарфора, украшена рисунком с элементами золотого цвета. В наличии чайные наборы, блюда для десертов и закусок. Изделия не подходят для использования в СВЧ и ПММ.

www.elangal.ru



«Домовой» пришел в Кириши

2 декабря сеть магазинов «Домовой» открывает новый магазин в г. Кириши Ленинградской области. Магазин расположится в ТРК «Кириши Плаза». Гости ждут скидки, подарки и розыгрыши призов.

www.fddomovoy.ru

Новинки в магазине «Дулевский фарфор»

В официальном интернет-магазине завода «Дулевский фарфор» появились новые наборы тарелок с рисунком «Лесные травы» и «Черника». Также представлены коллекции кружек объемом 300 мл с рисунком «Мрамор» и «Геометрия».

www.dulevo.ru



Премиальная серия аксессуаров от Phibo

Компания «Бытпласт» представила премиальную серию аксессуаров для кухни **Maestro** от Phibo. Изделия выполнены из стеклонаполненного полиамида: он выдерживает температуру до 200 °C и моется в посудомоечной машине. Эргономичная ручка благодаря вставке из эластомера и матовой поверхности не скользит в руке. Гибкая петля в верхней части ручки позволяет хранить приборы в подвешенном состоянии. В наличии два варианта цветового решения – светло-серый и бордовый.

www.bytplast.ru



Joseph Joseph с тонкой настройкой

Бренд Joseph Joseph выпустил обновленную модель терки **Multi-grip Mandoline™ Plus**. Приспособление имеет удобный захват-держатель, который обезопасит руки от прикосновения с острыми лезвиями терки. Держатель можно настраивать на самые мелкие, круглые и длинные формы. О такой тончайшей настройке раньше можно было только мечтать! Теперь благодаря регулировке лезвия толщина и размер ломтиков могут быть самыми разными.

eu.josephjoseph.com

Даешь завод!

Компания «ВиолетПласт» получила разрешение на строительство завода в Серпуховском городском округе. Площадь предприятия составит 17 тыс. кв. м. Здесь планируется производство мебели, посуды, элементов интерьера и другой продукции из пластика. Объем инвестиций в проект составит 510 млн руб. Они будут направлены на организацию нескольких автоматизированных производственных линий и складов для хранения сырья и готовой продукции.

www.mosregtoday.ru

Три универсальных солдата Esogu

Коллекция Esogu из трех деревянных чаш бренда **Liberty Jones** абсолютно универсальна. Эти чаши можно использовать для готовки и подачи блюд, а также для хранения и даже в качестве декора на кухне или в столовой! Изделия выполнены из плотной и твердой акации и требуют минимального ухода: достаточно периодически обрабатывать их специальным маслом, чтобы они сохранили прекрасный внешний вид и свойства. В коллекции представлены три чаши диаметром 11; 12 и 14 см.

www.finedesigngroup.ru



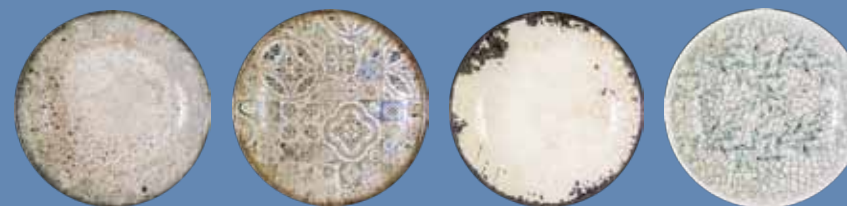
Wilmax
ENGLAND



VINTAGE
MOSAIC
collection

GRAPHICS
Fine Porcelain

ТАРЕЛКИ
ГЛУБОКИЕ



20 см 23 см 26 см 28 см

CORAL BLUE
collection



4 РАЗМЕРА

OLIVE GREEN
collection



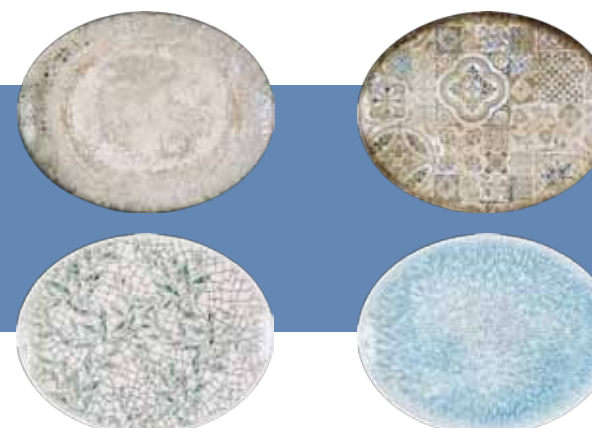
2 РАЗМЕРА

БЛЮДА
ПРЯМОУГОЛЬНЫЕ



23.5 x 17 см 30 x 23 см

ТАРЕЛКИ
ЭЛЛИПС
31 x 24 см



VANILLA RAJ
collection



wilmax.uk

Wilmax
ENGLAND

OLIVE
GREEN
collection

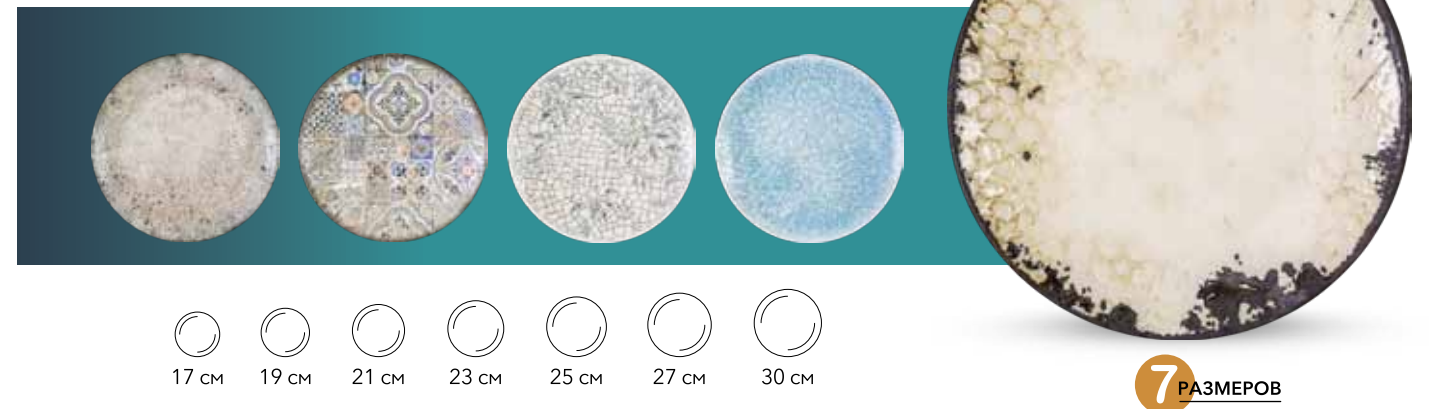


GRAPHICS
Fine Porcelain



Для просмотра
полного ассортимента
коллекции Graphics
сканируйте QR-code!

ТАРЕЛКИ
КРУГЛЫЕ



17 см 19 см 21 см 23 см 25 см 27 см 30 см

7 РАЗМЕРОВ

VANILLA RAJ
collection

SILVER MOON
collection



БЛЮДА
ПРЯМОУГОЛЬНЫЕ
33 x 15 см



БЛЮДА
СУПЕРЭЛЛИПС



16 x 9 см 20 x 11 см 25 x 15 см 30.5 x 18 см

4 РАЗМЕРА

VINTAGE MOSAIC
collection

wilmax.uk

Название выставки и место проведения	Время и организаторы	Название выставки и место проведения	Время и организаторы
NON-FOOD ASIA EXPO 2023 международная выставка непродовольственных товаров Алматы, Казахстан	09.11.23-11.11.23 «Майер Экспо Азия»	БЕЛАРУСЬ-РОССИЯ. ДЕКАБРЬ 2023 выставка-ярмарка Москва	05.12.23-10.12.23 ООО «РБС Экспо»
БЕЛАРУСЬ-РОССИЯ. НОЯБРЬ 2023 выставка-ярмарка Москва	14.11.23-19.11.23 ООО «РБС Экспо»	ТОЛЬЯТИ РОЖДЕСТВЕНСКИЙ 2023 универсальная выставка товаров народного потребления Тольятти	06.12.23-10.12.23 Выставочная компания «ЭКСПО- Тольятти»
НАРОДНАЯ ЯРМАРКА. НОЯБРЬ 2023 межрегиональная выставка-ярмарка Саранск	15.11.23-19.11.23 ООО «МОРОДОВ- ЭКСПОЦЕНТР»	НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК В ЭКСПОФОРУМЕ 2023 международная выставка-ярмарка Санкт-Петербург	07.12.23-10.12.23 Выставочное объединение «ФАРЭКСПО»
КРУПНАЯ БЫТОВАЯ И МЕЛКАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА. ЭЛЕКТРОНИКА 2023 международная выставка Алматы, Казахстан	17.11.23-19.11.23 World Silk Way	НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК. УЮТНЫЙ ДОМ 2023 специализированная выставка товаров для дома Иркутск	12.12.23-18.12.23 ОАО «СибЭкспоЦентр»
GIFTS & LIFESTYLE MIDDLE EAST 2023 выставка стиля, образа жизни и подарков ОАЭ, Дубай	21.11.23-23.11.23 Messe Frankfurt Middle East GmbH	ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА 2023 выставка-ярмарка народных художественных промыслов Москва	13.12.23-14.12.23 Ассоциация «Народные художественные промыслы России»
КРАСКИ ОСЕНИ 2023 межрегиональная выставка Владимир	22.11.23-25.11.23 ТПП Владимирской области	НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА. РОСТОВ-НА-ДОНУ 2023 выставка-ярмарка Ростов-на-Дону	13.12.23-17.12.23 КВК «ДонЭкспоцентр»
IDEAL HOME SHOW AT CHRISTMAS 2023 выставка товаров для дома и сада Великобритания, Лондон	22.11.23-26.11.23 Media 10 Ltd.	НОВОГОДНИЙ БАЗАР 2023 всероссийская ярмарка текстильной и легкой промышленности Волгоград	20.12.23-24.12.23 ООО «Выставочный комплекс «ВолгоградЭКСПО»
ЗИМНИЙ САЛОН. БЕЛГОРОД 2023 межрегиональная выставка Белгород	22.11.23-26.11.23 Белгородская ТПП («Белэкспоцентр»)	VIETBUILD HOME 2023 международная выставка-ярмарка Вьетнам, Хошимин	20.12.23-24.12.23 Vietbuild Construction International Exhibition Organization Corporation
ПОМОРСКАЯ ЯРМАРКА. СЕВЕРОВИНСК 2023 торговая ярмарка Северодвинск	24.11.23-26.11.23 ООО «Поморская ярмарка»	РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА. КРАСНОЯРСК 2023 выставка-ярмарка Красноярск	20.12.23-24.12.23 Выставочная компания «Красноярская ярмарка»
WORLD EXPO 2023 международная домашняя выставка Индия, Нави Мумбаи	28.11.23-30.11.23 Worldex India Exhibition & Promotion Pvt. Ltd.	РОЖДЕСТВЕНСКИЙ БАЗАР. СОЧИ 2023 выставка-ярмарка Сочи	21.12.23-24.12.23 ООО «СОУД» – Сочинские выставки»
CHINA PRODUCTS EXHIBITION 2023 выставка китайских товаров Индия, Нави Мумбаи	28.11.23-30.11.23 Worldex India Exhibition & Promotion Pvt. Ltd.	HOMEX 2023 выставка интерьера и товаров для дома Гонконг, Гонконг	23.12.23-26.12.23 Hongkong-Asia Exhibition (Holdings) Ltd.
ПОМОРСКАЯ ЯРМАРКА. АРХАНГЕЛЬСК 2023 торговая ярмарка Архангельск	28.11.23-01.12.23 ООО «Поморская ярмарка»	ПОДАРКИ К НОВОМУ ГОДУ 2023 новогодняя выставка-ярмарка с 23 по 29 декабря Санкт-Петербург	23.12.23-29.12.23 ООО «Сивел»
МОДНЫЙ БАЗАР. ЗИМА 2023 всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности Волгоград	28.11.23-03.12.23 ООО «Выставочный комплекс «ВолгоградЭКСПО»	MILANO HOME 2024 международная выставка подарков и товаров для дома Италия, Милан	11.01.24-14.01.24 Fiera Milano S.p.A.



HOUSEHOLD. Осень 2023 года

С 12 по 14 сентября в павильонах «Экспоцентра» на Краснопресненской набережной в Москве прошло традиционное представление товаров для дома от многочисленных российских и зарубежных компаний. Выставочный проект хорошо известен всем представителям рынка – это HouseHold Expo, Stylish Home, Objects & Tableware и ChristmasBox Podarki.

Прошедшее событие серьезно отличалось от предыдущих выставок. В частности, в сегменте HouseHold давно не было такого активного представления продукции от почти всех известных российских марок. Пожалуй, даже самые оптимистично настроенные экспоненты и профессиональные посетители не ожидали столь масштабно развернутой выставочной работы в течение всех трех дней мероприятия.

В павильонах посуды присутствовали почти все известные компании, а наличие большого числа профессиональных посетителей свидетельствует о колоссальном интересе к деятельности отечественных закупщиков и производителей. Сравнимая текущую выставку с прошлогод-

ней, одновременно удивляешься и вдохновляешься: насколько же велик потенциал российского рынка и непредсказуемо поведение профессиональных игроков. В этом году выставочное пространство было поделено между большим числом игроков и новых компаний. Надеемся, что эта тенденция будет продолжаться и далее.

Хочется отметить некоторые нововведения. Первое – с весны выставочная площадка поменяла адрес. Теперь это не залы в «Крокус-центре», а павильоны «Экспоцентра». По словам некоторых участников, это и хорошо, и плохо. Затруднительный путь по центру столицы на автотранспорте – это реальная проблема. А вот возможность добраться до

центра города на городском транспорте без опозданий – безусловное удобство.

Но пройдемся по стендам участников. Наиболее известные российские компании заняли основную часть павильона №8.

Самые большие ожидания на посудном рынке появляются в сфере кухонной посуды и пластика. Что касается наплитной посуды, каждая компания соревнуется по дизайну, по цвету и потребительским свойствам покрытий, предлагаются интересные варианты ручек и крышек для посуды.

В этом году в очередной раз порадовала марка **Kukmara**. Наряду с выпуском литой алюминиевой посуды, посуды с антипригарным покрытием, а также товарами для туризма и отдыха одноименная компания с 2021 года производит великолепные изделия из нержавеющей стали, в частности сковороды и кастрюли из этого материала. Последние можно было увидеть на выставочном стенде рядом с обновленными моделями сковород Granit, имеющими внутреннее антипригарное покрытие Karlon. Посуда Kukmara все активнее завоевывает популярность у потребителей. Уникальные свойства посуды Кукморского завода раскрыл знаменитый шеф-повар из Санкт-Петербурга – Илья Лазерсон. Он продемонстрировал свое мастерство в приготовлении целого спектра угощений: от основных блюд и закусок до десерта. Наблюдая за его работой, можно было открыть для себя новые возможности посуды марки Kukmara. Завод предлагает отличную посуду в различных ценовых диапазонах с превосходными потребительскими свойствами. Не случайно изделия этой марки успешно реализуются в розничных точках продаж и благодаря своей узнаваемости востребованы оптовиками – с такой посудой приятно и легко работать!

«Камская посуда» привезла в качестве новинки чугунный казан



Экспозиционная площадь выставочных проектов HouseHold Expo, Stylish Home, Objects & Tableware и ChristmasBox Podarki, прошедших в ЦВК «Экспоцентр», составила более 36 тыс. кв. м. Было задействовано 11 выставочных залов в павильонах 2, 3, 7 и 8. В мероприятии приняло участие свыше 1100 производителей и дистрибьюторов товаров для дома и интерьера, посуды и хозтоваров, бытовой техники, детских игрушек, подарков и новогодней продукции из Беларуси, Болгарии, Ирана, Египта, Китая, Кореи, России, Турции и Узбекистана. Количество посетителей составило более 27 тыс. человек.

60% экспонентов приняли участие в выставках впервые – Robotime, «Беломо», ГК «Макнот», «Изюм», «Индустриальные ткани», «Майтол Рус», «Наша Марка», «Новатек», «Пакгауз», «Рубин», «Тачхоум», «Техмаркет», «Фан Дистрибьюшн», «Фохманн Руссланд», «Фессле», «Фурнитура» и др., а также участники Национальной Китайской экспозиции.

Впервые на HouseHold Expo лично присутствовали более 800 компаний – прямых поставщиков из Китая, которые презентовали на выставке тысячи новых эксклюзивных товаров и контрактных производств в рамках Национальной экспозиции Китая в России.

В рамках Международной выставки HouseHold Expo была организована партнерская программа «Консультационный центр», которую с 2024 года планируют сделать постоянной. В рамках партнерской программы участники и посетители консультировались по вопросам сертификации и качества товаров, выбора надежных поставщиков товаров, выхода на маркетплейсы и в розничные сети, финансирования внешнеэкономической деятельности, логистики, доставки товаров, а также получили доступ к другой полезной информации, связанной с темой сотрудничества с иностранными партнерами.

По материалам www.hhexpo.ru





Продукция Керченского металлургического завода «ТАЛИСМАН»



Экспериментальная модель кастрюли от Ашинского металлургического завода



«Кукуруза» от «СтальЭмали»



«Кольчугинский мельхиор»



Разделочные доски от ИП «Мамсиров»

представили на выставке в трех цветовых решениях: ENERGY Gold Induction, ENERGY Agate Induction, ENERGY Bronze Induction.

Ашинский металлургический завод («АМЕТ») приехал на выставку с экспериментальной кастрюлей из нержавеющей стали объемом около 1,75 л. Интересна форма данной посуды (внешне кастрюля напоминает котелок), приспособленная для удержания посуды ухватом. Представители компании решили узнать мнение потенциальных покупателей о данной кастрюле и, может быть, улучшить ее, предложив более интересную для покупателей модель.

Керченский завод расширил свой ассортимент за счет обновленной линейки «Малахит», включающей следующие объемы посуды: 1; 1,5

и 2,0 л. Кроме того, завод предложил новые дизайны своей продукции, среди которых стоит выделить наборы «Лео», «Лофт», «Палитра», «Арабика», «Маки» и др.

Предприятие **«СтальЭмаль»** выступило с уже известной серией «Апельсин», подчеркивая верность своим хитам и соответствуя интересам постоянных покупателей; кроме того, здесь же можно было увидеть действительный хит – серию Maestro. Эти предметы привлекают постоянных покупателей, кроме того, эту посуду до сих пор активно заказывают. Также на стенде можно было увидеть недавно созданные коллекции «Кукуруза» и «Смак». А к числу самых последних новинок компании можно отнести Vitross Odelis, а также набор мисок с силиконовыми крышками (также от

Vitross). Вскоре покупатели смогут увидеть и коллекцию «Сомелье» (под маркой «СтальЭмаль»).

Компания **Dariis** (торговая марка АКСАМ) в очередной раз продемонстрировала на своем стенде ярко декорированную посуду из стекла. Неповторимые изделия различных форм и оттенков буквально приманивали к себе посетителей выставки.

Интересно смотрелась и медная посуда от **«Кольчугинского мельхиора»**.

Компания **Maestro** представила интересные варианты покрытий своих сковород из нержавеющей стали. Выдавленная перфорация на внутренней поверхности дна посуды покрыта специальным «айлаком». Таким образом создается антипригарное покрытие.

Белорусский завод **«Сантэкс»** представил новые серии «Авокадо», «Черри», «Пионы пурпурные», «Джем» и пр. Сегодня посудная продукция этого производителя широко представлена в российских торговых сетях, однако в новых поставках отсутствует оранжевый цвет. Причиной тому – известные санкции, в результате которых завод не получает нужных зарубежных компонентов для эмали такого оттенка.

ИП **«Мамсиров»** (г. Нальчик) выставил новые аксессуары из бука, а также большие по площади разделочные доски из этой же породы древесины. Сегодня спрос на такие разделочные доски довольно высок, так что компания вполне может существенно расширить список своих партнеров.

«МФК-Профит» концентрирует свое внимание на детской посуде, продемонстрировал новую детскую линейку «Синий трактор». Также в арсенале компании появилась долгожданная посуда из стеклокерамики с розовыми и голубыми оттенками.

«Декостек» продемонстрировал новые коллекции из стекла – «Ландыши», «Береза» (бирюзовый оттенок) и др.

Бренд **Bomond** порадовал обновленными моделями столовых приборов и аксессуаров.

Добрушский фарфоровый завод продемонстрировал нанесение рисунка с помощью цифровой печати. Это совершенно новая технология. В отличие от деколирования здесь имеется возможность изме-

нить размер рисунка, что в основном подходит для плоских поверхностей. В числе новинок – новые серии «Огненный дракон», «Страна драконов», «Лесная сказка» и др.

Дулевский завод впервые показал новую упаковку из картона для одной или двух чайных пар. Также на стенде были выставлены наборы тарелок с изображениями гранатов.

На стенде компании **«Анна Лафарг»** преваляровала столовая посуда. Из новых коллекций можно назвать «Изумруд», «Алькасар», а также набор стаканов Monterey.

Торговый дом Germ показал различные изделия из традиционной керамики, в том числе набор на 6 персон, состоящий из 39 предметов.

Соблюдая многолетнюю традицию, компания **WILMAX** в очередной



TimA



Idiland



Стенд компании «Анна Лафарг»



WILMAX



«Дулевский фарфор»



Декор от Добрушского фарфорового завода



WILMAX



«МФК-Профит»



раз продемонстрировала новинки на своем стенде. Посетители смогли увидеть обновленный ассортимент посуды для дома и ресторана, включая кухонные гаджеты. В числе новинок стоит выделить цветные изделия из термостекла; новые формы и текстуры, дополняющие уже полюбившуюся многим коллекцию Monolith; красивый белоснежный фарфор с интересными и запоминающимися деталями; стильную чеканную посуду из нержавеющей стали и др.

Arc International и завод **OC3** объединили свой стенд, подчеркнув таким образом высокую эффективность совместной созидательной работы. Стекольный завод представил две новые модели кружек – «Норд» и «Аура».

Antares Trade расширил свое предложение за счет иранского

фарфора под маркой Zarin. Кроме того, на стенде в широком ассортименте были представлены изделия от Emile Henry, в частности коллекция Sublime.

Белорусский завод **Neman** представил совершенно новую коллекцию France (разнообразные бокалы и рюмки).

Компания **RESTO** существенно расширила свое предложение кухонных ножей, последние новинки имитируют дамасскую сталь. А уже совсем скоро в торговые сети поступит так называемая «навеска», выполненная из PBT-пластика. Также в зоне пристального внимания посетителей оказались сковороды из нержавеющей стали, выполненные по технологии TRI-PLY. Такая посуда состоит из трех слоев. Нижний из 430-й стали,

средний из алюминия, а верхний (внутренний) из 304-й стали. Кроме того, внутренний слой может иметь перфорацию в виде сот, внутри которых залит антипригарный состав от Whitford.

Бренд **Tescoma** не представил на выставке новинки, ограничившись исключительно уже известными товарными позициями.

TimA – составил выставочную экспозицию из уже известных и успешно зарекомендовавших себя товарных позиций.

Марка **VARI** выступила на выставке с новинкой ETHNO. Новое цветовое решение данной коллекции создано методом валового наката. Нельзя было не заметить картофельницу. Она отличалась от обычной сковороды объемом, высокими бортами и



Новинки от RESTO: ножи с имитацией дамасской стали, «навеска» с элементами из PBT-пластика



Emile Henry



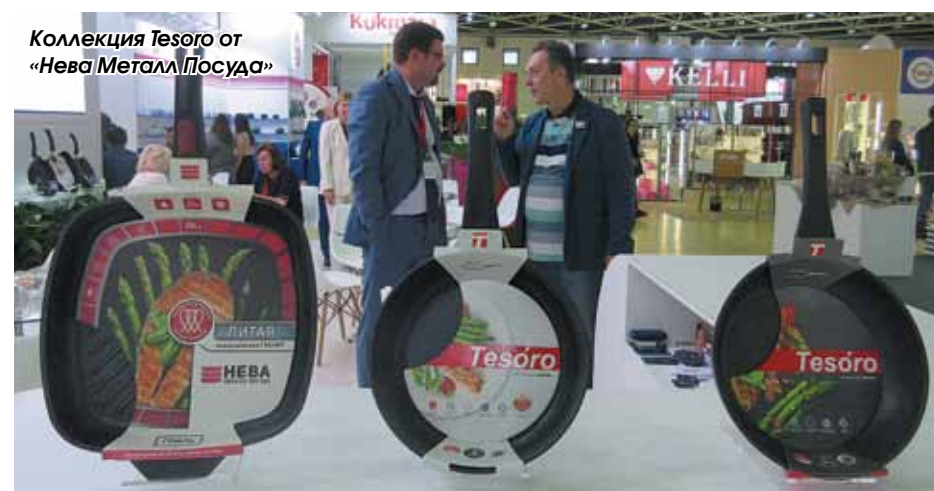
Коллекция France от завода «Неман»



Продукция фирмы Daris



AC-Декор



Коллекция Tesoro от «Нева Металл Посуда»



Versedesign



«Лысьвенские эмали»



Borkeramika



Gipfel



Finedesign

ручками – одна большая длинная и с другой стороны короткая, чтобы удобнее держать сковороду при переворачивании картошки. Она пользовалась заслуженным вниманием и профессионалов, и посетителей выставки.

«Нева Металл Посуда» продемонстрировала на выставке новую серию Tesoro. Антипригарное покрытие этой серии считается самым стойким к истиранию из всех предыдущих, используемых компанией.

«АС-Декор» подготовил новые дизайны к наступающему году Дракона. В качестве основы в компании используют стеклянные кружки от OC3.

Марка **IDI** привезла на выставку целый ряд новинок, в частности навеску из термостойкого полиамида, подставку для ножей, масленку с высокими стенками (вместит большой кусок масла) и многое другое.

«Пилот MC» предложил обновленные линейки различных сковород,

компания «СтарКофф», традиционно выступающая с известным брендом goodgood, показала бокс, крышка которого выполнена по технологии двухкомпонентного литья.

«Лысьва» («Лысьвенские эмали») сохранила прежними формы своей эмалированной посуды, но существенно обновила деколи. Кроме того, существующие декоры перешли с одной формы на другую. Среди обновленных наборов – «Цвет граната», «Пикник» и др.

Компания «Кристалекс Рус» выступила с новыми сериями Abex и «Магнолия».

Компания «Узметкомбинат» показала эмалированные изделия для дома и для кухни с красивым узбекским узором, что выгодно отличало ее от классических декоров.

Компания «Коралл» продемонстрировала новинку из фарфора – «Рустик» и из керамики – «Стон». Детская серия пополнилась коллекцией «Винни-Пух».

Конечно, не все компании-участники представлены в данном обзоре. Для освещения всех экспонатов требуется развернутый выставочный каталог. В данном обзоре мы попытались рассказать о компаниях и стендах, которые произвели наиболее яркое впечатление на сотрудников журнала.

В рамках выставки прошла насыщенная деловая программа. Ключевых моментов было три. Во-первых, конференция «Точки роста бизнеса: контрактное производство и продвижение конечной продукции СТМ» при поддержке и участии Минпромторга России. Во-вторых, конференция «Рынок товаров для дома: как построить бизнес с Китаем». В-третьих, мастер-классы «Товары для дома на маркетплейсах – лайфхаки для увеличения прибыли». Все мероприятия отличались высокой посещаемостью и активностью участников.



HouseHoldExpo



Starkoff



Metrof



TimA



Arti M

HouseHold Expo



Evren



Kaplon



«Виктория»



Martika



Tudor



Bitplast



Fessle



Kamille

2023 Осень



Resto Kitchenware



Dariis



Ароло



ОСЗ



OMS



Edenberg

Осень 2023



«Анна Лафарг»



Billbarr



«Павловский»

Следующее выставочное мероприятие пройдет 27-29 марта 2024 года в ЦВК «Экспоцентр», в павильонах 2 и 3.

Есть чем гордиться



Осень – время, традиционно богатое событиями и урожаем, как никогда выдалась плодотворной и для жизни «Опытного Стекольного Завода».

После планового ремонта начала свой жизненный цикл обновленная стекловаренная печь. Кроме самой печи перестроены питатели нескольких линий, спроектированные силами специалистов завода с потенциальной возможностью использования их для окрашивания стекла. Это позволит значительно расширить ассортимент и объем выпускаемой предприятием цветной продукции под широко известными брендами Luminarc и «Опытный Стекольный Завод», а также широкого перечня изделий для клиентов канала B2B.

Данная стекловаренная печь непрерывного действия с газовым отоплением оснащена системой дополнительного электрического подогрева и барботажа, что повышает химическую и термическую однородность стекломассы и, как следствие, качество вырабатываемых изделий.

Производительность обновленной печи – 100 т стекломассы в сутки с бесперебойным обеспечением шести производственных линий.

Несмотря на все сложности, связанные с санкционными ограничениями, все работы были выполнены в запланированные сроки благодаря слаженной работе профессионального коллектива, увлеченного своим делом.

Это важный шаг в развитии завода, который позволит удовлетворить все потребности рынка и запросы постоянных клиентов завода и торговых сетей.



Luminarc



Еще одним важным событием стало участие брендов группы «Опытного Стекольного Завода» и брендов группы Arc (Luminarc, Cristal d'Arques, Chef & Sommelier) в 31-й международной промышленной выставке товаров для дома HouseHold Expo в «Экспоцентре» на Красной Пресне в Москве. За 3 дня выставки познакомиться с многочисленными новинками смогли тысячи человек, среди которых постоянные дистрибьюторы и представители крупных торговых сетей России и стран СНГ.

Французский бренд Luminarc традиционно представил большой ассортимент столовой и питьевой посуды. Одними из главных новинок бренда стали произведенные во Франции коллекции Diwali и Carine из опалового стекла в новых цветах – Paradise Blue и Paradise Green, а также уникальная коллекция Cottage в черном и сером цвете.

Ассортимент посуды Luminarc из цветного стекла российского производства, завоевав признание потребителей полюбившимися цветами лилак и лондон топаз, пополнился нежными цветами – бирюзовый, синий и шартрез. Среди новинок питьевого стекла стоит отметить коллекции «Роман», «Концепто», «Аркадия», которые уже стали бестселлерами в России.



Бренд «Опытный Стекольный Завод» представил новинки кружек в коллекциях «Аура» и «Норд», абсолютно новую коллекцию бокалов «Триумф», столовую посуду в цвете графит, а также полностью обновленный ассортимент декорированной продукции: кружки для чая и кофе, кружки и бокалы для пива, детские наборы для завтраков и декорированные тарелки коллекции «Саванна».

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



Горница®

Линейка «Классик»: традиция вне времени

Название коллекции антипригарной посуды «Классик» производства ТМ «Горница» говорит само за себя. Универсальность, элегантность и актуальность во все времена – незабываемые составляющие так называемой «черной» посуды.

Следует отметить, что классический стиль в посуде должен отвечать двум важным критериям: умеренной роскоши и многофункциональному комфорту. Под первым подразумевается гармония форм и объемов с наличием строгих цветов. Второе – оптимальные для использования технические характеристики изделия.

Серия «Классик» отвечает обоим аспектам и является законодательницей традиционного стиля среди других дизайнерских решений линеек ТМ «Горница».

Кроме элегантности и выдержанной строгости посуда содержит в составе исключительно пищевой алюминиевый сплав собственного производства. Безопасность изделий подтверждается сертификатами качества и другими нормативными документами российских лабораторий, а также независимых европейских агентств и соответствует государственному стандарту ГОСТ Р 51162-98.



Литой корпус

Устойчивость к деформации, долгий срок службы, гарантия 5 лет*.



Сверхпрочное антипригарное покрытие

На водной основе, безопасно для здоровья.



Эргономичные ручки Soft Touch

Изготовлены из качественного термостойкого бакелита.



Гладкая поверхность

Легко моется, можно готовить без масла.

*При условии соблюдения правил эксплуатации 5 лет на корпус и 3 года на антипригарное покрытие. Настоящая гарантия действует со дня продажи, не распространяется на повреждения, возникшие из-за ударов, падений, перегрева, неправильного использования или использования в сфере общественного питания.

Классика и традиционность

Большой выбор форм

Коллекция «Классик» представлена во всех видах посуды: блинницах диаметром 22-26 см; жаровнях объемом 2,5-5,5 л; казанах вместимостью 4-10 л; сковородах диаметром 20-30 см, кастрюлях объемом 2-10 л и пр. Миллионы потребителей отдадут предпочтение именно этой серии антипригарной посуды, объясняя свой выбор приверженностью к традиционным стилистическим решениям.

Классика и синонимичная ей традиционность – это нечто привычное и прочно укоренившееся в повседневной обыденности. Такой стиль не выражает беспечность и переменчивость и отличается постоянством во времени. Поэтому линейка посуды «Классик» – преданность традициям вне временных рамок!



Применяется покрытие COOKMARK



Конкуренция в посудном сегменте. Свой среди своих

Особенность конкурентной борьбы в посудном сегменте объясняется изобилием поступающей на российский рынок азиатской посудной продукции, основная часть которой производится в Китае. Каким образом в современных условиях нашим оптовикам и крупным производителям отстаивать свои марки и позиционировать преимущества предлагаемой посуды? Этим вопросом сегодня озадачено большинство участников рынка.

ОТКУДА ТЫ?

Не секрет, что подавляющая часть отечественных компаний, которые представляют посудный ассортимент из фарфора или керамики, лишь имитируют собственное производство, а фактически размещают заказы в Поднебесной. Да, в России есть реальные производственные мощности, в частности у таких известных производителей, как: Императорский фарфоровый завод, Дулевский завод, Гжельский завод, «Борисовская керамика», «Вербилки» и пр., но они единичны.

Некоторые производители могут дозаказывать определенные позиции, если у них не хватает собственных мощностей или технологических инновационных линеек для формирования полноценного предложения. И опять же дозаказывают в Китае или, что реже, в других азиатских странах.

Размещать заказ в Юго-Восточной Азии дешевле и проще, чем владеть собственным производством в родном государстве. Исключение – крупные действующие производства, занятые на посудном рынке не

одно десятилетие. Это самые большие отечественные компании, которые трудятся на ниве изделий из литого алюминия или нержавеющей стали.

Так что большинство изделий отечественных марок изготовлены в азиатских кантонах. Казалось бы, при этом конкуренции с продукцией китайских производителей быть не должно.

Но не все так просто. Одно обстоятельство нарушает всю систему взаимодействия с отлаженным производством и логистическими схемами. Это создание клонов успешно выпущенной модели. Конечно, можно обезопасить себя от клонирования на той же фабрике, но никто не гарантирует утечки информации по непредвиденным каналам и размещения перспективной модели на соседней производственной линии. В итоге получается, что практически одна и та же продукция появляется на рынке под разными марками или в виде подделки продукции, которую с успехом могут переделывать под какую-либо СТМ. Конечно, существует некоторая законодательная база,

препятствующая появлению непредвиденных клонов и даже карающая злоумышленников в случае доказательства причинения вреда. Но пока принимаемые для исключения утечки информации меры слабы. Кроме того, выход на рынок новинки является прекрасной возможностью для практически безнаказанного моментального клонирования. Плюс к этому судебные разбирательства стоят огромных денег, сроки разбирательств затягиваются на неопределенный срок; в результате наносится ущерб двум сторонам.

В итоге мы сегодня можем наблюдать позиционирование новинки от известной марки и одновременно с этим очень похожую посуду по пале. Причем лженовинка может быть выполнена не в виде точной копии и содержать важный новаторский элемент, формирующий стоимость изделия и привлекающий внимание потенциальных покупателей. Для китайских производителей создать такую посуду – обычная задача. А вот для заказчика важно выступать в роли единственного поставщика этой модели на рынок. Обычной задачей является борьба с проникновением на рынок такого рода клонов. И борьба эта, как правило, осложняется невозможностью доказать факт клонирования. Например, параметры чаши, вид фурнитуры кухонной посуды могут отличаться – другая пресс-форма и все! Как тут доказать, что перед вами дубликат? Другое название антипригарного покрытия – и попробуй докажи, что это то самое покрытие, которое использовала компания-лидер. В рамках одной выставочной сессии можно обнаружить не одну сковороду, предлагаемую под разными марками, но фактически представляющими одинаковый товар.



К кому пойдет закупщик?



А ЗАКУПЩИК ПОЙДЕТ!..

Все зависит от стратегии выбранной компании. Одни могут искать как можно более дешевый продукт из расчета пополнить свой ассортимент. Другие ищут более высокий уровень качества. Третьи покупают готовую сформированную коллекцию определенного бренда, используя маркетинговые и рекламные наработки этой марки.

Здесь речь идет, конечно, об оптовиках, заказывающих СТМ на заводах, и самостоятельных производителей посуды. Узнаваемость бренда, рекламный бюджет на развитие СТМ и, конечно, показатели цены/качества продукта – вот главные аспекты работы закупщика. В этот момент происходит будущее формирование прибыли компании. Исходя из этого закупщик делает заказ у проверенного партнера, который может подтвердить историю создания новинки.

Ключевая задача владельцев СТМ – разработка уникальных коллекций.

ЗАЩИЩАЙТЕСЬ, ГОСПОДА!

Обязательное требование для всех компаний, которые ведут международную торговлю и размещают свои заказы за рубежом – четко прописывать в контрактах условия взаимодействия и зоны ответственности. Включение штрафных санкций в контракты – дает возможность компенсации издержек при судебных процедурах. Иначе доказать что-либо очень сложно, а главное дорого. Дабы не попасть в непростую и крайне неприятную ситуацию, суды любой страны будут отстаивать позицию местных игроков. Поэтому главным «щитом» для новаторской продукции является правильно сформированная и защищенная авторским правом интеллектуальная собственность, в частности СТМ или известный бренд. Кстати, расширение уже известного бренда за счет обновленных моделей с наделением последних качественными характеристиками, присущих группе брендированной продукции, еще более способствует укреплению этого бренда.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ

Устранение конкурентов за счет засекречивания новинок – не единственный способ сохранения своих преимуществ, поскольку на первом же крупномасштабном выставочном мероприятии общедоступное позиционирование приводит к тотальному «разглашению». Исключение могут иметь только химические формулы покрывных составов, температурный режим обработки и по сути не связанная с самой посудой фурнитура, а также упаковка.

Поэтому важнейшей мерой спасения уникальности новинок является их массовое распространение в сжатые сроки, что позволяет укрепить в сознании покупателей качество изделия от конкретной марки. Как только в сознании конечного потребителя отложатся новые добротные свойства предлагаемой посуды, он сохранит свою лояльность к данному продавцу и, соответственно, производителю.

Единственная трудность – подтверждение важных скрытых характеристик, в том числе по материалу и соблюдению технологий, от которых напрямую зависит срок эксплуатации изделия и сохранение его первоначального вида. Здесь кроется немало подводных камней. В частности, все, что дешево, не может быть хорошо в силу определенных затрат, без которых ни о каком качестве говорить не приходится.

ДВА ГЛАВНЫХ КОЗЫРЯ

Итак, в арсенале компании, предлагающей новинку, должны срабатывать, условно говоря, два качества: новая идея (новизна) и качество. Если еще это узнаваемая марка, то это дополнительный плюс. Если же предстоит раскрутка бренда, то ко всему прочему потребуются серьезная маркетинговая и финансовая поддержка.



Пластиковая посуда.

Настоящее и будущее. Перспектива и реальность

В сложных экономических условиях сегодняшнего дня, в условиях санкций, одним из успешно развивающихся сегментов на рынке посуды являются изделия из пластика. Это хозяйственная группа, в которую входит и посуда. По анализу лета, можно сказать, что какие-то товарные группы имеют сезонный спад, но пластиковая посуда на текущий момент востребована круглогодично. Насколько интересен этот рынок и как он сейчас себя чувствует?

Традиционно продукция хозяйственного и бытового назначения была из пластика. Такие свойства полимеров, как легкость, термостойкость, экологическая чистота, прочность, хороший товарный вид, обеспечивают возможность их использования в широком спектре в быту. Полипропилен как основное сырье для изготовления изделий – это современный, высококачественный и экологически безопасный материал. Его использование позволяет производить посуду с линиями любой сложности, он химически нейтрален и не взаимодействует с продуктами питания. Поэтому полимерные материалы вытесняют традиционные. Потенциал спроса на российском рынке на изделия культурно-бытового и хозяйственного назначения из полимеров

так и подъем производства посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых. Общее снижение покупательской активности в прошлом 2022 году привело к небольшому уменьшению потребления пластиковых изделий (народ стал экономнее). По итогам 2022 года потребление пластиковой посуды в России составило 1 350 648 тыс. т, темпы его роста сократились и составили 1,9% по сравнению с ростом на 36,8% в 2020 году. К концу 2022 года объем складских запасов посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых в промышленности снизился на 1,9%. В 2022 году в России было произведено на 36 927 202,1 тыс. руб. посуды сто-

ловой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых, что на 3,4% меньше объема производства предыдущего года.

В настоящее время центральным элементом национальной экономики стало импортозамещение. Что касается изделий ТНП из пластика, при изготовлении которых главным сырьем является полипропилен, российские производители заслуженно собирают лавры, обеспечив в 2021 году рывок в производстве материала, значительно увеличив внутренний рынок заполняется за счет отечественного производителя, российский рынок пластмассовых изделий в настоящее время на 80% представлен продукцией отечественных производителей, и только 20% составляют импортные товары. Эта доля импорта объясняется неконкурентоспособностью отечественных товаров по качественным параметрам. Экспорт изделий бытового назначения незначителен и осуществляется в основном в страны ближнего зарубежья.

Самыми крупными объектами потребления пластиковой посуды (ПП) на сегодня являются производство

товаров народного потребления (тары и упаковки, хозяйственных товаров, посуды, мебели и других предметов – 41%), изделий из плеточных нитей (бигбэгов и мешков – 27%), пленок (ВOPP- и СPP-пленки – 19%) и нетканых материалов (агроспанбонд, геотекстиль, гигиенические товары – 12%). Снижение активности в отдельных секторах экономики компенсируется дополнительным спросом, который появляется в результате импортозамещения. Спад отмечен в сегменте литья, где спрос напрямую увязан с покупательской способностью населения.

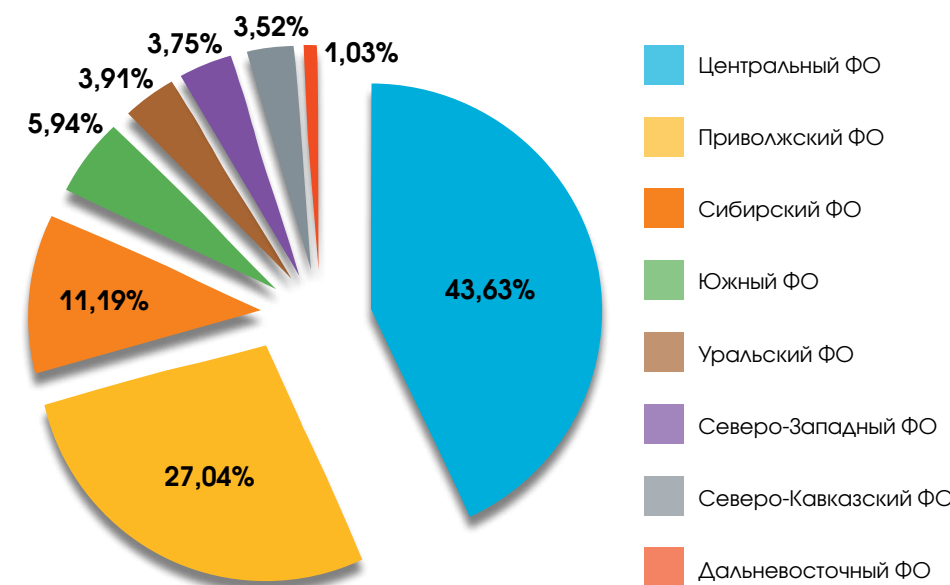
Несмотря на то что основное сырье – отечественное, удорожание продукции все же произошло – примерно на 30%. Это связано с тем, что в прошлом году значительно повысилась цена на пропилен, сломалась логистика. Но положительным аспектом для отечественных производителей ТНП из пластика является то, что импортные аналоги или не заводятся в Россию, или стали стоить дорого.

Например, салатник-миска (марка Brabantia) объемом 3200 мл – производство Португалии – стоит более 3000 руб.; набор мисок, куда входят дуршлаг и соковыжималка с мерным стаканом этого же производителя – от 7800 руб. в зависимости от продавца. Салатник (марка Koziol) объемом 3500 мл стоит 3550 руб. А набор салатников 2; 3; 4 и 5 л от ЗПИ «Альтернатива» стоит 395 руб. на маркетплейсах.

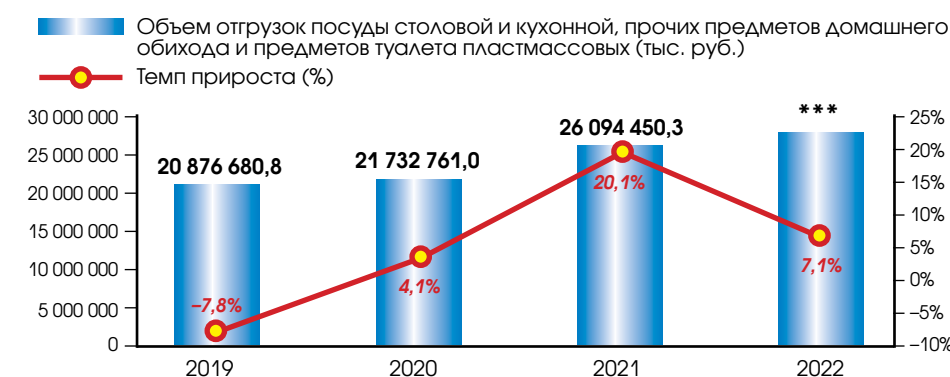
Конъюнктура позволяет отечественным производителям не снижать производство основного портфеля продукции, так что импортозамещение постепенно перестает быть отвлеченной темой для рассуждений и переходит в практическую плоскость. Из трех слагаемых успеха в наличии два: товар (широкий ассортимент, хорошее качество) и цена (даже если экспортные цены превышают внутренние, заводы мягко регулируют рынок по ценообразованию, не гонясь за экспортной альтернативой). Однако третий аспект – доступность и стоимость финансов – оставляет желать лучшего. Повышенные ставки на кредитование производства убивают нашу экономику, а с учетом большой площади страны и, соответственно, затрат на логистику стоимость российского продукта увеличивается. Отечественного сырья на производство ТНП хватает, теперь главное остается за потребителем.

По материалам plastinfo.ru

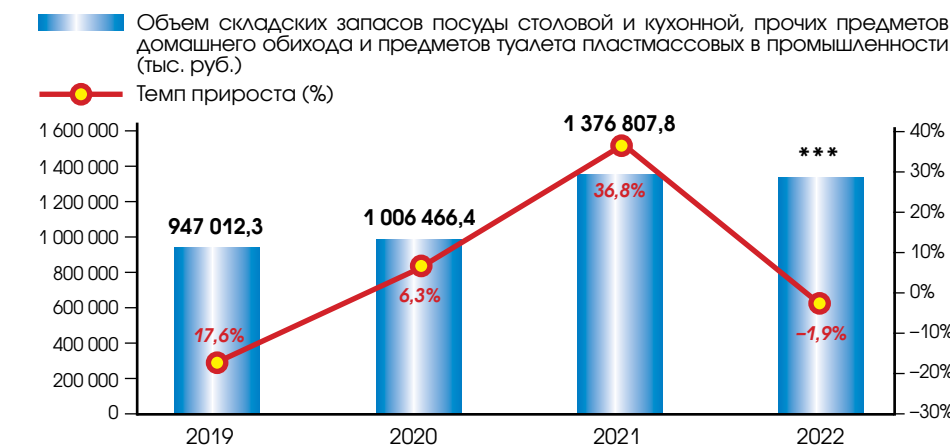
Лидером производства посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых за 2022 год стал Центральный федеральный округ с долей около 43,6% (16 109 881,1 тыс. руб.).



В 2022 году объем отгрузок посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых в России составил 27 944 907,9 тыс. руб., что на 7,1% больше, чем в предыдущем году.



К концу 2022 года объем складских запасов посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых в промышленности составил 1 350 647,67 тыс. руб., что на 1,9% меньше, чем в конце 2021 года.



Крупнейшими потребителями изделий из пластмасс являются: строительство – более 35%, производство упаковочных материалов для пищевых продуктов 20%, домашние хозяйства – 15% и прочие. Потенциал спроса на российском рынке на изделия культурно-бытового и хозяйственного назначения из полимеров высок. По оценке специалистов, максимальное потребление пластиковой посуды в мире составляет до 95 кг на человека в год, в то время как в России данный показатель пока не превышает 25 кг.

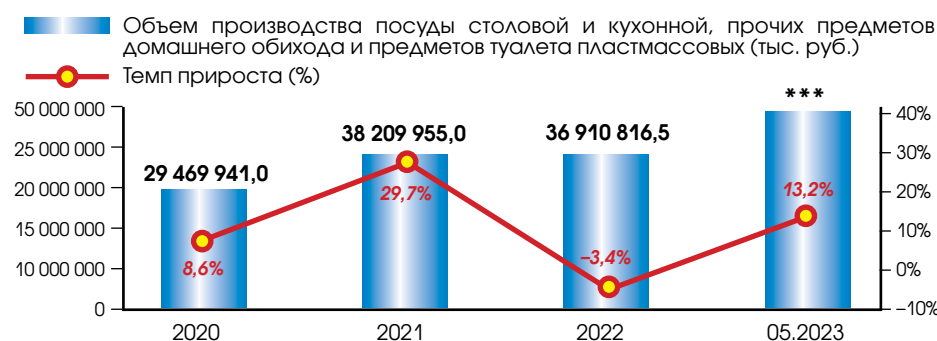
высок, объемы изделий бытового назначения растут, хотя и неравномерно.

Среднегодовые темпы роста потребления изделий культурно-бытового и хозяйственного назначения до 2020 года доходили до 15-20%. Эта ниша уже нашла своего постоянного покупателя. Появились интересные изделия, пластик становится все более привлекательным внешне и удобным в обращении. На фоне других сегментов производства ТНП производство пластиковых изделий находится в хорошей форме.

На протяжении последних трех лет в России наблюдается как спад,

В 2022 году в России было произведено на 36 910 816,5 тыс. руб. посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета пластмассовых, что на 3,4% меньше объема производства предыдущего года.

В 2023 году производство посуды столовой и кухонной, прочих предметов домашнего обихода и предметов туалета из пластмассы увеличилось на 13,2% и составило 40 519 678,0 тыс. руб. на май 2023 года.



В поисках стабилизации

Генеральный директор завода пластмассовых изделий (ЗПИ) «Альтернатива» Раиль Фахретдинов в интервью объяснил, что нужно делать для повышения конкурентоспособности российских переработчиков полимеров, как политика импортозамещения влияет на выпуск отечественных ТНП из пластмассы и пресловутый таможенный вопрос.



– Насколько изменилась ситуация в отрасли после пандемийного периода, дефицита сырья и повышения цен на сырье в связи с переориентацией производителей сырья на китайский рынок сбыта?

– Некоторые отечественные производители полимеров реализуют сырье в зарубежных странах, например в Китае или Турции, дешевле, чем в России. Это ухудшает конкурентоспособность на зарубежных рынках и повышает цены на внутреннем рынке. К тому же изделия, изготовленные в Китае и Турции из более дешевого сырья, начинают успешно конкурировать уже на российской территории, поскольку имеют более низкую цену. Это особенно заметно на юге России и на Дальнем Востоке.

Так что можно с уверенностью констатировать: ситуация по ценообразованию на сырье для российских переработчиков пока кардинально не изменилась. Цены на разные марки полимеров ежемесячно поднимаются от 5 до 15%. Стабилизироваться и выстраивать какую-то долгосрочную политику по ценообразованию очень сложно. Это реально сокращает инвести-

онную составляющую для российских переработчиков полимеров, работающих в разных направлениях.

– Подключилось ли государство к решению этой проблемы? Если да, то как вы оцениваете эффективность принятых мер?

– Государство, к сожалению, пока подключается очень медленно, хотя мы доносим до него озабоченность российских переработчиков пластмасс. Вот такой свежий пример. С 10 по 13 июля в Екатеринбурге прошла международная промышленная выставка «Иннопром». На ней состоялась встреча заместителя председателя Правительства Российской Федерации, министра промышленности и торговли, пред-

седателя попечительского совета Межрегионального союза «Клуб молодых промышленников» Дениса Мантурова с членами клуба. «Альтернативу» представлял директор по развитию Наиль Фахретдинов. Он обратил внимание российского вице-преьера на ценообразование на сырье со стороны его производителя – компании «СИБУР Холдинг». Денис Мантуров ответил, что вопрос взят на контроль, передан в ведение руководителя департамента химико-технологического комплекса и биоинженерных технологий Минпромторга.

В свою очередь «Альтернатива» совместно с российским Союзом переработчиков пластмасс (СПП) приступила к сбору информации о фактах подобного ценообразования

23 ОКТЯБРЯ 2023 ГОДА, РОССИЯ

Цены на первичные базовые полимеры с начала года подскочили на 42%. Согласно данным Росстата, в сентябре цены на простые эфиры относительно августа выросли на 15,6%, полимеры винилхлорида или прочих олефинов в первичных формах подорожали на 13%, а стирол – на 19%. В то же время индекс цен производителей пластмассовых и резиновых изделий вырос только на 2,5%.

По данным Plastiinfo.ru, цены на базовые полимеры в России за сентябрь выросли в среднем еще на 2%, где наибольший рост показал сегмент ПВХ-С, подорожавший на 8,2%, а наименьшая волатильность была у ПЭТФ – всего плюс 0,2%.

Значительно всех с начала года изменилась отпускная стоимость полипропилена, который подорожал на рекордные 41,9%. Наиболее комфортно в течение года себя чувствовали переработчики ПЭТФ, для которых сырье подорожало в среднем на 12,2%.

ПРИЧИНЫ ВЫСОКОЙ ВОЛАТИЛЬНОСТИ ЦЕН НА ПОЛИМЕРЫ В РОССИИ

Российская экономика характеризуется свободным рыночным ценообразованием, которое тесно связано с мировой конъюнктурой и курсом национальной валюты. Это означает, что, когда внутри страны товар становится дешевле, чем на зарубежном рынке, компании будут стремиться отправить его на экспорт, что может создать дефицит на внутреннем рынке и вызовет подорожание, пока баланс цен не сравняется.

В другом случае, когда внутренние цены значительно выше зарубежных, наращивать поставки будут стремиться уже импортеры альтернативной продукции до тех объемов, когда внутренние производители вынужденно снизят цены, чтобы противостоять возросшей конкуренции. Однако этот механизм сегодня имеет свои ограничения, связанные с санкционным давлением.

на сырье. Министерство промышленности и торговли со своей стороны должно запросить выписку у Федеральной таможенной службы (ФТС) по кодам товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ЕЭС). Будет проведено сравнение ценообразования.

Казалось бы, все хорошо. Но время идет, а результат пока не меняется.

– Что вы скажете по поводу таможенных заградительных мер?

– Необходимо менять таможенную политику. Из Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД), в котором все виды деятельности обозначены числовыми кодами, следует вывести некоторые виды деятельности, которые подпадают под малотоннажную химию. Сегодня в России большое число компонентов малотоннажной химии не производится. Надо обнулять ввозные таможенные пошлины для всех марок базовых полимеров и при этом повышать таможенные ставки для ввоза в Россию готовой продукции.

На сегодня импортозамещение изделий из пластика по факту уже осуществлено российскими производителями. Нужны некоторые заградительные пошлины. Тогда импортного товара в нашу страну будет ввозиться меньше, его заменит отечественная продукция по всем направлениям переработки полимеров.

– Повлияло ли на ваш бизнес уже сточение санкций? Почувствовали ли вы увеличение спроса на отечественные товары народного потребления (ТНП)? У вас на предприятии установлено импортное оборудование? Как вы справляетесь с ремонтом и заменой его в текущий период санкций?

– С одной стороны, в связи с уходом крупных сетевых ритейлеров, таких как IKEA, которые завозили из-за границы в том числе и полимерные изделия, рынок немного освободился для реализации готовой российской продукции. С другой стороны, оборудование для переработки полимеров во всех направлениях импортное. Кто был ориентирован на западные станки и технологии, столкнулся с их удорожанием, сложностями с запчастями и другими сопутствующими явлениями.

В целом могу сказать, что введенные Западом санкции повлияли



положительно на всю российскую индустрию переработки полимеров. Но, к сожалению, этот эффект продолжался недолго, потому что для дальнейшего развития, расширения импортозамещения нужны так называемые длинные и дорогие деньги.

– Какой ваш самый важный или выгодный партнер на рынке ритейла? И почему?

– Партнеры все выгодные, когда твой товар востребован. А наш товар пользуется большим спросом и в сетях, и у оптовиков. На некоторые наши новинки мы получаем предоплату для фиксации объема, так что по части реализации нашей продукции у компании все хорошо.

– Какие новые направления вы развиваете сегодня?

– Стратегия «Альтернативы» корректируется. У нас она носит пятилетний характер, с ежегодной корректировкой. Какие-то направления, возможно, притормаживаются в инвестиционном плане, какие-то, наоборот, требуют концентрации финансирования.

Идет дальнейшее расширение географии поставок. Ведутся переговоры о сотрудничестве, уже есть взаимодействие с иранскими компаниями. Возобновились поставки в Монголию.

В 2024 году наша продукция будет представлена на крупной азиатской выставке, которая пройдет в Объединенных Арабских Эмиратах. Вполне возможно, что в следующем году в одной из свободных экономических зон ОАЭ мы откроем свою производственную и торгово-закупочную площадку. Это богатый регион с большой численностью зажиточного населения.

Несмотря на различные сложности, компания в последние годы интенсивно наращивает свои обороты. 2023 год планируем завершить объемом реализации более 6 млрд руб. На следующий год планируется открыть новое промышленное направление по обеспечению товарами агропромышленного комплекса.

– Существуют ли меры поддержки бизнеса со стороны государства или области?

– В республике в последние годы идет мощная поддержка всех направлений бизнеса. Я уже говорил о главном тормозе в развитии, которым является сложность получения длинных, дешевых денег. Решить эту проблему нам помогает Фонд развития промышленности (ФРП). Под четкие планы, четкие программы мы уже получили восемь займов.

В плане расширения рынков сбыта и увеличения объемов реализации продукции очень помогают бизнес-миссии, организуемые правительством Республики Башкортостан. В ходе их проводятся конкретные переговоры, подписываются договоры.

Идет поддержка через министерство внешнеэкономических связей и конгрессной деятельности Республики Башкортостан через участие в выставках и компенсацию затрат. Российский экспортный центр (РЭЦ) компенсирует часть затрат на организацию логистики, так как стоимость доставки продукции на дальние расстояния для нас становится критичной.

Огромная благодарность Раилу Камилевичу Фахретдинову за интересное интервью нашему изданию и за содействие в подготовке материалов.



«Хромой» импорт И ЛОГИСТИКА

Дерзкая и неоправданная санкционная политика уже никого не удивляет. В России постоянно находятся возможности для такого рода противостояния, однако «обезвредить» все последствия санкций невозможно. Самыми слабыми точками остаются «альтернативный» импорт и логистика, поскольку полностью исключить перемещение товарной массы по территории других государств, в частности по территории европейских партнеров, невозможно. Альтернативный импорт уже перешел в разряд дорогостоящих операций, в том числе из-за обходных схем доставки товаров. Да и постоянно меняющиеся таможенные законодательства стран-партнеров в сторону усложнения работы российских закупщиков не способствуют облегчению сложившейся картины. В ближайшее время изменения ситуации не предвидится.

ОБХОДНЫЕ ПУТИ

Альтернативные логистические схемы достаточно просты. Они основаны на возможностях сопредельных стран. Например, это косвенный реэкспорт. Он предполагает заключение контракта европейским поставщиком, доставляющим товар в РФ, с компанией из сопредельных стран – Турции, Казахстана, Армении, Грузии. Товар прибывает на таможенный терминал РФ с новыми документами и с уплатой всех таможенных платежей. Чтобы реализовать данную схему, нужна отдельная компания в сопредельной стране. Стоимость самой логистики не меняется, но товар неизбежно дорожает.

Второй способ – так называемый «ложный» транзит. Товар покидает ЕС, следуя через РФ, однако местом выгрузки указывается сопредельная страна-покупатель, например Казахстан. Поступая на таможенный склад в России, товар «перепродается». Его стоимость возрастает из-за допол-

нительных финансовых транзакций и двойных таможенных процедур. Эта схема почти не применяется с санкционными товарами.

Еще вариант – прямой реэкспорт. Схема предусматривает перевозку товара в сопредельную страну, но товар не импортируется, а перепродается там на таможенном складе, откуда его перегружают на другое транспортное средство и отправляют в РФ. Данный вариант также чреват увеличением стоимости продукции из-за дополнительных транзакций и усложнения схемы логистики.

И существует схема ввоза через третьи страны. К примеру, товар привозят в Казахстан, растаможивают, затем снова проходят таможенное оформление и вывозят товар в Россию, где снова проходят процедуру растаможивания. При этом выплаты НДС удваиваются в каждом государстве.

Также Америка ввела вторичные санкции на компании, которые зани-

маются реэкспортом. Под каждый вид товара применяется свой метод логистики.

Могут быть и другие варианты, но все они ведут к росту конечной цены минимум на 30-40%.

Наиболее востребованный способ – товар через страну-реэкспортера.

В сложившихся условиях приходится изворачиваться и параллельно искать и находить новые пути поставок и, одновременно, альтернативную продукцию. Не случайно участники рынка посуды с большим вниманием относятся к потенциальным китайским или другим азиатским партнерам.

НЕ ВСЕ ТАК ПРОСТО

В поисках достойного альтернативного товара участники рынка натываются на очередной барьер, преодоление которого требует сил, и времени. Российский покупатель, конечно, вполне мобилен и понимает, что происходит вокруг него. Но он пока психологически не готов платить пусть даже за хороший товар китайского или иного азиатского, индийского, южноамериканского или производителя из иного региона сумму, которую был бы готов отдать продавцу известного европейского бренда. В сознании отечественного покупателя европейский дизайн, европейские марки означают уже понятные и проверенные временем. Это касается всех рыночных сегментов. Хотя, например, в автомобильной отрасли уже многие российские дилеры внимательно присматриваются к китайским моделям и считают, что у них огромный

потенциал. И качество моделей во многом даже превосходит европейские аналоги.

Нет, дело, разумеется, не в оборудовании, не в названии земли, на которой размещена производственная линия. Дело в уровне контроля качества за исполнением и соблюдением всех технологических операций. И отношении к будущему покупателю! Ведь не секрет, что продукция западноевропейского бренда, произведенная на фабрике в другой стране для собственного рынка, обладает куда большим «запасом прочности», нежели ориентированная на реализацию на других рынках и, увы, в России.

Но, пока «суд да дело», российские рынки продолжают наводняться посудой китайского производства или изделиями российских собственных марок, но сделанными на китайских фабриках. Поэтому претензии не к исполнителю, а к заказчику. В этом смысле и российские компании, размещающие заказ и стремящиеся максимально удешевить производство, предлагают потом продукцию, произведенную с учетом чрезмерной экономии собственных вложений! Поэтому и отношение к российскому рынку такое пренебрежительное. Сегодня с отечественного покупателя за китайскую продукцию требуют больше, чем год назад за такую же продукцию европейского исполнения... Все понимают, что на рынке происходит очередное «надувательство», потому что китайская фабрика не может затрачивать на изготовление и реализацию известной продукции больше, чем фабрика, расположенная в Европе.

В ШАГЕ ОТ ЖЕЛАЕМОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Изменить ситуацию может только качество исполнения китайских товаров, ориентированных на российский рынок. Китай – мировая фабрика. Именно в Китае создается 90% всей товарной массы, которая реализуется в США, Западной Европе и других регионах. И это никого не шокирует, потому что качество исполнения продукции для этих стран на высоте. Что мешает так же подготавливать продукцию для России? Как мы писали выше – мешает неточное соблюдение требований на всех этапах производства (потому что за это нужно платить). Время дешевой китайской продукции завершилось. Недорогой альтернативный «китай» – следствие сэкономленных вложений, при которых фабрика еще согласна выпустить продукцию. Но, увы, уже не



каждая. Дело в том, что в Китае интенсивно перестраиваются на изготовление высококачественной продукции, если только речь не идет о недоразвитом кустарном производстве, которое еще сохранилось, но уже не пользуется прежним спросом у покупателей.

Крупным фабрикам стало выгодно создавать продукцию эконом-уровня, рассчитанную на самый низкий потребительский уровень. Сегодня для фабрики важно развитие собственного бренда и репутация. Поэтому уровень исполнения заказов постепенно будет повышаться. И нашим производителям, напрямую работающим с китайскими произ-

водителями, сегодня важно заключать долговременные контракты и выдерживать все технологические этапы производства для получения лучшей продукции, рассчитанной на длительный срок эксплуатации при сохранении своих качеств и первоначального вида. Конечно, это приведет к увеличению цены конечного изделия, за которое будет расплачиваться потребитель, но только таким способом можно будет обеспечить наш рынок достойной альтернативной продукцией, а также обеспечить внутренний рынок отечественными марками, которые способны быть конкурентоспособным товаром на мировом рынке.

По словам Марьи Дей, генерального директора Pony Express, европейские товары сейчас везут через транзитные страны, например, Турцию, Китай, ОАЭ, Узбекистан, Киргизию. Если раньше при перевозке грузов ставку делали на скорость доставки, сейчас никто из клиентов не прописывает в договоре сжатые сроки. Главное – чтобы груз вообще пришел, пусть это займет на 15 дней дольше, чем раньше. Стоимость поставок по транзитным маршрутам выросла в среднем на 20-30%. За 2022 год количество доставок из европейских интернет-магазинов в Pony Express упало на 80%. Пришлось сконцентрироваться на услугах для бизнеса: доставке документов, посылок и образцов для сертификации.

Андрей Мякин, директор по продажам в СДЭК, также подтверждает неблагоприятную ситуацию: «Из-за санкций, закрытия Европы и ареста самолетов грузопоток российских авиакомпаний в 2022 году сократился почти на 60% – до 599,05 тыс. т, это уровень 2001 года. Ситуацию усугубило ограничение авиасообщения и закрытие аэропортов в южных регионах России».

Покупатель в предпраздничный период

До сезона праздников остается все меньше времени. Хочется понять, насколько активно будут вести себя покупатели в традиционный период активных продаж? Удастся ли продавцам реализовать уровень сбыта в задуманном объеме? Стараясь найти ответы на эти вопросы, приходится разбираться в том, что сегодня происходит на рынке.

КОНЦЕПЦИЯ ПОМЕНЯЛАСЬ...

В России в очередной раз произошла перестройка модели поведения покупателя. Сказалась смена поставщиков и торговых площадок, переход на другие марки и бренды, формирование новых ценовых планок.

Изменился ли при этом сам сегмент посуды? Отвечая на этот вопрос, представители рынка вполне справедливо отмечают: да, с одной стороны, изменился. Ритейл и конечные потребители сформировали совершенно иное поле взаимодействия между звеньями торговых цепочек. Например, если раньше поставщик и продавец изучали спрос на основе фокус-групп, при этом в выборке участвовали в среднем два-три десятка покупателей, то сегодня почти все покупатели за редким исключением

формируют предложение за счет ярко выраженного спроса на тот или иной посудный предмет, часто игнорируя предлагаемое обновление ассортимента. С другой стороны, посуда как категория товаров массового потребления (включая товары хозяйственного назначения) не поменяла отношения к себе со стороны конечных потребителей. Ее по-прежнему воспринимают как необходимый кухонно-столовый атрибут или как дизайнерско-интерьерное решение. И раньше, и теперь покупатель заботит практическая составляющая приобретаемой посуды и престиж, который зачастую подтверждается ее брендом.

Уход ряда европейских марок привел к перестройке массового сознания и более глубокому знаком-

ству с ранее не популярными азиатскими производителями, которые стараются предлагать альтернативный товар по приемлемым ценам. Но должно пройти время, прежде чем такой товар будет восприниматься покупателем должным образом... По этой причине поставщики работают с так называемым альтернативным импортом. Но ввиду высокой стоимости такой продукции (в основном европейской) потребительский интерес в массовом сегменте снижается.

Кроме того, наиболее сложно протекает процесс перестройки потребительского сознания, связанный со сменой ориентиров. Еще недавно в своем выборе посуды все равнялись на продукцию европейского производителя и понимали,

что ждать от того или иного бренда. Сегодня приходится для начала находить приемлемый ценовой уровень желаемого товара и затем вникать в уровень его исполнения, увы, на основе проб и ошибок: как собственных, так и чужих. То есть приобретение посуды стало более хлопотным и затратным по времени делом, что приводит к более тщательному отбору, а в некоторых случаях отказу от покупок.

Произошли концептуальные изменения и со стороны конечных потребителей, и, соответственно, поставщиков и продавцов, которым требуется наполнять рынок актуальной продукцией. Прежде всего, это касается товаров, относящихся к средней ценовой категории. Но еще большую трудность представляет собой товарное наполнение премиального сегмента. К сожалению, далеко не все альтернативные посудные решения способны полностью заменить дорогостоящую брендовую посуду. Кроме того, изделия люксового сегмента относятся далеко не к самому ликвидному активу. Это означает, что ценность и цены предметов, представленных в этом сегменте, слабо реагируют на макроэкономические колебания и реализовать их в сжатые сроки с выгодой проблематично. В это же время ценовое изменение, а точнее, ценовой рост на эти изделия неизбежен в силу развития рынка. Получается, что стоимость приобретения высока, поскольку бренды стали менее доступными и альтернативы им нет, а возможность реализации – низкая, потому что товар не ликвидный.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ И РЕАЛИИ

Ситуация в посудном сегменте начала демонстрировать снижение покупательской активности в среде главной группы покупателей – домохозяйек. Последние предпочитают в посуде: дизайн, износостойкость, практичность, компактность и т.п. Но сегодня, при получении товара от ранее неизвестного азиатского производителя или, что реже, альтернативного товара российского производства, возникает много вопросов и сомнений в отношении уровня качества таких товаров. Насколько эта продукция отвечает требованиям тех, кто проводит на кухне значительную часть своего времени, остается вопросом. И только время даст на него ответ. Сегодня уровень покупок нельзя назвать высоким и нужно подождать, чтобы делать выводы. При этом возможности китайских производителей огромны и их экспансия на российский рынок только растет. Полу-



чится ли закрепить в своем сознании новые посудные имена – не известно. Высока вероятность того, что в скором будущем в посудном сегменте, по крайней мере в сегменте товаров по невысоким ценам, наиболее важное значение будет иметь набор характеристик посуды, а не имя производителя. Но это только прогнозы...

В реальности наблюдается периодическое снижение потребительского спроса, которое является следствием общего удорожания жизни и ярко выраженной нестабильности. К этому стоит добавить социальное расслоение гражданского населения, уменьшение прослойки со средним достатком.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА

На сегодня о посудном сегменте можно сказать следующее.

В числе постоянно пользующихся спросом изделий аналитики называют силиконовые и нейлоновые принадлежности для кухни, антипригарную посуду для приготовления пищи, гибкие разделочные доски, емкости для хранения, коврики для выпечки, овощечистки, посудные изделия из цветного стекла, кружки с двойными стенками и др.

Согласно информации из открытых источников, начиная с прошлого года уверенный рост выпуска и продаж показывают отечественные производители пластиковой посуды, демонстрируя прирост своих показателей по всем видам изделий. В частности, в мае текущего года было выпущено на 13,2% пластиковых изделий больше (включая посуду) по сравнению с маем прошлого года. Согласно предварительному анализу





осенний объем производимой пластиковой продукции также свидетельствует об ощутимом приросте за летние месяцы. Производство пластиковых изделий и посуды в августе 2023 года выросло на 33,4% к уровню августа прошлого года и составило 4101231,1 тыс. руб. При этом годовой объем вышеуказанной продукции в 2022 году (в денежном выражении 36 910 816,5 тыс. руб.) на 3,4% ниже, чем за 2021 год. Лидирующим округом по производству пластиковых изделий и посуды считается Центральный ФО (с 2017 по 2022 год здесь было выпущено 47% всего ассортимента), на втором месте – Приволжский ФО. Говоря о прогнозе производства пластиковых посудных изделий, стоит ожидать снижения выпускаемых изделий в ближайших месяцах, связанное с сезонным характером продаж этих товаров.

Неоднозначная ситуация складывается на рынке металлической посуды, в частности посуды из нержавеющей стали. Производство и реализация такой металлической посуды сохранялись на высоком уровне и демонстрировали ежемесячный прирост за исключением редкого месяца. Это связано, прежде всего, с возвратом к приготовлению пищи на домашних кухнях (привычка готовить в период локдауна). Впрочем, со снятием антиковидных мер популярность металлической посуды не упала, а, наоборот, в силу начала ее производства на многих отечественных предприятиях (были открыты новые дополнительные производственные линии) доступность такой посуды привлекла все большее число покупателей.

Потребителей привлекает как посуда из нержавеющей стали (в силу сохранения ее внешних качеств и простоты ухода), так и из алюминия (здесь в первую очередь речь идет о

посуде с антипригарным покрытием). Кроме того, в последнее время все больше и больше появляется посуды из неокрашенного чугуна, которая становится все более востребованной среди покупателей. Эта посуда при должном и несложном уходе прослужит не одно десятилетие. Однако динамика продаж металлической посуды в целом показывает нарушение устойчивого роста во всех ценовых сегментах. Кривая продаж, а также цен на антипригарную посуду напоминает «елочку», то есть эти величины постоянно корректируются.

Довольно стабильно (очень плавное повышение цены на единицу продукции) складываются продажи посуды из стекла и стеклокерамики, хотя эта посуда уже не является чем-то уникальным. Скорее это практичная ходовая посуда на каждый день, отличающаяся привлекательным видом и простотой эксплуатации. Столовая посуда из этих материалов известна посетителям всех торговых розничных точек, а также активным онлайн-покупателям.

Керамическая утварь, согласно наблюдениям за ассортиментом и покупательским поведением в гипермаркетах, говорит о незначительном снижении интереса к данной категории товаров. При этом нельзя принимать это за тенденцию. Скорее это временное циклическое явление. Современная керамическая посуда остается тем аутентичным товаром, интерес к которому может только эпизодически снижаться, но не пропадать. К числу особых керамических посудных изделий стоит отнести огнеупорную керамику, то есть керамическую посуду, приспособленную для использования на открытом огне.

Всевозможные посудные аксессуары также пользуются спросом. Правда, здесь не обходится без

своего рода циклов. Наибольший объем продаж наблюдается в предпраздничные дни.

Позиционирование посуды как основной элемент ее продвижения подразумевает сегодня показ не только самого нового изделия, но и процесса его использования с получением желаемого кулинарного результата. Именно такие показы приносят продавцам посуды максимальный эффект.

ЧУДЕС НЕ ПРЕДВИДИТСЯ

В силу коррекции покупательской модели поведения в современных условиях функционирования всех рыночных игроков можно сказать, что не приходится ожидать сильного роста продаж даже в декабрьские дни, когда все покупатели готовятся к новогодним праздникам и планируют свои традиционные застолья. Все-таки рынок переживает не самые благополучные времена, покупатель ведет себя настороженно и интересуется возвращением социальной стабильности и повышением своих личных доходов в силу роста потребительских цен во всех направлениях. Возможно, что приобретение посуды будет носить не постоянный, а хаотичный характер. Исключение составит замена старой/изношенной посуды или возникновение нового домохозяйства. Это причины, которые позволят надеяться на небольшой рост покупательской активности.

Максимальное количество шансов увеличения объемов продаж у дистрибьюторов или производителей посуды с инновационными или технически новыми решениями. Обычно это касается кухонных предметов. Например, сковороды с интересными антипригарными составами, силиконовые формы повышенной износостойкости, варианты исполнения посуды из жаростойкого стекла и пр.

К этому можно добавить традиционные изделия из чугуна и меди. Данные материалы, известные с незапамятных времен, вновь вызывают к себе интерес со стороны потенциальных потребителей.

Продукция из пластика, показывая устойчивый рост производства и сбыта, с наступлением холодов до весеннего потепления будет приобретаться довольно редко.

В любом случае ждать активного повышения спроса, а следовательно, роста уровня продаж не приходится, несмотря на наступление благоприятного периода времени.



Если дизайн, то какой?

Новый сезон посуды всегда открывает перед участниками рынка новые дизайнерские решения и разработки, которые, по мнению профессионалов, будут популярны у конечных потребителей на протяжении целого года. Это и цвета, и формы, и материалы. Каким же дизайнерским решениям стоит отдавать предпочтение сегодня, чтобы не пополнять складские запасы и не заниматься распродажами неактуальных товарных позиций? Опираясь на информацию из разных источников, попробуем определить концептуальные дизайнерские идеи, появляющиеся на российском рынке посуды.



ПОГОВОРИМ О ФОРМЕ И НЕ ТОЛЬКО. КАСТРЮЛИ И СКОВОРОДЫ

Рассматривая внешний облик, стоит начать с формы. Любая посуда, будь то предмет сервировки или кухонная утварь, имеет такие характеристики, как форма, объем, вес... Создавая какое-либо изделие, дизайнер отталкивается от предназначения будущего изделия, опираясь на традиционные формы и добавляя авторские решения, выделяющие создаваемую посуду среди уже имеющихся аналогичных по назначению изделий.

Если посмотреть на обновленные линейки кухонной посуды, то можно сказать, что производители кастрюль, например, не выделяют сегодня некой «любимой» формы, какой, к примеру, одно время был «гор». Сегодня довольно много прямостенных форм, то есть классических цилиндрических моделей. Кстати, среди них все чаще встречаются кастрюли с высокими стенками для приготовления спагетти. Кастрюли с невысокими стенками чаще выполняются с диаметром дна 24-26 см. В таких кастрюлях современные хозяйки предпочитают

готовить овощные супы-пюре и иные густые блюда, ориентированные на длительную томление.

Выпуклые в той или иной степени стенки чаще предлагают производители эмалированной посуды. Кастрюли из нержавеющей стали в основном имеют более строгие геометрические линии. Но есть и экспериментальные модели. Например, Ашинский металлургический завод («АМЕТ») на недавно прошедшей выставке HouseHold предложил вниманию посетителей пробный вариант кастрюли из нержавеющей стали в виде горшка с крупными вытянутыми ручками. Так что, вполне возможно, такая форма получит популярность у наших покупателей в скором будущем.

Что касается сковород, то здесь популярность сохраняют так называемые жаровни с антипригарным покрытием, то есть большие толстостенные сковороды диаметром 26-28 см, имеющие ручки-ушки по бокам. В такой посуде удобно тушить овощи и мясо. При этом традиционные антипригарные сковороды с одной жестко прикрепленной или съемной ручкой и высокими стенками также находятся в зоне внимания домохо-

зюек. Сковороды с невысокими стенками в этом году не пользуются столь повышенным спросом, за исключением специальных блинных сковородок, к которым обращаются чаще всего в период празднования Масленицы.

Несколько противоречивая картина складывается в сегменте сковород из нержавеющей стали. С одной стороны, покупатели уже привыкли к сковородам с антипригарным покрытием и это сдерживает их желание приобретать нержавейку, но, с другой стороны, высокие эксплуатационные характеристики (износостойкость прежде всего), внешний вид и новаторские идеи, воплощаемые рядом производителей посуды из нержавеющей стали, безусловно, соблазняют к приобретению такого товара. Да, нержавеющая сталь не является антипригарным материалом, поэтому при приготовлении необходимо использовать масло.

Это факт. Но для предотвращения пригорания и уменьшения количества масла производители предлагают разнообразные варианты исполнения дна. Интересным примером новаторского решения можно считать сковороды торговой марки RESTO. Их дно выполнено по так называемой технологии TRI-PLY и представляет собой капсулу с «бутербродом» из трех слоев: внутреннего – стали марки 304, среднего – алюминия и внешнего – стали марки 430. Таким образом, производитель добивается высоких эксплуатационных характеристик своей продукции за счет стойкой к коррозии и механическим повреждениям нержавеющей стали и полноценного распределения температуры по всей поверхности дна за счет алюминиевой вставки (это способствует меньшему прилипанию пищи к дну во время приготовления пищи). Особенно удачно на такой сковороде получаются мясные стейки, которые приобретают правильный румянец и сохраняют свою естественную сочность.



Отдельно стоит сказать о сковородах из чугуна. Похоже, чугунная посуда вновь начинает завоевывать сердца наших хозяек. Такие преимущества, как длительный срок эксплуатации и естественные антипригарные свойства, в совокупности с достойным исполнением привлекают представительниц прекрасного пола, несмотря на то что вес такой посуды достаточно большой. Хотя... Сегодня на рынке присутствуют модели из так называемого облегченного чугуна, который имеет более тонкие стенки, но при этом сохраняет все свойства классической чугунной посуды. Если говорить о форме, то в зоне покупательского внимания традиционные круглые сковороды со средними или высокими стенками.

В настоящее время объем чугунной посуды на рынке растет. Так, чугунную посуду начала распространять известная отечественная компания TimA. Появился чугун от Камского завода («Камская посуда») и посудные изделия из чугуна от других производителей.

Сотейники и ковши, а также посуда для запекания не получили каких-то принципиальных изменений. В сегменте наплитной посуды – все те же круглые формы объемом до 2-2,5 л. В числе посуды для духовых шкафов по-прежнему лидируют прямоугольные формы с высокими стенками из термостойкого стекла и алюминия с антипригарным покрытием. Их основными конкурентами, как и в прошлые годы, остаются формы из силикона, главное преимущество которых – антипригарный эффект, удобство использования и хранения.

СТОЛОВАЯ ПОСУДА

В сегменте столовой посуды представление новых форм неразрывно связано с материалом. Понятно, что классический фарфор покупатели предпочитают в традиционном геометрическом исполнении. Особенно если речь идет о наборе или сервизе. В то же время стекло и стеклокерамика – те материалы, которые дают волю для воображения дизайнера. Отчасти по этой причине стеклянные фужеры и бокалы, а также иные предметы из стекла, относимые к питьевой группе, постоянно радуют покупателей обновленным концептуальным подходом. Достаточно посмотреть на последние модели завода «Неман» и его коллекцию France, широко представленную на выставочном стенде недавно прошедшей выставки HouseHold Expo.



Немало привлекательных форм ежегодно представляет чешский производитель, в частности Crystalex Bohemia Crystal («Кристалекс»).

В последние годы практически ежегодно можно увидеть совершенно оригинальное исполнение столовой посуды из керамики. В частности, на сентябрьской выставке HouseHold Expo с таким обновлением выступила известная компания WILMAX.

ЧТО СКАЖЕТ ЦВЕТ?

Цветовое исполнение можно считать определяющим фактором выбора посуды и главным дизайнерским инструментом. Изначальное рассмотрение формы было выбрано лишь для соблюдения традиционной последовательности. Однако теперь, говоря о кастрюлях, сковородах, сотейниках или жаростойкой посуде для духовых шкафов, необходимо сказать, что лишь цветное оформление «продает» все эти изделия. Будь данная посуда одной бледно-серой, неизвестно, насколько высоким спросом она пользовалась бы у современного потребителя.

Сегодня в моде неяркие, так называемые пастельные оттенки: бледно-розовые, голубые, цвета соцветий лаванды и т.д. Данное направление задает так называемый скандинавский дизайн. Но при этом часть потребителей сохраняют предвзятость к ярким, контрастным, «звонким» цветовым решениям. Это и красный (пурпурный), и зеленый, и желтый... Причем интересны

сочетания этих расцветок. Учитывая богатое разнообразие оттеночных решений, реализованное в посуде за последние 5-7 лет, сегодня потребители вынуждены придерживаться выбранной ранее для своих кухонных и столовых зон цветовой гаммы. Так что популярность и мода идут рядом. При этом стоит сказать, что определенные цвета года, выбранные традиционно институтом Pantone, игнорировать никак нельзя. От них исходят дизайнеры, создающие свои новые коллекции. Уже известно, что цветом 2024 года станет нежный апельсиново-персиковый оттенок, именуемый **Apricot Crush**. Этот яркий, теплый, жизнеутверждающий и одновременно заряжающий энергией оттенок прекрасно сочетается с различными тонами: белым, бежевым, серым, а также синим (джинсовым), голубым, желтым, естественным зеленым и другими. Посуда, выполненная с учетом Apricot Crush, несомненно, будет пользоваться вниманием у потенциальных покупателей.

Какой оттенок антипригарного покрытия в будущем периоде будет привлекать наших покупательниц? Ответ на этот вопрос достаточно прост. Все прежние оттенки не уйдут с рынка из-за внедрения свежих цветовых решений, скорее они будут дополнены новым апельсиново-персиковым тоном. Поэтому важно грамотно разбавлять и дополнять свои интерьерные решения (кухонные и столовые) новыми цветами. Что касается антипригарных покрытий, то на рынке все чаще появляются новые



визуальные оформления как внешних, так и внутренних покрытий. Однако большинство из них имеют темное цветовое решение (от темно-серого до глубокого черного). При этом технология нанесения антипригарного покрытия на внутреннюю поверхность с созданием одновременной дополнительной перфорации (например, путем штампования или прессования) в совокупности с введением антипригарного покрытия (такие технологии повышают антипригарный эффект и способствуют его более длительному сохранению) создает привлекательные структурно-цветовые решения, которые сегодня очень радуют покупателей, особенно среднего возраста (30-50 лет).

Безусловно, в первых рядах посуды, воспринимающих обновленные оттенки, – столовая посуда из стекла и стеклокерамики. Следовательно, производители-гиганты, создающие свою посуду в России, уже в ближайшее время покажут новые цветовые решения, которые

активно будут распространяться в федеральных сетях.

МАТЕРИАЛ

Сегодня материал становится не только основой любого посудного предмета, но и возможностью продемонстрировать новые инновационные решения. То есть материал воспринимается сегодня потребителем совместно с цветом и формой, как единое целое. Поэтому рассмотрение материала как элемента дизайна мы оставили напоследок. Именно материал является той конструкцией, которая хранит и держит всю дизайнерскую работу в том или ином посудном изделии.

Традиционные материалы: металл, стекло, фарфор, керамика (от майолики до стеклокерамики) сегодня постоянно пополняются иными – пластиком, силиконом, экологичным растительным биоразлагаемым сырьем и пр. И сегодня трудно делать ставку на какой-то определенный материал или даже на группу



материалов. Простой пример с посудой из нержавеющей стали. Мало кого интересует марка этой самой нержавеющей стали (даже пресловутое обозначение 18/10 теперь часто отсутствует на упаковке). А ведь каждая марка стали отличается определенными свойствами...

В числе посудных материалов твердо занимают свои ведущие позиции металл, стекло, фарфор, алюминий, пищевая нержавеющая сталь, керамика и стеклокерамика. Этот ряд пополняется новыми материалами, такими как, например, силикон – прежде всего среди посудных или пластик – среди кухонных гаджетов и разделочных досок. Большое распространение получают новые биоразлагаемые материалы, несмотря на их далеко не низкую продажную стоимость. Эти материалы в первую очередь внедряются в сегмент одноразовой и многообразной столовой посуды, заменяя аналогичную посуду из полистирола, а также других пластиков.

Говоря о материалах, сегодня важно подчеркнуть их взаимопроникновение в смежные посудные сегменты. Например, если раньше потребители находили стеклянную посуду в первую очередь в питьевом сегменте (стаканы, рюмки, бокалы и пр.), то теперь это самостоятельный громадный пласт столовой посуды, которая отличается не только первоклассным дизайном, но и высокими пользовательскими характеристиками. Подобное можно сказать о силиконе, стремительно занявшем свою нишу в сегменте посуды для запекания. Теперь происходит проникновение экологичных биоразлагаемых материалов, созданных на основе растительного сырья, в сегмент столовой утвари. А из традиционных материалов более широкое распространение получает нержавеющая сталь, в первую очередь в сегменте кухонной посуды, то есть такая группа изделий, как кастрюли, сотейники, сковороды, миски.

Все перечисленные группы изделий «работают» вместе, и весьма успешно, обеспечивая не только привлекательные пользовательские качества, но и яркий дизайн, привлекающий внимание потребителей. Поэтому, рассматривая посуду с точки зрения дизайна, следует отметить важность всех материалов, включая и некогда успешно зарекомендовавшие себя, и вновь появляющиеся на рынке, в том числе – соединения различных материалов, а также известные сплавы.



Зачем рекламировать товар?

Реклама повсюду. Вы открываете интернет-браузер, включаете телевизор или идете по улице – всюду реклама в том или ином виде. Все это требует вашего внимания и просят денег. Реклама может раздражать, но есть несколько причин, почему реклама важна для бизнеса и общества в целом.

РЕКЛАМА ЯВЛЯЕТСЯ ВАЖНОЙ ЧАСТЬЮ МАРКЕТИНГА

Многие люди используют маркетинг и рекламу взаимозаменяемо. Маркетинг определяет, чего хотят клиенты, поощряет их покупать продукт, а затем взаимодействует с покупателем, чтобы сохранить его лояльность. Чтобы привлечь внимание к продукту и сообщить, что у вас есть то, что ищут и в чем нуждается клиент, – нужна реклама.

ХОРОШАЯ РЕКЛАМА РАССКАЗЫВАЕТ ИСТОРИЮ

Повествовательная реклама набирает популярность. Раньше больше контекста было об услуге или о товаре, сейчас все сосредоточено на человеке, который рассказывает, как он пользуется предметом или услугой и что из этого получается. То есть больший акцент делается на человека.

РЕКЛАМА ПОЗВОЛЯЕТ ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ НА КОНКРЕТНЫХ КЛИЕНТОВ

Реклама помогает предприятиям понять потребности и желания своих потенциальных клиентов на основе их поведения и активности в Интернете, благодаря чему создается рекламная стратегия, ориентированная на них. Благодаря цифровому маркетингу и аналитическому программному обеспечению предприятия могут получить очень конкретную информацию о том, кто видит их рекламу, кто покупал их продукты раньше и какой контент больше просматривается, с какой продукцией.



РЕКЛАМА ПОМОГАЕТ УДЕРЖИВАТЬ КЛИЕНТОВ

Эксперты утверждают, что рекламные кампании являются ключом к удержанию клиентов. Потребитель может купить продукт и больше не думать о нем, даже если он остался доволен покупкой. Однако, если покупатели продолжают видеть рекламу, им напоминают о компании, которая им понравилась и которая предлагает изделия, которые ранее были куплены и подошли по всем параметрам. Благодаря современным формам рекламы (таким как реклама в социальных сетях) предприятия могут размещать ее с небольшим бюджетом.

РЕКЛАМА ПОМОГАЕТ БИЗНЕСУ ВЫДЕЛИТЬСЯ

Как выделиться в море предприятий, продающих свои продукты и услуги? Благодаря хорошей рекламе! Компания может продавать свой продукт лучше, чем конкурент, просто потому, что она размещает рекламу, которая нравится потребителям. Хотя этот продукт может быть и проще, и хуже вашего.

РЕКЛАМА СООБЩАЕТ КЛИЕНТАМ, СООТВЕТСТВУЕТ ЛИ БИЗНЕС ИХ ЦЕННОСТЯМ

Потребители становятся все более разборчивы в компаниях, которые они хотят поддержать своими покупками и лояльностью. Исследования показывают, что корпоративная ответственность имеет большое значение для людей, осо-

бенно для молодого поколения, и они хотят покупать продукцию у предприятий, которые соответствуют их ценностям.

РЕКЛАМА ВЛИЯЕТ НА РЕПУТАЦИЮ БРЕНДА

Цель рекламы очевидна. Она должна повысить вовлеченность, увеличить трафик в Интернете / в магазине, увеличить прибыль и улучшить узнаваемость бренда.

РЕКЛАМА ВЛИЯЕТ НА ПРОДАЖИ

Реклама стимулирует рост продаж, потому что она создает интерес к продукту среди потребителей. Как только люди узнают об изделиях или услугах компании, то с большей вероятностью они пойдут и купят их.

РЕКЛАМА ВЛИЯЕТ НА ЭКОНОМИКУ

Расходы на рекламу растут во всем мире. По оценкам экспертов, в 2024 году реклама превысит \$630 млрд. Это приведет к увеличению количества рабочих мест, увеличению количества покупателей, усилению конкуренции и увеличению ВВП. Реклама также полезна для креативной индустрии. Компаниям часто нужны фотографы, аниматоры, музыканты, модельеры и многие другие для реализации продакшена. Все это играет роль для экономического роста.

По материалам <https://vc.ru/>



Новые правила и штрафы

Рекламные компании в настоящее время в основном размещают свои продукты в онлайн-пространстве. Поэтому важно следить за изменениями в маркировке рекламного продукта и избежать штрафных санкций.

МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ 2023

С 1 сентября 2023 года все рекламные материалы, размещаемые в онлайн-пространстве, должны быть четко маркированы и отличимы от обычного контента. Отсутствие маркировки или нарушение установленных правил влечет за собой значительные штрафы.

НОВЫЙ ЗАКОН И ИЗМЕНЕНИЯ С 1 СЕНТЯБРЯ

Изменения в законе «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ, предусматривающие введение нового понятия «маркировка рекламы», действуют еще с 1 сентября 2022 года. В ФЗ-38 была введена новая статья 18.1. Бизнесу и физическим лицам было дано время на адаптацию к новым правилам, а с 1 сентября 2023 года введена шкала штрафов за нарушение маркировки рекламы.

ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН

Закон необходим для того, чтобы упорядочить рекламу в интернет-сфере как для физических, так и для юридических лиц, а также обеспечить прозрачность и защиту пользователей от навязчивой и скрытой рекламы. Нововведения необходимы для разделения понятий коммерческая и социальная реклама, также маркировка важна для отслеживания отчетности в ФНС.

ЧТО НУЖНО МАРКИРОВАТЬ

Необходимо маркировать все виды рекламных материалов, включая баннеры, посты в социальных



сетях, контекстную рекламу и видеоролики, которые будут видеть пользователи в сети Интернет на территории РФ, в том числе таргетированную, контекстную, медийную, саморекламу (исключая информацию о товарах или услугах на своем сайте и в группах в соцсетях, которая подается единообразно и не выделяет какие-либо товары), SEO-статьи, публикации в СМИ, а также публикации у блогеров. Если пресс-релизы носят информационно-ознакомительный характер (без выделения конкретной услуги или товара), то маркировать их не требуется. В иных случаях сведения о них подлежат общему закону о рекламе – вне зависимости от того, как они распространяются (на платной или безвозмездной основе).

Что касается SEO-текстов, Роскомнадзор говорит, что «если SEO-статья и арендные ссылки являются рекла-

мой согласно закону, то тогда она должна регистрироваться в ОРД (у оператора рекламных данных)». Если материал носит справочно-информационный характер, аналитический (обзоры рынков, результаты исследований) или содержит характеристики продуктов, то маркировать его не надо.

ЧТО МОЖНО НЕ МАРКИРОВАТЬ

Маркировать не нужно собственные товары, анонсы мероприятий на своих площадках; новостной пресс-релиз, объявление на классифайдах (онлайн-сервисах, где собраны объявления от частных лиц и компаний), услуги в рассылках E-mail (собственная база), PUSH-уведомления (социальная реклама), ссылки на свой контент на других ресурсах, призывы на подписки на свои ресурсы, призыв на подписку на чат-боты (рассылка) – здесь не маркируется самореклама, но маркируется реклама чужих продуктов.

ШТРАФЫ ЗА ОТСУТВИЕ МАРКИРОВКИ

Если до 1 сентября 2023 года за отсутствие маркировки рекламы не штрафовали, то теперь суммы достигают нескольких сотен тысяч рублей за одно нарушение: физлицо – от 10 до 30 тыс. руб.; юрлицо – от 200 до 500 тыс. руб.; должностное лицо – от 30 до 100 тыс. руб.

По материалам <https://ria.ru/>



Стеклоянная посуда на кухне

Стеклоянная кухонная посуда всегда имела как своих приверженцев, так и, наоборот, противников. Аргументы «за» одних практически полностью уравновешиваются контраргументами «против». При этом стеклоянная посуда уже продолжительное время остается на гребне моды, стиля и актуальности. Кроме столовой посуды поставщики и производители смотрят в сторону привлечения внимания к новинкам «наплитного» стекла. Насколько это оправдано и насколько в реальности актуальна такая посуда для наших домохозяек?



ИННОВАЦИИ

Любые изменения бытовой сферы в лучшую сторону происходят благодаря развитию прогресса, в частности благодаря появлению новых инновационных материалов или добавлению особых свойств к уже имеющейся продукции. Именно так произошло и со стеклоянной кухонной посудой. Свойства стекла выдерживать высокие и низкие температуры известны давно (с момента появления огнеупорного стекла); такое стекло уже давно активно используется в медицинских и научных лабораториях. Поэтому кухонная посуда из стекла возникла не на пустом месте...

Сегодня стеклоянной посуды для приготовления пищи довольно много. Изготавливается она из толстостенного и тонкостенного жаростойкого (термостойкого, огнеупорного) и боросиликатного стекла. И тот, и другой вариант оправдывает себя при соблюдении правил эксплуатации, к которым в первую очередь стоит отнести: избежание резкого перепада температур (из морозилки на огонь конфорки), удара или падения; нельзя ставить пустую посуду на включенную конфорку; использование кастрюль без рассекателя или адаптера на газовых и индукционных плитах.

Что такое посуда из боросиликатного стекла, насколько она экологически безопасна?

Стекло не выделяет никаких веществ, пропускает нужные для нагрева микроволны. Поэтому оно – безопасное. Боросиликатное (жаропрочное) стекло представляет собой материал химически пассивный. Оно безопаснее алюминиевых и стальных предметов посуды из утвари. При использовании в различных температурных режимах необходимо избегать резких перепадов температур.

Максимальная температура, которую может выдержать современное огнеупорное стекло, достигает 1000 °С.

Но для бытовой наплитной посуды применяется стекло с максимальным температурным порогом в 300-400 °С. Надо отметить, что у каждого производителя имеются свои особенности создания термостойкой стекломассы и, соответственно, свойства получаемых изделий из стекла. Отличия в первую очередь касаются следующего: максимально и минимально допустимых температур эксплуатации, максимального диапазона резкого перепада температур, так называемой зоны термшока, и уровня хрупкости (или, иначе говоря, уровня ударопрочности). Чем выше способность посуды выдерживать удар и термшоки, тем она качественнее и дороже.

Сейчас все больше потребителей пользуются индукцией. Поэтому, к радости почитателей стеклоянной посуды, производители решили проблему использования такой посуды с индукционными плитами простым методом. На полках магазинов и в опте можно приобрести посуду, в дно которой впаивают железный диск, и такие изделия могут использоваться на индукционной варочной поверхности без дополнительного адаптера. Каждое изделие снабжено металлической пластиной из ферромагнитного материала, вделанной в основание. Такой подход позволил изготавливать посуду из стекла, что расширило ассортимент и дало возможность создавать по-настоящему интересные варианты.

Такие изделия стоят дороже, чем классические, но помогают украсить кухню и дом необычными предметами, которые однозначно будут сразу бросаться в глаза. Самая распространенная марка стеклоянной посуды для индукции – чешская Simax. В рознице кастрюля этой марки, объемом 1 л с индукционным дном и с крышкой, будет стоить в пределах 6000 руб.

ДОСТОИНСТВА И ПРЕИМУЩЕСТВА НАПЛИТНОЙ ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА

В качестве достоинств жаростойкой стеклоянной посуды можно

ЛУЧШИЕ МАРКИ СТЕКОЯННЫХ КАСТРЮЛЬ 2023 ГОДА

№	Наименование	Рейтинг по шкале от 0 до 5	Преимущества
1	Simax	4,9	Наибольший ассортимент
2	Pyrex	4,9	Надежный бренд
3	«Забава»	4,8	Кастрюли разных форм
4	Appetite	4,7	Лучший выбор больших кастрюль
5	Lenardi	4,65	Максимальная износоустойчивость
6	Sabatier	4,63	Наборы кастрюль
7	Lorraine	4,6	Для морозильного и духового шкафа
8	«Доляна»	4,55	Лучший выбор небольших по объему кастрюль

назвать антипригарный эффект, возможность мыть в посудомоечной машине и нейтральность при соприкосновении с различными пищевыми кислотами и солями (стекло полностью инертно и не окисляется). Кроме того, стекло не имеет пор, поэтому стеклоянная посуда всегда сохраняет свой первозданный вид (исключения могут быть только в виде небольших царапин или потертостей, которые постепенно появляются в процессе эксплуатации, но это неизбежно для любой посуды). Стеклоянная посуда интересна тем, что в ней видно весь процесс готовки. Конечно, она менее практична, чем кастрюли из эмали или нержавеющей стали. Тем не менее красивый дизайн и мода на стекло часто становятся причиной, по которой предпочтение отдается именно ей.

Сторонники стеклоянной посуды могут назвать еще десятки положительных качеств, о которых частично мы еще скажем ниже. Сейчас же хочется добавить, что стеклоянная посуда – интересна в первую очередь тем, кто живет в ногу со временем, и ей интересуются люди с активной жизненной позицией, ратующие за прогресс и эстетику.

Не секрет, что приготовление различных блюд на стеклоянной сковороде или в стеклоянной кастрюле, стоящих на включенной вароч-

ной поверхности (газовой, электрической или индукционной), – явление до сих пор не повсеместное. Но сегодня готовка в стеклоянных формах и кастрюлях в духовом шкафу уже достаточно привычное явление.

ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ТРАДИЦИЙ

Скептики до сих пор предпочитают использовать металлическую (или керамическую) посуду в качестве кухонной. Понять их можно. Металлическая посуда, в отличие от стеклоянной, более практичная. Она не бьется, не боится перепадов температур, контактов с твердыми предметами внутри кухонного ящика, может даже испытывать некоторый перегрев на включенной конфорке.

Однако в качестве формы для выпечки стеклоянную посуду используют сегодня практически все. Наиболее известная марка жаростойкого стекла – Pyrex предлагает массу изделий для выпекания из толстостенного боросиликатного жаростойкого стекла. При этом оттенок стеклоянной посуды не влияет на ее рабочие характеристики.

Что же касается хрупкости стеклоянной жаростойкой посуды, то она не ниже, чем у фарфора или керамики. В основном осторожность в использовании наплитной стеклоянной кухонной посуды связана с привычкой и с практичностью. Точно так

же многие с опаской относятся к аналогичной термостойкой керамике, приспособленной для готовки на открытом огне.

Данный вывод был сделан на основании опросов более десятка конечных покупателей.

ЧТО ВЫБРАТЬ?

МОДНО ИЛИ ПРАКТИЧНО?

Современные хозяйки в домашних условиях имеют возможность приготовить огромное разнообразие блюд и для этого сегодня использовать самую разнообразную кухонную посуду и аксессуары.

В частности, в стеклоянной посуде удобно готовить первые блюда или компоты. Только нужно учитывать, что для стеклоянных изделий часто дополнительно требуется приобрести адаптер или рассеиватель (в зависимости от вида варочной поверхности). Процесс тушения в стеклоянной посуде не очень удобен, за исключением готовки в духовом шкафу. Зато запекать в стеклоянной жаропрочной посуде очень удобно (вторые блюда с мясом и овощами получаются вкусными и сочными). Прекрасно получается и выпечка из разных сортов теста. Пицца к стеклу не прилипает, посуда легко отмывается, а подавать блюдо можно прямо в этой же форме.

Хотя прозрачная посуда создает впечатление легкости, но на поверку кастрюля из толстостенного боросиликатного стекла будет весить больше такой же по объему кастрюли из нержавеющей стали. Что касается жаростойкой посуды из тонкостенного стекла, то она легче, но далеко не невесомая, как может показаться на первый взгляд.

В России за текущий период было произведено около 1,84 млрд единиц стеклоянной посуды, что на 10,4% меньше, чем годом ранее. Такие данные аналитики агентства маркетинговых исследований «Гидмаркет» представили 24 августа 2023 года. В исследовании отмечается, что снижение объемов производства стеклоянной посуды в России в 2022 году отражает сложившуюся ситуацию на рынке. Однако, несмотря на это, российские производители продолжают работать на удовлетворение внутреннего спроса и стремятся к улучшению качества и конкурентоспособности своей продукции, указывают аналитики. Из отчета также следует, что доля экспорта в производстве невелика и имеет тенденцию к снижению. В то же время доля импорта остается стабильной в исследуемом периоде. Это говорит о том, что российские производители стеклоянной посуды больше ориентированы на внутренний рынок. Сокращение рынка в 2022 году обусловлено трендом покупательской экономии, стеклоянная посуда не является предметом первой необходимости. Сырьем рынок обеспечен полностью, и дальнейший рост зависит только от общеэкономической ситуации.

О популярности и распространении кухонной посуды из жаростойкого стекла говорит то, что она постоянно появляется в новых дизайнерских исполнениях. В частности, уже в течение нескольких лет на прилавках периодически появляются кастрюли из тонкого жаростойкого стекла со стеклоянными или металлическими ручками. Появились стеклоянные кастрюли с антипригарным покрытием (марка Pasabahce и Daris). Покупателей долго ждать не приходится. Многим потребителям интересно испытать такие изделия.

Универсальная посуда

Профессиональная посуда, посуда для домашнего пользования, посуда узкого назначения. Какой только посуды не бывает... Но есть ли посуда, которую можно использовать для различных нужд? Ведь это удобно и практично! Насколько востребованы сегодня универсальные посудные наборы и единичные изделия?



индукционные. Много универсальных приспособлений (аксессуаров) удалось создать при помощи упругого эластичного пищевого силикона, который полностью восстанавливает первоначальную форму и может компактно храниться. Кстати, количество посуды у потребителей заметно выросло за последнее время и тема компактного хранения становится все более актуальной. Как ни странно, но в восприятии конечных потребителей тема универсальной посуды очень тесно переплетена с возможностью компактного хранения. Поэтому, говоря о многофункциональности, имеем в виду и посуду-трансформер.

Принцип универсальности потребительских изделий заключается в возможности их разнопланового применения. Например, посуда может быть кухонной и столовой одновременно. В качестве примеров можно привести керамические формы, которые прекрасно смотрятся на столе и служат еще и сервировочной посудой. Или сковороды со съёмными (отстегивающимися) ручками, которые становятся формой для приготовления в духовом шкафу. Есть универсальная посуда, приспособленная для использования на всех видах варочных поверхностей, включая

КОМУ ЭТО НУЖНО?

Если посмотреть на потребительский рынок глазами практичного покупателя, то ему по душе износостойкая безопасная посуда, способная прослужить долгие годы без потери первоначального вида. Но, к сожалению, подобрать посуду на все случаи жизни, исходя из таких запросов, практически невозможно. Покупателям часто приходится выбирать между удобством и функциональностью.

Так, при хранении кастрюль требуется довольно вместительный



шкаф, поскольку ручки посуды не позволяют убирать все емкости одну в другую (по принципу матрешки). Для минимизирования пространства некоторые производители предлагают складывающиеся ручки. Это, безусловно, привлекает внимание потребителя.

К универсальным изделиям можно отнести и наборы, в которые входит несколько предметов; с их помощью можно приготовить практически любое блюдо, не прибегая к дополнительной посуде.

При этом тот же покупатель должен знать, что при частой эксплуатации таких трансформеров все поворотные, съёмные или дополнительные элементы испытывают на себе нагрузку и ломаются (особенно при не очень надежном исполнении). Поэтому с точки зрения надежности потребитель предпочитает выбирать обычные, не разборные конструкции. Такое же рассуждение присутствует и при выборе многофункциональной посуды: что хорошо для варки, не всегда удобно для тушения или хранения приготовленных блюд. Но когда во главе угла стоит вес и (или) размер посуды, то именно эти факторы выходят на первый план.

То есть многофункциональная, легкая и компактная посуда интересует в первую очередь тех, кто периодически меняет место своего пребывания и обладает ограничен-



ными возможностями для хранения посудных принадлежностей.

УРОВЕНЬ СПРОСА

Если говорить о спросе на универсальную кухонную посуду, то в первую очередь стоит вспомнить сковороду со съёмной ручкой. Это самый часто продаваемый предмет кухонной посуды. За ним стоят кастрюли со складными ручками (как правило, выполнены из нержавеющей стали). Третье место занимают наборы лотков/контейнеров из эмалированной стали с крышками, к которым можно отнести герметичные контейнеры для хранения и перевозки блюд, в том числе жидких или горячих. Спрос на эти товары довольно высок. Остальные предметы пользуются не очень высоким спросом. В частности, стеклянные миски и кастрюли, приспособленные для открытого огня (для варочных поверхностей) и духового шкафа.

В сегменте универсальных аксессуаров наибольшей популярностью пользуются наборы разделочных досок в удобной подставке (каждый цвет – для определенного продукта: мяса, хлеба, овощей и пр.). Несмотря на то что разделочная доска применяется только по своему прямому назначению, набор из досок воспринимается как один товар, который рассчитан на применение с разными видами продуктов.

В некотором смысле универсальной можно назвать многообразную пластиковую столовую посуду, особенно в наборе. Ее применение



весьма оправданно на пикниках, и с приходом теплого сезона спрос на такую посуду быстро увеличивается.

А вот наборы ножей пользуются довольно ограниченным спросом, несмотря на то что, приобретая комплект для разных целей, покупатель фактически может покрыть большинство задач по приготовлению мясных, рыбных, сырных, мучных и других блюд.

Расширение ассортимента в сегменте глиняной посуды (майолика) привело к появлению разного рода емкостей для запекания, которые являются прекрасным сервировочным решением, а комплекты таких мисок решают вопрос их хранения. Сегодня такие изделия можно отнести к группе универсальных. Кстати, данные посудные предметы в последнее время значительно шире стали использоваться в сегменте HoReCa. Они хорошо подчеркивают колорит национальной кухни, полностью отвечая потребителю спросам, предпочитающим добротную аутентичную посуду.

ЧТО ВПЕРЕДИ?

Если говорить о будущем универсальной посуды, то она всегда будет присутствовать параллельно узконаправленной классической посуде.

Универсальность всегда имеет обратную сторону – это некоторый компромисс в условиях стесненных обстоятельств. Поэтому, какой бы комфортной она ни выглядела, она будет пользоваться не таким высоким спросом, как обычная посуда. Но, поскольку сегодня идет массовое увлечение всевозможным туризмом, в частности автомобильным, пешеходным, лыжным и пр., такая посуда остается в зоне повышенного потребительского внимания. А мода на пикники/патио также подпитывает интерес к универсальной посуде. И, конечно, увеличение доли небольших квартир-студий на рынке недвижимости (в связи с ростом спроса на такие объекты) приводит к минимизации пространства кухонной зоны при сохранении ее полноценной функциональности. Здесь также универсальные предметы, рассчитанные на выполнение различных задач и занимающие минимум пространства при хранении, остаются весьма востребованными.

Следовательно, сегодня продвижение универсальных посудных изделий – вполне обоснованно, есть все основания полагать, что такие предметы будут пользоваться устойчивым спросом, особенно в среде молодых и мобильных покупателей.

Частыми потребителями компактной многофункциональной посуды являются пешие туристы, туристы-палаточники или те, чья профессиональная деятельность связана с экспедициями и частым пребыванием в условиях, оторванных от цивилизации. Поскольку сегодня для таких людей также доступен комфорт в полевых условиях благодаря мобильным горелкам, работающим на баллонном газе, они выбирают алюминиевую или титановую посуду для приготовления пищи и, как правило, компактные тонкостенные тарелки-миски-кружки для сервировки. Так называемая походная посуда не остается без дела и в городских условиях. Например, в титановых и алюминиевых котелках удобно варить овощи, в чайнике быстро кипятить воду, а в мисках готовить салаты и фруктовые миксы.

При этом нужно понимать, что качественная походная посуда – дорогостоящий товар, поскольку она изготавливается из качественного материала, пригодного для пищевых целей (то есть для контакта с ингредиентами и готовым блюдом). Производителей такой посуды не много, в основном она производится в качестве небольшого побочного ассортимента с использованием ручного труда либо мастерами-частниками.

Медные ромашки

«Кольчугинский завод» выпустил декоративно оформленную салфетницу из меди под названием «Ромашки». Именно эти цветы являются элементом декора изделия. Яркий дизайн и высокое качество исполнения позволяют использовать ее для сервировки любого стола. Во избежание преждевременной порчи рекомендуется ручная мойка и протирка насухо после нее.

www.cookhouse.ru



Абсолютная новинка



Посуда из стекла отличается практичностью и эффектным внешним видом. Команда дизайнеров Pasabahce, пользуясь этой особенностью стеклянных изделий, а также их современностью, создает интересные и модные вещи для стильных людей, постоянно пополняя ассортимент новыми коллекциями. На выставке HouseHold эта серия не оставила равнодушным даже искушенного российского ритейлера и произвела настоящий фурор. Предлагается к вниманию коллекция стаканов Pinot – это абсолютная новинка (Турция). Стаканы обладают необычной трапециевидной формой с широким дном. Они представлены в 3 размерах. В любое время, для любой компании они подходят как для алкогольных, так и безалкогольных напитков. Данные стаканы также можно использовать в качестве альтернативы винным бокалам.

www.pasabahce.com



И хлеб в корзинке!

Занимаясь сервировкой стола, не забудьте о месте, где будет лежать хлеб – основа любой трапезы. GEFU предлагает воспользоваться оригинальной конструкцией настольной корзинки для хлеба, подчеркивающей современные взгляды, которых придерживается владелец данного изделия. Металлический каркас обтянут хлопковой (дышащей) тканью, так что хлеб всегда будет находиться в правильной натуральной среде и длительное время сохранять свои качества. Изделие выпускается в двух цветах тканевого вкладыша: черном и белом.

www.cookhouse.ru



Стол как центр ОТДЫХА

Нет ничего приятнее отдыха за столом с любимыми закусками. Проект **Сирина Граиса**, выполненный под брендом **Knindustrie**, полностью соответствует пожеланиям гурманов и представляет собой вращающийся гастрономический центр (фактически вращающийся круглый столик) на небольших ножках, который может стоять и самостоятельно, и на столешнице другого стола. Преимущество данного изделия в его способности вращаться вокруг своей оси, что дает возможность самостоятельно достать желаемую закуску.

www.knindustrie.it





Vetro со льдом от Olivetti

Торговая марка Olivetti представила новинку – набор термостаканов коллекции Vetro. В наборе два стакана объемом 300 мл. Посуда выполнена из термостойкого боросиликатного стекла с двойными стенками. Кроме того, изделия имеют рельефную фактуру внутренних стенок в дизайне «лед». Благодаря этому температура содержимого сохраняется намного дольше, чем в обычном стакане, при этом снаружи стенки стакана имеют температуру окружающей среды (эффект термоса). Диапазон допустимых температур: от -20 до +150 °С. Стаканы можно мыть в посудомоечной машине и использовать в СВЧ-печи.

www.olivetti.su

GEFU обезжиривающий!

С помощью кувшина **FLUIDO** от GEFU горячие супы, бульоны, соусы и подливки наконец-то избавляются от жира! Просто перелейте блюдо в кувшин: весь жир поднимется наверх, а обезжиренная жидкость – останется внизу, откуда ее можно легко удалить через выпускное отверстие в нижней части кувшина одним нажатием кнопки.

Объем кувшина 1000 мл, при его производстве используются: пищевой пластик, высококачественная нержавеющая сталь, силикон.

www.gefu.ru



Горница®



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