

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ



# ПРОСНУДО

2023-6

**Wilmax**  
ENGLAND

Crystalline  
collection



**Новый год**

**Гости номера**

**Портфель  
достижений**

**Анализ и прогноз**

**Каналы продаж**

**Маркетологу  
на заметку**



Новогодние подарки любимым  
Наслаждайтесь красотой жизни  
вместе с Paşabahçe





Содержание

Обложка предоставлена  
компанией WILMAX

# ПОСУДА

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

2023-6

8 Слово редактора

Гости номера

12 Феерия и праздник VELLARTI



14 Новости

Выставки

40 Таблица выставок

42 По следам осенней сессии  
HouseHold 2023



Производители

48 Переходи на зеленый!



50 «Горница». Создаем новогоднее  
настроение вместе

Портфель достижений

52 Ключ к успеху Pasabahce в России



С наступающим  
Новым годом  
и Рождеством!

Продукция предприятия ООО «СТАЛЬЭМАЛЬ» на протяжении многих лет заслуженно является лидером среди производителей стальной эмалированной посуды и пользуется большим спросом в России и за рубежом.

Серия изделий  
с деколью Odelis



Серия изделий  
с деколью  
«Чайный домик»



## Анализ и прогноз

- 56 Посудный рынок к концу календарного года
- 58 Цифры и не только



## Каналы продаж

- 60 Рынок интернет-торговли



## Подписка-2024

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

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

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

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

## Ритейл

- 62 Торговля в новогодний период. Готовим магазин к празднику



- 65 Коллекция Stolz – есть чем гордиться!
- 66 Какую посуду продают магазины в декабре?

## Новый год

- 72 Стихия Дракона на столе – 2024
- 75 Модные тренды или вечная классика?
- 78 С Новым годом! Все за стол

## Маркетологу на заметку

- 80 Деревянная сервировка – тренд 2024 года
- 82 Стильные штучки

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

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

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

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

+7 (903) 768-12-30

На правах рекламы

[posudainfo.ru](http://posudainfo.ru)

**Гардарика**™

**ИЗ ПОКОЛЕНИЯ  
В ПОКОЛЕНИЕ**

**ЛИТАЯ ЧУГУННАЯ ПОСУДА ИЗ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ МАТЕРИАЛОВ:**

- Срок службы изделий более 50 лет
- 3 в 1: готовка на плите, в духовом шкафу, на костре
- Совместимость с любыми типами плит, в т.ч. индукционными

- Изготовлено в России
- Высокий стандарт качества по ГОСТ 52116-2022
- Более 100 позиций в ассортименте



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



**Здравствуйтесь, дорогой любимый читатель!**

Декабрьский номер 2023 года! Этот новогодний номер журнала в череде выпусков играет немаловажную роль. В этом номере мы пытаемся подвести итоги уходящего года и строить прогнозы на следующий год, год Дракона. Уходящий год точно нельзя назвать скучным, это очень сложный тревожный год. Мы живем под санкциями уже не первый год, перестраиваемся под новые обстоятельства производства, поставок и потребления, под другие проблемы экономического характера. Сложно. Трудно. Непредсказуемо. Но интересно! Можно подобрать еще множество слов, чтобы передать эмоции, которые царят на посудном рынке, да и в стране в целом! Тем не менее в этой череде разных событий и запретов каждый из нас искал новые пути и способы повышения эффективности своего бизнеса и собственных действий. Пусть звучит банальной фраза: любой кризис – это возможности.

Весь год наша редакция пыталась быть полезной нашему общему делу, нашим любимым рекламодателям, клиентам, подписчикам, нашей отрасли! Появилось много новых компаний-участников рынка, московская сентябрьская выставка

HouseHold Expo ожидаемо принесла хорошие результаты, появилась обоснованная надежда на дальнейший рост и повышение не только прибыли, но и настроения в отрасли.

В этом номере много интересного: много новостей компаний, saga о Pasabahce в России, обзор ситуации на рынке ритейла, цифры, которые помогут сориентироваться в пространстве рыночных отношений. Завод ОСЗ уже вспоминает о весне в новом цвете шартрез, «Горница» представила на рынок универсальный противень с антипригарным покрытием, WILMAX запасся барным стеклом – коллекцией Crystalline, а Kukmara радуется серией Granit! Но сейчас не хочется говорить об отрасли, о текущем номере, вы все прочтете сами! Хочется поздравлять, ведь впереди Новый год – время долгожданных чудес, когда каждому есть что сказать и пожелать. Как замечательно, если вы найдете нужные слова сейчас, услышите их от коллег, сотрудников и друзей или они родятся в вашей голове, как по волшебству. Ведь впереди будущий год, который будет требовать вдохновения, принятия серьезных решений, силы, веры в себя и других.

От всей души желаю вам счастья, здоровья, благополучия! Чтобы в вашей жизни всегда было место для нового, неожиданного и волшебного! Чтобы с вами всегда были те, с кем можно разделить трудности и с кем хочется поделиться радостью! Желаю вам осуществления желаний, побед, реализации идей, феерических событий, радоваться каждому дню, улыбаться и находить время для близких и друзей!

И раз уж так вышло, что наша жизнь похожа на океан – мы то поднимаемся на волнах, то, наоборот, опускаемся вниз, хочу пожелать вам – постарайтесь не утонуть. Даже если плывете против течения.

Спасибо за то, что вы с нами, спасибо за то, что мы – вместе!

От имени редакции поздравляю с Новым 2024 годом!

Главный редактор журнала «Посуда»

*Ковшова*

Татьяна Ковшова

## Редакция

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

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

www.posudainfo.ru



## Читайте в следующем номере:\*

**Маркетплейсы или соцсети**

**Готовим сани летом, а блинницу в феврале**

**Сегмент отечественного фарфора в России**

\*Возможны изменения



# НОВЫЕ ЦВЕТА ПОСУДЫ ИЗ ОПАЛОВОГО СТЕКЛА Paradise Green и Paradise Blue



## Эксклюзив Luminarc®

- Закаленное стекло, устойчиво к механическим повреждениям и сколам
- Можно мыть в посудомоечной машине
- 100% безопасный гигиеничный материал



# Walmer Dual

штабелируемые емкости,  
с которыми вы наведете на  
кухонных полках порядок!



**КОРПУС** Банки сделаны из закаленного стекла. Его прочность и способность противостоять случайным ударам выше, чем у обычного стекла. Кроме того, оно не царапается и не мутнеет. Емкости будут выглядеть как новые долгие годы.

Поддерживать порядок на кухне не так-то просто. Рис, греча, лавровый лист, сушеный чеснок, перец горошком – на полках громоздятся открытые и закрытые пакеты. Знакомо? Да, конечно! Ведь так выглядит каждая кухня, на которой еще не было принято решение перекладывать бакалею в банки и хранить все запасы в них. Избавиться от хаоса и визуального шума, превратить свою кухню в стильное и удобное пространство можно, если вы нашли практичные, красивые емкости, которые станут вашей системой хранения.

**WALMER**

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ПОСУДА

Коллекцию именно таких емкостей выпустил английский бренд **WALMER**, коллекция носит название **Dual**. С ней поддерживать порядок на кухонных полках легко!

**КРЫШКИ С КЛАПАНАМИ** У всех банок серии Dual крышки с двумя клапанами. Один из них, малый, предназначен для насыпания бакалеи или дозирования специй, а большим клапаном можно воспользоваться, когда вам нужно наполнить банки и нужно, чтобы горлышко было открыто по полной.



**4 УДОБНЫХ ОБЪЕМА** В коллекции четыре вида емкостей разных объемов: 800, 350, 200 и 85 мл. Самый большой объем предназначен для круп, чая и кофе, средний – для часто применяемых приправ, сухих овощей, которые многие используют для зажарок и супов, ну а самые маленькие баночки – для специй, которые в ходу изредка и не нужны в больших объемах.

## ШТАБЕЛИРУЕМАЯ КОНСТРУКЦИЯ

Емкости для специй можно ставить одну на другую, а значит, они удобны даже на самых маленьких кухнях, так как позволяют экономить место.

## ЭТИКЕТКИ В КОМПЛЕКТЕ!

Чтобы вы не перепутали, в какой из банок какая приправа, к ним в комплекте прилагаются этикетки, которые можно надписать.



# Феерия и праздник VELLARTI



Продукция торговой марки VELLARTI помогает превратить ежедневные приемы пищи из обыденности и рутины в феерию и праздник.

Торговая марка VELLARTI более 10 лет работает на рынке России и является крупнейшим производителем качественной столовой посуды из стекла.

Создатели бренда уверены в собственных силах и стараются привнести все лучшее, что они могут предложить, – новые дизайны и новые коллекции в каждый дом, в каждую семью.

Все изделия обладают элегантными формами и благородным блеском и впишутся в любой интерьер. А стол, сервированный посудой от VELLARTI, превратит любую трапезу в настоящий праздник.

Вкладывая любовь и душу в каждое производимое изделие, мастера стекольного дела наслаждаются не только результатом работы, но и самим процессом создания яркой и практичной посуды. Возможность экспериментировать с цветом и создавать новые формы увлекает и открывает массу интересного как для создателей посуды, так и для конечных потребителей.

В тренде последних лет борьбы за экологичность, члены команды VELLARTI строго следят за соблюдением стандартов качества и применяют для своих изделий только экологически безопасные материалы. Опираясь на опыт старших коллег и обладая современными технологиями, обычная стекломасса в руках специалистов VELLARTI превращается в любимую красивую посуду.

Благодаря опытной и постоянно развивающейся команде специалистов в сфере технологии, инженерии и дизайна торговая марка VELLARTI демонстрирует уникальный стиль выпускаемых изделий и применяет свои лучшие разработки при создании индивидуальных коллекций. Использование инновационного оборудования, следование мировым трендам дизайна и последним технологиям, а также внушительные производственные мощности позволяют компании выпускать широкий ассортимент конкурентоспособной продукции по доступным ценам.

Дизайнерские тенденции и тренды отражаются в каждом изделии представляемых изделий, что позволяет сохранять всех партнеров компании, вне зависимости от общеэкономической ситуации. Не случайно компания обладает обширной дистрибьюторской сетью и может гордиться своими наработками и клиентами.

Столовая посуда от VELLARTI поистине уникальна, она долгие годы будет радовать покупателей своими безукоризненными формами и приятным интеллигентным блеском.

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

ООО «Компания «Ростоптор»  
г. Ростов-на-Дону,  
пр-т Михаила Нагибина, 14А.

Серия «Жасмин»

Серия «Узор белый»

Серия  
«Валенсия»

Серия «Лен»



## Премиальная коллекция Misel от NADOVA

С чего начинается любой прием пищи? Конечно же, с красивой, изысканной сервировки стола, превращающей обычный обед или ужин в элегантную трапезу. Главными помощниками профессиональной сервировки являются столовые приборы.

Бренд NADOVA представляет новинку роскошных столовых приборов – премиальную коллекцию Misel, выполненную из высококачественной нержавеющей стали. Благодаря изготовлению методомковки изделия не подвержены механическим воздействиям и не деформируются со временем.

Интересная и объемная форма приборов Misel приятно ощущается в руках и радует глаз. За счет высокой степени полировки столовые приборы сохраняют свой первоначальный вид длительное время.

[www.nadoba.eu](http://www.nadoba.eu)



## Вдохновленные уральской природой

Мастера лаборатории «Антихрупкость», созданной на заводе «Фарфор Сысерти», представили свои новые коллекции посуды на фестивале керамики в Екатеринбурге. В коллекцию «Мой Урал» от художницы Светланы Запарий вошли пять больших фарфоровых блюд для пиццы с черно-белыми рисунками. Сюжеты рисунков вдохновлены уральской природой. Еще одна коллекция «Реки Урала» работы Карины Шлеповой. Художница вдохновлялась водными стихиями региона. В серии семь чашек из белоснежного фарфора, выполненных с рельефной фактурой. Первая презентация коллекций от «Антихрупкости» прошла на фестивале 4ceramics в Екатеринбурге 18-19 ноября.

По материалам [www.momenty.org](http://www.momenty.org)



## Доски от «Мартики»

Компания «Мартика» представила новую коллекцию разделочных досок «Стронг». Изделия выполнены из высококачественного полипропилена, имеют классическую форму. Цветовое решение «белый камень» и «серый камень» делает их универсальными для современных кухонных интерьеров. Текстурированная матовая поверхность защищает от образования царапин и скольжения, не тупит лезвие ножа.

[www.marika-home.ru](http://www.marika-home.ru)



 Liberty Jones



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

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



## Новинка из Дулево

В официальном интернет-магазине Дулевского фарфорового завода представлен новый чайный сервиз «Лазурный берег». Сервиз из 13 предметов выполнен на форме «Белый лебедь».

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



## Японские мотивы

Керченский металлургический завод выпустил новые серии эмалированной посуды. Среди новинок – наборы кастрюль «Журавли» и «Микадо», оснащенные стеклянными крышками и металлической фурнитурой. Посуда производится из низкоуглеродистой холоднокатаной стали толщиной до 1,8 мм.

[www.kmz-k.com](http://www.kmz-k.com)



## Праздничная коллекция Rosenthal

Торговая марка Rosenthal выпустила новую коллекцию фарфора **TAC Festive Celebration**. Классический комплект столовой посуды в стиле «Баухаус» украшен благородным золотым орнаментом.

[www.rosenthal.de](http://www.rosenthal.de)



## Любимая серия рестораторов и домохозяйств



Турецкая компания **Pasabahce** («Пашабахче») является одним из признанных лидеров в сфере стекольной промышленности. Неудивительно, что из ста предметов стеклянной посуды на столах лучших ресторанов и гостеприимных хозяек 20% сошли с конвейера одного из шести огромных заводов турецкой корпорации.

Особые технологии обработки стекла позволяют рюмкам, стаканам, стопкам и пивным кружкам после долговременного использования выглядеть так, словно стеклянные изделия только вынули из магазинной упаковки. Несмотря на многократные мойки и чистки, бокалы будут сверкать, не покроются трещинами, царапинами и сколами. Повышенная термостойкость изделий позволит положить в креманку ледяное мороженое или сорбет, налить в кувшин горячий грог или пунш, засыпать лед в любой напиток, не опасаясь перепадов температуры. Утолщенные по краю винные, пивные или коньячные бокалы станут украшением любого стола.

Поэтому покупка посуды марки Pasabahce обязательно входит в статью бюджета многих ресторанов и кафе России и Европы.

В этот раз хочется напомнить о широкой линейке серии «Касабланка». Эта серия как раз отвечает всем требованиям ресторанной посуды.

В декабре 2023 года в России эта серия пополнится новым бокалом-кубком на 320 мл, то есть большого размера (арт. 51268). Это изделие для воды. Но безусловно, его можно использовать и для других напитков, как алкогольных, так и безалкогольных – всевозможных морсов, напитков на основе вина... И конечно, эта серия подойдет не только рестораторам. Высокое качество и повышенная износостойчивость вместе с модным дизайном станут теми свойствами, которые уже оценены по достоинству многими домохозяйствами мира.

Коллекция доступна в подарочной упаковке (великолепно для праздников) по 6 штук и в коробах по 12 – для поштучных продаж и для клиентов HoReCa.

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



## Коллекция Organica от Easy Life

Компания **Anna Lafarg** представила новую коллекцию Organica от торговой марки Easy Life. Изделия выполнены из каменной керамики с матовым наружным и глянцевым внутренним покрытием. Природные оттенки – серый и зеленый – хорошо сочетаются между собой, позволяя создавать гармоничные комплекты.

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



## В цвете «Шампань»

Торговая марка **Taller** представила лимитированную коллекцию форм для выпечки с покрытием в цвете «Шампань». Формы изготовлены из высококачественной углеродистой стали. Прочный корпус устойчив к деформации. Двухслойное антипригарное покрытие **Xynflon**. Рекомендуется ручная мойка без абразивных средств. В ассортименте разные формы и размеры форм.

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



## «Лысьвенские эмали» в новом оформлении

Лысьвенский завод представил новую коллекцию посуды из эмалированной стали. В нее вошли кастрюли цилиндрической формы с рисунками, вдохновленными произведениями художников-анималистов: «Аисты», «Тетерева», «Гончие», «Хозяин леса».

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

## Vitek с подсветкой

Торговая марка **Vitek** представила новую модель чайника **VT-7030** объемом 1,8 л. Прибор изготовлен из высококачественного текстурированного термостойкого стекла, оснащен подсветкой корпуса. Нагревательный элемент прибора встроен в плоское дно и защищен пластиной из высококачественной нержавеющей стали, поэтому ухаживать за устройством очень легко. При перегреве, закипании воды или ее отсутствии чайник отключается автоматически.

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



# Кукмара берет очередную ВЫСОТУ

В то время как космические корабли бороздят просторы Вселенной... Кукмара не отстает в решении поставленных задач. Старая, добрая премиальная линия **Granit Ultra** предстает перед нами в совершенно ином облике.

Новая коллекция с лаконичным названием **GRANIT** ничуть не уступает предшественнице. Неуклонно следуя олимпийскому девизу: «Быстрее, выше, сильнее», Кукмара задалась целью сделать новинку вместительнее. Задумано – сделано.

Новизна коллекции объясняется оригинальными формами и своеобразной окраской. Неброская красота и спокойное благородство новой линейки придется по душе ценителям комфорта и сдержанной роскоши.

Коллекция **GRANIT** включает в себя кастрюли объемом 2,5; 3,5 и 4,5 л. Сковороды диаметром 160, 180, 200, 220, 240, 260 и 280 мм представлены как со съемными, так и с несъемными ручками черного цвета. Сковороды линии **GRANIT** оснащены литым ушком для удобства в использовании.

Каждое изделие комплектуется термостойкой стеклянной крышкой с пароотводом и удобной бакелитовой ручкой. Увеличенная высота бортов изделий позволяет вмещать большее количество продуктов, делая процесс приготовления пищи гораздо удобнее. Качественное трехслойное антипригарное покрытие **Karlon Classic** высокоустойчиво к истиранию, поэтому обеспечивает изделиям длительный срок службы. Посуда изготовлена в соответствии с **ГОСТ 56674-2018**, что подчеркивает прочность и добротность новой линейки.

Эффективное и энергичное развитие позволяет компании Кукмара всецело отвечать требованиям времени, успешно преодолевая новые рубежи.





GRANIT

New

**Kukmara**  
Сделано в России  
Основан в 1950  
[www.kukmara.com](http://www.kukmara.com)

## Новая коллекция «Африка» от VELLARTI

Коллекция «Африка», созданная нашими дизайнерами, станет украшением вашего стола. Вся посуда обладает элегантными формами и благородным блеском. Мы любим свое дело и вкладываем душу в каждое изделие.

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



## Walmer Niagara – все дело в волшебных пузырьках!



Уже несколько лет английский бренд WALMER расширяет свой ассортимент коллекций столовой посуды. Фарфор – один из важных и интересных трендов сервировки. Его используют для подачи блюд в модных ресторанах, он не сходит со страниц глянца, и в то же время – это по-настоящему народный тренд! Рядовые покупатели обожают такую посуду, ведь она добавляет домашней обстановке тепло и уют. При этом фарфор прекрасно дополняет все стили интерьера – от классического до loft. Новинка сезона –

коллекция Niagara. На поверхности посуды словно застыли бурлящие пузырьки воды, падающие с водопада. Коллекция выпущена в белом, дымчато-сером и бирюзовом цветах. В каждом из них доступны обеденная, суповая, десертная тарелки, а также глубокие миски и большие кружки. Цвета комбинируются между собой, это прекрасная возможность собрать сервиз в едином стиле, но в разных оттенках.

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

## Компания «Мартика» – лауреат конкурса «100 лучших товаров России»

Миски для миксера «Мадена» компании «Мартика» стали победителем конкурса «Лучший товар Алтая» в номинации «Промышленные товары для населения» и лауреатом конкурса «100 лучших товаров России». Эксперты оценили качество продукции, ее безопасность, внешний вид и соответствие всем нормативно-техническим нормам.

Дизайн мисок «Мадена» запатентован за оригинальный внешний вид, эргономику и удобство использования. Изделия представлены в нескольких объемах: 1,4; 1,9; 2,4 и 3,6 л.

[www.martika-home.ru](http://www.martika-home.ru)



## Пополнения FineDesignGroup

Новая коллекция посуды Santorini от Liberty Jones пополнила ассортимент компании FineDesignGroup. Изделия выполнены из фарфора с легким рельефом, украшены синей каймой. В коллекции представлены обеденные, суповые и десертные тарелки, салатники, чайные пары и другая столовая посуда.

Также компания пополнила ассортимент торговой марки Umbra органайзерами серии Bellwood. Новинки помогут организовать компактное хранение специй на полке или столешнице, а также обеспечить быстрый доступ к любой приправе за счет вращающейся конструкции. Материалы: тополь, переработанный АБС-пластик, бук, сталь, силикон.

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



## Костяной фарфор «Мокко» от Anna Lafarg Emily

Торговая марка Anna Lafarg Emily пополнилась новой коллекцией сервизов из костяного фарфора. Дизайн коллекции «Мокко» выполнен в шоколадно-коричневых тонах с золотыми акцентами. Поверхность изделий украшает легкая ажурная сетка декора. Резная обводка по краю придает законченный вид. Коллекция представлена чайными и обеденными сервизами на 6 и 12 персон. Предметы коллекции нельзя использовать в посудомоечной машине и микроволновой печи.

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



## Graphite с реактивной глазурью

Торговая марка Lefard представила серию посуды Graphite. Изделия выполнены из высокотемпературного фарфора, покрыты реактивной глазурью, которая придает поверхности уникальный рисунок. В ассортименте наборы тарелок, кружек, соусников на деревянной подставке, чайные пары и др. Посуда подходит для ежедневного использования, легка в уходе. Допускается использование в микроволновой печи, можно мыть в посудомоечной машине.



[www.arti-m.ru](http://www.arti-m.ru)

# АКСАМ: премиальная Handmade-посуда из стекла из Турции

Стекольная фабрика АКСАМ – одна из старейших в Турции и одна из самых крупных в Стамбуле. Фабрика занимается производством стекла и его декорированием с 1946 года. Сегодня на предприятии работает более 400 сотрудников, а продукция экспортируется в более чем 100 стран мира, среди которых Россия уже занимает значимое место.

Специализация АКСАМ – посуда и другие изделия из стекла ручной работы. Традиционные техники отливки стекла и его декорирования, отточенные в течение десятилетий и передаваемые турецкими мастерами из поколения в поколение, дополняются применением уникальных инновационных технологий.

Изделия АКСАМ можно безошибочно узнать благодаря уникальности и высочайшему качеству. Использование и сочетание разных техник, таких как золочение, втирка, покрытие серебром, прядение, тиснение и т.д., позволяют производить совершенно уникальные изделия, непохожие на продукцию других заводов. Более того, внутри одной коллекции изделия также отличаются – ручная работа предполагает неповторимость. Изделия АКСАМ сами по себе представляют собой художественную ценность, а некоторые, например декорированные натуральным серебром, можно передавать по

наследству, как драгоценность.

Неотъемлемыми принципами работы АКСАМ являются полное и абсолютное соблюдение правил и норм качества, гигиены, охраны окружающей среды и безопасности на всех этапах производства и сбыта. Вся продукция сертифицирована и отвечает стандартам всех стран, куда она поставляется. К выбору сырья на фабрике подходят очень строго: все используемые компоненты проходят тщательный отбор, 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.

Фабрика работает со многими странами мира и участвует практически во всех главных мировых выставках посуды и товаров для дома: франкфуртской Ambiente, стамбульской Zuchex, парижской

Maison & Objet, гонконгских MEGA SHOW и Housewares, московской HouseHold Expo и многих других. Объемные коллекции производятся для Мексики, для Израиля, для Европы: очень много поставок идет в Германию и Италию.

На российском рынке продукция АКСАМ появилась не так давно. В 2018 году было открыто представительство фабрики в России, им стала компания «ОПТОМПОСУДА», и с этого момента продукция фабрики стала появляться на прилавках российских магазинов.

В первое время коллекции привозились в ограниченном ассортименте, а в дизайне превалировал восточный стиль. Сейчас все изменилось – на первый план вышли широкие коллекции в европейском стиле с более сдержанным дизайном, хотя восточные мотивы остаются в ассортименте – такие коллекции имеют своего покупателя.

За пять лет работы российского представительства удалось добиться значительных успехов: АКСАМ стала законодателем мод на нашем рынке премиального стекла ручной работы.

Продукция АКСАМ сегодня представлена в ассортименте таких крупных клиентов, как Cook House, COZY HOME, «Арти-М», «Табрис», «Аскона», «Сима-Ленд», «Спецторг», Williams Oliver, «Дом Фарфора». Также имеется достаточно большой круг оптовых клиентов, интерьерных магазинов и даже дизайнерских ателье, которые используют продукцию АКСАМ для декора и для воплощения тех или иных идей оформления интерьеров.

Особенность работы фабрики АКСАМ заключается в том, что у нее нет свободных остатков, которые можно приобрести. Вся продукция производится под конкретного



клиента из конкретной страны, под его конкретный запрос с конкретной тематикой. Соответственно, клиентам в России предлагается два варианта.

Первый вариант – это работа с российским складом, с имеющихся в наличии товарных остатков, где есть регулярный ассортимент и идет постоянное обновление коллекций. Новинки появляются примерно раз в два-три месяца, их дизайн разрабатывается исходя из приобретенного опыта и изучения предпочтений российских покупателей.

Второй вариант, основной, – разработка коллекций под конкретного клиента. Это может быть посуда под собственной торговой маркой или под маркой АКСАМ, но под конкретную задачу. В качестве наглядных примеров можно привести опыт сотрудничества с такими сетями, как Cosy Home и Cook House.

Cook House – это первая сеть, в которой появилась продукция АКСАМ. В рамках сотрудничества была создана специальная коллекция «Морская», разработаны уникальные новогодние коллекции, подстроенные под текущий ассортимент. То есть посуда АКСАМ дополняла коллекции посуды из фарфора, текстиля, предметов декора, делая их законченными.

С Cosy Home работа начиналась непросто, переговоры шли достаточно долго, но в итоге удалось реализовать успешные проекты: коллекцию Limone, а также новогодние изделия – это все можно увидеть на сайте и в магазинах сети.

Технические возможности фабрики АКСАМ позволяют воплотить в жизнь практически любые запросы и фантазии клиентов. Помимо нескольких тысяч, задействованных в текущем производстве

пресс-форм (пресс-форма – это такое чугунное изделие, в которое отливается непосредственно стеклянные изделия), имеется и обширный запас из 25 тысяч пресс-форм с самыми разнообразными рисунками и орнаментами. Кроме того, фабрика под клиентов имеет возможность изготавливать индивидуальные пресс-формы – то есть для тех, кто желает творить и получить на выходе действительно уникальный, красивый и качественный продукт, созданы все условия.

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

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



## Новый Zwiesel Glas в «Комплекс-Баре»

Ассортимент барной посуды в компании «Комплекс-Бар» пополнился линейкой бокалов **Fusion** от Zwiesel Glas. Новинка порадует профессиональных сомелье и ценителей искусства наслаждения вином. Тонкая изящная чаша бокала выполнена высокотехнологичным машинным способом, а элегантная ножка – профессиональными стеклодувами с многолетним опытом. Серия Fusion включает в себя пять размеров бокалов, предназначенных для раскрытия потенциала вкуса и аромата бордо, бургундского, различных видов белых вин и шампанского.

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



новинка ☆

ZWIESEL GLAS

Откройте для себя все грани вкуса

с новой коллекцией Fusion от Zwiesel Glas!



## Крышки от ТМ VALIRA

Компания «ЛьонТрейд» сообщила о поступлении новых крышек серии AIRE от торговой марки VALIRA (Испания). Крышки изготовлены из закаленного термостойкого стекла, ручка и окантовка – из нержавеющей стали. Подходят для использования в духовке до 170 °С. Представлены в нескольких размерах – от 22 до 28 см.

[www.lion-trade.ru](http://www.lion-trade.ru)

## Поступление жаропрочной керамики Moulin Villa

Компания Moulin Villa сообщила о поступлении ярких керамических форм и наборов кокошниц. Кроме жульенов, в кокошницах из коллекции **Clouds** удобно готовить порционные запеканки, пудинги, омлеты и даже жаркое. А керамические формы из коллекций Blue Waves, Sunrise и Rose идеальны не только для приготовления вторых блюд в духовке, но и для сервировки повседневного или праздничного стола. Формы этих коллекций представлены в нескольких размерах.

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



## «Совы» – новая линейка ТМ «Эстет»



Торговая марка «Эстет» представила новую линейку эмалированной посуды с деколью «Совы». Посуда изготовлена из прочного стального проката и покрыта многослойной стеклокерамической эмалью. Это одна из самых объемных линеек каталога. Она включает практически всю необходимую посуду, которая может потребоваться для повседневной готовки и хранения продуктов, – кастрюли различных объемов, чайники в разном исполнении (со свистком и без), кофейник, кофеварку (турку), кружки, ковши, миски, лотки, банки для сыпучих продуктов и манчестерскими крышками с пластмассовыми ручками.

[www.estet-home.ru](http://www.estet-home.ru)

## Столовый фарфор Mallow

Торговая марка **WALMER** представила новую коллекцию столовой посуды Mallow. Изделия выполнены из костяного фарфора, который отличается прочностью и легкостью. Белизна фарфора сочетается с изящными рельефными линиями.

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



## Mon – новинка для кухни от Resto Kitchenware

Торговая марка Resto Kitchenware представила новую коллекцию посуды для приготовления Mon. При изготовлении сковород и кастрюль используется пригодный для вторичной переработки алюминий. Антипригарное покрытие марки **Pfluo** нанесено в 4 слоя. Изделия оснащены эргономичными ручками с покрытием soft-touch. Крышки кастрюль имеют силиконовый обод.

[www.resto-kitchenware.com](http://www.resto-kitchenware.com)

## «Ботанический атлас»

Компания «Элан Галерея» представила серию посуды «Ботанический атлас». Коллекция выполнена из белого фарфора в необычных геометрических формах, украшенных растительным рисунком. В коллекцию вошли: заварочный чайник, тарелки, кружки и сахарница с ложечкой. Посуду можно использовать в СВЧ-печи и мыть в посудомоечной машине.

Кроме того, ассортимент «Элан Галереи» пополнился серией подарочных кружек «Кто внутри?», объемом 380 мл. Посуда выполнена из фарфора и дополнена забавными фигурками животных на дне кружки.

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



## TATTOO Dragon от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил уникальную коллекцию из костяного фарфора TATTOO Dragon, в которой восточная культура и традиции переплелись с искусством японской татуировки. Автор коллекции – художник **Юлия Чистякова**. Каждое из изделий линейки TATTOO Dragon – запоминающийся подарок, который будет актуален в качестве талисмана и доброго пожелания на новый, 2024 год для тех, кто рожден в год Дракона по восточному календарю, а также для всех, кто ищет оригинальное изделие с эстетикой и смыслом.

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



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

## Миски для миксера Fresh от TM Rotho

Ассортимент компании «Марита» пополнился набором мисок для миксера Fresh от TM Rotho (производство – Польша). В набор входят две чаши для смешивания объемом 1,2 и 4 л и двухсекционная крышка с защитой от брызг. Миска имеет удобную ручку и нескользящее дно. Изделия выполнены из полипропилена.

## НОВОГОДНИЕ ПРОБКОВЫЕ ПОДСТАВКИ ДЛЯ ГОРЯЧЕГО 4 ШТ



39,6 CM X 29,6 CM

## «Ар-деко» для коктейля

Гусевской хрустальный завод представил новый набор фужеров для коктейля «Цветы» из коллекции «Ар-деко» от художника **Натали Любимовой**. Фужеры ручной работы выполнены из бесцветного хрусталя (24% PbO) с последующим гранением. Объем фужера – 200 мл. Набор представлен в фирменном кейсе.

[www.goose-crystal.ru](http://www.goose-crystal.ru)



## Ножницы для птицы

Торговая марка **GEFU** представила ножницы для птицы **Vigo**. Профессиональный инструмент позволяет легко разделять и разделять на порции приготовленную птицу. Пружинный механизм в шарнире ножниц обеспечивает плавный ход лезвий. На лезвии ножниц есть выемка для резки хрящей и костей. Материалы: высококачественная нержавеющая сталь, пластик.

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



## Новый год с «Пладу»

Компания ООО «Пладу» предлагает вашему вниманию поступление новогодней коллекции: наборов подставок под горячее из 4 штук и наборов костеров из 4 штук.

Подставки под горячее с высококачественным жаропрочным покрытием класса люкс предназначены для современной, практичной и красивой сервировки стола. Подставки под горячее отлично украсят стол своими яркими рисунками и дизайном и будут прекрасным подарком на Новый год.

Наборы упакованы в подарочные коробки.

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

## Bialetti для ценителей крем-пенки

Торговая марка Bialetti представила новую модель гейзерной кофеварки **Brikka**. Новинка оснащена клапаном для приготовления крем-пенки. Благодаря удлиненной внизу пластиковой части ручки не обжигает рук. Объем кофеварки рассчитан на 2 чашки по 100 мл. Подходит для всех видов плит (кроме индукционных). Нельзя мыть в посудомоечной машине.

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



## IDILAND для детей

Компания IDILAND представила новую коллекцию детской посуды из полипропилена. В нее вошли: чашка объемом 260 мл, тарелка и миска каплевидной формы с крышкой. Посуду украшают рисунки с животными. Декор на дне изделий наносится в процессе литья, имеет двойную защитную ламинацию.

Производственная площадка компании находится в Вязьме в Смоленской области. Крупный склад – в Подольске. В этом году ТМ IDILAND вошла в число финалистов конкурса перспективных российских брендов 2023 года, организованного Агентством стратегических инициатив (АСИ) и фондом «Росконгресс».

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

## «Персиковая карамель»

Компания «Пластик Репаблик» пополнила линию продукции **Pastel** новым цветом — «персиковая карамель». Изделия изготовлены из безопасного пищевого пластика. В ассортименте контейнеры, миски с крышками и банки для сыпучих продуктов.

[www.plast-team.ru](http://www.plast-team.ru)



## Новинка из керамики от Nouvelle Home

Компания **ENS-Group** представила новую коллекцию посуды **Grow**, изготовленную из высококачественной керамики. Изделия имеют приятную на ощупь матовую поверхность. Благодаря пастельной палитре они хорошо сочетаются между собой и с другой посудой. Допускается использование в посудомоечной машине и микроволновой печи. Коллекция представлена столовым набором из 12 предметов.

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

## Новинка от бренда ОСЗ – коллекция «Мистерия»

Новая линейка стаканов и стопок от ОСЗ – «Мистерия» имеет современный лаконичный дизайн в виде изящных вертикальных граней, соединенных между собой тонкими линиями.

Стаканы «Мистерия» удобны в использовании и имеют наиболее оптимальные емкости: 280 мл высокий стакан и 250 мл низкий стакан. Стаканы подходят для подачи сока, воды, лимонада, морса, компота и других напитков. Стопки «Мистерия» имеют емкость 50 мл и идеально подходят для крепких напитков.

Сочетая в себе элегантный дизайн и функциональность, стаканы идеально подходят как для ежедневного использования, так и для праздничной сервировки.

Стаканы и стопки «Мистерия» доступны как в обычных упаковках, так и в подарочных упаковках по 6 штук.

[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)



## Традиции Bronco

Торговая марка Bronco пополнилась новым обеденным набором **Traditions**. Посуда выполнена из фарфора. В наборе на 4 персоны – 16 предметов. Допускается использование изделий в посудомоечной машине и микроволновой печи. Доступно три варианта цветового решения.

[www.arti-m.ru](http://www.arti-m.ru)



## Новые коллекции VELLARTI: от традиции к смелому дизайнерскому эффекту

Российская торговая марка VELLARTI, выпускающая качественную столовую посуду из стекла, представила новые коллекции тарелок. Среди них – изделия с традиционными цветочными мотивами и абстрактными принтами, а также с неожиданными дизайнерскими решениями, например, с джутовой текстурой или с рисунком среза дерева.

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



## «Энигма» от Добрушского завода

Добрушский фарфоровый завод анонсировал поступление в продажу новой коллекции столовой посуды «Энигма». Дизайн коллекции вдохновлен таинственной красотой космических объектов: неровный рельеф изделий напоминает кольца Сатурна, а цветовое решение – вихри Юпитера. Рисунок выполнен подглазурными красками. Изделия подойдут для интенсивного использования в сфере HoReCa. Можно мыть в посудомоечной машине.

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

## Оборот розничной торговли в России в октябре

В октябре оборот розничной торговли на 95,7% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 4,3% (в октябре 2022 года – 95,1 и 4,9% соответственно).

В структуре оборота розничной торговли доля пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составила 46,4%, непродовольственных товаров – 53,6% (в октябре прошлого года – 49,8 и 50,2% соответственно).

По данным статистики, в октябре продажи через Интернет крупных и средних компаний выросли по сравнению с сентябрем 2023 года на 9,7%, с октябрём прошлого года – в 1,5 раза. Доля онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли этих организаций увеличилась до 12% против 9,6% в октябре 2022 года.

Лидерами стали интернет-магазины Ozon, Wildberries и «Ситилинк», их доля в общем объеме интернет-продаж составила 39,5%. В структуре продаж этих интернет-магазинов преобладала мужская, женская и детская одежда (15%), обувь (6,4%), игры и игрушки (3,3%), компьютеры (2,9%), бытовые электротовары (2,6%).

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

## Новые формы бокалов от Stenova Home

Торговая марка Stenova Home дополнила коллекцию бокалов для вина и шампанского Astoria бокалами для пива. Объем бокала – 500 мл. В этих бокалах можно также подавать различные коктейли или смузи.

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



## Сахарница Magnifico от Horecs

Торговая марка Horecs представила новую форму сахарницы – Magnifico. Изделие объемом 0,35 л выполнено из профессионального фарфора в цветовом решении существующих коллекций Horecs.

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



## «Безупречная гжель» плюс подглазурная кобальтовая роспись

Гжельский фарфоровый завод начал выпуск коллекции «Безупречная гжель» из тонкого фарфора. Новинка отличается тонкостью, прозрачностью и белизной, является идеальным фоном для сложных росписей. При этом сохраняются все потребительские свойства гжельского фарфора: прочность, устойчивость к сколам и неприхотливость в ежедневном уходе.

Необходимость запуска новой линейки обусловлена запросом покупателей увидеть цветную роспись с золочением, которую возрождает творческая группа художников Гжельского завода, а также классическую кобальтовую роспись на более легком и белом фарфоре. Завод продолжит выпуск и классических коллекций из твердого фарфора.

Кроме того, в официальном интернет-магазине Гжельского фарфорового завода представлены новинки – подарочные тарелки с подглазурной кобальтовой росписью. Диаметр изделий – 273 мм. На обратной стороне тарелок имеется официальный штамп завода и золотая марка, гарантирующая высокое качество. Посуду можно использовать в микроволновой печи и посудомоечной машине.

По материалам [www.mk.mosreg.ru](http://www.mk.mosreg.ru), [www.farfor-gzhel.ru](http://www.farfor-gzhel.ru)



## Инновационные Peugeot

Компания «Комплекс-Бар» расширила ассортимент премиальных моделей мельниц бренда Peugeot. Среди новинок – электрические мельницы, оснащенные сверхточной запатентованной системой регулировки помола и литий-ионным аккумулятором. Компактная конструкция обеспечивает оптимальный захват. Также ассортимент пополнился новыми позициями классических мельниц из натурального дерева.

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



## Стальные Plano от Esprado

Коллекция металлической посуды Plano пополнила ассортимент торговой марки Esprado. Посуда изготовлена из нержавеющей стали марки 18/10 с матовой внутренней и внешней полировкой, оснащена крышками из закаленного стекла. Специальная форма ручек позволяет удобно организовать пространство при приготовлении пищи – разместить ложку для помешивания прямо на крышке, а крышку – на столе или ручке (только для кастрюль). Ручки изготовлены из бакелита с покрытием soft-touch. Изделия подходят для мытья в посудомоечной машине и использования на всех типах плит, включая индукционную.

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

## «Белка» для орехов

«Кольчугинский мельхиор» подготовил ряд новинок к Новому году. Среди них – стеклянная чаша для орехов «Белка» с ложкой. Ложка и металлический декор на чаше представлены в трех вариантах – посеребренные с чернением, никелированные и медные с чернением. Объем чаши – 300 мл.

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



## С НОВОГОДНИМ настроением

Добрушский фарфоровый завод выпустил новую коллекцию тарелок с рисунком «Тулуза». Изделия представлены в разных размерах: мелкие тарелки диаметром 175, 200, 240 мм и глубокая – 205 мм. Новинка с новогодним настроением станет прекрасным подарком к предстоящим праздникам.

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



## Redecoro открыл первый магазин в Москве

В Москве открылся первый магазин российского бренда Redecoro. Он расположился в торговом центре «Метрополис». Вторая точка заработает уже в декабре в ТЦ «Афимолл Сити». Бренд представляет собственную линейку домашнего декора, посуды, товаров для кухни и ванной.

Redecoro планирует занять нишу ушедших западных брендов. Всего в компании рассчитывают открыть в стране до 50 магазинов в течение ближайших двух лет. Продукция бренда выпускается на фабриках в России, Турции, Индии и Китае, на многих из которых также производится ассортимент Zara Home и H&M Home.

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

## Костяной фарфор Roy Kirkham

В магазине Vazaro появилась продукция бренда Roy Kirkham (Великобритания) из тонкого костяного фарфора. В ассортименте представлены коллекции, выполненные в насыщенных цветах и нежной пастели. Изделия можно мыть в посудомоечной машине и использовать в микроволновой печи. Посуда доступна в различных ценовых категориях.

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



## Новый магазин в сети WILLIAMS OLIVER

В Москве открылся новый магазин сети WILLIAMS OLIVER. Он расположился в ТЦ МЕГА Теплый Стан (Калужское ш., 21-й км). Здесь представлен большой ассортимент посуды для приготовления – кастрюли, сковороды и тажины из различных материалов в широкой цветовой палитре; сервизы и посуда для чая и кофе; формы для запекания; столовые приборы; бытовая техника и полезные гаджеты; аксессуары для кухни; декор для дома и др.



## «Мир Ложек» открылся в Перми

В Перми открылся фирменный магазин «Мир Ложек». В магазине представлен большой ассортимент подарочных наборов, изделия россыпью на подвесе, кухонные и специальные ножи от производителя АО «Нытва». Магазин расположился в ТЦ «Айсберг» (ул. Попова, 16, 1-й этаж).

[www.nytnva-nmz.ru](http://www.nytnva-nmz.ru)



## Обновленный СТОКМАНН

Универсам СТОКМАНН в ТЦ МЕГА Белая Дача переехал в новое пространство площадью более 6600 кв. м. Помимо брендов одежды в обновленном пространстве можно приобрести текстиль и посуду от торговых марок 21Maison, Beddinghouse, Pip Studio, Kitchen Craft, Joseph Joseph, Zwiesel Glas, Bohemia Crystal, Luigi Bormioli, а также аксессуары и интерьерные решения от Kersten, Andrea Fontebasso, Ziczac, Tognana, Tiseco и Swiss Diamond.

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



## Продолжение новогодней коллекции «Календа» от ИФЗ

Императорский фарфоровый завод представил продолжение новогодней коллекции фарфора «Календа» от художника Юлии Чистяковой. Коллекцию дополнили заварочный чайник, сахарница и шкатулка, которую можно использовать как для хранения лакомств, так и для всевозможных мелочей. Пышный венок из хвои с ягодами шиповника, выполненный рельефной краской, моментально создает праздничное настроение и придает уют любой сервировке.

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

## Стекло Casa di Fortuna в компании Kitchenhold

В ассортименте компании Kitchenhold представлены серии стеклянной посуды турецкой марки Casa di Fortuna – широкий выбор салатников и тарелок для сервировки праздничного стола.

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



**Wilmax**  
ENGLAND

Crystalline  
collection



## Новинки WILMAX

WILMAX представляет новинки коллекции Crystalline – стаканы из хрустального стекла объемом 250 мл.

Отличительная особенность этой модели – незаурядная конструкция дна в виде замысловатого узора, напоминающего ледяные горные вершины. Такое дизайнерское решение гарантирует эстетику подачи, а прозрачные стенки стаканов не скроют от глаз, а подчеркнут всю красоту напитка.

Сделать подачу напитков завершённой и максимально комфортной поможет легкий и изящный графин из этой же коллекции.

[wilmax.uk](http://wilmax.uk) | [wilmax.ru](http://wilmax.ru)

## «Фарфор Парижа» в Кусково

В Темном коридоре Дворца графов Шереметевых в Кусково (ул. Юности, 2, стр. 1) открылась выставка французского фарфора XVIII-XIX веков. Экспозиция «Фарфор Парижа» насчитывает более 200 работ и включает вазы, чайно-кофейные и столовые сервизы, декоративные тарелки, подарочные чашки, скульптуры и статуэтки. Предметы обихода, когда-то служившие европейской знати, выполнены 12 парижскими мануфактурами. Самая знаменитая из них – фабрика Даготи.

Выставка продлится до 24 марта 2024 года.

[www.mr.moscow](http://www.mr.moscow)



**Wilmax**  
ENGLAND

Crystalline  
collection



Выдуто  
вручную

Бренд WILMAX презентует  
коллекцию питьевого стекла  
**Crystalline Glassware**

## БОКАЛЫ, ДЕКАНТЕРЫ

произведены из специального  
хрустального стекла, экологически  
чистого материала, не содержат  
оксида свинца.

В ассортименте коллекции  
присутствуют бокалы различных форм  
и объемов, предназначенные для  
разных сортов вин – белых, розовых  
и красных. В том числе уникальные  
крупные бокалы для лучшего  
раскрытия винного аромата (букета)  
и узкие формы для шампанского.  
А также бокалы для мартини и  
различных коктейлей, стаканы для  
крепких напитков и соков.

Помимо бокалов и стаканов  
ассортимент коллекции включает  
винные декантеры и кувшины для  
безалкогольных напитков и воды.

### Преимущества изделий:



Кристалльная чистота,  
98.8% индекс  
прозрачности



Чистый звук  
хрустального стекла



Сохраняют идеальный  
блеск и сияние после  
многократного  
использования



Не содержат  
оксида свинца



Для ознакомления  
с ассортиментом  
коллекции **Crystalline**  
сканируйте QR-code



Название выставки и место проведения	Время и организаторы
<b>VIETBUILD HOME 2023</b> международная выставка-ярмарка Вьетнам, Хошимин	20.12.23-24.12.23 Vietbuild Construction International Exhibition Organization Corporation
<b>РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА КРАСНОЯРСК 2023</b> выставка-ярмарка Красноярск	20.12.23-24.12.23 Выставочная компания «Красноярская ярмарка»
<b>НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ 2023</b> выставка-продажа Москва, ТВК «Тишинка»	21.12.23-24.12.23 ИП Романова Елена Михайловна
<b>РОЖДЕСТВЕНСКИЙ БАЗАР Сочи 2023</b> – выставка-ярмарка Сочи	21.12.23-24.12.23 ООО «СОУД» – Сочинские выставки»
<b>HOMEX 2023</b> выставка интерьера и товаров для дома Гонконг	23.12.23-26.12.23 Hongkong-Asia Exhibition (Holdings) Ltd.
<b>ПОДАРКИ К НОВОМУ ГОДУ 2023</b> новогодняя выставка-ярмарка Санкт-Петербург	23.12.23-29.12.23 ООО «Сивел»
<b>РОЖДЕСТВЕНСКИЙ БАЗАР 2023</b> выставка-ярмарка товаров народного потребления Челябинск	26.12.23-29.12.23 ЮУКВЦ «Экспочел»
<b>НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА</b> Архангельск 2023 – торговая ярмарка Архангельск	26.12.23-29.12.23 ООО «Поморская ярмарка»
<b>MILANO HOME 2024</b> международная выставка подарков и товаров для дома Италия, Милан	11.01.24-14.01.24 Fiera Milano S.p.A.
<b>INTERIOR DESIGN SHOW (IDS) TORONTO 2024</b> международная выставка интерьерного дизайна Канада, Торонто	118.01.24-21.01.24 Infoma Markets

Название выставки и место проведения	Время и организаторы
<b>MAISON &amp; OBJET PARIS (M&amp;O) January 2024</b> международный салон интерьерного дизайна, предметов декора и подарков Франция, Париж	18.01.24-22.01.24 SAFI
<b>CHINA HOMELIFE / CHINA MACHINEX (CHMLX) INDIA 2024</b> выставка машиностроения и товаров для дома из Китая Индия, Нави Мумбаи	02.02.24-04.02.24 Meorient International Exhibition
<b>SOUVENIRS, GIFTS, FOLK ART, FASHION &amp; ACCESSORIES EXPO RODOS 2024</b> выставка туризма, подарков, народного искусства, моды и аксессуаров Греция, Родос	03.02.24-05.02.24 Alfa Expo - Trade Fair & Conference Organization & Construction Company
<b>FORMLAND WINTER 2024</b> международная выставка дизайна, интерьера и декоративно-прикладного искусства Дания, Хернинг	04.02.24-06.02.24 MCH Messecenter Herning
<b>SPRING FAIR INTERNATIONAL 2024</b> международная межотраслевая ярмарка и семинар Великобритания, Бирмингем	04.02.24-07.02.24 NEC Birmingham
<b>TIGS SPRING 2024</b> международная выставка подарков и потребительских товаров Япония, Токио	06.02.24-08.02.24 Business Guide-Sha, Inc.
<b>INDIAN HANDICRAFTS &amp; GIFTS FAIR (IHGF) 2024</b> международная выставка подарков и изделий ручной работы Индия, Нью-Дели	09.02.24-10.02.24 Export Promotion Council for Handicrafts
<b>HOST ISTANBUL 2024</b> международная ярмарка товаров для дома Турция, Стамбул	15.02.24-18.02.24 Tarsus Turkey
<b>LIFE IN STYLE 2024</b> выставка товаров для дома, интерьерного дизайна Австралия, Сидней	17.02.24-18.02.24 Reed Exhibitions Australia
<b>KIDS RUSSIA 2024</b> международная специализированная B2B выставка товаров и услуг для детей Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	27.02.24-29.02.24 ООО «ГРАНД ЭКСПО»



# HOUSEHOLD EXPO

**27–29 марта  
весна 2024**

Москва, ЭКСПОЦЕНТР

**ВСЁ,  
ЧТО ДОМА  
ПРИГОДИТСЯ**

ПОСУДА  
КУХНЯ  
ХОЗТОВАРЫ  
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА  
СВЕТ, ТЕКСТИЛЬ  
ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

ПРЕМЬЕРЫ И НОВИНКИ  
РЫНКА  
[www.expo-retail.ru](http://www.expo-retail.ru)

Организатор:  
ГРУППА КОМПАНИЙ  
**MAYER**

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



# По следам осенней сессии HouseHold 2023

Реалии выставочного мероприятия HouseHold 2023-Осень в этом году были настолько широки, что страницы журнала не смогли охватить всю информацию и стенды. Осенняя сессия HouseHold Expo стала самой масштабной со времен пандемии. В связи с этим отдельно остановимся на некоторых производителях и поставщиках.



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. И это понятно, санкции недружественных, преимущественно европейских, производителей, сыграли свою роль в посудном сегменте, а процент работы с китайскими товарами значительно увеличился. 60% экспонентов приняли участие в выставках впервые – Robotime, «Беломо», ГК «Макнот», «Изюм», «Индустриальные ткани», «Майтол Рус», «Наша Марка», «Новатек», «Пакгауз», «Рубин», «Компания Стэк Профи», «Тачхоум», «Техмаркет», «Фан Дистрибьюшн», «Фахманн Руссланд», «Фессле», «Фурнитур» и др.



Среди участников экспозиции ведущие компании отрасли **Pasabahce, WILMAX, «Акцент», «Горница», Kukmara, Anna Lafarg, «Арк Дистрибьюшн Раша», «АРХИМЕД», ТД «Сима-Ленд», АСД, «Богема», «Борисовский завод «Металлист», «Сталь-Эмаль», FineDesignGroup, «Велес», «Элан Галерея», «Мартика», «Виолет», «Грин Кантри», ОСЗ, «Декор-СтайлГласс», «Дулевский фарфор», «Дунья Догуш», Добрушский фарфоровый завод, ЗПИ «Альтернатива», «Пилот МС», «Карлсбах», «Келли», «Тескома», Керченский металлургический завод, «Кольчугинский мельхиор» и многие другие компании, информацию о которых мы дали в предыдущем номере.**

Многие компании из регионов получили поддержку по организации участия в выставках. Например, АНО «Центр поддержки экспорта Владимирской области» поддержала производителей стекла из Владимирской области. Владимирские производители представили свою продукцию на выставке HouseHold Expo. Это компания «Декостек» и «ДекорСтайл-Гласс». Обе из города стеклодувов – Гусь-Хрустального. Компания «Декостек» занимается декорированием посуды из стекла. Основное направление – разработка дизайна декора, дизайна упаковки и использование

разных методов декорирования: гравировки, покраски, деколирования, отводки золотом и фьюзинга. Компания «ДекорСтайлГласс» тоже занимается производством декорированной посуды из стекла и фарфора. Товарный ассортимент фирмы насчитывает сотни единиц изделий на различные темы – цветочный и фруктовый декор, чайная и кофейная тема, детская деколь, продукция российских и мировых брендов по лицензионным договорам, абстракция, праздники, символ года и многое другое. На выставке принимала участие и компания «Промсиз», которая также территориально расположена во Владимирской области, в городе Гусь-Хрустальный. В работе вышеперечисленные компании используют посуду и изделия отечественных и импортных стекольных заводов, в том числе ООО «Посуда» (г. Бор Нижегородской области, бренд **Pasabahce**), ОСЗ и других. Например, компания «Промсиз» ежемесячно закупает около 2 млн единиц изделий для декорирования.

Продукция компании **Pasabahce** пользуется большим спросом и среди потребителей, и среди декораторов. Ее продукцию закупают для своих направлений деятельности многие отечественные компании, использующие

изделия для нанесения деколей, красок или других нужд. Компания Pasabahce масштабно участвует на выставках. И осенняя выставка HouseHold Expo 2023 в Экспоцентре – не исключение. На стенде всегда много клиентов, топ-менеджеры заняты, день расписан по минутам, не всегда получается добиться аудиенции, время расписывается заранее, до выставки (поэтому очень важна правильная подготовка к выставке). Марка Pasabahce уже достаточно давно на рынке, ее продукцию все знают и любят, и потребители, и декораторы. Команда дизайнеров Pasabahce пополняет ассортимент новыми изделиями, среди которых коллекция питьевого стекла серии Elysia, классического представителя изысканности и утонченности, галантности и простоты. То же самое можно сказать о коллекциях «Эстрелла», «Таймлесс». На стенде еще раз продемонстрировали всем любившуюся серию «Касабланка», которую можно увидеть почти во всех ресторанах и барах любого уровня, барное стекло «Аллегра», сервировочные изделия от Breeze и Linden, универсальные бокалы Chroma и многое другое, что уже доступно к продаже и имеется на складах компании.





Турецкая компания АКСАМ радавала посетителей выставки яркими красивыми запоминающимися предметами сервировки, которые очень удачно подойдут для сервировки уже наступающего Нового года.

На выставке были представлены товары абсолютно всех категорий, начиная от посуды для сервировки и приготовления и заканчивая интерьером, вазами, мебелью и декором. Это место, где можно найти все, что сделает ваш дом уютным и стильным.

Марка «Доляна» давно представлена на посудном рынке компанией «Сима-Ленд». Как всегда, стенд на выставке большой, изобилующий различной продукцией, от керамики и фарфора до текстиля.

Стенд компании **KitchenHold** балует изобилием представленных марок. Это и Ariane, Porland (эксклюзивное право), Comas (эксклюзивное право), Churchill, Lava, Bitossi, интересная керамика от Cosy&Trendy (эксклюзивное право) и др. Компания KitchenHold занимается оптовыми продажами товаров для дома с 2019 года. Даже в пандемийный период компания не только удержалась на плаву, но и значительно расширила свой портфель предложений, в том числе из Европы, Турции и Индии.

Вдогонку хочется повторно отметить, что в этом году было много



поставщиков из КНР. Например, компания **IKOO GLASS**. На российской выставке HouseHold Expo-2023 компания работает впервые. IKOO GLASS ведущий поставщик инновационной посуды из боросиликатного стекла. Обширный ассортимент товаров для дома охватывает все: от форм для хранения продуктов и выпечки до посуды для напитков и другой термостойкой посуды из боросиликатного стекла. Благодаря постоянному росту исследований и разработок компания ежегодно запускает новые продукты, уделяя особое внимание экологии материалов и продуманному дизайну. Постоянные исследования позволяют быть в курсе тенденций рынка и углублять клиентоориентированность продукции, удовлетворять потребности клиентов. Как сказал менеджер, работающий на выставке, философия компании заключается в том, чтобы выходить за рамки основных ожиданий клиентов, уделяя особое внимание качеству, инновациям и дизайну, чтобы привнести удобство, удовольствие и экологичность в их дома. Фирма IKOO GLASS сотрудничает с супермаркетами по всему миру, такими как **Walmart, Sam's Club, Bed Bath & Beyond, Loblaws, ALDI и BJS**. После более чем десятилетней работы IKOO GLASS была признана во всем мире одной из лучших по сохранению



экологии и современному дизайну. Да, продукция на стендах была разной: весьма интересной и необычной, практичной и удобной.

#### МЕРОПРИЯТИЯ

И еще несколько слов о прошедшем бизнес-мероприятии, которое своими интересными темами и спикерами привлекло к себе посетителей и участников. В этот раз нужно было заранее записаться на прослушивание курса, так что празднующихся зевак не было. Запомнилась бизнес-сессия «Рынок товаров для дома: как построить бизнес с Китаем». Ее участники обсуждали последние тренды отрасли и свежие маркетинговые исследования рынка, изменения в законодательстве и меры государственной поддержки, узнали, как лучше проводить платежи и обеспечить надежность сделки, поняли, какие шаги нужно предпринимать в изменившихся условиях – как искать поставщика, доставлять товары и выбирать площадки для их реализации.

Производственный директор компании **Optimalog** Иван Комаров также был в числе спикеров сессии. Он выступил с докладом, посвященным железнодорожным грузоперевозкам из Китая. Эксперт рассказал о грузообороте российского транспорта, представил анализ перевозок грузов



и контейнеров по железной дороге. Говоря об ускоренных контейнерных поездах, следующих по маршруту Китай – Европа, он отметил, что совокупный объем таких перевозок увеличился более чем на 35% к 2022 году, при этом почти на 40% увеличился объем перевозок по направлению Китай – РФ. Кроме того, на выставке работал стенд **Optimalog**. Специалисты компании презентовали основные услуги и сервисы потенциальным клиентам и предложили эксклюзивные опции по международным грузоперевозкам.

#### НЕСКОЛЬКО ОТЗЫВОВ

**Компания «Мультидом».** На осенней выставке HouseHold Expo наша команда представила новогодние коллекции текстиля и кухонных инструментов, товары с символом наступающего года, декоративные свечи и яркие новинки в области хранения. Уровень, масштаб и организация выставки превзошли все ожидания. Каждый день был продуктивным и насыщенным. Наш стенд посетило много перспективных клиентов, с которыми мы успешно оформили соглашения о сотрудничестве. Посетители оценили удобство онлайн-визиток сотрудников с уникальным QR-кодом, который позволяет быстро обмениваться данными и ведет к информационному контенту.

**«Борисовская керамика» и «Псковский гончар».** Для нашей отрасли выставка важна тем, что люди имеют возможность встретиться, подтвердить старые контакты и наладить новые. Для нас это большая глубина проникновения на полки, чтобы донести свой продукт до потребителя. Мы получили отзывы и пожелания по нашей продукции. Итогом будет расширение географии наших поставок и новые контракты.

**ООО «Новатек».** На индивидуальном стенде, организованном Центром поддержки экспорта Респу-

блики Адыгея, в рамках выставки представил свою продукцию производитель бытовой техники из аула Тахтамукай – ООО «Новатек». В 2022 году компания заняла первое место в региональном ежегодном конкурсе «Экспортер года» в номинации «Экспортер года в сфере высоких технологий» по результатам 2021 года. На выставке компания представила большой ассортимент выпускаемой продукции, в том числе: стиральные машины, печи, холодильные камеры, телевизоры и даже велосипеды. «Мы довольны результатами выставки: удалось провести переговоры не только с оптовыми магазинами и крупными дистрибьюторами, но и с поставщиками комплектующих изделий. Сейчас рано подводить итоги, но мы рассчитываем на дальнейшее увеличение объема реализуемой продукции на местном рынке и за рубежом» – поделился с нами учредитель компании «Новатек» Александр Атаманчук. Помощь в организации участия в выставке оказал Центр поддержки экспорта Республики Адыгея в рамках нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство».

#### ВЫСТАВОЧНЫЕ НОВОСТИ

Весенняя сессия HouseHold Expo-2024 запускает новые тематические разделы. В 2024 году международные выставки HouseHold Expo и Stylish Home. Objects & Tableware-2024 пройдут с 27 по 29 марта в ЦВК «Экспоцентр» (павильоны 2 и 3). Участников и посетителей выставок ждет новая обширная деловая программа и новые тематические разделы. Выставки объединят лучших поставщиков и ведущих закупщиков России, стран Азии и СНГ.

HouseHold Expo расширяет ассортиментные линейки выставки товарами для животных и бытовой техникой, которые теперь будут представлены отдельными выставками

Zoo ExpoPlace-2024 и HouseTech Expo-2024.

Впервые на площадке HouseHold Expo состоится Всероссийский форум профессионалов непродовольственного рынка NON-FOOD-SKU FORUM-2024. В фокусе: стратегические вызовы отрасли и взаимодействия со странами Азии, развитие контрактного производства в России и расширение ассортимента российской продукции.

Одновременно с NON-FOOD-SKU FORUM-2024 пройдут деловые мероприятия: Всероссийский Форум «Поставщик игрушек в розничные сети и опт» (27 марта 2024 года) и «Центр закупок сетей ТМ» (28 марта 2023 года) в рамках выставки ChristmasBox Podarki и салона «Игрушка Маркет-2024».

Продолжатся экспертные дискуссии в рамках конференций:

- развитие бизнеса с Китаем «Особенности импорта разных категорий потребительских товаров из Китая». В программе: вопросы логистики и таможенного оформления, финансирование, выбор надежного партнера и многое другое;

- работа на маркетплейсах «Увеличение прибыли от продаж на маркетплейсах». Будут разобраны успешные идеи и практики экспертов: рекламные кейсы, анализ и статистика, бухгалтерская отчетность, ошибки отгрузки товаров и как работать со складами, новые ниши и возможности: бытовая техника, игрушки, зоотовары, интеграция в соцсети, использование нейросетей для маркетплейсов (возможности искусственного интеллекта).

Полностью бизнес-программу и новости весенней сессии HouseHold Expo-2024 можно посмотреть на сайте <https://www.hhexpo.ru/>

Предложения по организации можно направлять на [maye@maye.ru](mailto:maye@maye.ru)

Wilmax  
ENGLAND



## БОКАЛЫ для шампанского



Тонкий край



Кристалльная чистота,  
98.8% индекс  
прозрачности



Чистый звук  
хрустального стекла



Сохраняют  
идеальный блеск  
и сияние после  
многократного  
использования



Не содержат  
оксида свинца



Для просмотра видео  
**Crystalline Glassware**  
сканируйте QR-code

## СТАКАНЫ для крепких напитков и соков



wilmax.ru | wilmax.uk



## КУВШИНЫ для безалкогольных напитков и воды



Crystalline  
collection



# Переходи на зеленый! Luminarc

Коллекция Roman



Долгожданные новинки в новом цвете шартрез (chartreuse) пополнят ассортимент бренда Luminarc в начале 2024 года. Цвет получил свое название благодаря одноименному ликеру, который с 1605 года изготавливают французские монахи в горном массиве Шартрез.

Новинки в цвете шартрез прекрасно дополняют коллекцию в уже ставших популярными цветах – синем и бирюзовом.

Коллекция Louison



Скоро весна! Время, когда природа пробуждается от зимней спячки, оживает и обновляется. Зелень возвращается в листьях деревьев и травах, наполняя окружающий мир свежестью и красотой.

Зеленый цвет – один из самых приятных и подходящих для оформления интерьера. Он напоминает о природе и способен нейтрализовать стресс, помогая нам расслабиться и даря умиротворение. Кроме того, считается, что зеленый цвет улучшает пищеварение, поэтому он идеально подходит для посуды и сервировки.

Коллекция Concepto Idylle



Несмотря на свою внешнюю изящность, тарелки очень прочные, они сделаны из закаленного стекла, устойчивы к перепадам температуры, пригодны для интенсивного ежедневного использования.

Стекло окрашено «в массу» – посуда пригодна для мытья в посудомоечных машинах, цвет не смывается и не стирается!



[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)  
[www.arc-intl.com](http://www.arc-intl.com)



**ОСЗ**  
ОПЫТНЫЙ  
СТЕКЛЯНЫЙ ЗАВОД  
ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ

**КОЛЛЕКЦИЯ «ТРИУМФ»**

[www.osz-glass.ru](http://www.osz-glass.ru)





# Счастье в заботе® Горница

Создаем новогоднее настроение вместе!



*Наступает волшебный, сказочный, самый долгожданный праздник в году. Компания «Горница» от всей души поздравляет вас с Новым годом, желает мира, добра, взаимопонимания в семье, счастья и крепкого здоровья. Пусть Новый год принесет только хорошие события и подарит яркие воспоминания.*

В преддверии праздничных дней грянет череда уютных семейных вечеров. Прекрасным вариантом времяпрепровождения станет совместное приготовление новогодней выпечки. Противень – это универсальная форма, предназначенная для качественного приготовления блюд в духовом шкафу. Посуда подходит для запекания мяса, рыбы, овощей, пиццы, запеканок, десертов.

Коллекция «Шоколад» с улучшенным четырехслойным антипригарным покрытием представлена в цвете молочного шоколада с мраморным эффектом, который увеличивает износостойкость и придает посуде оригинальность и эстетическую привлекательность.



Серия представлена в широком ассортименте: сковороды, сотейники, ковши, кастрюли, блинницы, казаны, противни, жаровни.

Разнообразие форм позволяет каждому оценить посуду по достоинству.

Нашей отличительной особенностью является стабильный уровень поддержания качества.

Наше предприятие имеет полный контроль над каждым этапом производства и проверяет качество продукции, начиная с поступления сырья и заканчивая финальной упаковкой. Наличие собственной лаборатории дополнительно усиливает это преимущество. Мы проводим комплексное тестирование и анализируем продукцию на соответствие стандартам качества. Это гарантирует, что наша посуда отвечает высоким требованиям потребителя.



# Ключ к успеху Pasabahce в России



На фоне сложной экономической ситуации, в условиях санкций, когда дистрибьюторы находятся в панике, что, где и по какой цене закупать и продавать, хочется порадоваться за мудрое решение турецкой компании Sisecam в 2003 году, когда было принято решение инвестировать в производство в России.

В России стекольное дело существует еще с XVII века. В текущем веке стекольные заводы работают в основном в Нижегородской, Владимирской и Брянской областях.

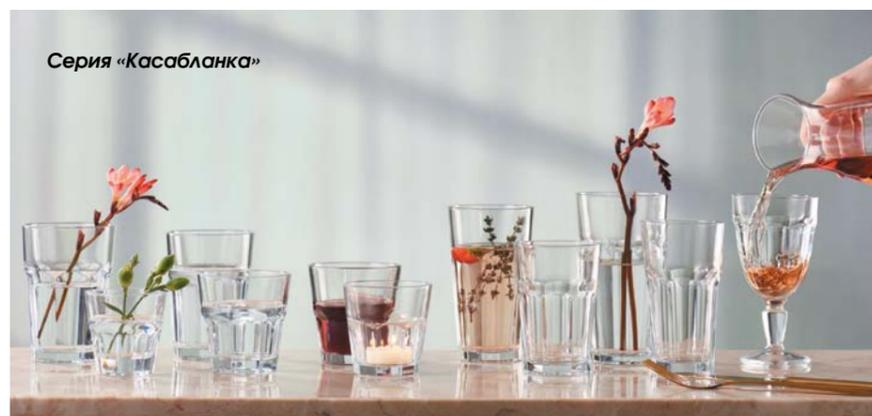
История развития стекольного промысла в Нижегородской области началась еще с 1930-х годов на Борском стекольном заводе. Предприятие занимало площадь около 70 га. Строительство предприятия было начато 5 июня 1930 года, а пуск первой ленты стекла осуществлен 1 февраля 1934 года. В советское время завод производил и хрусталь.

В 1973 году в составе Борского стекольного завода (в то время имени Горького) был образован цех №60 по производству закаленной стеклянной посуды из натрий-кальций-силикатного стекла.

Турецкая компания Sisecam искала площадку в России, чтобы развивать одно из четырех своих направлений – производство стеклянной посуды. Тогда же, в 2003 году, решалась судьба нижегородского предприятия, работающего в аналогичной сфере. Речь идет о дочерней компании российско-бельгийского бренда AGC «Борский стекольный завод». В то время бельгийцы уже сконцентрировались на выпуске архитектурного и автомобильного стекла, а посудный бизнес, так называемый 60-й цех, стал непрофильным: его нужно было либо закрывать, либо продавать. В 2000 году в рамках реорганизации цех по производству стеклянной посуды был выделен в отдельную организацию ООО «Посуда». В сентябре 2003 года компания Pasabahce выкупила у ОАО «Борский стекольный завод» 100% долей ООО «Посуда», выпускавшего продукцию под собственной маркой «Бор». С этого цеха (№ 60) и началось шествие турецкого бренда Pasabahce по России.

## ТУРЕЦКОЕ НАЧАЛО PASABAHCE

Что удивительно – турецкая история бренда начиналась также с



Серия «Касабланка»

30-х годов прошлого века. В местности района Бейкоз в 1934 году был заложен фундамент первого в Турции завода по производству посуды из натрий-кальций-силикатного стекла. Первое официальное

**Sisecam является вторым крупнейшим производителем посуды из стекла в Европе и в мире. Она известна своей обширной дистрибуторской сетью, широким ассортиментом продукции и непревзойденными производственными мощностями. В 1955 году она переходит на машинное производство. В 1974 году она начинает производство термостойкой посуды из стекла. В 1961 году компания Sisecam осуществила первые экспортные поставки, а в период между 1980 и 2000 годом значительно расширила свои производственные мощности как в целях удовлетворения растущего внутреннего спроса, так и для реализации стратегии роста, основанной на развитии экспортной деятельности. Одновременно с этим началось производство продукции не только на заводах в Турции, но также в Болгарии, Российской Федерации и Египте.**

Помимо Pasabahce, одного из самых популярных потребительских брендов Турции, портфель брендов Sisecam включает Nude, Vorgam и Zest Glass. В результате постоянных инноваций и активного развития (R&D) в конце 2007 года было запущено автоматическое производство изделий из кристалльного стекла. На сегодняшний день Sisecam обладает огромной клиентской базой в 140 странах и производит стеклянную посуду по всему миру. Pasabahce обладает уникальной современной, инновационной и клиентоориентированной структурой бизнеса и является ведущим сетевым ритейлером посуды и кухонной утвари в Турции. В рамках концепций Life и Boutique магазины Pasabahce предлагают своим клиентам посуду и кухонную утварь из стекла, керамики, фарфора, дерева и стали, а также различные предметы декора. Компания Pasabahce Magazaları A.S. (pasabahcemagazalari.com) представлена 50 магазинами в Турции и за рубежом, а также каналами продаж через Интернет.

название было АО «Турецкие заводы по производству бутылочно-стекольных изделий». В 1935 году по указу Мустафы Кемаля Ататюрка в г. Пашабахче был организован первый на территории Турции холдинг в сфере стекольного промышленного производства под названием Sisecam, компания Sisecam начала изготавливать посуду из содового стекла полностью ручной работы. Благодаря постоянному совершенствованию технического обеспечения и проведению непрерывной научно-исследовательской деятельности, с 1935 года и по сегодняшний день Sisecam полностью удовлетворяет потребительские запросы стекольного промышленного характера не только в Турции, но и частично по миру. Компания продолжает производить натрий-кальций-силикатное, кристалльное, жаропрочное стекло.

## ЧТО В РОССИИ В ЭТО ВРЕМЯ? ПЕРЕРЕЗАЕМ ЛЕНТОЧКУ. 2004 ГОД

Нижегородская область. Завод «Бор» – это то место, где и поныне производятся изделия бренда Pasabahce в России.

В 2004 году, 14 октября в Борском районе Нижегородской области состоялось официальное открытие завода по производству посуды турецкой компании Pasabahce, входящей в крупнейший стекольный холдинг Турции Sisecam.

Чтобы освоиться на российском рынке, отметил Ахмет Эрэн - генеральный директор ООО «Посуда», пришлось около года изучать условия ведения посудного бизнеса в России. Параллельно шла модернизация приобретенного завода. «На момент покупки на этой площадке работала всего одна стекловаренная печь и одна французская производственная линия, выпущенная аж в 1960-х годах. В августе 2004 года мы привезли из Турции современное оборудование, установили новую

печь и четыре производственные линии. С таким оснащением проработали до лета 2008 года. И если в 2004 году стекловаренная печь выдавала до 90 т стекломассы в сутки, то через четыре года мы получали уже 120 т», – прокомментировал Ахмет Эрэн.

Для концерна Sisecam завод по производству посуды на Бору стал первым в России. До сих пор на территории страны холдинг владеет двумя заводами по производству облегченной бутылки – во Владимирской и Вологодской областях. В 2003 году суммарный оборот 25 предприятий группы Sisecam составил \$1,2 млрд. Группа включала несколько подразделений по производству изделий из стекла. Подразделение Pasabahce занималось выпуском стеклянной посуды, значительная часть ассортимента была представлена в так называемом сегменте «посуда на ножке» – фужеры, рюмки, креманки.

2004 год. По оценкам экспертов, на 2004 год российский рынок стеклянной посуды в сегменте «посуда на ножке» отечественные производители почти поровну делили с иностранными. В денежном выражении доля Pasabahce в этом сегменте составляла порядка 30%, французской Arc International – 15%, итальянской Bormioli – 12%.

Как сообщил на церемонии открытия генеральный директор ООО «Посуда» Александр Гранек (информация на 2004 год), с запуском новых мощностей объем продаж посуды турецкого производства на российском рынке возрастет до 40%. Президент Pasabahce Гюльзум Азери (на 2004 год) подтвердила, что у компании «далеко идущие планы в России». По словам госпожи Азери, крупный инвестиционный проект был осуществлен на территории области в короткие сроки, и она поблагодарила за это правительство Ниже-

городской области и губернатора лично.

Перенос производства в Россию никак не сказался на отпускных ценах. Это, по словам представителя компании Pasabahce Дамира Курбангалеева (сейчас Дамир Курбангалеев возглавляет представительство компании в России), лишь позволило сократить транспортные и таможенные издержки для оптовых покупателей. «В итоге для конечного потребителя наша продукция по ряду позиций станет дешевле в среднем на 20%», – сказал он. Что касается продаж, то Pasabahce реализует примерно 60% продукции в рознице, 30% – в кафе, ресторанах и барах, а 10% – производителям пива и напитков, дополнил Д. Курбангалеев.

## ЭТАПЫ БОЛЬШОГО ПУТИ

По данным министерства промышленности и инноваций Нижегородской области, в 2004 году модернизация производств обошлась Pasabahce в \$11,5 млн. Еще \$980 тыс. в развитие производства компания вложила в 2005 году. К этому времени компания увеличила мощность стекловаренной печи с 35 до 90 т стекла в сутки, а в дополнение к двум действующим технологическим линиям запустила две новые автоматизированные. По данным компании Pasabahce, это позволило довести мощность производства почти до 60 млн изделий в год. Ассортимент предприятия турецкая компания увеличила до 60 видов прессованной, выдувной и прессовывдувной посуды. Кроме того, Pasabahce существенно повысила качество колера и декорирования стеклоизделий.

В 2004 году была построена и запущена новая стекловаренная печь производительностью 90 т стекломассы в сутки и 4 производственных линии. На конец 2006 года занято 395 человек. Освоены технологии



Серия «Таймлесс»



Серия «Энотека»



Серия «Бистро»

производства прессовыдувной посуды и посуды с оттянутой ножкой. В 2006 году освоена технология трафаретной печати (печатная линия Femac, Италия). Объем инвестиций в модернизацию составил порядка \$66 млн. Но рынок требовал новой продукции. К тому времени стало понятно, что посуду класса люкс – бокалы, фужеры, рюмки – мало кто производил в России.

В 2008 году была запущена вторая стекловаренная печь производительностью 120 т в сутки, было смонтировано 6 производственных линий.

Освоены технологии производства графинов, изделий на приставной ножке, тарелок центробежного формования. В 2009 году смонтирована линия по тампонно-трафаретной печати на тарелках (печатная линия Emme-Enne, Италия). Общий объем инвестиций составил \$55 млн. Но руководство компании всерьез задумывалось о строительстве производственной площадки второй очереди. Тем более, что из-за ограниченности территории остро стоял вопрос специализированных складских помещений.

По рекомендации администрации Борского района был приобретен участок 22 га в Неклюдово. Это была территория завода-догодостроя «Двигатель революции». Имеющиеся постройки к тому времени уже не были пригодны для использования, и инвесторам из Турции пришлось их снести. В 2014 году на «зеленой площадке» был построен новый завод, смонтирована стекловаренная печь производительностью 205 т в сутки и 6 производственных линий. По состоянию на март 2017 года на производстве был занят 741 человек. В период с 2015 по 2018 год было смонтировано дополнительно 4 производственные линии, общее количество доведено до

10. ООО «Посуда», учредителем которого является турецкая компания Pasabahce (входит в крупнейший стекольный холдинг Турции Sisecam), инвестировало в создание третьей очереди производства стеклосуды в городе Бор Нижегородской области 4,5 млрд руб. (см. ссылку на [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)). «На всех стадиях реализации проекта компания ощущала поддержку руководства региона и городского округа, – комментирует в 2014 году генеральный директор компании Sisecam Ахмет Кырман. – Во-первых, нас консультировали по оптимальной площадке для строительства завода, также была оказана помощь в организации инфраструктуры, в кратчайшие сроки помогли подключиться к энергосетям. Кроме того, удалось сократить сроки переговоров и подписания соглашения с ОАО «РЖД» по транспортировке продукции. У компании есть много производственных площадок на территории России. То, что мы уже третий завод открываем здесь, а не где-то в другом месте, показывает, что именно в Нижегородской области, на Бору, мы чувствуем себя наиболее оптимально». Инвестпортфель проекта в Неклюдово составил около \$85 млн.

В региональном министерстве экономического развития и инвестиций пояснили, что объем производства третьей очереди составлял 205 т стекла в сутки.

Была освоена технология производства прессовыдувных изделий крупного размера, технология производства закаленных стаканов и кружек. Количество линий по декорированию изделий доведено до шести, включая линии по спрей-декорированию и ультрафиолетовой печати на стаканах. Объем инвестиций составил около \$65 млн.

### ОКТАБРЬСКИЕ СОБЫТИЯ 2004 ГОДА. МНЕНИЯ И КОММЕНТАРИИ

Российские стеклопроизводители приход нового иностранного конкурента оценили сдержанно, усмотрев в этом недалекость властей. Состоявшаяся сделка руководство Борского стекольного завода объясняло программой избавления от непрофильных активов.

Как сообщала в 2004 году «Ъ» директор нижегородского филиала компании «Центер интернациональ» Вера Пименова, ситуация на местном посудном рынке с приходом нового иностранного производителя изменится только в том случае, если Pasabahce предпримет специальные маркетинговые шаги по продвижению своей продукции или же разделит ее «неоспоримыми качествами». В противном же случае, по словам госпожи Пименовой, «у покупателя просто появятся дополнительные возможности выбирать, так как стеклянной посуды достаточно много».

В свою очередь, комментируя появление турецкого завода на территории России, руководитель службы продаж Гусевского хрустального завода (Владимирская область) Любовь Мартыянцева замечала, что российскому производителю «работать будет сложно, так как в страну вошел конкурент с огромными мощностями»: «Мало того, что к нам поступает импорт посуды со всех сторон, так теперь иностранцы дадут вал продукции и на территории России, да еще будут продавать ее по низким ценам». Сейчас доля турецкой компании на рынке посуды на ножке в денежном выражении составляет 30-40%, а с запуском нового производства может увеличиться и до 80%, говорила Любовь Мартыянцева. «Доли других производителей уменьшатся – французской компании Arc

International с 15 до 10%, а итальянской Bormioli – с 12 до 7-8%», – полагала она. По словам госпожи Мартыянцевой, главными конкурентными преимуществами посуды Гусевского хрустального завода в этой ситуации стали бы высокое качество стекла и разнообразие форм продукции.

Заместитель директора по маркетингу и сбыту ОАО «Дятьковский хрусталь» (Брянская область) Владимир Ткачевский отчасти соглашался с госпожой Мартыянцевой, однако был еще менее оптимистичным. По его словам, для российских производителей приход турецкого холдинга означал «только худшее»: «Мы пускаем на рынок очередного монстра. Российское высокое качество стекла проиграет турецким демпинговым ценам». По мнению господина Ткачевского, изменить ситуацию на рынке самостоятельно отечественные стеклопроизводители были не в состоянии из-за изношенности основных фондов и отсутствия инвестиций: «Заботиться о приходе иностранцев, государство нас кинуло. О поддержке своего производителя – только разговоры».

А сотрудник отдела маркетинга компании «ДП-Трейд», занимающейся поставками в Россию стеклянной посуды компаний Arc International, Schoenwald и Riedel, полагал, что Pasabahce сможет увеличить продажи лишь на розничном рынке. «В супермаркетах их продукция хорошо идет, однако в ресторанном бизнесе они вряд ли смогут увеличить свою долю», – говорил он. На рынке посуды для ресторанов слишком высокая конкуренция, и профессиональные покупатели «привыкают» к поставщику и в дальнейшем лишь докупают необходимое количество посуды, пояснил маркетолог.

### НЕЛЬЗЯ ИГНОРИРОВАТЬ

Около 75-80% продукции «Посуды» реализуется в России. Большая часть экспорта приходится на страны СНГ, в том числе и на Украину (до последних событий). По словам директора ООО «Посуда», на российском рынке у «Посуды» есть серьезный конкурент. Это Опытный Стекольный Завод в городе Гусь-Хрустальном, который в свое время приобрела французская компания Arc International. Она занимает первую позицию в Европе в своем сегменте, Sisecam – вторую. В целом же сектор стеклянной посуды представлен в мире примерно 10 компаниями.

Серьезно о себе заявляют китайские производители. Причем если ранее продукция в экономсегменте была более низкого качества, то в последнее время она значительно улучшилась. Конечно, не в их пользу играет и логистика: чтобы доставить в Россию китайский товар, требуется около 45 дней морского пути, а то и больше. Но этого игрока игнорировать нельзя, ведь надо помнить, что производственные мощности в Китае намного выше и то, что мы производим за год, они могут сделать за несколько недель.

Многие производители посуды в последние годы переходят на пластик. Для ООО «Посуда» и турецкой компании это неприемлемо. Альтернативы стеклу по его качеству и даже характерному звуку нет. И каким бы пластик ни казался экологичным, в природе он не разлагается. Такое эстетическое ощущение от застолья пластмасса не доставит.

### ТЕКУЩИЙ МОМЕНТ

На 2023 год ООО «Посуда» достигла определенных успехов на российском рынке посуды из стекла.

Ряд изделий, которые появились на заводе «Посуда» еще в первые годы

работы, стали так называемыми вечнозелеными бестселлерами. Это бокалы на ножке серий «Бистро» (Bistro), «Тулип» (Tulip), «Энотека» (Enoteca), стаканы «Касабланка» (Casablanca), кружка «Бейзик» (Basic) и ваза «Флора» (Flora).

Но разработаны и внедрены в производство и более современные, трендовые позиции, которые быстро завоевали симпатии покупателей: питьевые серии «Таймлесс» (Timeless) и «Аллегра» (Allegra), столовая посуда «Аврора» (Aurora) и «Эстрелла» (Estrella).

На протяжении всего времени компания работает и над кухонным ассортиментом – в дополнение к хорошо знакомым банкам «Чешни» пришли современные стильные банки «Вуди» с бамбуковыми крышками, в разных размерах: аж до 5 л.

Следуя за модой и имея свой собственный цех по декору, завод предлагает окрашенные и декорированные коллекции посуды.

И результат превзошел все ранние прогнозы и ожидания. В настоящий момент российский ассортимент представлен более чем 40 видами изделий, в том числе стаканами, бокалами, кружками, тарелками, блюдами, соусниками, вазами и другими изделиями.

Путь, которым прошло и идет ООО «Посуда» в России, поистине уникален и может служить примером трудолюбия и успеха компании. Компания развивается, продолжая свой путь к совершенству. Этот опыт показывает, что реально вкладываться в российское производство стоит и это работает.

В статье использованы материалы «Коммерсантъ» (Н. Новгород) №193 от 15.10.2004 года.

<https://www.sostav.ru/news>  
<https://tvoy-bor.ru/news>  
<https://nn.rbc.ru>



# Посудный рынок к концу календарного года

Сегодняшняя ситуация на посудном рынке не дает повода расслабиться. Деловая активность, традиционно совпадающая с завершением года, скорее требует концентрироваться на текущем моменте, а именно на продажах, нежели подводить определенные итоги, как это случается в апреле-мае, перед так называемым «летним затишьем». И все-таки без анализа ситуации не обходится.

## СГЛАЖИВАНИЕ «УГЛОВ» СЕЗОННОСТИ

На протяжении нескольких последних лет участники рынка отмечают сглаживание сезонных этапов функционирования рынка, в частности уже нет прежних резких смен покупательских предпочтений и в целом роста или снижения потребительской активности. То есть если раньше покупатель в летние месяцы буквально «засыпал», а осенью и тем более в начале декабря проявлял сильное желание приобрести разнообразные посудные изделия, то теперь разница в объемах продаж летом и осенью не столь глобальна! Разве что перед новогодними праздниками поток конечных потребителей несколько увеличится и уровень продаж потянется вверх.

## УСПЕХИ УРОВНЯ СПРОСА

В этом году, кстати, приближение новогодних праздников в торговых точках ощущается сильнее. Уже с ноября магазины украшают витрины соответствующей символикой и устраивают предпраздничные скидки.

По мнению специалистов, несмотря на определенную покупательскую инертность, заметнее становится смена ассортимента в товарной матрице продавцов (то есть набора посудных товаров) в разные периоды года. В осенне-зимние месяцы чаще востребованы изделия из фарфора и нержавеющей стали (поэтому их предлагают больше), а в теплое время года – преобладают предметы из пластика и керамики, в первую очередь

майолика (опять же из-за увеличения спроса на товары из этих материалов). Следовательно, покупатели не совсем затихли и даже демонстрируют свои сезонные предпочтения. Объемы продаж предметов из стекла, а также из алюминия с нанесенным антипригарным покрытием круглогодично демонстрируют одинаковый уровень спроса. Максимальным и постоянным спросом пользуются антипригарные сковороды, а также тарелки и бокалы из закаленного стекла или стеклокерамики.

Принципиальным изменением всей работы на рынке стал переход на импортозамещение, а точнее переход на более доступную продукцию от китайского, а также иного азиатского производителя. Дорогостоящие предметы, появляющиеся на рынке путем альтернативного импорта, явно не выдерживают ценовой конкуренции, и по этой причине их значительная часть за последние полтора-два года резко сократилась.

## ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ

Из позитивных моментов можно отметить сохранение покупательского интереса к появлению новинок и лояльное отношение к новым поставщикам. Это связано в первую очередь с развитием других рыночных сегментов и общеэкономической ситуацией на рынке в целом.

Однако реальный уровень доходов населения не позволяет говорить о росте уровня благосостояния; по этой причине сегодня не наблюдается заметного роста количества покупаемых товаров и предметов посуды в частности. Уровень продаж в основном формируется за счет приобретения либо остро необходимых предметов, либо изделий, купленных в случае появления стихийных желаний и возможностей.

## Продажи фарфоровой посуды в России в 2018-2022 гг



Согласно отчету из открытых источников в 2022 году российскими предприятиями было выпущено 1218 тыс. шт. керамической посуды и хозяйственных изделий из керамики, что на 68,8% меньше по сравнению с результатами 2021 года. Среднегодовой спад производства (CAGR) керамической посуды и хозяйственных изделий из керамики за период с 2017 по 2022 год составил 43,3%. Лидирующий федеральный округ РФ по производству керамической посуды и изделий хозяйственных из керамики – Южный ФО (83,3% производства за период с 2017 по 2022 год), на втором месте – Центральный ФО (15,3% производства). Производство бытовых изделий из керамики в сентябре 2023 года снизилось на 19,9% к уровню сентября прошлого года и составило 84,6 тыс. шт. В сентябре 2023 года средние цены производителей на столовую и кухонную посуду из фарфора составили 163,9 руб. за штуку.

Посуда как украшение приобретается сегодня довольно редко, покупателю в первую очередь требуется функционал, особенно если речь идет о ежедневной посуде, а не о праздничных сервизах.

Ранее участники рынка получали представление о покупательских возможностях, анализируя уровень спроса на не самую дешевую фарфоровую продукцию. Сегодня – этот показатель не работает, поскольку с точки зрения дизайна покупательские предпочтения смещаются в сегмент разнообразной стеклянной и стеклокерамической продукции (а также выполненной из так называемой каменной керамики), которая в отличие от фарфора гораздо менее прихотлива в уходе и хранении.

## НАПИТНАЯ ПОСУДА

В сегменте кухонной посуды индикатором покупательских возможностей ранее являлся уровень спроса на изделия из нержавеющей стали премиум-класса. Но это было до уверенного проникновения на рынок такой продукции под российскими брендами, которые вызвали высокий уровень доверия. Сейчас спрос на посуду из нержавеющей стали демонстрирует скорее переход покупателей на более качественную и одновременно доступную (а главное – долговечную) продукцию (в 90% случаев – это кастрюли, ковшики и сотейники) и свидетельствует о покупательских предпочтениях, главные из которых – практичность и аккуратность исполнения. При этом спрос на такую посуду с начала 2020 года практически не падает. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), за первые пять месяцев 2022 года общий объем интернет-продаж составил 1,9 млрд руб. – из них на товары для дома приходится 16,9% покупок (источник: biz360.ru).

Общее количество интернет-запросов со словом «посуда» снижается. Например, в апреле-мае 2023 года таких запросов было только 4,1 млн, что на 20% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Правда, по некоторым отдельным категориям посуды был отмечен даже рост интереса, например, количество запросов в тот же период по слову «кружка» выросло на 7%.

«Лакмусовой бумажкой» потребительских желаний можно считать пресловутую антипригарную сковороду класса премиум (литую со стойким многослойным покрытием и эргономичной съемной ручкой). Этот предмет пользуется постоянным спросом и, вероятно, еще долгое время будет обновляться домохозяйками с завидной периодичностью.

## Динамика производства стеклянной посуды в 2021-2022 годах, тыс. шт.

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	2021 ГОД	2022 ГОД	ТЕМП РОСТА, %
ЦФО	270 885,5	223 485	-17,50
ЮФО	560,534	597,031	6,51
ПФО	176 460,2	198 100	12,26
СЕВКАВФО	82	132,7	61,83
УРФО	6 924	6 730	-2,80
Итого	454 912,2	429 044,7	-5,69

Источник: Росстат

Согласно portalу «маркетинговые-исследования.рф», рынок стеклянной посуды в 2022 году просел на 5,7% к уровню 2021 года. Снижение на 17,5% показал ЦФО, на 2,8% УрФО.

По словам директора завода «МеталлИмпорт» Павла Никитина, в сегменте металлической посуды «отечественным компаниям пока еще сложно тягаться с многомиллионным оборотом товаров, поставленных на поток. Основными факторами, блокирующими конкуренцию, отдельные производители называют:

- высокий процент изношенности отечественного производственного оборудования;
  - необходимость применения ручного труда, что сильно влияет на стоимость;
  - рост цен на энергоносители;
  - зависимость от импортируемого сырья;
  - сложности логистики.
- Среди дестабилизирующих факторов развития индустрии Павел Никитин выделяет:
- перебои с поставками сырья из-за границы;
  - поломки иностранных станков и оборудования с последующей необходимостью долгого ожидания комплектующих;
  - нарушение цепочек логистических поставок;
  - падение доходов покупателей и, как следствие, потребительской активности.

(Источник: www.biz360.ru)

Темпы роста стеклянной столовой посуды, и в частности изделий так называемой «питьевой» группы и аналогичных изделий из стеклокерамики, не совпадают. Темпы роста производства стеклянной посуды несколько выше. Согласно опубликованным исследованиям в 2020 году в России было произведено 192 057,0 тыс. шт. стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья, кроме стеклокерамических, что на 9,1% больше объема производства предыдущего года (см. www.aifo-group.ru).

В 2022 году российскими предприятиями было выпущено 185 411 тыс. шт. стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья (кроме стеклокерамических), что на 8,1% меньше по сравнению с результатами 2021 года (см. www.tk-solutions.ru).

Производство стаканов и прочих стеклянных сосудов для питья, кроме стеклокерамических, в октябре 2021 года увеличилось на 3,3% к уровню октября прошлого года и составило 21 832,0 тыс. шт. (то есть за октябрь 2021 года). В период с 2017 по 2020 год средние цены производителей на стаканы и прочие стеклянные сосуды для питья, кроме стеклокерамических, выросли на 7,7%, с 16,4 до 17,7 руб./шт. Наибольшее увеличение средних цен производителей произошло в 2018 году, тогда темп прироста составил 8,8%.

Средняя цена производителей на стаканы и прочие стеклянные сосуды для питья, кроме стеклокерамических, в 2020 году выросла на 3,5% к уровню прошлого года и составила 17,7 руб./шт.

Средняя розничная цена на рюмку, фужер из простого стекла в 2020 году выросла на 0,8% к уровню прошлого года и составила 96,9 руб./шт.

За 2021, 2022-й и первую половину 2023 года число производимых посудных изделий из стекла снизилось незначительно. Квартальные темпы изменения производимых изделий колебались то в меньшую, то в большую сторону.

# Цифры и не только

Металлическая посуда пользуется неизменной популярностью уже не одно столетие. В наши дни ассортимент продукции велик – в продаже представлены изделия самого различного назначения, произведенные из разнообразных материалов с разными типами покрытия.

Рынок металлической посуды занимает одно из важных мест на российском рынке товаров народного потребления. Металлическую посуду классифицируют на посуду пищевого и непищевого назначения.



В зависимости от особенностей использования выделяют металлическую посуду пищевого и непищевого использования.

Классификация пищевой посуды из металла включает в себя предметы для термообработки пищи; утварь для сервировки стола и холодных блюд; емкости для хранения продовольственных продуктов.

Пищевую посуду по назначению сегментируют на:

- кухонную,
- столовую,
- для хранения и переноса пищевых продуктов.

Кухонная посуда используется для тепловой обработки пищевых продуктов и хранения пищи в домашних условиях. Столовая посуда предназначена для сервировки стола и подачи пищи к столу.

К посуде непищевого назначения относятся изделия для хранения, переноса непищевых продуктов, уборки, стирки, мытья, санитарно-гигиенических и других хозяйственных целей.

Для изготовления кухонной утвари используются самые различные виды металлов – посуду производят из олова, латуни, стали, никеля, алюминия, в магазинах можно найти железные, жестяные, а также бронзовые и серебряные изделия.

В зависимости от металла, способа изготовления и вида защитно-декоративного покрытия посуду подразделяют на:

- чугунную (черную и эмалированную);
- стальную (эмалированную, оцинкованную, луженую, крашеную, черную);
- из коррозионно-стойкой (нержавеющей) стали;
- алюминиевую (листовую и литую);
- из сплавов на основе меди;
- антипригарную (на алюминиевой и стальной основе).

Весь сегмент представлен посудой, как непосредственно вступающей в контакт с продуктами питания (тарелки, миски, а также чашки, салатники, всевозможные вилки, ложки, ножи и прочее), так и нет (тазы, канистры, баки либо ведра).

Изделия из стали изготавливают и без нанесения покрытия – она называется «черная» и представлена самыми разнообразными предметами: сковородками, кастрюлями, противнями и формами для запекания.

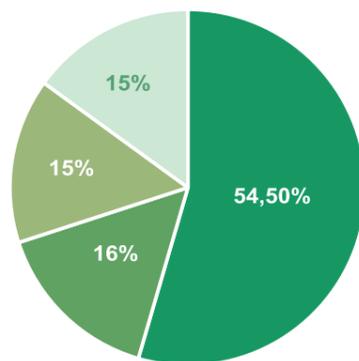
Исключительно высокими эксплуатационными свойствами характеризуется посуда из нержавеющей стали. Она имеет строго «продуктовое» предназначение и стоит дороже прочих типов стальной посуды – из нее выполняют кастрюли, а также сковороды, горшки, тарелки, коктоницы, креманки и многие другие изделия.

Приборы из чугуна в массе своей представлены варочными емкостями – кастрюлями, массивными горшками, сковородками и жаровнями. Подобная посуда характеризуется пониженной теплопроводностью, еда в ней не пригорает, при этом внутри емкости долгое время удерживается тепло, благодаря чему блюдо «доходит» и получается особенно вкусным.

Утварь из медных сплавов представлена в большинстве случаев латунными и мельхиоровыми изделиями. Это стильная и дорогая утварь, которая используется для непосредственного контакта с продовольственными продуктами – чайники, бокалы, стаканы, молочники, салатницы, икорницы, креманки и всевозможные соусники.

Наибольшей популярностью пользуется алюминиевая посуда с антипригарным покрытием. Этот сегмент является одним из самых быстрорастущих в последнее десятилетие на рынке посуды.

**Структура отечественного рынка металлической посуды для приготовления пищи по типу металла, %**



Практичность, функциональность и удобство в повседневном использовании делают ее популярной как среди профессионалов, так и среди любителей.

Рынок алюминиевой посуды с антипригарным покрытием развивается по многим направлениям – увеличивается спектр предлагаемой продукции (от самых дешевых изделий до изделий суперпремиального сегмента), используются различные технологии как в производстве форм, так и в производстве покрытий, постоянно выводятся новые торговые марки со своими особенностями.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка металлической посуды для приготовления пищи в России в 2022 году составил 53 963,4 тыс. шт.

В структуре рынка металлической посуды для приготовления пищи в России в 2022 году лидировала алюминиевая посуда, доля которой составила 54,5% стоимостного объема рынка.

В структуре рынка алюминиевой посуды для приготовления пищи в России в 2022 году лидировала алюминиевая посуда с покрытием. Доля ее составила 59,3% стоимостного объема рынка алюминиевой посуды.

По данным DISCOVERY Research Group, объем рынка нержавеющей посуды для приготовления пищи в России в 2022 году составил \$480 811,8 тыс.

Объем импорта металлической посуды для приготовления пищи в Россию в 2022 году составил \$904 480,1 тыс.

В структуре импорта в 2022 году наибольшей популярностью пользовалась стальная посуда. Доля категории составила 51,7% натурального объема импорта.

Наибольшую долю импорта алюминиевой посуды для приготовления пищи в натуральном выражении в 2022 году занял бренд TEFAL. Его доля составила 25%.

Наибольшую долю импорта стальной посуды для приготовления пищи в натуральном выражении в 2022 году занял бренд LUXSTAHL – 7,2% от объема импорта стальной посуды.

Наибольшую долю импорта чугунной посуды для приготовления пищи в 2022 году занял бренд ROYAL KUCHEN. Его доля составила 14,9% от натурального объема импорта чугунной посуды.

Наибольшую долю импорта нержавеющей посуды в натуральном выражении в 2022 году занял бренд TEFAL, доля составила 6,5%.

Наибольшую долю импорта алюминиевой посуды для приготовления пищи в натуральном выражении в 2022 году заняли бренды:

- в среднем сегменте бренд TEFAL с долей 13,7%;
- в высоком сегменте бренд TEFAL с долей 50,3%.

Наибольшую долю импорта стальной посуды для приготовления пищи в натуральном выражении в 2022 году заняли бренды:

- в высоком сегменте бренд TEFAL с долей 21,1%;
- в премиум-сегменте бренд ZEPTEP с долей 14,3%.

Наибольшую долю импорта чугунной посуды для приготовления пищи в натуральном выражении в 2022 году заняли бренды:

- В низком сегменте бренд ROYAL KUCHEN с долей 15,7%;
- В среднем сегменте бренд TALLER с долей 23%.

В допандемийном 2019 году рынок металлической посуды в России вырос почти на 17%, в 2020-м, несмотря на закрытие границ из-за карантина, удержал позиции. При этом существенно увеличилась доля отечественных производителей. Кроме того, отмечается рост оборота интернет-торговли в индустрии. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), за первые пять месяцев 2022 года общий объем интернет-продаж составил

**Прогноз рынка металлической посуды в РФ до 2027 года, млн шт.**



1,9 млрд руб. – из них на товары для дома приходится 16,9% покупок.

Во многом росту интереса потребителей к металлической посуде продавцы обязаны периоду пандемии. Оказавшись запертыми в квартирах, люди начали стремиться к обустройству и созданию уюта в среде, в которой вынуждены были безвылазно находиться. Этим и можно объяснить небывалый рост спроса на кухонную утварь, сервировочную и другую посуду на рекордные 18% за 2021 год. Массовое жилищное строительство и повышенный спрос на загородную недвижимость также позитивно сказались на оборотах отрасли.

После событий февраля 2022 года и введения санкций наряду со сложностями отечественные производители получили новые возможности для продвижения своей продукции на рынке.

В частности, многие европейские производители покинули российский рынок и освободили нишу, давая шанс отечественным компаниям занять ее. Из-за повышения цен на продукцию, импортируемую из-за рубежа, потребители будут искать альтернативу дешевле, но без потери качества.

Еще один положительный фактор: из-за санкций и введенных ограничений финансирование перестало уходить за пределы страны. А это значит, что инвестиции будут направляться на внутреннее производство, помогут укрепить позиции действующих отечественных предприятий, расширить мощности и стимулировать развитие.

Главным трендом 2022 года стала очевидная переориентация российских лидеров индустрии производства посуды с оборудования и сырья из Европы и Америки на аналоги из таких стран, как Турция, Китай и Индия. Эта тенденция должна упростить процесс эксплуатации и уберечь производственные компании от простоев, затянувшихся ремонтов и длительного ожидания комплектующих.

## ПРОГНОЗ КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА

По данным маркетингового агентства Benzinger, среднегодовой темп роста мирового рынка металлической посуды составит 2,98% до 2027 года.

Исходя из данных об объеме российского рынка металлической посуды в натуральном выражении в 2022 году, были рассчитаны прогнозные объемы рынка до 2027 года.

Таким образом, к 2027 году объем отечественного рынка металлической посуды может составить 62,4 млн шт.

В заключение статьи хочется отметить, что наиболее часто покупаемой, по оценкам независимых компаний, является посуда из алюминия с антипригарным покрытием.

Благодаря разнообразию форм, а также размеров, устройству ручек, крышек и типов борта достигается максимальная широта ассортимента и наличие посуды на маркетплейсах и на полках розничных магазинов.

# Рынок интернет-торговли

Рынок интернет-торговли давно завоевал особую популярность среди работающих молодых людей. Но с пандемийными годами эту тенденцию подхватили и домохозяйки, и потребители старшего поколения.

В предновогодний период этот рынок сбыта не теряет своей актуальности. Огромное число товаров заказывается через интернет-сообщества, через различные маркетплейсы.

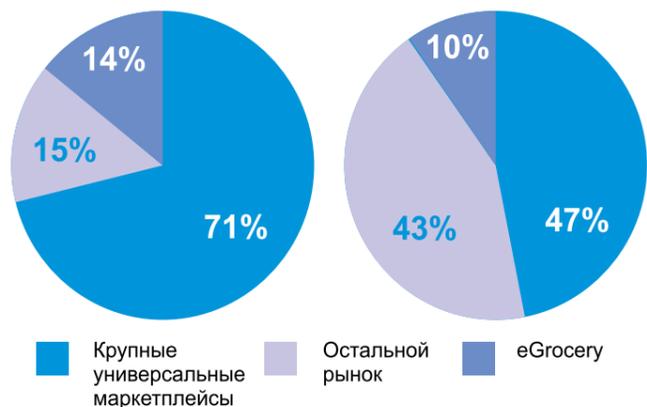


## ОБЪЕМ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

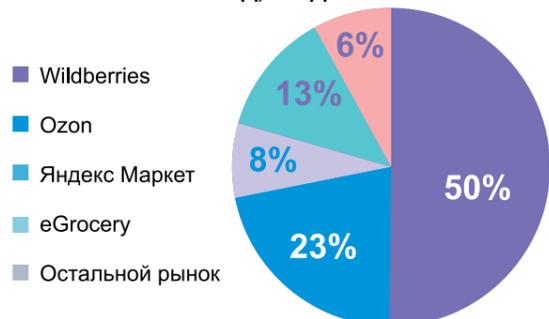
По данным Data Insight, в 2022 году объем рынка розничной интернет-торговли в России составил 5,7 трлн руб. и 2,8 млрд заказов. Темпы роста заказов превысили 65%, а 2022 год вошел в тройку лучших годов российского рынка eCommerce по динамике числа заказов. Объем рынка в рублях вырос на 38%. Темпы роста интернет-торговли

## СТРУКТУРА РЫНКА ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ В РАЗРЕЗЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЗАКАЗОВ И ОБЪЕМУ ПРОДАЖ

Количество заказов, млн шт.    Объем продаж, млрд шт.



## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИРОСТА РЫНКА ПО КАТЕГОРИЯМ ИГРОКОВ, 2022 ГОД, МЛРД РУБ.



в 2022 году ожидаемо ниже темпов роста в 2021 году и чуть ниже прогнозных. Основная причина – уход с рынка значительной части премиального (и среднего плюс) сегмента.

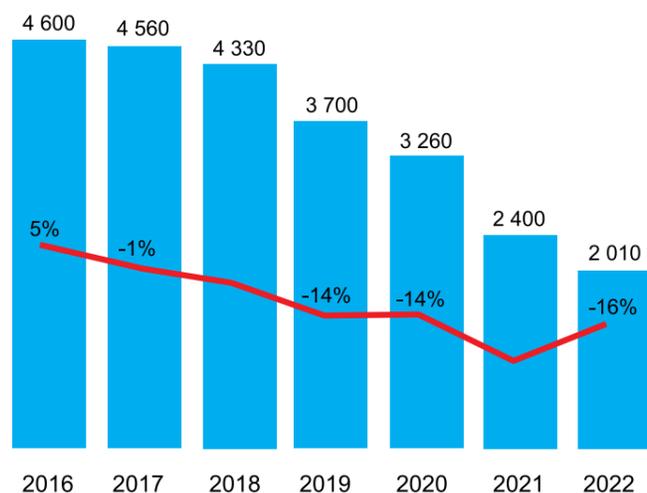
Самый большой рост продолжает наблюдаться у крупных универсальных маркетплейсов. За год их доля поднялась с трети до почти половины общего объема продаж, а по количеству заказов возросла с 62 до 71%.

В 2022 году рынок eCommerce вырос на 1,55 трлн руб. Половина этого роста прилась на Wildberries, а в сумме три крупнейших маркетплейса обеспечили более 80% от всего роста рынка.

## ТЕМП РОСТА

После 4 лет постоянного ускорения, в 2022 году темпы роста количества заказов снизились более чем в 1,5 раза. Однако и роста +65% хватило для того, чтобы 2022 год вошел в тройку лучших годов российского рынка eCommerce по динамике. Весной 2022 года темпы роста количества заказов опустились с зимних показателей в районе +90% в год до менее чем +60%, а в июле-сентябре снизились до диапазона 40-50%. Рост ускорился в ноябре и декабре, которые по показателям динамики стали лучшими месяцами с марта 2022 года.

## ДИНАМИКА СРЕДНЕГО ЧЕКА В 2016-2022 ГОДАХ

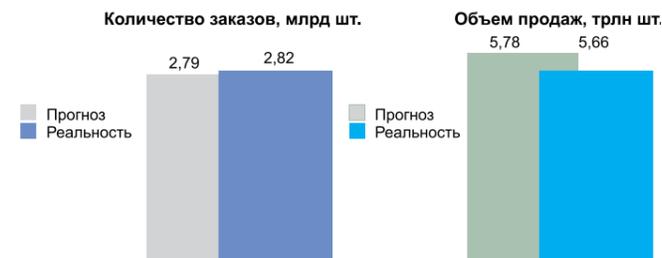


## ПРИЧИНЫ СНИЖЕНИЯ СРЕДНЕГО ЧЕКА

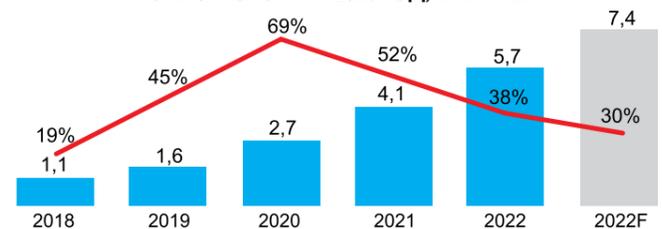
За 2022 год произошло снижение среднего чека на 16%. Основными факторами стали:

- сокращение доли категорийных non-food интернет-магазинов с более высоким средним чеком, чем у маркетплейсов, с 25 до 16% от всех онлайн-заказов;

## СОПОСТАВЛЕНИЕ ПРОГНОЗА И ФАКТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЫНКА



## ДИНАМИКА ОБЪЕМА ПРОДАЖ С ПРОГНОЗОМ НА 2023 ГОД, ТРЛН РУБ.



- закрытие или существенное падение интернет-магазинов с высоким средним чеком + рост категорийных интернет-магазинов с низким средним чеком;
- инфляционный рост среднего чека типичного категориального интернет-магазина на 13%;
- снижение среднего чека продолжается с 2018 года – это естественный результат проникновения eCommerce в область повседневных покупок. В 2022 году к этому добавилось резкое сокращение доли премиальных товаров в структуре онлайн-покупок.

## АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

По предварительным прогнозам Data Insight ожидается, что в 2022 году рынок eCommerce достигнет 5,78 трлн руб. и 2,79 млрд заказов. Итоговые результаты оказались близкими к прогнозу: в отношении количества заказов разница составила 1% (итоговая оценка – 2,82 млрд заказов), а прогноз объема продаж оказался завышенным на 2% – в реальности средний чек снизился сверх ожиданий, и по итогам года объем рынка достиг 5,66 трлн руб.

По прогнозам Data Insight, в 2023 году объем продаж на рынке eCommerce достигнет 7,4 трлн руб., рост составит 30%.

Также Data Insight приводит следующие прогнозы по рынку интернет-торговли:

- В 2023 году темпы роста количества заказов начнут немного замедляться, вместе с тем показатели роста все равно останутся на высоком уровне. Количество выполненных заказов на рынке eCommerce достигнет 4,6 млрд.



- Ожидается снижение среднего чека на 20%.
- Рост доли двух лидеров рынка до 53% по объему онлайн-продаж и 77% по заказам.

## АНАЛИТИКИ ВЫДЕЛЯЮТ КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ 2023 ГОДА:

- Снижение доли импульсных и премиальных покупок.
  - Ускорение перетока на маркетплейсы. Одна из причин – уход части игроков, товары которых перестали быть доступными в фирменных магазинах и доступны только на маркетплейсах от сторонних продавцов, напрямую от некоторых компаний или от маркетплейсов, которые выкупили сток.
  - Подвижность рынка в части распределения между брендами. В России остаются локальные или небольшие бренды взамен ушедшим и крупным, это возрождает конкуренцию за долю рынка.
  - Взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах.
  - Заметное снижение средней стоимости покупок. Основная причина – закрытие или существенное падение интернет-магазинов с высоким средним чеком.
- Наиболее популярной категорией на маркетплейсах являются товары для дома и дачи: от 32 до 37% продавцов в зависимости от платформы.



ТАКИМ ОБРАЗОМ, НЕСМОТЯ НА СЛОЖНУЮ МАКРО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ОБСТАНОВКУ, РИТЕЙЛ И ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ ЯВЛЯЮТСЯ СТАБИЛЬНЫМ РЫНКОМ СБЫТА, ИМЕЮЩИМ ХОРОШИЕ ТЕМПЫ РОСТА И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ.

# Торговля в новогодний период. Готовим магазин к празднику

Ничто не дается нам так дешево и не стоит так дорого, как улыбка.  
Д. Карнеги

Уже с первых чисел декабря посещаемость магазинов, супермаркетов и ТЦ по сравнению с обычными днями увеличивается на 15-20%. К концу месяца потребительская активность достигает 200-250%, а в последние предновогодние выходные продается наибольшее количество товаров, все готовится к Новому году. Среднестатистические объемы продаж и, соответственно, доходы торговых точек в декабре увеличиваются в 2-3 раза.

Но главное! Надо отнестись к наплыву посетителей перед Новым годом не только как к способу временного «подъема» выручки, а как к способу завоевать клиентов на будущее, а также поддержать лояльность постоянных посетителей. Не скупитесь на улыбки, подарки, дисконтные карточки и, конечно, подготовьте свой магазин.

## АССОРТИМЕНТ МАГАЗИНА К ПРАЗДНИКУ

В декабре возникает существенный скачок спроса на «подарочные» товары: это ювелирные изделия, бижутерия, косметика и парфюмерия, одежда, аксессуары, покупки бытовой и компьютерной техники, мебель, детские игрушки, товары для дома.

В зависимости от специфики магазина вы должны определить круг товаров для расширения ассортимента. Особые новогодние коллекции появляются на полках магазинов еще с середины ноября, поэтому готовиться надо заранее. Сначала покупатель оценит витрины, а ближе к празднику, возможно, купит товар. Надо учитывать, что покупатель, привлеченный «праздничным» товаром, обычно совершает и другие покупки.

Расширяя ассортимент, поставьте у себя на прилавках какие-то новинки, необычные товары, такие, которых не было в прошлом году (это касается свечей, наборов посуды, сувениров, предметов декора), а также такие, что не повторяются в соседних магазинах. Например, магазины для женщин могут расширить свой ассортимент, предлагая бижутерию, свечи и прочие «милые безделушки».

Также расширяйте свой ассортимент за счет увеличения доли более



дорогих товаров. Продумайте, какие подарки для дома можно подарить детворе.

Вообще, детским магазинам стоит существенно разнообразить свой ассортимент к Новому году. Детям не скучают на подарки. Детские магазины логично в предновогодние дни наполнить елочными игрушками, ведь дети так любят рассматривать эти сокровища и украшать елку, чаще всего именно для детей родители покупают новогодних красавиц.

Да, товар сезонный, но если подсуетиться заранее, в октябре-ноябре, то представленный вами ассортимент будет рассмотрен и оценен намного внимательнее, чем в конце декабря, когда у покупателей в глазах рябит от многообразия.

Представляя в любом магазине среди всего прочего новогодние подарки, предлагайте сувениры, кружки, детские наборы с новогодней символикой. В торговых центрах, расположенных в элитных районах города, могут пользоваться успехом



более дорогие украшения и подарки.

**В одном магазине в подарок при покупке выдавался журнал с гороскопом на будущий год. Хозяйка журнала верно подметила тягу женщин к таким вещам и только выиграла. Такие журналы можно продавать, если это вписывается в формат магазина.**

## ОСОБАЯ ВЫКЛАДКА

На период новогодних праздников магазину придется выделить площади для временного размещения специфических новогодних товаров. Если заполнить новогодним ассортиментом пустые места на стеллажах или вразброс по всему магазину, то результата не будет. Весь новогодний товар, кроме крупногабаритного, следует размещать в одном месте.

Очень эффективна палетная выкладка (вы наверняка видели ее в супермаркетах – это когда прямо посреди прохода ставят коробки с товаром). При этом обязательно должны быть крупные таблички с указанием названия товара и цены.

Можно также использовать простую расширенную выкладку – временно потеснив «повседневный» товар. К праздникам также эффективна «совместная» выкладка – размещение разных, но сочетающихся товаров, например, наборов конфет, чая и подарочных чашек рядом.

## ОРГАНИЗАЦИЯ АКЦИЙ И РАСПРОДАЖ

У потребителя изначально не было и не будет возможности получить товар по закупочной цене. На то она и торговля. Однако из года

в год и продавцы, и покупатели успешно играют в игру под названием «скидки». Многие покупатели настолько привыкли к этому, что откладывают покупку необходимых, зачастую крупных, товаров на предновогодние дни, желая подешевле приобрести товар или услугу. Поэтому их внимание привлекают даже незначительные скидки.

В среднем скидки на новогодние товары колеблются от 30 до 50%. Хотя иногда правильнее добиваться прибыли за счет увеличения оборота. Организация скидок – хороший психологический прием, позволяющий обеспечить объемы продаж продавцам и позитивные эмоции покупателям от сэкономленных 5-30-50 процентов. Продавцам в условиях конкуренции с каждым годом приходится становиться все более избирательными в отношении скидок, акций и подарков.

Поэтому уже несколько лет идет тенденция к тому, что магазинам выгоднее вкладывать деньги не в рекламу самих распродаж, а в работу с клиентом для завоевания его лояльности: ведение анкет своих постоянных покупателей для того, чтобы эффективно реализовать поощрение наиболее выгодных клиентов подарками, индивидуальными бонусными программами, дисконтными карточками.

Такой вид подарка, как подарочные сертификаты (карты), активно используется поставщиками. Подарочный сертификат является формой предоплаты, сумму которой можно передать любому человеку. Предлагать подарочные сертификаты можно только в том случае, если

покупатели вам доверяют и уверены, что получатель сертификата сможет выбрать и получить товар без проблем. Таким образом, предлагать подарочные сертификаты целесообразно тем магазинам, у которых ведется компьютерный учет, предполагающий не только складской учет, но и работу с клиентами.

В отличие от европейских распродаж, где все без исключения магазины делают скидки в строго определенное время с целью сбыть товар прошлого сезона (года), наши распродажи часто призваны «заманить» посетителя в магазин, в котором со скидкой можно купить только какую-то часть вещей. Отсюда возникает проблема в том, что реклама распродаж и скидок подчеркивает выгодное ценовое предложение, с одной стороны, но, с другой – ставит под сомнение честность ценообразования в обычное время. Когда скидки слишком «фантастические», магазину могут перестать верить, усомниться в качестве предлагаемых товаров.

Практика показывает, что выгоднее эффективно работать с потребителями в течение всего года, а праздниками пользоваться для привлечения и удержания новых клиентов.

Типичными ошибками, которые могут значительно снизить эффективность новогодних акций, являются: неверно установленный период акции, ранний или поздний старт. Также на результат акции могут

**Германия. В октябре розничные продажи в Германии выросли впервые с мая – на 1,1% относительно предыдущего месяца, сообщило Федеральное статистическое агентство страны (Destatis).**

**США. Рекордное число американцев в этом году совершили покупки в пятидневный период со Дня благодарения до Киберпонедельника – 200,4 млн человек, сообщает Национальная федерация ритейлеров (NRF). В этом году совершили покупки только онлайн 134,2 млн человек против 130,2 млн годом ранее. Традиционные магазины посетили 121,4 млн американцев по сравнению со 122,7 млн человек в прошлом году. В Черную пятницу (24 ноября) число тех, кто воспользовался Интернетом для покупок, составило 90,6 млн, увеличившись на 3,9% относительно 2022 года.**



повлиять недостаточные товарные запасы, недостаточное и несвоевременное анонсирование мероприятия и отсутствие рекламных материалов в торговом зале.

В распродажах специальных праздничных товаров всегда существует опасность, что они не продадутся, поэтому – акция распродажи должна пройти в кратчайшие сроки, чтобы распродать все на волне подогретого спроса – как говорится, «дорого яичко ко Христову дню», и кружки с Дедами Морозами и сервизы с елками – товар, действующий только до 7 января, а то и до первого.

### НОВОГОДНЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

Яркие витрины, музыка и запах любимых с детства мандаринов вызывают у людей ощущение праздника, «выдергивают» из повседневных забот и напоминают о подготовке к всеобщему празднику.

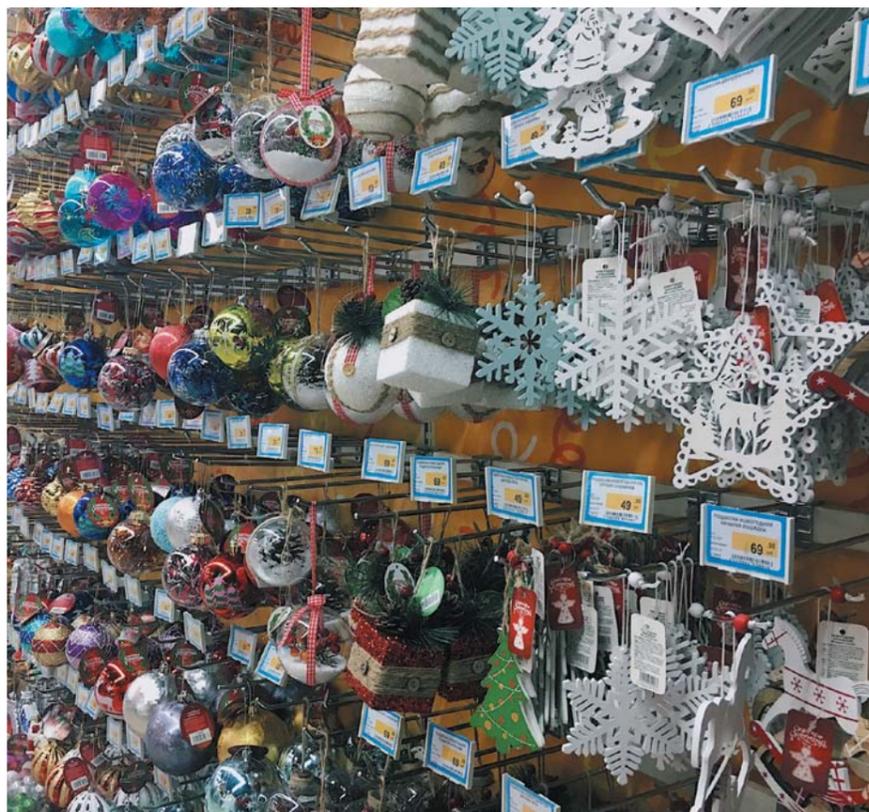
Эмоциональная подготовка покупателей к празднику начинается заранее – уже с середины ноября многие магазины начинают приобретать новогодний вид. Вход и фасад украшаются елкой с игрушками и огнями, надписями: «С Новым годом!» и Дедами Морозами. Стать для покупателя ближе и уютнее можно с помощью следующих приемов.

Украшение зала и прилавков (гирлянды, плакаты, снежинки, еловые ветки и елочные украшения, шампанское и конфеты, Дед Мороз, снег, огни и даже белые олени); оформленные витрин и сюжетные композиции в витринах, при входе в торговый зал и в местах наибольшего скопления покупателей.

Используйте новогоднюю (рождественскую) музыку. Ничто так не приводит покупателей в праздничное настроение, как хорошая новогодняя музыка. Тем не менее, выбор музыки будет зависеть от позиционирования вашего магазина. Если вы предлагаете товары для дома или ванной, то ваш выбор может остановиться на современных новогодних песнях, песнях из классических фильмов. В практически любом стиле и позиционировании невозможно прогнать со старым добрым «Щелкунчиком».

Если специфика магазина позволяет использование запахов, окутайте магазин запахом ели, цитрусовых, шоколада, сладостей, и зашедшие с мороза покупатели наверняка заметят: «Пахнет Новым годом!»

Объявите о продлении рабочего дня на период праздников. Реклама так и должна выглядеть, что «в связи с



новогодними праздниками магазин работает с 8.00 до 21.00 часов» (вместо обычных с 9.00 до 19.00 часов, например). Это наверняка подействует позитивно, поскольку «набеги» по магазинам за подарками многим людям приходится совершать после работы.

Украйте одежду персонала (например, елочной мишурой или элементами карнавального костюма). Заранее подготовьте свой персонал к напряженной работе, им придется улыбаться чаще, произносить поздравительные слова, много консультировать покупателей. Это необходимо, потому что, как говорил Д. Карнеги, «ничто не дается нам так дешево и не стоит так дорого, как улыбка». Важно, чтобы продавцы умели натолкнуть покупателя на мысль, что именно эти представленные у вас товары – отличные подарки. Замечено, что многие посетители магазинов, особенно в массовой суеде, «просто ищут какой-нибудь хороший подарок», не зная, какой конкретно, или «присматривают» из нескольких вариантов, у продавцов должен быть мысленный список-предложение предметов из вашего ассортимента, которые уместно дарить, например, жене (или любимой), мужу (любимому), свекрови, теще, сотруднику, ребенку. Также целесообразно обучить персонал красиво заворачивать подарки, закупить подарочную упаковку и

таким образом избавить ваших покупателей от заботы бегать по морозу искать упаковку подарков. Пользователи программы «Торгсофт» уже по достоинству оценили такую новую функцию программы, как учет услуг, позволяющую эффективно рассчитывать стоимость каждой услуги и списывать со склада используемые материалы.

Такие вещи, как ценники «новогоднего» дизайна на товары со скидкой, праздничная упаковка или «новогодние» пакеты, – дополнительные элементы к общей картине.

Есть некоторые нюансы при новогоднем оформлении витрин и фасадов зданий. Известно, что взгляды рассматривающих витрину прохожих фокусируются в середине ее нижней части. Предметам, которые расположены в этой зоне, покупатель уделяет во много раз больше внимания, чем размещенным в верхней части витрины. Поэтому информацию о праздничных акциях, подарках и скидках лучше размещать именно здесь.

Еще один способ создания новогодней атмосферы – выбрать соответствующие цвета этого Нового года и придерживаться их в дизайне. Если Новый год – год Деревянного Зеленого Дракона, то уместны золотые, красные цвета, вся палитра зеленого; дерево и натуральные материалы будут также очень уместны в этом году.



## Коллекция Stolz – есть чем гордиться!

Бренд Rondell – уже давно завоевавший безупречную репутацию бренд, который нацелен на удовлетворение нужд самых взыскательных покупателей: в создании посуды используются новейшие технологии, обеспечивающие конечному потребителю наивысшую степень комфорта и безопасности. При этом технологии постоянно совершенствуются, а подход к контролю качества остается особенно строгим. Бренд по-настоящему дорожит своим имиджем и использует во всех линейках посуды лишь самые высококачественные и уже проверенные временем материалы.

В преддверии нового 2024 года Rondell предлагает на рынок новую коллекцию под названием Stolz. Коллекция Stolz от Rondell полностью соответствует идее единого стиля. В состав входят налитная посуда, столовые приборы, формы для выпечки, кухонные ножи и аксессуары, а также гаджеты с хромированным покрытием и крышки из термостойкого стекла.

Название Stolz (в переводе с немецкого «гордость») обусловлено выдающимися техническими характеристиками посуды и эффективным дизайном. Ковши и кастрюли из пищевой нержавеющей стали имеют тройное штампованное, а затем вставленное дно без воздушных полостей. Оно обеспечивает быстрый равномерный прогрев всей поверхности и идеальное приготовление блюд. Такой же эффект нагрева наблюдается при жарке или тушении в сковородах, в сотейнике или в воке, произведенных из надежного ковального алюминия.

Внутреннее двухслойное покрытие Xylan® Plus абсолютно безопасно и экологично, к тому же обладает безупречными антипригарными потребительскими свойствами. Использовать кастрюли, ковши и сковороды можно на плитах любого типа, включая индукционные.

Все предметы коллекции Stolz обладают превосходной эргономикой. Термин «эргономика» происходит от греческих слов «эргон» (работа) и «номос» (закон). Он описывает науку, изучающую взаимодействие человека с предметами с целью увеличения комфорта и эффективности работы. Этот термин очень подходит предметам вышеназванной коллекции. Это касается и термкружек, они долго сохраняют напитки горячими, и френч-прессов, держатели которых имеют покрытие soft-touch и наборов ножей с деревянными и пластиковыми разделочными досками. Кухонные аксессуары и гаджеты характеризуются высокой функциональностью и надежностью.

Коллекция Stolz доступна на сайте [www.rondell.ru](http://www.rondell.ru)



### О бренде Rondell

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

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

Коллекции посуды бренда Rondell неоднократно участвовали в международных конкурсах и получали престижные награды, в частности Kitchen Innovation of the Year.

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

Дополнительную информацию о товаре можно получить у менеджера по связям с общественностью компании Golder Electronics Елены Антоненко, тел. +7 (495) 921-01-60 доб. 1113, E-mail: [antonenko\\_ea@golder-e.ru](mailto:antonenko_ea@golder-e.ru)



# Какую посуду продают магазины в декабре?

На дворе конец 2023 года. Тем, кто помнят посудный рынок 20 лет назад, есть что вспомнить... Но сегодня хотелось бы поговорить о предновогоднем ассортименте наших розничных магазинов. Это своеобразный итог многолетнего труда всех участников посудного рынка: с каким товаром встречаем мы наступающий год после контейнеров, наполовину пришедших с боем; массовых закупок и размещения заказов на китайских фабриках по теперь уже фантастически низким ценам; возрождении собственного производства и невосполнимых провалов после вложений; всевозможных экономических кризисов; санитарных ограничений и санкций, с которыми приходится искать новые пути развития сегодня. Все это было пройдено. Так давайте посмотрим, что после всего этого может приобрести потребитель, а точнее что предлагает поставщик своему покупателю посредством магазинной полки?

## БЫЛО И НЕ ПРОШЛО

Посудные изделия пользовались спросом во все времена, хотя уровень спроса на них существенно колебался в зависимости от платежеспособного спроса основной массы населения. При этом покупателей всегда радовали новинки, относящиеся как к кухонному сегменту, так и к столовому.

Сегодня никого не удивляют стойкие и безопасные антипригарные покрытия; широкое распространение столовой посуды из стеклокерамики, а также каменной керамики; безусловное лидерство столовой посуды из стекла; почти повсеместное использование силикона (кстати, форм для запекания из силикона в отличие от других изделий из этого материала особо не приба-

вилось за последние 2-3 года); увеличение числа предметов из нержавеющей стали (благодаря открытию новых производственных линий); широкий выбор всевозможных аксессуаров из пластика. А ведь не так давно мы и предполагать о таком не могли. Разумеется, те участники рынка, чьи верные прогнозы были своевременно приняты к действию, сегодня уверенно стоят на ногах и формируют сам рынок.

Однако при имеющемся товарном многообразии современного покупателя нельзя назвать активным в настоящее время. Казалось бы, продавцы готовы работать без отдыха, лишь бы угодить своим клиентам, но реалии сегодняшней жизни вносят определенные коррективы. Правда предновогодняя распродажа посуд-

ных изделий по-прежнему сохраняется. Люди активнее, чем в иной период года, покупают посуду, особенно с конца ноября до конца декабря. Даже если темпы объемов продаж за последние 10 лет неоднократно снижались, самые доходные для продавца – несколько недель перед новогодними праздниками.

## ЧЕМ РАДУЮТ МАГАЗИНЫ?

Пройдясь по нескольким точкам розничных продаж, можно получить некоторое представление об ассортименте, предлагаемом нашими ритейлерами. В целом декабрьский набор посудных изделий в каждой торговой точке не отличается от набора посуды, предлагаемого в ноябре, сентябре, мае или других месяцах года. Но все-таки

## ХАРАКТЕРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР METRO, ДЕКАБРЬ 2023 ГОДА

Наименование	Материал	Производитель/Марка	Параметры	Цена, руб.
Ковш	Нержавеющая сталь	METRO	Диаметр 20 см, объем 3 л	2499-00
Ковш	Нержавеющая сталь	METRO	Диаметр 14 см, объем 1 л	1199-00
Крышка	Нержавеющая сталь	METRO	Диаметр 32 см	1399-00
Кастрюля	Нержавеющая сталь	METRO	Объем 3,5 л	2899-00
Сковорода	Нержавеющая сталь	METRO	Диаметр 28 см	3499-00
Чайник «Лимонная мозаика»	Эмалированная сталь	НПТ	Объем 3,5 л	1399-00
Кастрюля	Нержавеющая сталь	Esprado	Объем 2,7 л	1999-00
Горшочек для жаркого	Керамика	ООО «Борисовский керамический завод»	Объем 0,65 л	449-00
Форма для запекания	Керамика	PYREX	Размер 26x18 см	999-00
Контейнер (100%-ная герметичность)	Пластик	Phibo	Объем 1,1 л	249-00
Доска деревянная сервировочная	Акация	Сделана в Китае	Размер 35x20 см	599-00
Набор разделочных досок (3 шт.)	Пластик	Oursson		1799-00
Кружка	Фарфор	«Коралл»	Объем 400 мл	279-00
Тарелка десертная	Стекло	Luminarc	Диаметр 18 см	169-00
Тарелка десертная	Керамика	Fioretta	Диаметр 19,3 см	239-00
Тарелка пирожковая	Фарфор	ООО «Башкирский фарфор»	Диаметр 17 см	199-00
Бокал для шампанского	Стекло	Pasabahce	Объем 175 мл	115-00

некоторые изменения есть. Так, можно наблюдать сокращение числа западноевропейских брендов и появление новой продукции, например из Португалии. Помимо этого больше стало изделий из КНР. В частности, в таких гипермаркетах, как «Глобус» или METRO, уменьшилось количество посуды от Arc International, Bormioli и др. Раньше их продукцией были уставлены почти все прилавки, сегодня – нет.

При этом сохраняется существенная насыщенность стеклопосуды от Pasabahce. Под брендом ОСЗ также присутствует немало изделий, в основном экономкласса. Надо отметить значительные поступления художественно исполненной

посуды от марки АКСАМ. Нельзя назвать эту продукцию дешевой, но, тем не менее, она вызывает интерес у потребителей.

Посуда из красной глины, так называемая майолика – горшочки для запекания, небольшие мисочки, кокотницы и пр., сохранила свое присутствие (ее не стало больше), но эти предметы подорожали. Например, небольшой горшочек от «Борисовской керамики» (ООО «Борисовский керамический завод») объемом 650 мл стоит около 450 руб., кокотница объемом 300 мл – почти 300 руб. Помимо «Борисовской керамики» аналогичные изделия предлагает «Ломоносовская керамика» и, конечно, фабрики из

Китая. К сожалению, в выбранных точках продаж не удалось увидеть продукции от «Псковского гончара» (видимо, поставки прервались).

За последние несколько лет вырос объем предметов из дерева, в ходу такие известные породы, как береза, акация, орех, дуб и много иных, в основном тропических. При этом чуть ли не самым высоким спросом пользуется продукция из бамбука – травы, которая способна за один сезон полностью восстанавливаться.

Также практически в каждой торговой точке предлагают одноразовую посуду: из пластика, бумаги, а также экосырья, которое может полностью или частично разлагаться в



Торговый центр METRO



## ХАРАКТЕРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР «ХАМЕЛЕОН», ДЕКАБРЬ 2023 ГОДА

Наименование	Материал	Производитель/Марка	Параметры	Особенности	Цена, руб.
Кастрюля Apple Tree	Эмалированная сталь	Appetite (ООО «СтальЭмаль»)	Объем 4 л	Крышка в комплекте	990-00
Кастрюля Maestro	Эмалированная сталь	Vitross (ООО «СтальЭмаль»)	Объем 2 л	Крышка в комплекте	1580-00
Кастрюля	Непокрытый алюминий	АО «Завод «Демидовский»	Объем 2,5 л	Крышка в комплекте	440-00
Кастрюля	Нержавеющая сталь	Appetite	Объем 1,7 л	Крышка в комплекте	1260-00
Кастрюля	Нержавеющая сталь	NADOBA	Объем 3,2 л	Крышка в комплекте	3450-00
Чайник	Нержавеющая сталь	Agness	Объем 3 л	Чайник оснащен свистком	2260-00
Кастрюля Narino	Керамика	Appetite	Объем 1,6 л	Крышка в комплекте	1200-00
Сковорода	Алюминий с антипригарным покрытием	NADOBA	Диаметр 24 см	Наличие съемной ручки	3150-00
Сковорода блинная	Алюминий с антипригарным покрытием	Regent Inox	Диаметр 24 см	Ручка несъемная	1850-00
Гусятница	Непокрытый алюминий	Kukmara	Объем 5,5 л	Форма прямоугольная	2880-00
Тарелка глубокая	Стекло	Pasabahce	Диаметр 22 см	Классический дизайн	195-00
Тарелка плоская	Стекло	Arcopal	Диаметр 24 см	Продается со скидкой	120-00
Тарелка суповая	Стекло	Luminarc	Диаметр 20 см	Классический дизайн	240-00
Набор бокалов для вина Allegresse	Стекло	Luminarc	Объем 420 мл	Товар продается в картонной упаковке	780-00



естественной природной среде. Часто в качестве такого сырья выступают стебли и шелуха злаковых культур, крахмал, бамбук и др. После сушки и прессовки при определенных условиях получается так называемый «строительный материал», который чаще всего методом прессования превращают в тарелку, пиалу, стакан и пр.

Надо сказать, что в связи с массовой пропагандой здорового образа жизни, к которой относится, в том числе, использование экологически безопасной посуды, количество предлагаемых одноразовых пластиковых стаканчиков. При этом посуды из бумаги (картона), а также одноразовых форм из фольги для запекания стало несколько больше.

В сегменте кастрюль отмечается явный крен в сторону предметов из нержавеющей стали. Сегодня их количество на прилавке может превышать число кастрюль из других материалов, в частности из эмалированной стали (правда, такая картина не во всех магазинах). Со сковородами ситуация иная. Алюминиевые сковороды (жаровни, сотейники) с антипригарным покрытием по-прежнему

## ХАРАКТЕРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, ГИПЕРМАРКЕТ «ГЛОБУС», ДЕКАБРЬ 2023 ГОДА

Наименование	Материал	Производитель/Марка	Параметры	Особенности	Цена, руб.
Кружка «Кукуруза»	Эмалированная сталь	ООО «СтальЭмаль»	Объем 1 л	Имеется рисунок на внешней стороне	549-99
Чайник	Эмалированная сталь	Appetite	Объем 3 л	Со свистком	3469-99
Кастрюля Cafe	Эмалированная сталь	Appetite	Объем 4 л	Имеется рисунок на внешней стороне	1449-99
Кастрюля «Деревня»	Эмалированная сталь	Hiff	Объем 4,3 л	Имеется рисунок на внешней стороне	1339-99
Блюдо	Эмалированная сталь	ООО «Эмаль»	Объем 4,5 л	Имеется рисунок на внешней стороне	1769-99
Сковорода	Эмалированная сталь	Изделие изготовлено в Китае, Hunan Huihong Economic Trading Co., Ltd.	Объем 4,5 л Диаметр 26 см	Без крышки	869-99
Кастрюля	Нержавеющая сталь	«Глобус»	Объем 1,6 л	С крышкой	2499-99
Кастрюля	Алюминий непокрытый	ЗАО «Завод «Демидовский»	Объем 6 л	С крышкой (продается по акции, скидка 68%)	300-00
Казан	Алюминий с антипригарным покрытием	Kukmara	Объем 9 л	С крышкой	4999-99
Сковорода Stone Pan	Алюминий с антипригарным покрытием	SCOVO	Диаметр 24 см	Без крышки	1749-99
Сковорода Easy Plus	Алюминий с антипригарным покрытием	TEFAL	Диаметр 26 см	С крышкой (продается по скидочной карте за 1399-99)	2199-99 (без скидки)
Сковорода (серия «Комфорт»)	Алюминий с антипригарным покрытием	«Традиция»	Диаметр 28 см	Без крышки	2549-99
Сковорода традиционная	Алюминий с антипригарным покрытием	«Нева Металл Посуда»	Диаметр 26 см	Без крышки	2849-99
Сковорода Cast Iron	Чугун с антипригарным покрытием	Proffi Kitchen	Диаметр 24 см	Без крышки	2199-99
Менажница	Бамбук	Maxus	20x20x1,6 см	Пять секций	529-99
Кокотница	Керамика	ООО «Борисовский керамический завод»	Объем 250 мл	Не предназначена для открытого огня	299-99
Противень	Алюминий с антипригарным покрытием	АО «Алюминий Металлург Рус», «Мастерица»	19x25 см	Антипригарное покрытие без PFOA	419-00
Блюдец «Алый мак»	Фарфор	Добрушский фарфоровый завод	Диаметр 15 см	Рисунок на внутренней стороне	109-99
Бокал для шампанского	Стекло	Pasabahce	Объем 175 мл	Классический дизайн	169-99
Тарелка десертная	Фарфор	Domenik	Диаметр 21 см	Коллекция Coral Gold	609-99
Тарелка суповая	Каменная керамика	Maxus	Диаметр 22 см, объем 1000 мл	Продается по скидочной карте за 259-99	329-00
Тарелка десертная	Стекло	Luminarc	Диаметр 19 см	Производство: Франция	159-99
Блюдо для пиццы	Стекло	Luminarc	Диаметр 32 см	Производство: Франция	699-99
Тарелка	Стекло	AKCAM	Диаметр 28 см	Продается по скидочной карте за 1499-99. Производство: Турция	2299-99



## ХАРАКТЕРНЫЕ ПОСУДНЫЕ ПОЗИЦИИ, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР «ГРАН-СИТИ», ДЕКАБРЬ 2023 ГОДА

Наименование	Материал	Производитель/Марка	Параметры	Особенности	Цена, руб.
Сковорода	Алюминий с антипригарным покрытием	«Мечта»	Диаметр 22 см	Ручка несъемная	1450-00
Сковорода	Алюминий с антипригарным покрытием	TimA	Диаметр 22 см	Подходит для индукционных плит	2650-00
Тарелка	Фаянс, покрытый стеклянной глазурью	«СЭКУЛО» / Casa Alegre	Диаметр 28 см	Не рекомендуется ставить в духовой шкаф. Производство: Португалия	480-00
Кружка	Фарфор	Anna Lafarg (изготавливается в Китае)	Объем 0,4 л	Можно использовать в СВЧ и посудомоечных машинах	250-00
Тарелка суповая Magma	Фарфор	Anna Lafarg (изготавливается в Китае)	Объем 0,7 л	Можно использовать в СВЧ и посудомоечных машинах	890-00
Тарелка	Фарфор	Maxwell & Williams	Диаметр 23 см	Производство: Австралия	450-00
Набор обеденный Mystic Rose	Фарфор	Maxwell & Williams	16 предметов разных объемов и диаметров	Набор рассчитан на 4 персоны	7990-00
Емкость для блендера мерная Sugar & Rise	Полипропилен	ООО «Пластик Репаблик»	Объем 1,5 л	Производство: Россия	145-00
Ковш «Магнолия Престиж»	Нержавеющая сталь	«Кухар»	Объем 1,2 л	Производство: Беларусь	2300-00
Кастрюля	Нержавеющая сталь	Metalac	Объем 6 л	Производство: Сербия	4490-00
Салатник «Платина»	Фарфор	Chmielow	Диаметр 15 см	Производство: Польша (год производства 2019-й)	480-00

больше интересны покупателям, нежели изготовленные из нержавеющей стали. Объяснение простое: на стальных сковородах продукты все же прилипают и подгорают. Правда, из-за стойкости материала к истираемости, нержавейка, безусловно, более практична и долговечна. Самые востребованные диаметры сковород от 24 до 28 см всегда есть в

продаже (пожалуй, это самый покупаемый товар в сегменте кухонной посуды).

Среди наиболее известных брендов, представляющих для потребителей эмалированную посуду: «СтальЭмаль», Attribute, «Лысьва», ООО «Эмаль» (Магнитогорск) и др. Реже встречается посуда из Хорватии: Metro (Metalac).

Также определенно больше стало изделий из чугуна. За последние 3-4 года на полках появилось довольно много добротных посудных изделий из чугуна, в частности от торговой марки Kukmara, кроме того, чугунные сковороды предлагает Камский завод. По антипригарным качествам чугунная посуда уступает специальной антипригарной



(из покрытого антипригарным составом алюминия), но по жизнестойкости стоит на первом месте: чугунная посуда служит десятилетиями, если случайно не будет расколота из-за неосторожного обращения (падения).

Пластиковой утвари тоже достаточно много. Помимо одноразовой, о которой мы говорили выше, на магазинных полках несложно найти многоразовые изделия в виде всяческих мисок, разделочных досок, боксов для хранения, кувшинов, мерных стаканов и пр. Конечно же очень много так называемых ланч-боксов, в которых удобно и безопасно перевозить готовую пищу (салаты, бутерброды и даже жидкие блюда), а также хранить ее в холодильнике и морозильной камере. Сегодня многие представленные на прилавках ланч-боксы с замками гарантируют 100-процентную герметичность. А значит, в них можно перевозить даже воду.

В сегменте столовой посуды появился фаянс. Правда, не отечественного производства. Фаянсовые тарелки, которые удалось увидеть, изготавливаются в Португалии.

Столовые приборы продают в основном парами (за исключением кухонных ножей) или от 3 штук; россыпью можно купить только дешевые ложки и вилки из непокрытого алюминия. Кстати, кастрюли больших объемов и малолитражные ковшики из непокрытого алюминия, прежде всего, марки «Демидовский», а также котелки и толстостенные сковороды от марки Kukmara есть почти во всех точках продаж. В единичных



Торговый центр «Гран-Сити»

экземплярах магазины предлагают только специализированные приборы для определенных блюд или кулинарных целей.

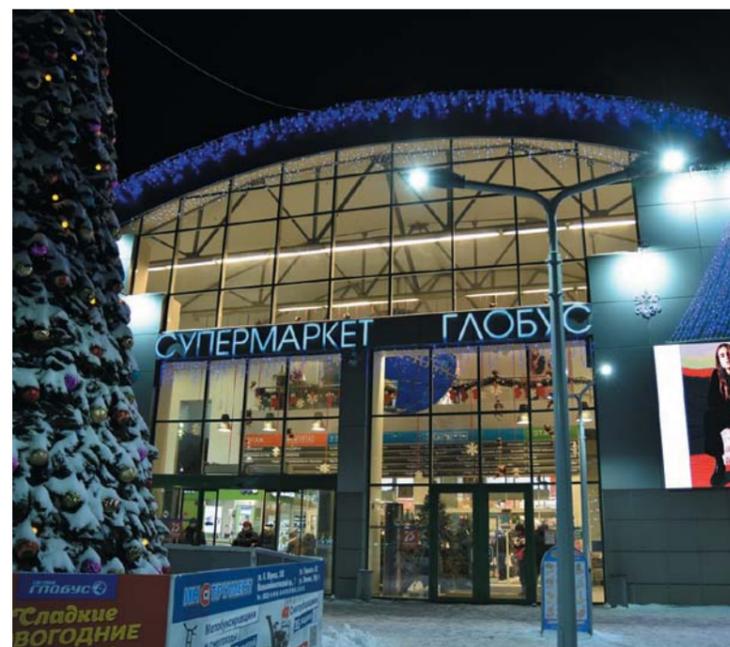
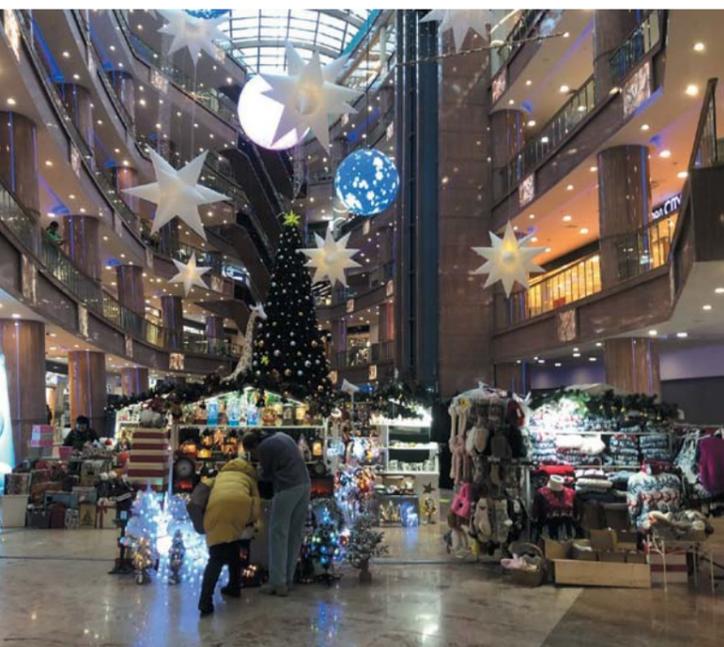
Изделия из недорогого фарфора предлагаются от Добрушского завода, «Кубаньфарфора», китайских производителей. В более дорогом ценовом сегменте предметы от WILMAX, Toudor и пр. Это не меняется уже на протяжении нескольких лет.

Питьевого стекла довольно много. Чешское дорогое стекло обычно представлено либо в отдельных зонах (отделах), либо в специализированных посудных магазинах. Цены на такие изделия сегодня, мягко говоря, не радуют конечных потребителей. При посещении подобных точек продаж в

них можно обнаружить только одиночных потенциальных покупателей, и то далеко не всегда.

Доступные бокалы, фужеры, рюмки, стаканы всевозможного вида от Pasabahce, Luminarc, ОСЗ – в достаточном количестве продаются в каждой точке продаж.

В целом можно отметить типичную заинтересованность покупателей к изделиям средней и средней плюс ценовых категорий, при условии обладания информацией о пользовательских характеристиках этих предметов. Изделия, относящиеся к более высокой ценовой группе, традиционно пользуются спросом у ограниченной части покупателей.



# Стихия Дракона на столе – 2024

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

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

## ЦВЕТОВАЯ ГАММА ПРАЗДНИКА

По восточному календарю 2024 год принадлежит Зеленому Деревянному Дракону. Кто склонен придерживаться славянских обычаев, угождать придется Темному Лосю. Удивительно, но вкусы мирного парнокопытного и воинственного ящера во многом совпадают... Особое внимание стоит уделить подбору цвета. Колористика знака предполагает использование фиолетового, синего, голубого, розового, серебристого, зеленого, черного. Предпочтение отдается зеленому и его оттенкам, изумрудному и их ближайшим пастельным оттенкам-компаньонам. Использование черного в украшении новогоднего стола-2024 на фото дизайнеров смотрится очень эффектно. Это потребует определенной смелости от хозяев дома, но результат будет впечатляющим. Торжественности и легкости добавит золотой блеск. Это могут быть ленты на елке, орнамент на скатерти, большие салфетки под тарелками. Если не хочется особой вычурности в том, как накрыть стол на Новый 2024 год, то можно выбрать дизайн сервировки попроще.



от 20 тыс. руб. А тарелку 16 см от Императорского фарфорового завода можно купить за 980 руб.

## ПОСУДА

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

На яркой скатерти и в окружении цветных салфеток будет неплохо смотреться классическая белая посуда. Отличным выбором станет качественный фарфор – его хрупкость и элегантность подчеркнут сказочное убранство праздничного стола. К белоснежной скатерти подойдет любая посуда с подходящим орнаментом. Хороший вариант – посуда тематическая, с контурами хвой, елок или снежинок. При этом декор должен быть спокойным и качественно исполненным.



Императорский фарфоровый завод представил продолжение новогодней коллекции фарфора «Календа» от художника Юлии Чистяковой. Коллекцию дополнили заварочный чайник, сахарница и шкатулка, которую можно использовать как для хранения лакомств, так и для всевозможных мелочей. Столовый фарфоровый сервиз Mix & Match Home «Максим» на 4 персоны (16 предметов) предлагается по цене около 25 тыс. руб.

А набор для завтрака Villeroy & Boch, Toy's Delight на 2 персоны (6 предметов), по цене 33 100 руб.



Столовый сервиз Narumi (серия «Воздушный») белого оттенка и легкого изумрудного на 4 персоны (12 предметов) из костяного фарфора обойдется уже в 42 тыс. руб.

Значительно дороже обойдется столовый рождественский сервиз Hutschenreuther на 6 персон (20 предметов) – 94 650 руб.

Компания Anna Lafarg великолепно и профессионально подготовилась к Новому году, предложив для своих почитателей несколько интересных коллекций. Новогодний ассортимент представлен в премиум-сегменте, среднем и среднем плюс. Золотой обеденный сервиз «Тиара» на 12 персон стоит 119 529 руб. В премиум-сегменте предлагается обеденный сервиз «Мавритания» на 6 персон за 32 319 руб., набор из 50 предметов обойдется уже в 59 тыс. руб. В коллекции «Мокко» Anna Lafarg предложила обеденный сервиз из 27 предметов за 33 тыс. руб. В среднем ценовом диапазоне можно купить обеденный набор «Кашемир» из 12 предметов за 11 629 руб.



В таком же диапазоне цен можно купить фарфоровый белый/серый обеденный сервиз от Maxwell & Williams – за 12 979 руб.

В среднем ценовом диапазоне можно накрыть праздничный новогодний стол, обратившись в компанию WILMAX (<https://wilmax.ru>).

Компания Weavers Brand Consultancy разработала бренд посуды Evio, который успешно продается в сети магазинов Hoff. Это новый проект в рамках стратегического партнерства этого крупнейшего ритейлера



мебели и товаров для дома и брендингового агентства Weavers Brand Consultancy.

Добрушский фарфоровый завод выпустил новую коллекцию тарелок с рисунком «Тулуза». Изделия представлены в разных размерах: мелкие тарелки диаметром 175, 200, 240 мм и глубокая – 205 мм.

Тем, кто предпочитает стеклянную посуду, красиво, стильно и недорого можно сервировать стол от компании ООО «Посуда» (бренд Pasabahce) или продукцией Опытного Стеклокерамического Завода (марка OSZ, Luminarc). Качественная, проверенная временем стеклокерамика легко моется, не бьется, на Новый год не страшно использовать в любой, даже в самой «горячей» компании. Украсить стол можно за счет использования различного новогоднего декора. Продукция ООО «Посуда» отличается модными дизайнерскими и интересными стилистическими композициями. Также можно варьировать с цветом, в коллекциях много цветовых решений.

## СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ

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

Металлические столовые приборы следует поместить в белые, зеленые или серебристые сервировочные салфетки. Столовые приборы также можно приобрести в компании WILMAX. Там можно найти много сервировочных вариантов столовых приборов для различных блюд. Стоимость сервировочной вилки от 510 руб. за единицу товара. На сайте компании FineDesignGroup можно найти замечательные столовые приборы.

Бренд NADOBA представил новинку роскошных столовых приборов – премиальную коллекцию Misel.

## БОКАЛЫ

Новый год не обходится без новогоднего бокала шампанского. Бокалом шампанского мы старый год провожаем и им же Новый год встречаем. В настоящее время на рынке предлагается огромное количество вариантов фужеров, бокалов и рюмок для шампанских и других вин



и крепких напитков. Они делятся на 2 основных вида: хрустальные и стеклянные. Некоторые люди предпочитают первый тип, другие – второй. Стекло, хрусталь имеют свои плюсы и минусы. Более нарядно выглядят хрустальные бокалы, но и существующие на рынке изделия из бесвинцового кристаллина модны, отлично украсят любой стол, выглядят стильно и красиво. Отечественный хрусталь представлен в основном Гусь-Хрустальным заводом имени Мальцова, в премиум-сегменте великолепные изделия предлагаются под брендом Avdeev Kristal. Последние выполнены итальянскими дизайнерами, модных форм и решений.

Компания Pasabahce предложила интересный вариант новогодней сервировки стола бокалами серии Elysia. В этой коллекции предлагаются все доступные формы бокалов, которые могут пригодиться на новогоднем ужине. Хочется напомнить о широкой линейке серии «Касабланка». Эта серия как раз отвечает всем требованиям встречи Нового года, она выглядит в тренде последних лет, с крупными гранями и не дорого.



### ДЕКОР СТОЛА

#### Текстиль

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

По желанию можно не стелить скатерть. Например, использовать только салфетки или раннеры. Вместо раннеров можно сервировать стол блестящей бумагой или фольгой (но это уже hand-made). Скатерть Uccelli с новогодним орнаментом предлагается по цене со скидкой 2195 руб. в магазине Cozy Home.

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

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

Блестящие столовые приборы, свечи в металлических подсвечниках, благородные тканевые салфетки станут идеальными элементами сервировочного декора новогоднего стола. На большом столе эффектно будет смотреться новогодняя композиция из еловых веток со свечами, шишками, игрушками, лентами и мишурой.

С НОВЫМ ГОДОМ!



# Модные тренды или вечная классика?

Сегодня вектор дизайнерской мысли все сильнее проникает в домашнее пространство. В связи с этим потребители чаще хотят видеть на своем столе актуальные модные сервировочные решения. А наступающий Новый год стимулирует участников рынка сформировать соответствующее предложение и делиться свежими решениями. Какая же столовая посуда будет наиболее привлекательно смотреться в скором времени на домашних столах и соответствовать последним трендам?



### ЭТО ОЧЕВИДНО

Как бы ни старались представить ритейла раскручивать стильные формы и модные оттенки, демонстрировать последние веяния дизайна и опираться в своих взглядах на силу современной художественной мысли, в России останутся свои предпочтения. И в городах-миллионниках, и в отдаленных точках нашей необъятной Родины внимание уделяется в первую очередь практичной и довольно простой посуде, особенно если речь идет не о праздничных сервировках, а классических ежедневных завтраках, обедах и ужинах.

Исходя из вышесказанного актуальность сохраняют наборы и отдельные предметы из фарфора и стекла. Кроме того, будут стильно смотреться активно входящие на рынок предметы из керамики (в том числе майолика), особенно в виде емкостей для холодных закусок и горячих блюд. Сейчас на рынке появились керамические кастрюли под брендом Narino (производство Китай). Кстати, сегодня все чаще в сервировочной группе появляются керамические формы, предназначенные для запекания. Они очень удобны и красивы в сервировке. Похоже, данная тенденция перерастает в устойчивое правило. Стоит добавить, что входящие в моду посудные предметы из так называемой каменной керамики тоже становятся предметом покупательского внимания, хотя стоимость такой посуды нельзя назвать низкой. Каменной керамикой



(или высокотемпературной керамикой) называют керамические изделия, изготовленные из каменной массы и обжигаемые при высоких температурах (1100-1400 °С). При такой температуре вода, воздух из глиняной массы полностью удаляются, и изделие остается плотным, малопористым и очень крепким. Профессионалы ресторанного дела выбирают каменную керамику именно из-за ее прочности. Конечно, это еще профессиональный маркетинговый ход.

Формы питьевого стекла практически не испытали на себе каких-то явных изменений: в моде все те же бокалы, рюмки, фужеры. Правда, часть покупателей переключается на оттеночное стекло или цветные фрагменты стеклянных предметов. Пока сложно назвать это тенденцией, тем более трендом, но предпосылки для такого переключения внимания в более массовом порядке все же есть. Пальму первенства в этом разрезе держит компания Pasabahce. Также известен своими цветными фужерами бренд Lenardi. Пока еще в фирменных магазинах встречается цветное богемское стекло.

Стеклянные тарелки, привлекающие всех своей практичностью, также вполне актуальны. В частности, в моде так называемое опаловое стекло. Его активно продают и покупают в розничных точках продаж и на маркетплейсах. Еще недавно казалось, что его начнут вытеснять стеклокерамические посудные изделия. Но нет. Пока такого не наблюдается. Хотя

сама стеклокерамика также пользуется вниманием у покупателей, и совершенно небезосновательно. Эта посуда прекрасно смотрится на столе, причем в сочетании с другими столовыми предметами, в частности из иных материалов.

Изделия из нержавеющей стали на обеденном столе – скорее эксперимент, правда имеющий право на существование. Зато нержавеющая сталь бесспорно крепко-накрепко закрепилась за столовыми приборами, и поводов для вытеснения данного материала из занятой ниши нет.

Декоративные вазочки, скатерти, салфетки тоже не отменяют общемировых тенденций, однако их следует подбирать непосредственно к теме праздничного события. Собственно, так было и раньше.

В целом ничего такого, что бы вынуждало наших покупателей кардинально менять привычные тарелки, блюда, чашки и пр., на рынке не отмечается.

Более того, пожалуй, сегодня даже приветствуется сочетание разностилевых направлений, но при этом важно, чтобы сочетание всех предметов сервировки выглядело гармоничным.

Так что уже имеющиеся и используемые посудные изделия вполне можно не заменять, а дополнять единичными предметами, что в какой-то степени не наносит семейному бюджету существенного урона.

Конечно, без новых, только что появившихся веяний моды невозможно говорить



о трендах. Они есть, о них покупатели в целом знают. Другое дело, насколько востребованы сегодня эти веяния? Пока трудно ответить на этот вопрос, по крайней мере, до весеннего периода оперировать статистикой не представляется возможным. Но не обсудить тему передовых сервировочных решений нельзя.

#### ОСВЕЖАЮЩИЙ ЦВЕТ АБРИКОСА

Пожалуй, в первую очередь стоит отметить цветовые решения. Как известно, в 2024 году цветом года выбран Apricot Crush, то есть так называемый освежающий абрикосовый. И это повод разнообразить предметы из стекла и стеклокерамики посудой именно такого оттенка. «Витаминным» еще называют эксперты такой тон, и в чем-то они правы. Здесь присутствует столь знакомый всем апельсиновый колор, питающий своей энергетической яркостью и отождествляемый многими с «цитрусовой подзарядкой» в виде свежевыжатых соков и миксов на их основе. Действительно, сегодня всем нам требуется восстановить силы и порадовать глаз яркими красками; возможно, это позволит посмотреть на происходящее вокруг иначе, более грамотно и взвешенно оценивая важность наших взглядов и принимаемых решений.

Но не одним «абрикосом» жив человек. Тем более, что сей южный цвет имеет множество оттенков: от практически желтого до ярко-апельсинового. Важно то, какие цвета будут окружать главный цветовой символ наступающего года. Именно цветовые сочетания с Apricot Crush будут тем стильным решением, которым каждый конечный потребитель сможет блеснуть перед гостями и порадовать себя самого. Именно контрасты и плавные оттеночные переходы с цветом года смогут надолго задержаться в тренде и будут подчеркивать собственную индивидуальность, а также раскрывать творческий потенциал каждого из нас.

Фисташковый, белый, серый, неяркий болотный, бежевый – вот часть списка оттенков, которым следует сопровождать главный «абрикос». Тут важно, чтобы цветовое окружение не было ярче основного цветового фона. Кстати, в этом сезоне будут актуально смотреться золотистые оттенки и, что не менее важно, – серебристые, особенно в сочетании с другими пастельными цветовыми решениями.

#### КАКАЯ РАЗНАЯ СЕРВИРОВКА

Сервировка, по мнению многих, это фарфор и стекло. Точнее, столовая посуда из фарфора и стекла. Нельзя не согласиться с этим мнением. Это классика жанра. Но в последнее время к ним стала добавляться посуда из других материалов. Стал модным возврат к какому-то первобытному началу, к глиняной посуде, которую сегодня с успехом заменила толстенная керамика. Мы действительно полюбили и соскучились по натуральному во всех областях жизни и философии. Мы вновь вдохновляемся посудой аутентичного вида, но не все так

просто. Современная керамика раскрывает перед покупателями куда больше дизайнерских моментов, нежели ранее. Это касается как формы, так и цвета.

Возьмем, к примеру, столь привлекательную сегодня посуду с несимметричными краями и ребристой текстурой, покрытую разноцветной глазурью. Все эти варианты исполнения наилучшим образом передают именно керамические изделия.

Кстати, уже заметно проникновение в наш быт и сервировочного фаянса. Ведь и прежде столовый фаянс занимал не последнее место на наших столах. Недорогой и практичный материал пользовался успехом у так называемого среднего класса со времен царей, да и позже. Сегодня фаянс пробует восполнить незаслуженно пустующую нишу. Поставщиками такого фаянса часто являются производители посуды из Португалии и Турции.

Как мы уже отмечали, весьма привлекательно выглядит на столе любая керамика из печи или духового шкафа! Это отдельный колорит в виде горшочков, противней и форм с соблазнительным содержимым! Такая посуда сохраняет свою актуальность всегда. Конечно, есть еще жаростойкое стекло, формы с антипригарным покрытием и силикон. Безусловно! Но керамическая посуда в данном случае вне конкуренции! Впрочем, все зависит от вкусовых предпочтений хозяйки дома.

Довольно интересно смотрятся на столе деревянные подносы, менажницы и тарелки, а также миски. Выполненные из тропических сортов древесины или ценных пород, произрастающих в наших широтах, они гармонично вписываются в каждое сервировочное решение, вплоть до бутербродного перекуса «на ходу».

Кстати, сервировать столы деревянной посудой – не дешевое удовольствие, но многие заведения питания идут на эти расходы, заботясь об антураже своего заведения и создании атмосферы старины, которой сегодня многим не хватает.

Домохозяйки также стараются использовать деревянную посуду в сервировке, дабы придать застолью более душевный вид.

Другими словами, материал в тренде разный. Классические фарфоровые и стеклянные предметы прекрасно сочетаются с керамическими и деревянными изделиями и дают возможность своим владельцам глубоко раскрыть свое собственное видение привлекательного обеденного стола.

#### ФОРМЫ И ФОРМОЧКИ

Одно из самых важных восприятий – это визуальное восприятие мира и красоты, и посуда тому подтверждение.

Блюда столь многообразны, что для каждого сложно подобрать определенную тарелку, поэтому хозяйка имеет несколько видов тарелок разных форм и объемов на все случаи жизни. Более того, важно, чтобы такой посудой было удобно пользоваться.



Для подачи на стол овощей, фруктов и иного широко стала применяться несимметричная посуда. Асимметричные блюда и тарелки пользуются популярностью у многих покупателей и покупателейниц. В основном такая посуда имеет почти плоскую форму и используется, как правило, для холодных блюд, а также как фруктовница. Учитывая несколько неформатный вид, данную посуду чаще приобретают в единичном исполнении.

Вариантов исполнения сервировочных решений может быть множество. Сегодня в тренде эклектика, причем она касается как оттеночных решений, так и вариантов форм. Поэтому важно создать концептуально гармоничное сочетание, позволяющее раскрыть тематическую задумку автора, за счет грамотно

сформулированного индивидуального подхода. И в этом вам помогут уже правильно составленные наборы или сервировка в магазине, а также профессиональный консультант.



# С НОВЫМ ГОДОМ! Все за стол

Сервировать новогодний стол можно в разных стилях. Молодые люди чаще всего предпочитают современную модную сервировку, а людям постарше больше интересен классический вариант.

**Итальянка Аннетта Пальмизано из бюро трендов *berke.palmisano*, дающего прогнозы для дизайнеров всего мира от имени Messe Frankfurt (Франкфуртской ярмарки, крупнейшего в мире организатора выставок и конгрессов): «Моменты радости бесценны. Хороший дизайн, чтущий традиции и смотрящий в будущее, помогает нам праздновать их еще лучше. Многие теперь подается тише, чем раньше: душевный импульс вместо быстро забывающегося зрелища».**

Эта цитата итальянского дизайнера как нельзя более четко регулирует новогоднее настроение и сервировку. Праздничная сервировка отличается от будничной обилием деталей, подчеркивает торжественность мероприятия и рассчитана на более долгую трапезу, чем обычная.

**Дракон, покровительствующий 2024 году, не любит яркие цвета. Поэтому в декоре лучше отказаться от кислотно-желтого, лимонного и оранжевого.**

## КАНТРИ

Стиль собрал в себе традиционные цвета Нового 2024 года – зеленый, белый, красный. Красно-белая гамма доминирует – скатерть и салфетки, рисунок на столовых приборах, упаковка маленьких сюрпризов или поздравительные открытки для гостей. Образ дополняют салфетки с рождественскими мотивами, оленями. Украшения – шишки, еловые ветки, соцветия зимних ягод, палочки-



леденцы. Их располагают небольшими группами возле каждой тарелки, в центре, отдельной композицией на деревянной доске или вязаной грубоватой салфетке. Свечи – простые белые, достаточно крупные.

## МИНИМАЛИЗМ

Для тех, кто любит просто и со вкусом. Минимализм в украшении новогоднего стола должен стать продолжением стиля квартиры. Иначе сервировка будет выглядеть бедной и торопливой. Здесь нет лишних деталей, ярких украшений. При этом дизайн все равно сохраняет ощущение домашнего тепла. Основа дизайна – скатерть, которая будет диктовать детали. Если скатерть однотонная, в пастельных тонах, то лучше сервировать поверхность посудой с узорами и декорировать яркими элементами. Будет стильно смотреться дорожка-раннер, с помощью которой можно создать зоны для определенных блюд.



**Светлана Лапина, дизайнер-декоратор, Москва:** «В тренде – стиль органик, то есть максимальное приближение к естественному и природному. Еловые и сосновые ветки при создании гирлянд и композиции не укладываются в ритмичном порядке, как прежде, а, наоборот, располагаются максимально размашисто (пушисто) и беспорядочно. В одной композиции прекрасно сочетаются самые разные типы хвойных: аккуратные лапы датской ели, ветви сосны с длинными иголками, мягкие и струящиеся веточки туй.

## СКАНДИНАВСКИЙ СТИЛЬ

Никогда не теряет своей популярности. Скандинавский стиль чуть более лояльный и домашний. Белая скатерть, серебристые вилки, ложки и ножи, еловые веточки и ароматные оранжевые мандарины – это уже классика, которая придется всем по душе.

## ЭКОСТИЛЬ

Этот стиль подходит для всех любителей бережного отношения к природе и натуральных оттенков. Экостиль – это натуральные ткани, глубокие оттенки, использование в декоре природных материалов. Используйте в сервировке стола посуду с растительными и геологическими узорами и неровной фактурой. Скатерть – из натуральных материалов, льняные дорожки, салфетки, деревянные или соломенные подставки под тарелки. Орехи, мандарины, сухофрукты, имбирные пряники – для украшения, простая бечевка для перевязки.



## КЛАССИКА

Праздник в классическом стиле – это элегантность, блеск начищенных приборов и роскошь убранства. Используйте сдержанные оттенки. Стол рекомендуется накрыть скатертью белого или кремового цвета. В посуде предпочтительны белый фарфор и прозрачное стекло. Детали могут быть коричневыми, черными, золотыми. Для декора используйте рождественские венки (в них можно поставить блюда с закусками), металлические подсвечники с тонкими длинными свечами. Зону столовой оформите занавесом из дождика или гирляндой с теплым свечением.



## РЕТРОСТИЛЬ

Новый год – отличный повод устроить вечеринку в ретро-стиле. Достаньте бабушкину посуду, поставьте музыку советских времен, нарядите елку дождиком и советскими игрушками. Продумайте меню, пусть советские фильмы вдохновят вас на оливье, заливную рыбу и селедку под шубой.



## ШЕББИ-ШИК

Это новое название в сочетании несочетаемого цветочного орнамента зимой. Летний стиль для зимней сервировки – свежо, радостно, необычно. Вытаскивайте на свет посуду ретро – хрустальные салатницы и бокалы, фруктовницы на изящных ножках, тарелки с золотой каемкой и в цветочек. Подойдет и скатерть – тонкая вуалевая, с набивным или вышитым мелким рисунком. Украшать достаточно просто – кружево, цветы, елочные шары, подсвечники...



## ГЛАМУР

Это всегда дорого-богато. Но кажется, легко поставить дорогие тарелки и все – сервировка готова. Но нет, нужно продумать каждую мелочь, ведь если будет стол безвкусно украшен, то и блеска гламура не почувствует никто! Изысканность форм, прозрачное стекло на тончайших ножках, именные места, на тарелке каждого гостя элегантный сюрприз или красиво упакованные столовые приборы. Елочные шары в вазе, мишура, блески, затейливые подсвечники, сверкающие фигурки оленей, резные снежинки – декор с претензией на великолепие обязателен.

*Нет единых рекомендаций, как сервировать и украшать новогодний стол. Главное – хорошее настроение и замечательная компания рядом. Поймите гармонию праздника, будьте счастливы и все получится!*

*В материале использован источник: <https://new-year-party.ru/servirovka-novogodnego-stola>*



# Деревянная сервировка – тренд 2024 года

В последнее время не выходят из моды деревянные подставки, в модных ресторанах приносят еду на деревянных дощечках. Да, одному по душе белоснежный сервировочный фарфор, другому – практичное столовое закаленное стекло, а третьего вдохновляет деревянная посуда. Есть в ней что-то от крестьянского быта, вольного ветра с полей и теплоты, с которой встречают в родном доме. Постараемся разобраться и определить достоинства и недостатки деревянной посуды.



## НЕЗАБЫТОЕ ПРОШЛОЕ

Ранее в деревнях посуда из дерева была в каждом хозяйстве. Тарелки, миски и столовые приборы часто производились вручную.

С развитием производства деревянную посуду вытеснили изделия из стали, фарфора, фаянса... В итоге сегодня объем деревянных изделий в современных домах не велик.

Но в ресторанах и модных кафе успешно используют деревянные изделия в качестве сервировки. Помимо деревянных подносов и специальных досок, на которых подают готовые блюда, в таких местах можно встретить деревянные миски, салатницы и т.д.

Есть мнение, что посудные изделия и аксессуары из дерева в новом году будут пользоваться повышенным спросом, поскольку помимо своей экологической и внешней аутентичной привлекательности демонстрируют любовь к собственным истокам и подчеркивают уважение к ручному труду, связывающему поколения.

## НЕ ВСЕ ТАК ПРОСТО...

Деревянная посуда – не самый простой вид товара как для конечных потребителей, так и для продавцов. К сожалению, эта тема почти не затрагивается в СМИ и иных открытых источниках.

Покупателями деревянной посуды сегодня движет желание создать особый натуральный экологичный колорит в кухонной и столовой зонах. Действительно, сегодня очень много интересных изделий из дерева демонстрируется широкой аудитории и открывается немало возможностей для частных мастеров.

Но вернемся к покупателям, которым интересна красивая удобная и практичная вещь. Большинство деревянных посудных предметов становятся реализованными покупками в силу стихийного желания покупателя. Поэтому производителям приходится создавать предмет не только, во-первых, полезный по назначению, во-вторых – выгодный по стоимости, но и внешне привлекательный. При правильном позиционировании и при соблюдении всех трех условий практически гарантируются продажи, особенно в сезон. Соблюдение двух условий обеспечивает реализацию в 40-50% случаев. Соблюдение одного условия – внешней привлекательности – обеспечивает минимальную вероятность продаж даже при блестящем позиционировании и составляет 5-10 из 100% случаев. Удаленное позиционирование обеспечивает максимальные продажи при соблюдении 2-3 вышеописанных условий.

Категория деревянных сервировочных предметов сегодня – это группа дополнительных товаров, даже если речь идет о простой разделочной доске! Кстати, именно по этой причине авторские (включая поставленные на конвейер) столовые и кухонные предметы невозможно найти на посудных полках рядом с самыми простыми ходовыми разделочными досками. Следовательно, формирование предложения должно носить практически адресный характер и быть связано со значимыми событиями в жизни потенциального покупателя, с его настроением. Поэтому сегодня максимальное число деревянных

### БАМБУК ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ!

**Очень часто к деревянной посуде относят и посудные изделия из бамбука. Действительно, их объединяет растительная основа. Кроме того, бамбук не подвержен деформации, поскольку прекрасно переносит смену уровня влажности и температурные скачки. К его достоинствам можно также отнести небольшой вес и твердость, благодаря которой у бамбуковых разделочных досок почти отсутствуют следы от лезвий ножей. По всем характеристикам это прекрасный материал, но это трава. Кстати, это еще один плюс в пользу сохранения природной среды. Восстановление срезанного бамбука происходит очень быстро, в отличие от восстановления древесины. Бамбук – это быстро возобновляемый природный ресурс. Кроме того, бамбук и изделия из него обладают антисептическими свойствами. Так что изготовление и использование посуды изделий из него вполне оправданно!**

## СТОИМОСТЬ В ПЕРИОД СКИДОК И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕКОТОРЫХ ПОСУДНЫХ ПРЕДМЕТОВ ИЗ ДЕРЕВА (ПРЕДЛОЖЕНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСА)

Наименование	Размер, объем	Бренд, страна-производитель	Материал	Характеристики	Цена, руб.
Поднос с бортиком	28x14 см	CraftWood, Россия	Алтайская береза	Обработан маслом и воском при производстве	394-00
Комплект кулинарных ложек – 2 шт.	Длина – 12,5 см	«АТМАН», Китай	Благородный махил	Обработан маслом	338-00
Менажница (в комплекте стеклянный соусник)	Диаметр 25 см	Россия	Дуб	Обработана воском	861-00
Доска для подачи с соусником	40x10 см	WoodFrog, Россия	Дуб	Покрывается экосоставом на основе льняного масла и карнаубского воска	797-00
Набор плоских тарелок, 2 шт.	Диаметр 25 см	Китай	Акация	Покрываются минеральным маслом	1081-00
Тарелка глубокая (пиала)	Объем 400 мл	MariLen, Китай	Бук	Покрывается пищевым лаком, нельзя использовать в СВЧ-печи	684-00
Кружка пивная (подходит для горячих и холодных напитков)	Объем 300 мл	Китай	Бамбук	Покрывается пищевым лаком	862-00

изделий реализуется благодаря Интернету и маркетплейсам и незначительная часть – в розничных магазинах.

### ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Эстетическая привлекательность деревянной посуды – лишь один из поводов ее приобретения и использования. Сегодня мы можем увидеть в продаже весьма привлекательные посудные изделия из дуба, ясеня, грецкого ореха, вишни, акации и других редких и ценных пород древесины. Следовательно, спрос на такую посуду есть. Дерево очень близкий для человека материал. С ним тесно переплетено наше прошлое, да и в настоящем без него не обойтись.

Кроме этого, стоит назвать другие достоинства такой посуды:

- экологическая безопасность (высушенное дерево не только безвредно, но и порой оказывает благоприятное воздействие на здоровье);
  - антимикробные и антибактериальные свойства (ряд пород обладает антисептическим действием, таким образом проявляя обеззараживающий эффект);
  - низкая теплопроводность (деревянная посуда, обладая эффектом термоса, препятствует быстрому остыванию или прогреву);
  - высокая прочность (посуда из дерева хорошо выдерживает удары при падении);
  - небольшой вес (применяемые для изготовления посуды древесные породы, как правило, не отличаются высокой плотностью, поэтому посуда из них довольно легкая);
  - ароматотерапия (некоторые породы источают нежный аромат, оказывающий благоприятное воздействие на человека).
- Разумеется, у данной посуды есть и свои недостатки. Среди них:
- деформация и растрескивание из-за перепадов влажности и температуры (дерево не терпит «смены

**Доказательством актуальности деревянных посудных изделий служит довольно частое имитирование пластиковой и другой посуды под дерево. К сожалению, такая посуда не обеспечивает желаемого ощущения связи с природой, но ее преимуществом является простота ухода и дешевизна.**

погоды», это живой материал, чьи волокна подвержены деформации во влажной среде, а также при резкой смене влажной и сухой сред; если добавить к перепаду влажности еще и перепад температуры, данный эффект усиливается);

- поглощение запахов (в силу пористой структуры большинства древесных пород деревянные изделия, в том числе посуда, способны впитывать и удерживать различные запахи, многие из которых крайне долго выветриваются);

- потемнение со временем (большинство древесных пород со временем темнеет, достигая почти черных оттенков);

- утомительный уход (за деревянной посудой нужно постоянно ухаживать: применять только ручную мойку, насухо вытирать после мытья, периодически пропитывать пищевым маслом и пр.).

Стоит также добавить, что деревянные изделия высокого качества значительно дороже аналогов из фарфора и керамики. А если посуда из дерева имеет еще и вырезанный рисунок или покрыта зарубежным защитным пищевым составом, то цена возрастет еще больше.

### ЧТО В ИТОГЕ?

Сегодня рассматривать деревянную посуду правильно в качестве дополнительной, даже если она используется на регулярной основе. При ее применении следует помнить о соответствующем уходе. Особенно если речь идет о столовых изделиях, которые приходится часто мыть руками: для ПММ такая посуда неприемлема. Применение деревянной посуды на нерегулярной основе более оправданно, поскольку такое применение не обременительно. При этом посуда для подачи на стол фруктов, хлеба, а также разделочные доски – вполне удобный вариант для ежедневного применения.

При использовании деревянной посуды всегда остается ощущение связи с природой (как и при использовании посуды из других натуральных материалов), которое не заменит ни один суперпрочный или суперстойкий к окружающей среде синтетический материал. Впрочем, наличие и использование последних также вполне оправданно, но об этом мы подробнее поговорим в следующий раз.

## Делаем жизнь проще

Кулинарные книги с рецептами остались в прошлом тысячелетии – сегодня их закачивают на планшет или телефон. Чтобы он всегда был под рукой и не испачкался, используют держатель для гаджета, который закрепляют на шкафу или полке. Удобно – можно и рецепт проверить, и радио послушать, и фильм посмотреть.



## Longdrink и не только

Команда дизайнеров **Pasabahce** создает интересные и стильные вещи для современной жизни к любому столу и интерьеру. В этот раз компания представила коллекцию стаканов «Эстрелла» (Estrella). Сияние точечных резных граней в сочетании с прозрачностью стекла создает ощущение галантности и простоты. Благодаря высокому качеству стаканы могут использоваться на протяжении долгих лет, не утрачивая привлекательности и оставаясь функциональными и современными. Стаканы радуют взгляд и органично впишутся в любой интерьер и украсят вашу кухню, стол. Набор отлично подойдет для использования в кафе, великолепно смотрится на барной стойке, а также отлично подойдет для подарка на праздник близким, друзьям либо себе в коллекцию.



В России на текущий момент серия пополнилась двумя размерами: longdrink 360 мл (высота 150 мм, диаметр 80 мм) и универсальным размером 305 мл, которые подходят для виски, воды или сока. Изделия доступны в подарочной упаковке по 4 штуки и в коробах по 12 штук – для поштучных продаж и для сегмента HoReCa.

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

## Шумовка и дуршлаг

Большая шумовка в виде ложки. Компактная, функциональная, прочная и легкая. Имеет глубину 6 см. Шумовка используется как дуршлаг для извлеченияпельменей, вареников, риса, макарон, капусты, мяса, яиц, овощей, фруктов из кипящей воды. Удобно мыть и можно повесить. Изделие продается под маркой Dekora. Купить можно на всех маркетплейсах, отзывы положительные.



## Щетка для чистки

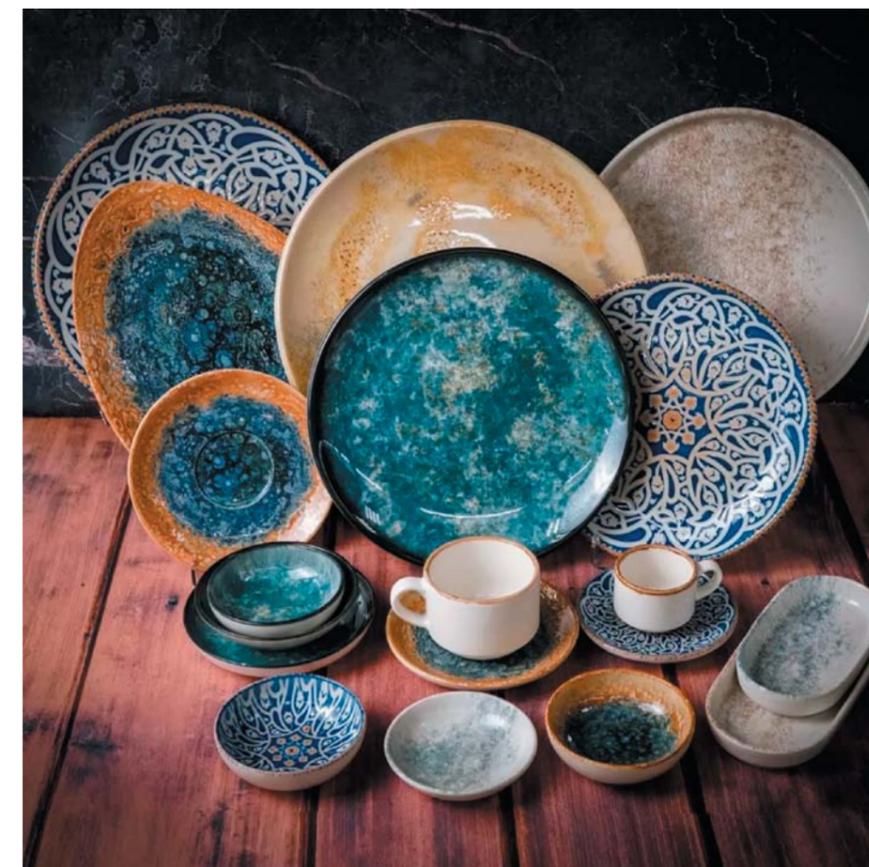
Компания Joseph Joseph предлагает очень удобный гаджет BladeBrush. Качественный, эффективный и аккуратный аксессуар для отмыывания столовых приборов выполнен из качественного пластика. Комбинация пластика, силикона и щетинок великолепно отмыывает любые загрязнения ножей, вилок и других столовых приборов. Прибор удобно лежит в мокрой руке, не выскальзывает.



## Фарфор Porland с цифровой печатью

Компания **KitchenHold** сообщила о поступлении новой коллекции суббренда турецкого производителя фарфора **Porland**. Речь идет о посуде Pioli из твердого фарфора с утолщенным краем. В производстве этой продукции теперь используется новый тип нанесения деколи – digital printing (цифровая печать), что делает продукцию Pioli более доступной для потенциальных покупателей.

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



## Belleville Kitchen

Как часто выкипает вода во время варки макарон, картофеля или крупы, приходится мыть плиту или другую поверхность! Чтобы этого избежать, на рынке предлагается силиконовая крышка-невькипайка: защита от брызг и выкипания для кастрюль и сковородок размером 26 см.



## Удобно и под рукой

Мелочь, но всегда нужная в хозяйстве. Полочка для мелочей может использоваться для размещения мелких предметов, таких как чистящие шарики, моющие губки, мыло и т.д. и т.п. Ее можно разместить на смесителе, на кухне и в ванной комнате. Дизайн удобный, с защелкой, легко собирается/разбирается, имеются отверстия для вентиляции и дренажа, легко чистится и моется. Изготовлена из гибкого полистирола.

## Суши на дом

В зимнюю или ненастную погоду не хочется выходить из дома, чтобы посидеть в рестораничке за любимым суши или сашими. Сегодня все самое вкусное и интересное можно приготовить дома с помощью машинки для приготовления суши HomeStore.



# Посуда

Желает вам  
успехов в  
наступающем  
Новом

2024  
году!



# Горница®



Интернет магазин  
[www.gornitsa-shop.ru](http://www.gornitsa-shop.ru)  
8-800-201-43-01