

Продукты агентства INFOLine были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство INFOLine принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира ESOMAR. В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства INFOLine сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует получение качественного продукта и постпродажного обслуживания.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты агентства INFOLine. Компания Lexis-Nexis с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства INFOLine.



Информационное агентство INFOLine имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

Информационная услуга «Тематические новости»

"Рынок мебели, товаров для дома и сада и торговые сети Soft-DIY и HouseHold РФ и РБ"

Демонстрационный выпуск
Периодичность: еженедельно

Информационные услуги для Вашего бизнеса

- Тематические новости
- Отраслевая лента новостей
- Готовые маркетинговые продукты
- Заказные исследования
- Доступ к базе данных 7000 СМИ

и многое другое



Содержание выпуска

Производство мебели, товаров для дома и сада	4
Новости отрасли.....	4
<i>41% россиян привлекали мастеров по ремонту в 2025 году.....</i>	<i>4</i>
<i>Кастом как предчувствие. Почему индивидуальная отделка стала новым шиком. "РБК-Недвижимость". 18 декабря 2025</i>	<i>5</i>
<i>Для переговоров нужен стол. "Деловой Петербург". 22 декабря 2025.....</i>	<i>6</i>
Отраслевые мероприятия	10
<i>"Woodex-2025": вся отрасль на 12 тысячах квадратных метров и переход на ежегодный формат.....</i>	<i>10</i>
Инвестиционные проекты	11
<i>Новый резидент СПВ создаст современное мебельное производство в Приморье.....</i>	<i>11</i>
<i>Одобен проект строительства мебельной фабрики в Красноярске.....</i>	<i>11</i>
<i>"Спул Групп" открыла мебельный производственный комплекс под Москвой.....</i>	<i>12</i>
Региональные новости.....	13
<i>Не успели выбиться в лидеры: мебельщики Дагестана радикально снижают цены для удержания спроса.....</i>	<i>13</i>
<i>Калининградский мебельный кластер подтвердил свой статус: поможет ли это местным отраслевикам?.....</i>	<i>13</i>
<i>Предприниматели из четырех стран знакомятся с новгородскими производителями.....</i>	<i>14</i>
Новости компаний	15
<i>Как преобразить интерьер в год лошади.....</i>	<i>15</i>
Мебель.....	16
<i>Мебель для ванных комнат AXIS - новинка от OASIS.....</i>	<i>16</i>
<i>ШАТУРА — Бренд года 2025 в номинации "Мебель по индивидуальному проекту".....</i>	<i>16</i>
Мягкая мебель	18
<i>Интерьерные кресла ORMATEK — когда уют встречает характер.....</i>	<i>18</i>
<i>Лаконичный дизайнерский дуэт VACIO — кушетка и кресло — это универсальное решение для любых пространств.....</i>	<i>26</i>
<i>Мебельная компания MOON вновь получила титул "Мягкой мебели №1 в России".....</i>	<i>27</i>
<i>Новинка EDISON — связь между комфортом и инновациями.....</i>	<i>28</i>
Посуда	29
<i>Итоги конкурса "Лучший бокал" на IV Российском винодельческом форуме.....</i>	<i>29</i>
<i>Бокалы для виски REGATA. Дополнить их можно бутылкой хорошего виски!</i>	<i>29</i>
<i>Металлические фруктовошницы Lenardi.....</i>	<i>30</i>
<i>Серия Granix в компании "Мастергласс".....</i>	<i>30</i>
<i>Новогодняя сервировка 2026: Новинки от Linddna.....</i>	<i>31</i>
<i>Гжельская посуда в "Кофемании".....</i>	<i>32</i>
<i>Посуда "Горница" будет комплектоваться жаропрочными крышками собственного производства.....</i>	<i>32</i>
<i>Кофейная пара "Обнажённые сердца" от ИФЗ.....</i>	<i>33</i>
<i>Молочник Magnifico от "Хорекс".....</i>	<i>33</i>
<i>Набор посуды с антипригарным покрытием "Домой".....</i>	<i>34</i>
<i>Набор кастрюль "Выпечка" от "Стальэмаль".....</i>	<i>34</i>
<i>Бренд Domique — новый игрок на российском рынке посуды.....</i>	<i>35</i>
<i>Блинные сковороды от ТМ "Ярославская сковорода".....</i>	<i>36</i>
<i>Кованый нож NADOVA Dario.....</i>	<i>36</i>
<i>Трендовый рестайлинг Pasabahe "Аллегра".....</i>	<i>37</i>
<i>Кольчугинский мельхиор выпустил набор с символом года.....</i>	<i>37</i>
<i>Компактный набор "Матрешка" от завода "Альтернатива".....</i>	<i>38</i>
Постельное белье и принадлежности.....	39
<i>Подборка комплектов постельного белья.....</i>	<i>39</i>
Текстиль для дома.....	43
<i>Буклированный шенилл Tweed от производителя мебельных тканей и комплектующих СОЮЗ-М в программе "Дачный ответ".....</i>	<i>43</i>
<i>Производитель мебельной ткани и комплектующих СОЮЗ-М представила новую коллекцию тканей для мебели Bond.....</i>	<i>48</i>
<i>Иногда лучший способ встретить зиму — позволить ей поселиться у вас дома.....</i>	<i>53</i>
Товары для сна	54



<i>ORMATEK стал лауреатом премии "Бренд года в России 2025".....</i>	54
<i>Линия матрасов Lineaflex "Popolare": анатомия правильной поддержки.....</i>	54
<i>Как Lineaflex создаёт стандарты качества: премиальный наполнитель Coirflex.....</i>	55
<i>Мебельная компания Lazirit представила коллекцию матрасов LATTE.....</i>	56
<i>Подушки Askona из серии Technology — созданы, чтобы каждую ночь вы чувствовали глубокое расслабление.....</i>	57
<i>Выбор покупателей: 8 лучших матрасов Askona в 2025 году (часть 1).....</i>	58
<i>Выбор покупателей: 8 лучших матрасов Askona в 2025 году (часть 2).....</i>	62
<i>Askona показала результаты краш-теста матраса Serta.....</i>	65
Прочие товары для дома	66
<i>Аромат для дома — универсальный и изысканный подарок.....</i>	66
<i>Новинка от бренда ОСЗ – подсвечники "Клар" и "Клар вертикаль".....</i>	67
<i>Новогодняя коллекция.....</i>	67
Торговые сети Soft-DIY и HouseHold	70
Общие новости рынка	70
<i>В 2025 году россияне все чаще покупали еду и оплачивали путешествия онлайн.....</i>	70
<i>Бюджеты россиян на покупку новогодних подарков выросли до 18 тыс. рублей.....</i>	70
<i>Генеральный директор ГК "Аскона" Александр Маненок: "Рост депозитов - один из ключевых факторов, почему люди не тратят на себя".</i>	
<i>"Интерфакс - Россия". 17 декабря 2025</i>	71
<i>Аналитики рассказали о неожиданных факторах, которые влияют на желание купить дополнительный товар. "NEW RETAIL". 17 декабря 2025</i>	73
<i>Мебельные ретейлеры открывают магазины в ТЦ, но площадки опасаются банкротств: новости ретейла. "Индустрия мебели". 19 декабря 2025</i>	74
<i>Авито: россияне в 2025 году стали более рациональны в расходах. "Волга Ньюс". 19 декабря 2025.....</i>	75
<i>Потребитель растерял оптимизм. "КоммерсантЪ". 20 декабря 2025</i>	76
Сети формата Soft-DIY.....	78
<i>В 2026 году на складе "Лемана ПРО" будет работать 90 беспилотных роботов-погрузчиков.....</i>	78
<i>"Петрович" вошел в "белые списки".....</i>	78
<i>Новые фирменные магазины Victoria Stenova!</i>	79
Сети формата HouseHold и мебели для дома	81
<i>Familia открывает три новых магазина в сети "Место встречи".....</i>	81
<i>Hoff впервые с 2021 года открывает за год 9 гипермаркетов.....</i>	81
<i>Открытие магазина Kuchenland, Москва, ТРЦ "Авеню Север".....</i>	81
<i>В ТРЦ Одипарк открылся магазин товаров для дома и кухни Gipfel.....</i>	82
<i>Гостиная с ламповым звучанием в программе "Дачный ответ".....</i>	82

Производство мебели, товаров для дома и сада

Новости отрасли

41% россиян привлекали мастеров по ремонту в 2025 году.

Главные заказчики — мужчины 25–34 лет и женщины 35–60 лет. В этом году 41% россиян, проводивших работы по строительству, ремонту или обустройству жилья, воспользовались услугами мастеров. Наибольший спрос на специалистов отмечается в Москве (50%) и Санкт-Петербурге (48%). В других городах-миллионниках услугами мастеров пользуются 40% респондентов, в то время как в населенных пунктах с численностью менее 1 млн — 35%. Самыми активными пользователями услуг мастеров являются мужчины 25–34 лет (48%) и женщины 35–60 лет (46%). Женщины чаще полностью делегируют ремонтные работы специалистам — 33% против 30% среди мужчин. Такие данные показало исследование потребительского поведения компании "Лемана ПРО". В опросе приняли участие более 4000 респондентов из разных регионов России — мужчины и женщины в возрасте от 18 до 60 лет, которые проводили работы по ремонту и благоустройству жилья за последние 12 месяцев.



По оценке компании, в 2025 году рынок услуг по ремонту, строительству и обустройству в России достиг 2,5 трлн рублей. При этом лидером по объему в денежном выражении стал сегмент строительства загородного дома "с нуля" — 219 млрд рублей. За ним следуют комплексный ремонт "под ключ" (52 млрд рублей), монтаж натяжного потолка (29 млрд рублей), отделка фасада сэндвич-панелями и облицовка кирпичом (по 26 млрд рублей), остекление балкона (25 млрд рублей), а также работы по ремонту и обслуживанию помещений — ремонт стиральных машин, регулировка и ремонт окон, электромонтажные

Несмотря на активное развитие онлайн-каналов, основным способом оформления услуг и вызова мастера остается звонок по телефону — 46% от всех заказов за год. При этом доля онлайн-заказов составляет 23%, из которых 13% оформлены через сайт и 10% - в мобильном приложении. Аналогичный объем заказов (около 24%) приходится на офлайн-магазины, еще 8% — через мессенджеры.

68% респондентов самостоятельно выбирают мастера для выполнения ремонтных и строительных работ. Еще 20% доверяют выбор компании, предоставляющей услуги, 5% обращаются к мастерам по рекомендации другого мастера, и в 5% случаев выбор специалиста происходит по рекомендации дизайнера. Основным критерием при выборе мастера остаётся стоимость работ — так ответили 43% опрошенных. На втором месте — опыт мастера (34%), а также пунктуальности и соблюдению сроков (27%). Кроме того, клиенты ценят внимательное отношение (22%) и наличие гарантии на выполненные работы (21%), а 23% выбирают специалиста за возможность комплексного выполнения работ "под ключ".

36% опрошенных клиентов не контролируют работы специалистов: они обсуждают список задач перед началом работ и принимают готовый результат по завершении. 37% проводят промежуточный контроль, а полный личный контроль на всех этапах осуществляет каждый четвертый (26%).

Среди клиентов, заказывающих услуги мастера, 68% самостоятельно покупают материалы для ремонта, строительства и обустройства, причем 53% выбирают их сами, а 47% нуждается в помощи: 14% обращаются к продавцу-консультанту (женщины чаще — 16% против 12% у мужчин), 16% — к исполнителю работ, каждый пятый полностью доверяет закупку специалисту, а 4% — дизайнеру.

"Лемана ПРО" предлагает более 60 категорий услуг для ремонта, строительства и обустройства жилья, объединяя свыше 2000 видов работ. У торговой сети около 600 партнеров и более 12 000 проверенных мастеров. В настоящее время более четверти ключевых проектов в магазинах сети реализуются с сопутствующими услугами. Это позволяет клиентам получать комплексные решения "под ключ", включая не только товары, но и проекты, а также услуги по сборке, установке и монтажу.

Для справки: Название компании: *Ле Монлид, ООО (Торговая сеть Лемана Про, ex. Leroy Merlin)* Адрес: 115280, Россия, Москва, пр. Лихачева, 15, пом. 1/1 Телефоны: +74959610160; +78007000099; +79118382803 Факсы: +74959610161 E-Mail: pr@lemanapro.ru; partner.support@lemanapro.ru; evgeniy.vicherka@lemanapro.ru Web: <https://lemanapro.ru/> Руководитель: Дефасье Лоран Луи Клод, генеральный директор (По материалам компании 18.12.25)

Кастом как предчувствие. Почему индивидуальная отделка стала новым шиком. "РБК-Недвижимость". 18 декабря 2025

Российские девелоперы сдают квартиры с готовой отделкой уже более 20 лет — эта практика зародилась еще в 1990-е годы. Но принципиально новый тренд — индивидуальная отделка от застройщика под ключ — только начинает формироваться на рынке, отмечается в аналитическом отчете консалтинговой группы NF (есть в редакции).

По данным NF Group, опыт покупки квартиры с финишной отделкой от застройщика есть лишь у 20,6% владельцев элитного жилья. Еще 11,8% покупали квартиру в формате white box, в то время как подавляющее большинство — 67,6% — никогда не приобретали жилье с отделкой. Это свидетельствует о глубоком структурном кризисе: классическая модель проведения отделочных работ перестала отвечать запросам покупателей премиум-сегмента, ориентирующихся на стандарты Дубая, Турции и Европы.

Аналитики указывают: проектов, где можно кастомизировать отделку под желания покупателя на этапе строительства, на рынке единицы.

Ключевой проблемой остается ригидность предложения. Так, по оценке NF Group, 58,8% собственников элитного жилья сталкивались с необходимостью внести изменения в типовый проект. При этом в 45% случаев застройщик не пошел навстречу, что указывает на системное несоответствие между массовым подходом девелоперов и растущим запросом на персонализацию.

Девелоперы и их инструментарий

Исследование NF Group детализирует не только поведенческие паттерны, но и экономику вопроса. Так, стоимость финишной отделки в сегменте премиум оценивается в 150–300 тыс. руб. за 1 кв. м. Для класса де-люкс цена возрастает до 300–500 тыс. руб. Более бюджетной альтернативой остается white box — ее средняя стоимость составляет 80–100 тыс. руб. за "квадрат".

При этом, обращают внимание эксперты, девелоперы обладают большим инструментарием по подбору и физической доставке редких эксклюзивных материалов — логично, что объем материалов и оборудования, проходящих через него, гораздо масштабнее, чем у частных заказов, а конечная цена из-за скидок за объемы — ниже.

Для работающих с девелоперами дизайнеров поиск эксклюзива становится обыденным процессом. Многие производители сегодня ищут способы оптимизировать продукт — сделать натурально, но по приемлемой стоимости. Поэтому все больше застройщиков включают в базовую отделку такие материалы, как натуральный камень и дерево. "Мы с такими застройщиками работаем и нас очень радует, что это все чаще и чаще применяется. Надеюсь, что эта тенденция будет только набирать обороты", — говорит дизайнер Александра Федорова.

Эксперты о трендах: от типового ремонта — к индивидуальным решениям

"На данный момент рынок квартир с индивидуальной отделкой от застройщика не сформирован, — констатирует Анна Абрамова, дизайнер интерьеров ENGEO Development. — Девелоперы не рискуют выводить объекты с индивидуальной отделкой, хотя запрос на рынке есть". Но там, где такая опция есть, она становится ключевым конкурентным преимуществом.

"На наших объектах все резиденции предлагаются с индивидуальной отделкой, что является неоспоримым плюсом при выборе", — подчеркивает Абрамова. В качестве примера эксперт приводит недавнюю скрупулезную работу: в тот раз несколько месяцев было потрачено для селекции слэбов кварцита для проекта "Камергер" от ENGEO Development. В результате, говорит Абрамова, получился бутиковый продукт, который невозможно повторить конкурентам.

Натуральные материалы и умная начинка: новые маркеры роскоши

Упомянутые слэбы отвечают еще одному тренду в элитном дизайне — запросу на натуральность. По словам опрошенных РБК экспертов, в ответ на обилие цифровых технологий и "ненастоящего" в повседневной жизни люди начинают ценить аутентичные материалы.

В премиальном сегменте натуральные материалы — must have. Побочный эффект эволюции — в огромном количестве заменителей, отмечают участники рынка. "Жизнь становится как бы ненастоящей: все эти соцсети, виртуальные банки и так далее. Люди ценят натуральное, реальное — это дает энергию. Натуральное дерево ощущается иначе, чем пластиковая имитация: разница чувствуется на уровне интуиции", — говорит Александра Федорова.

Дизайнер Полина Пицдан подтверждает тренд на натуральность и отмечает, что в этом направлении девелоперы уже достигли реального прогресса. "В ряде современных комплексов премиум-класса застройщики уже готовы включать натуральный камень и массив в базовую отделку, а не как опцию. Особенно это заметно в проектах MR Group, Vos'hod, Vesper", — добавляет дизайнер Полина Пицдан.

При этом истинная элитарность сегодня определяется не столько дорогой отделкой, сколько заложенными инженерными возможностями. "Качество жизни определяется в том числе инженерными решениями — это

комфортный климат, свежий воздух, влажность, тепло. Каким бы дорогим и красивым интерьер ни был, если там нет свежего воздуха или там очень сухо, жить будет невозможно", — подчеркивает Александра Федорова.

По словам эксперта, типичные проблемы крупных комплексов связаны с тем, что подрядчики в попытке сэкономить заявляют, что у них есть приточно-вытяжная централизованная система, но в действительности объем воздуха в таких интерьерах занижен и жить в них тяжело — приходится устанавливать дополнительные системы.

Еще одна критически важная деталь, по словам Александры Федоровой, — "пирог" пола: некоторые застройщики закладывают его совсем небольшим — невозможно выполнить минимальные перепланировки санузлов (например, отодвинуть унитаз подальше от стояка или расширить ванну, потому что "пирога" пола не хватает для уклона).

Подобные примеры не редкость, но во всех случаях это снова противоречие запросу на качественную готовую индивидуальную отделку.

Интерьер как искусство

Еще одна характерная черта современных проектов — все более тесная связь интерьера и искусства. "В моих проектах искусство всегда является неотъемлемой составляющей. Оно формирует не только идеальный интерьер, но и отражает характер и настроение своего владельца", — отмечает Полина Пидцан.

"Очень часто наши интерьеры начинают создаваться от любимой картины или винтажного шкафа резидента. Я очень люблю такие проекты, так как они сразу дают вектор, чем вдохновляться", — делится Анна Абрамова.

Параметры интеграции арт-объектов разнообразны. Иногда предмет становится ярким акцентом в интерьере и требует картинный свет. Для скульптур используют специальные пьедесталы, которые подчеркивают красоту предмета в интерьере. В случае использования тяжелых предметов искусства в стене действительно могут потребоваться укрепления — это учитывается на этапе строительства.

Какой будет классика будущего

В погоне за индивидуальностью и актуальными трендами возникает ключевой вопрос: как не превратить уникальный интерьер в нечто устаревшее уже через несколько лет? По мнению экспертов, ответ кроется в балансе между смелыми дизайнерскими решениями и вневременной основой. Сергей Красюк, интерьерный фотограф, основатель Krasyuk Production, видит рецепт интерьера вне времени в нескольких составляющих.

"В первую очередь, это хорошая архитектура с правильными планировками, наполненные интересными решениями анфилады, панорамные окна. Дальше на это накладываются качественные столярные решения со спокойными оттенками дерева. Цвета — бежевые, коричневые, белые. Атрибуты такого интерьера — либо коллекционный дизайн, либо предметы, которые уже стали иконами", — перечисляет эксперт.

При этом Красюк отмечает и парадокс: именно самобытные и яркие интерьеры чаще попадают на обложки глянца — в этих интерьерах есть характер и эмоция. Подобный дуализм и определяет будущее рынка элитной отделки. Покупатели будут искать компромисс: не отказываясь от индивидуальности и смелых арт-объектов, они станут ценить ту самую вневременную базу, которую могут обеспечить только качественная архитектура и продуманная инженерия от застройщика.

В итоге истинной роскошью станет не ультрамодный дизайн, а идеально функционирующее пространство, которое можно легко адаптировать под меняющиеся вкусы и жизненные сценарии — будь то новая картина или целая коллекция искусства. (РБК-Недвижимость 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Для переговоров нужен стол. "Деловой Петербург". 22 декабря 2025

Обладатель Гран-при премии "Национальный интерес" — президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей отрасли России (АМДПР), генеральный директор Первой мебельной фабрики Александр Шестаков вместе с "ДИ" рассмотрел возможные сценарии будущего для игроков этого рынка

Как вы оцениваете итоги 2025 года в мебельной промышленности России?

— Мебельная отрасль сейчас переживает те же проблемы, что и вся экономика страны. В этом году мы увидели снижение спроса на мебель со стороны розничных покупателей, объём рынка сократился и, как следствие, заметно выросла конкуренция. Она возникает не только между ведущими производителями, мы наблюдаем сильное давление на отрасль серого рынка и маркетплейсов, которые пользуются существующими лазейками в законе и конкурируют с крупными производителями за счёт того, что имеют очень сильные послабления по налогам. Помимо этого, нелегальные производители очень часто экономят на сырье и фурнитуре — это позволяет им создавать видимость низкой цены. Такая мебель, как правило, продаётся на маркетплейсах, которые не заинтересованы в отслеживании качества продукции. В итоге — как обычно — нарушаются интересы покупателя.

Увеличение доли корпоративных и госзаказов станет драйвером развития рынка?

— Ёмкость рынка b2b действительно позволяет говорить о хороших перспективах для развития мебельного бизнеса в этом направлении. По нашим данным, в сегменте корпоративных заказов в 2025 году отмечен существенный рост. Во многом это определяет тренд на возвращение компаниями сотрудников в офисы. Кроме того, в Петербурге продолжается активное строительство гостиничных объектов и апарт-отелей. По сведениям консалтинговых агентств, до конца года в Северной столице будет введено в эксплуатацию более 1 тыс. номеров в новых "классических" средствах размещения и более 4 тыс. апартаментов. Мне кажется, это связано с тем, что бизнес

наконец—то перестал выводить деньги за рубеж, начал вкладывать в нашу страну, и туристическая отрасль является одной из самых интересных для таких инвестиций.

Более конкретный пример — показатели Первой мебельной фабрики: по предварительным итогам 2025 года доли b2c и b2b практически сравнялись: 52 к 48%, учитывая, что ранее розница давала 62% в доходе. Наша компания в последние годы системно развивает корпоративное направление, прежде всего повышая качество сотрудничества с застройщиками.

И это становится общим трендом для рынка. Тенденции в сегменте коммерческой недвижимости — и прежде всего рост объёмов строительства — позволяют обеспечивать для производителей мебели стабильность потока заказов, работу по более маржинальной модели.

Тем более направлений много — для игроков есть варианты найти свою целевую группу и уникальную нишу...

— Только наша фабрика реализовала более 600 проектов в рамках корпоративных заказов. Помимо гостиничного сектора и офисов это также театры, музеи, больницы, санатории, образовательные учреждения, спортивные объекты, банки — список можно продолжать дальше. Действительно, дифференциация предложения здесь возможна не только по сегментам. Мебель для опенспейс-пространства или коворкинга, зоны ресепшена и кабинета директора — это уже три возможные ниши для офиса.

Но всё же если говорить о работе на одном объекте — выигрывают "универсальные" крупные бренды, которые могут предложить достойные решения для каждого из указанных помещений. Поскольку для заказчика это более выгодно с точки зрения и временных затрат, и условий: по закупке материалов, логистике, срокам, взаимодействию с исполнителем.

А вырос ли спрос на решения под ключ?

— Доля мебелировки новостроек под ключ в общем объёме продаж, по нашей оценке, составляет 10–15%, хотя эта цифра могла бы быть выше.

В 2025 году Минстрой отложил до лучших времён законопроект о включении мебелировки в ипотечный кредит. Однако на практике это мало что изменило, поскольку застройщики и банки уже давно научились включать мебель в пакетное предложение и без отдельного закона. Механизм работает через рыночные инструменты. Осталось дождаться снижения ипотечной ставки до доковидного уровня, чтобы предложение стало ещё более привлекательным.

2025-й некоторые эксперты назвали "переломным" в развитии отрасли. Можно ли говорить, что к настоящему моменту завершилась глубокая трансформация российского рынка? И как тогда можете охарактеризовать текущий этап?

— К сожалению, сегодня отрасль по-прежнему находится в состоянии турбулентности. Реальная рентабельность предприятий остаётся на низком уровне: конечный потребитель получает мебель по минимальной цене, однако маржинальность производителей крайне ограничена. В этих условиях отрасли необходима государственная поддержка, поскольку компании вынуждены сдерживать цены ради сохранения спроса.

Кстати, ведь недавно АМДПР опубликовала данные, судя по которым с середины 2024-го годовой прирост стоимости мебели сократился приблизительно в 1,5 раза. И удорожание продукта сопоставимо с общей инфляцией или даже ниже. Что позволяет замедлять темпы роста цен?

— Речь про так называемый "индекс табуретки" или "индекс двушки". Действительно, по оценке Ассоциации, он за три квартала 2025 года вырос лишь на 2,6%. В среднем за год мебель подорожала на 5,4%. Этого удалось достичь благодаря тому, что свои усилия на сдерживание "мебельной инфляции" направили крупнейшие российские производители. Второй фактор, работающий на стабилизацию цен в сегменте экономкласса, — успешное импортозамещение в сегментах отделочных материалов и фурнитуры.

К слову, удалось ли уйти от сырьевой и компонентной зависимости?

— Что касается комплектующих, ситуация не изменилась и остаётся сложной. Значительная часть по-прежнему импортируется. После введения санкций произошло замещение поставщиков. Ранее отрасль была ориентирована на европейские компании, а сегодня это производители из Турции и Китая.

Наладить производство многих компонентов внутри страны возможно, однако это требует времени и существенных инвестиций. Например, ежегодные закупки металлической фурнитуры фабриками превышают \$1 млрд, притом что значительную часть этих изделий можно было бы производить внутри страны. Но потенциальных инвесторов сдерживают высокие цены на металл и жёсткие квоты на его поставку — без господдержки запуск таких производств весьма затруднителен.

С тканями ситуация несколько лучше: доля российских поставщиков постепенно растёт, однако ассортимент и объёмы пока не позволяют полностью закрыть потребности отрасли.

Многие виды пластмассовой фурнитуры уже производятся в России. Также запущено производство бумаги-основы для изготовления древесных плит — это была одна из наших давних проблем, которая теперь решена.

Необходимость модернизации и ремонта оборудования вряд ли добавляет позитива в общую картину?

— Определённо, но многие крупные производители ещё до введения санкций стали присматриваться к китайскому оборудованию. Сегодня оно вышло на уровень европейского, поэтому производители стали предусмотрительно переориентироваться на него. И поставки станков оттуда растут из года в год.

Появилось ли что-то новое в части технологий за последний год?

— Появилась возможность использовать 3D-печать для серийного производства кухонной мебели. До этого её применяли для создания эксклюзивной штучной продукции. К слову, нередко заказчиком выступает корпоративный сектор — прежде всего компании, для которых важно поддержать имидж современного инновационного предприятия, отразив это и в интерьере офиса или общественного пространства. На текущий момент такая мебель занимает очень маленькую долю в общем объёме заявок на рынке.

Но команда Первой мебельной изучила мировой опыт — и разработала новую кухонную коллекцию, в которой фасады изготавливаются с использованием крупноформатной 3D-печати из термопласта PETG (Polyethylene Terephthalate Glycol-modified). То есть это 3D-панели, созданные по эскизам фабрики. Но по сути благодаря новой технологии каждый может напечатать фасад для кухни с рельефом и декором по своему вкусу. Ранее крупный и средний мебельный бизнес не использовал этот материал — проект стал первым для отрасли. Но мы ожидаем, что распространение PETG в премиальном сегменте пойдёт хорошими темпами.

Как оцениваете экспортный потенциал российских компаний?

— Наша мебель уже давно считается одной из лучших в мире по соотношению цена/качество. Интерес к ней довольно высок, однако основное препятствие — высокие пошлины. Здесь необходима помощь государства в переговорном процессе.

Вы уже не раз говорили о том, что на внутреннем рынке конкуренцию усиливает то, что часть продукции отечественных производителей, ранее поставлявшейся в Европу, сегодня реализуется в России, и есть ещё зарубежные предприятия со своим продуктом...

— С 2022 года объём импорта держится на уровне 100 млрд рублей в год, из которых 25–30 млрд приходится на мебель из недружественных стран. Отсутствие пошлин и сохранённые логистические цепочки позволили иностранным компаниям восстановить поставки.

По нашим оценкам, к концу 2025 года объём продаж мебели из недружественных стран может вырасти до 40 млрд рублей, а в 2026-м импорт увеличится ещё на 5–10% за счёт укрепления каналов поставок и перераспределения спроса в пользу более дешёвых решений в экономсегменте.

Насколько сегодня защищены интересы отечественных промышленников? Учитывая, что российский рынок продолжает привлекать новые иностранные компании — и даже возвращаются некоторые из ушедших зарубежных игроков...

— Сегодня отечественные мебельщики находятся в неравных условиях с иностранными компаниями на собственном рынке. Поэтому АМДПР выступает за введение повышенных пошлин на импорт мебели.

Возникает парадоксальная ситуация. Значительная часть импорта идёт из недружественных стран и конкурирует с российскими компаниями на внутреннем рынке. При этом европейский рынок для наших фабрик давно закрыт. При текущем уровне пошлин 9–12% мы фактически субсидируем рабочие места за рубежом. Это те 30–40 млрд рублей, которых недосчитываются наши производители.

При этом есть данные по сокращению количества российских компаний в 2025-м, так как в текущих условиях многие не справились с вызовами. Однако в предыдущие пару лет появилось большое число локальных игроков — ждётся ли волна слияний и поглощений в 2026-м?

— Есть вероятность, что количество компаний продолжит уменьшаться из-за того, что производители будут уходить в тень в связи с повышением НДС. В последние годы благодаря льготам и финансовой поддержке государства доля нелегальной продукции сократилась до 10–15%. Однако ситуация может измениться: серое производство снова начнёт расти и к концу 2026 года может вернуться к прежнему показателю — 40% в некоторых сегментах мебельного рынка.

Что касается M&A-сделок, конкретных прогнозов здесь нет, но крупным системным игрокам могут быть интересны нишевые бренды, которых появилось на рынке достаточно много, но чья бизнес-модель оказалась неустойчива в условиях постоянного роста издержек.

Предлагаю чуть подробнее поговорить про маркетплейсы. В одном из интервью "Деловому Петербургу" вы говорили, что они являются проблемой для всех товаропроизводителей...

— Необходимость регулирования маркетплейсов назрела уже давно. Их доля в продажах мебели превысила 30% и может приблизиться к 40% уже в 2026 году — это 100–150 млрд рублей в год. Однако правила взаимодействия с площадками пока остаются непрозрачными: комиссии растут, ответственность за повреждение товаров при доставке часто перекладывается на производителя, а условия офферт меняются в одностороннем порядке.

Малый бизнес, доля выручки которого в общих продажах мебели превышает 50%, вынужден принимать любые условия крупных площадок. АМДПР считает, что без дополнительного регулирования качество мебели будет ухудшаться, а с рынка могут уйти до 15% небольших производителей, не выдержав постоянно нарастающего давления со стороны площадок.



Уже готовится законопроект о платформенной экономике России, который должен вступить в силу с 1 октября 2026-го, — но из текущей редакции убрали предложение традиционной розницы и других участников e-commerce об ограничении общего объёма средств, которые компания может инвестировать в скидки в течение года (предлагалось установить предел не более 10% общего оборота товаров площадки за прошлый год). Что ещё осложняет конкуренцию с такими онлайн-гигантами для представителей мебельной промышленности?

— До 50% мебели на маркетплейсах находится в теневом сегменте. Это означает, что такие компании не только недоплачивают налоги, но и не соблюдают технические регламенты безопасности мебельной продукции, а также прочие требования, предъявляемые к производителям российским законодательством. Если сделать рынок полностью прозрачным, это будет выгодно всем: производителям, поставщикам, продавцам мебели, государству и потребителям. Пока мы далеки от этого, но я надеюсь, что владельцы платформ пойдут нам навстречу и помогут в борьбе с теневым сектором ещё до начала работы закона.

А каковы основные точки роста для участников отрасли, дозагрузки производств?

— Весьма перспективным был и остаётся рынок новостроек. К сожалению, в данный момент он стагнирует. Однако, если рассматривать ситуацию в будущем, развитие этого сегмента будет положительно влиять на мебельный рынок. По нашим данным, доля мебелированных новостроек за 7 лет увеличилась в 8 раз — это весьма высокий показатель. Несмотря на отсутствие соответствующего законодательства, рынок отреагировал и начал развиваться. Если спрос на квартиры восстановится до прежнего уровня в течение 2 лет, доля квартир с мебельровкой в городах-миллионниках в сегментах эконом- и комфорт-класса может вырасти с 15 до 20–25%. А с принятием закона эта доля, конечно, будет ещё выше.

Если говорить про сотрудничество с застройщиками, то здесь у Первой мебельной есть весомый козырь: наличие девелопера City Solutions в составе холдинга...

— И не только это. Нашим ключевым стратегическим партнёром по мебелировке квартир в новостройках на рынке Санкт-Петербурга является компания Setl City. И в проектах этой компании, и в проектах нашего застройщика есть предложения по мебелировке квартир под ключ. И на них мы видим хороший спрос.

Но также растёт заинтересованность в другой нашей совместной работе в формате под ключ — строительство и мебелировка объектов разного назначения: школы, спортивные пространства, промышленные здания, жилые дома и пр. Опять же такое повышение интереса характеризует момент — клиент как на потребительском рынке, так и в сегменте b2b — особенно в сегменте b2b — сегодня считает деньги, стремится сокращать издержки. При таком комплексном решении есть возможности для экономии без потери качества.

Вы уже говорили о том, что сегмент коммерческой недвижимости для мебельной отрасли сегодня представляет особую зону интересов. А какие именно направления считаете наиболее перспективными?

— В Первой мебельной мы отмечаем устойчивый спрос на наши комплексные интерьерные решения, а также на разработку эксклюзивных проектов. Сегодня многие компании уделяют особое внимание идентичности бренда — что отражается в корпоративных заказах: это и офисные, и общественные, и спортивные пространства. Кроме того, есть запрос на экологичность продукции, высокий показатель эргономичности.

Один из ярких примеров нестандартного заказа, реализованного нашей компанией, — 14-метровые ворота для Эрмитажа. Не менее интересный — один из крупнейших столов в стране, изготовленный для саммита Россия — Африка. То есть отдельная ниша — это крупные MICE-проекты.

У вашей мебельной компании богатое портфолио по сектору b2b. Поделитесь опытом: что важно для производителя, работающего в данном сегменте, — чего хочет заказчик?

— Многое зависит от типа мебели и её эксплуатации. Чтобы выстроить долгосрочные отношения с клиентом, важно прежде всего быть надёжным партнёром, то есть соблюдать сроки, поддерживать высокое качество продукции и предлагать удобный сервис.

На некоторых проектах действуют очень жёсткие графики: нужно быстро произвести, доставить и смонтировать. Особенно трудно, когда идёт речь о нестандартной мебели, ведь не все процессы можно автоматизировать и часть работы выполняется вручную. Но именно в этом и заключается ценность нашей работы: мы умеем решать сложные задачи.

Каковы ваши прогнозы на 2026 год?

— В условиях неопределённости сложно давать какие-либо прогнозы, но мы с оптимизмом смотрим в будущее. По оценке аналитиков "Сбера", с которой мы согласны, ожидается возвращение положительной динамики производства во втором полугодии 2026 года. Поэтому мы считаем, что в 2026 году производство в натуральном выражении вырастет почти на 4% — со 103 млн до 107 млн штук, а в денежном выражении рост превысит 10% — с 604 млрд до 670 млрд рублей.

Для справки: Название компании: *Первая Мебельная Фабрика, ЗАО* Адрес: 197374, Россия, Санкт-Петербург, Мебельный пр-д., 4 Телефоны: +7(812)2102365 E-Mail: info1mf@1mf.ru Web: <https://www.1mf.ru/> Руководитель: Шестаков Александр Николаевич, генеральный директор (Деловой Петербург 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Отраслевые мероприятия

"Woodex-2025": вся отрасль на 12 тысячах квадратных метров и переход на ежегодный формат.

Со 2 по 5 декабря 2025 года в "Крокус Экспо" в Москве успешно прошла 19-я международная выставка Woodex, впервые объединенная с выставкой инструментов ToolMash. Мероприятие не только подтвердило статус одного из ключевых отраслевых событий в России и СНГ, но и обозначило новый вектор развития: с 2026 года выставка официально переходит на ежегодный формат. Это решение, поддержанное лидерами рынка, призвано сделать диалог в ЛПК более динамичным и обеспечить индустрию современной площадкой для нетворкинга и развития бизнеса.

Масштабная экспозиция и новый цифровой инструмент

На экспозиции площадью 12 200 кв. м своё оборудование представили свыше 200 компаний из 8 стран, в том числе 40 новых участников. За четыре дня выставку посетили 6 379 специалистов из 23 государств и 75 регионов России. Важной цифровой инновацией стало приложение для нетворкинга **Woodex Connect**. Его сервисы лидсканирования и метчмейкинга оказались крайне востребованы: экспоненты сделали 3 051 скан, а общее число сканирований достигло 3 816, что превзошло все ожидания организаторов.

Деловая программа как барометр отрасли

Параллельно с экспозицией работала насыщенная четырехдневная деловая программа, ставшая площадкой для стратегического диалога. В рамках 13 тематических мероприятий выступили 63 эксперта, а общая посещаемость секций составила 448 специалистов.

Программа балансировала между традиционными темами и вызовами будущего. Традиционные темы программы – рынки фанеры и пиломатериалов: тенденции, перспективы развития, состояние ЛПК и меры поддержки производителей оборудования, Утилизация древесных отходов. Мероприятия организованы в партнерстве с Ассоциацией "Лестех".

В пленарной сессии "Состояние ЛПК и меры поддержки отрасли и производителей оборудования" принял участие Георгий Жеребятьев, заместитель начальника отдела развития станкоинструментальной промышленности Департамента станкостроения и тяжелого машиностроения Минпромторга России.

Деловую программу поддержала Китайская ассоциация лесного машиностроения (CNFMA), в пленарной сессии принял участие президент Ассоциации Вэй Цзян.

Особое внимание в программе привлекли сессии в обновлённых форматах с новым составом спикеров:

"Роботизация деревообрабатывающих и мебельных производств", организованная совместно с Консорциумом робототехники систем интеллектуального управления.

"ЛКМ и клеи для деревянного домостроения, МАФ и окон", где обсуждались современные материалы.

Впервые в истории Woodex были представлены три специализированных форума:

Форум "Эффективное мебельное производство: от слов к делу". Соорганизатор – первое в мебельной индустрии коммуникационное агентство Furniture Communication Project. Форум стал открытой дискуссионной площадкой для обсуждения целого спектра вопросов, касающихся эффективности мебельного производства: от господдержки, автоматизации и роботизации до цифровизации и бережливости на производстве. Среди спикеров форума: Сергей Порошин, Эксперт, АНО Мосстратегия; Дмитрий Пищальников, Вице-президент "Опора России".

Сессия "Будущее деревянного домостроения: префабы, модули, загородный девелопмент" Соорганизатор – Ассоциация развития модульного строительства. Мероприятие было посвящено обзору рынка деревянного домостроения и доли префабов, модульных домов и МАФ на рынке. Эксперты обсудили различия между индустриальным домостроением и (ИЖС), поговорили о загородном девелопменте и "деревянных" технологиях, а также представили обзор реализованных проектов, демонстрирующих эффективность и преимущества использования таких технологий.

Сессия "Мебель для NoReCa" Ключевыми темами к обсуждению стали: адаптация под меняющиеся потребности рынка NoReCa: анализ трендов, выявление новых требований и рекомендации по разработке инновационных решений.

Что касается новых форматов мероприятий, стоит отметить, что в этом году Woodex впервые стал площадкой для проведения 6-го Отраслевого чемпионата специалистов мебельной и деревообрабатывающей промышленности WoodworkingSkills, организатор – Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР).

Деловая программа показывает, что Woodex 2025 удалось зафиксировать ключевой переходный момент для ЛПК: от обсуждения текущей конъюнктуры — к проектированию технологического будущего. Переход на ежегодный формат закрепил за выставкой роль акселератора отраслевых изменений.

20-я ежегодная юбилейная выставка Woodex пройдет с 1 по 4 декабря 2026 года в Москве, МВЦ "Крокус Экспо", павильон 1. (ЛесПромИнформ 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Инвестиционные проекты

Новый резидент СПВ создаст современное мебельное производство в Приморье.

Компания "Сервис-комплект" стала резидентом Свободного порта (СПВ) с целью реализации инвестиционного проекта по строительству современного производственного комплекса во Владивостоке. На новом предприятии будет запущен полный цикл производства корпусной и встраиваемой мебели из ДСП. По соглашению с КРДВ, объём инвестиций составит 300 миллионов рублей, будет создано 27 новых рабочих мест.



Корпорация развития
Дальнего Востока и Арктики

Производство расположится на арендованном земельном участке площадью 5,8 тыс. кв. метров во Владивостоке. Проектная мощность позволит выйти на месячную выручку от производства мебели в размере 5 миллионов рублей и от услуг по сборке и установке - около 500 тысяч рублей.

"Статус резидента СПВ даёт нам возможность в сжатые сроки реализовать проект создания современного мебельного производства с полным циклом во Владивостоке. Льготный режим позволяет оптимизировать финансовую нагрузку на старте и сосредоточить ресурсы на внедрении технологий и организации эффективного производственного процесса", - отметил генеральный директор ООО "СЕРВИС-КОМПЛЕКТ" Александр Леунов.

Резиденты СПВ получают существенные преференции, среди которых налоговые льготы - нулевые ставки на землю – до 3 лет, на имущество и прибыль на 5 лет, а также сниженные с 30% до 7,6% страховые взносы на 10 лет. Кроме того, резиденты могут воспользоваться административной поддержкой, механизмом свободной таможенной зоны (СТЗ), а также кадровыми и маркетинговыми инструментами КРДВ.

"Этот проект направлен на импортозамещение и развитие производственных компетенций в регионе. Со стороны Корпорации предприятию будет оказано комплексное сопровождение, включая административную, маркетинговую и кадровую поддержку. Мы заинтересованы в том, чтобы резидент мог максимально быстро приступить к выпуску продукции", - прокомментировал директор КРДВ Приморье Алексей Дунаев.

По данным Корпорации развития Дальнего Востока и Арктики, в Приморском крае проекты реализуют около 1800 резидентов СПВ, из которых 569 проектов уже введены в эксплуатацию. Совокупный объем заявленных инвестиций превышает 578 миллиардов рублей, создано более 54 тысяч рабочих мест.

С 1 сентября 2024 года процедура получения статуса резидента СПВ была упрощена. Для подачи заявки теперь требуется бизнес-план с основными параметрами проекта, а минимальный порог инвестиций составляет 500 тысяч рублей на три года.

Для справки: Название компании: *Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики, АО (КРДВ, ИНН 7723356562)* Адрес: *690091, Россия, Приморский край, Владивосток, пр. Океанский, 17, каб. 1403* Телефоны: *+78007075558* E-Mail: info@erdc.ru Web: <https://erdc.ru/>; <https://arctic.erdcr.ru/>; <https://spv.erdcr.ru/> Руководитель: *Запругаев Николай Олегович, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам Министерства Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики) 22.12.25)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Одобрен проект строительства мебельной фабрики в Красноярске.

Проектная документация для строительства мебельной фабрики на ул. Пограничников в Красноярске получила положительное заключение негосударственной экспертизы.

В едином госреестре заключений сообщается, что проект реализует "Мебельная мануфактура Красноярска". Проектную документацию готовил "Красноярский Промстройиниипроект".

Напомним, в мае 2025 на деревообрабатывающем заводе на территории бывшего комбината "Мекран" представили первые образцы мебели. Главным кредитором строительства фабрики стал "Внешэкономбанк". В 2023 перезапуск производства вошел в перечень приоритетных инвестиционных проектов Стратегии социально-экономического развития СФО до 2035. Инвестиции ВЭБ составили около 4,5 млрд рублей (по другим источникам — 4,8 млрд рублей), и еще 1,1 млрд рублей в проект вкладывал сам "Мекран". Производственная площадка расположена на площади 36 тыс. кв. м. Пока там занято около 200 человек.

К серийному производству мебели фабрика планировала выйти к середине 2026. В конце октября там побывал Максим Решетников, министр экономического развития России. Тогда сообщалось, что на производстве ведутся пусконаладочные работы, запускают производственные линии и тестируют выпуск опытных образцов продукции.

Параллельно с достройкой производственного комплекса и отлаживанием технологических процессов на предприятии, мы активно осваиваем производство новых образцов продукции. Интерес к российской мебели и



МЕБЕЛЬНАЯ
МАНУФАКТУРА
КРАСНОЯРСКА

изделиям из дерева — очень высокий", — отмечал Константин Данилов, генеральный директор "ЛесИнвест", управляющей "Мебельной мануфактурой Красноярск".

Для справки: Название компании: Мебельная мануфактура Красноярск, ООО (ММК, ООО, ИНН 2465346051)
 Адрес: 660111, Россия, Красноярский край, Красноярск, ул. Пограничников, 21 Телефоны: +73919897974 Web: <https://mmkras.com/> Руководитель: Данилов Константин Валентинович, генеральный директор УК ООО "Лесинвест"

Для справки: Название компании: Красноярский ПромстройНИИпроект, ОАО Адрес: 660041, Россия, Красноярский край, Красноярск, пр. Свободный, 75 Телефоны: +7(391)2902000 E-Mail: info@psnp.ru Web: <http://www.psnpr.ru> Руководитель: Архипов Андрей Александрович, генеральный директор (Деловой квартал (Красноярск) 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Стул Групп" открыла мебельный производственный комплекс под Москвой.

Компания "Стул Групп" ввела в эксплуатацию заводской корпус нового промышленно-логистического комплекса в Воскресенске, Московская область. Объем инвестиций в производство полного цикла составил около 500 млн руб. Открытие происходит на фоне снижения ключевых отраслевых индикаторов: индекс промышленного производства в России за январь–октябрь 2025 года вырос лишь на 1%, а выпуск мебели за январь–август сократился на 8,8%, по данным Росстата.



Ввод новых промышленных мощностей — часть стратегии, направленной на формирование национального лидерства в сегменте стульев. Выручка "Стул Групп" в 2024 году достигла 3,6 млрд руб., прогноз на 2025 год — 4 млрд руб.

Этот рост контрастирует с общерыночной тенденцией. С начала 2025 года продажи мебели в России упали на 10–15%, а количество новых компаний в сегменте за первое полугодие сократилось более чем на 15%.

"Полный контроль над производственной цепочкой — от металлообработки до сборки — позволяет управлять себестоимостью и качеством в условиях нестабильности, — заявил генеральный директор "Стул Групп" Кирилл Лебедев. — Новый промышленно-логистический комплекс станет основой для развития и обеспечит нам возможность выхода на зарубежные рынки".

Решение о размещении производства в Московской области согласуется с макроэкономической статистикой региона. За январь–сентябрь 2025 года индекс промпроизводства в Подмосковье составил 103,2%, что выше среднероссийского показателя.

Производственный корпус площадью 11 тыс. кв. м уже запущен. На производстве создано 80 рабочих мест, впоследствии планируется расширение штата до 200 человек. Производственные мощности оснащены новейшим оборудованием, включая роботизированные сварочные комплексы, швейные автоматы и покрасочные системы последнего поколения. Предприятие создано по принципу производства полного цикла: металлообработка, деревообработка, покраска, швейное производство и сборка — все расположено на одной площадке. Такой подход направлен на снижение зависимости от импорта комплектующих, доля которых на российском мебельном рынке, по оценкам, составляет около 25%.

Производство мебели под брендами Stool Group, Top Chairs и другими торговыми марками будет сосредоточено на выпуске стульев, столов, кресел и предметов интерьера, объединяющих современный дизайн, функциональность и качество.

"Стул Групп" занимает одну из первых позиций в категории "стулья" на маркетплейсе Ozon, обрабатывая до 6 тыс. заказов ежедневно. Следующей задачей компания называет выход на экспорт. В качестве первоначального направления выбрана Саудовская Аравия, переговоры с потенциальными дистрибьюторами уже ведутся.

Таким образом, запуск завода "Стул Групп" демонстрирует стратегию, которую выбирают крупные игроки в условиях продолжающейся консолидации мебельного рынка: глубокая специализация на ключевых продуктах, создание замкнутого производственного цикла и активное развитие цифровых каналов продаж для компенсации общего снижения рыночной активности.

Для справки: Название компании: Стул Групп, ООО Адрес: 141407, Россия, Московская область, Химки, ул. Панфилова, влд. 19, стр. 1, эт, помещ 10, 21-22 Телефоны: +74951820952; +74951820990 E-Mail: info@stoolgroup.ru Web: <https://stoolgroup.ru/> Руководитель: Лебедев Кирилл Александрович, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Региональные новости

Не успели выбиться в лидеры: мебельщики Дагестана радикально снижают цены для удержания спроса.

Об этом сообщил портал "Республиканское информационное агентство" со ссылкой на Ассоциацию мебельщиков Республики Дагестан (АМРД). Уточняется, что местные производители отмечают серьёзный спад спроса на продукцию. По данным из декабрьского отчёта Банка России "Региональная экономика", антирекорд зафиксировали ещё в III квартале 2025 года.

Мебельные ретейлеры и производители Северного Кавказа говорят о том, что из-за ситуации на рынке недвижимости люди стали значительно реже покупать товары для обустройства дома. Также ухудшает ситуацию рост конкуренции и затрат на комплектующие. Кроме того, пусть у определённой доли предприятий и сохраняется потребность в расширении производств, это не получается осуществить из-за дефицита кадров.

Негативные тренды наблюдаются и в нише сопутствующих материалов.

В АМРД подчёркивают, что многие мебельщики, чтобы удержать клиентов более привлекательной ценой, снижают наценки на свою продукцию до минимума.

Но, добавляет издание "Дагестанская правда", некоторые представители отрасли стараются сохранить объёмы выпуска путём модернизации оборудования. Издание говорит о региональном поставщике ЛДСП и других комплектующих (название компании не называется), который автоматизировал отдельные процессы, например, сверловку. Теперь продукцию комплектуют с этикеткой и поставляют готовой к сборке.

Проблема ощущается особенно остро на контрасте с показателями отрасли за два позапрошлых года. Напомним, по итогам 11 месяцев 2024 года регион отгрузил продукции на сумму 1 млрд 131 млн рублей, что превысило показатели того же периода 2023 года на 11,3%. Льготная ипотека приносила свои плоды. Также Дагестан оказался на первом месте среди регионов России по числу вакансий для сотрудников общепита и гостиничной сферы. В Махачкале и других городах региона в тот период начался взлёт внутреннего туризма, из-за чего число заказов на мебель только росло. (Индустрия мебели 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Калининградский мебельный кластер подтвердил свой статус: поможет ли это местным отраслевым?

О том, что мебельный промышленный кластер Калининградской области прошёл все необходимые проверки и соответствует необходимым требованиям, написали на профильном сайте "Нацпроекты.рф". Его статус подтвердил Минпромторг.



На сегодняшний момент кластер формируют шесть компаний, среди которых не только мебельщики, но и производители элементов сантехники и даже судостроители, которые на своей площадке занимаются производством мебельных комплектующих. Речь идёт о таких компаниях, как "Феникс", "Аквелла Инвест", "Максик", "Ушаковские Верфи", "Идеальные душевые системы", "Пранкор".

Курировать мебельное объединение и выступать в качестве управляющей компании будет местное отделение Фонда развития промышленности. А работать оно будет на базе центра "Мой бизнес".

Получение статуса кластера даёт его участникам возможность:

получать льготные займы от организации-куратора (средства можно будет направить на реализацию совместных проектов);

выпускать тестовые партии продукции (созданные в рамках кооперативных цепочек) и получать на них субсидии; при заявке на участие в госпрограммах рассчитывать на приоритетное рассмотрение.

Директор местного Фонда развития промышленности Кирилл Лило заметил, что это результат совместной годовой работы. Эксперт уверен, что это реальный инструмент развития, благодаря которому предприятия могут достичь значительных успехов даже в непростых нынешних условиях.

Напомним, что за 2025 год, особенно после введения 18-го пакета санкций, мебельный рынок Калининградской области очень пострадал. Едва ли не сильнее всех в стране. В сентябре 2025 года губернатор Калининградской области Алексей Беспрозванных, по итогам встречи с мебельщиками, поручил разработать план поддержки отраслевиков.

Сейчас в России работает четыре мебельных кластера, включая калининградский. На выставке "Мебель и деревообработка Урал 2025" представители ФРП активно продвигали среди мебельщиков этот формат.

Можно предположить, что в случае успехов Калининградского кластера, он может пополняться участниками. Или же другие компании могут задуматься о создании собственного объединения.

Для справки: Название компании: Аквелла Инвест, ООО Адрес: 236005, Россия, Калининградская область,



Калининград, ул. Петрозаводская, 98 Телефоны: +74012605003 Факсы: +7(4012)605081 E-Mail: info@aqwella.ru
Web: <https://aqwella.ru> Руководитель: Перунов Евгений Валерьевич, генеральный директор

Для справки: Название компании: Максик, ООО (Торговая сеть Максик) Адрес: 236034, Россия, Калининградская обл., Калининград, Дзержинского ул., 244 Телефоны: +7(4012)732080; +7(800)7009133 Факсы: +7(4012)452252 E-Mail: info@maxick.ru Web: www.maxick.ru Руководитель: Дунаева Иветта Валерьевна, директор (Индустрия мебели 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Предприниматели из четырех стран знакомятся с новгородскими производителями.

Новгородский центр поддержки экспорта организовал визит в регион представителей 12 компаний из Казахстана, Монголии, Туркменистана и Таджикистана. Центральным событием программы пребывания в Великом Новгороде стали переговоры с новгородским бизнесом в ИНТЦ "Интеллектуальная электроника - Валдай". Об этом сообщили в региональном мининвесте.

"Учитывая меняющийся мир и потребности, мы пытаемся находить для наших предпринимателей альтернативные рынки сбыта. В этот раз пригласили бизнес из четырех государств, с которыми мы работаем, но хотелось бы наращивать объемы поставок", - сказал заместитель директора Новгородского центра поддержки экспорта Елена Петрова.

Иностранцам предпринимателям интересен широкий перечень новгородских товаров: продукты питания, пиломатериалы, мебель и оборудование для его производства, мебельная фурнитура, электротехника, оборудование для горнодобывающей и нефтегазовой отраслей, удобрения, товары для дома и детей.

"Я приехал, потому что хочу установить связи с местными предпринимателями, чтобы их продукты вышли на монгольский рынок. Через него можно экспортировать в азиатские страны", - сообщил генеральный директор ООО "ШИГИ" Ганболд Эрдэнэбилег.

В экспортном центре отметили продуктивность переговоров на площадке ИНТЦ "Интеллектуальная электроника - Валдай". Гости также посетили предприятия, познакомились с производственными процессами.

Добавим, на данный момент Новгородская область наиболее активно экспортирует в Казахстан. По итогам 2024 года по некоторым группам товаров наблюдается увеличение объемов поставок от 2 до 4 раз. Экспорт в Туркменистан, Монголию и Таджикистан скромнее, но тоже растет по сравнению с 2023 годом.

Ранее в этом году экспортный центр организовал приезд в регион представителей деловых кругов Киргизии и Узбекистана.

Мероприятия для бизнеса Новгородский центр поддержки экспорта проводит при содействии регионального министерства инвестиционной политики по нацпроектам "Международная кооперация и экспорт", "Эффективная и конкурентная экономика". (INFOLine, ИА (по материалам Администрации Новгородской области) 15.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новости компаний

Как преобразить интерьер в год лошади.

Приближается Новый 2026 год — время ярких перемен и новых возможностей. По восточному календарю этот год пройдет под знаком Красной Огненной Лошади — символа энергии, стремления к движению вперед. Новый 2026 год — идеальное время обновить интерьер своего жилища, добавив элементы цвета, света и движения. Декоративные аксессуары и текстиль с изображением лошади, предметы красного и оранжевого цветов, свечи и гирлянды, создающие атмосферу тепла и радости. Эти аксессуары станут прекрасным дополнением к новогоднему настроению и принесут удачу в новом году.

Какие материалы и цветовая палитра благоприятны для встречи 2026 года



Красный — основной цвет, олицетворяющий удачу, энергию и страсть. Его оттенки (от терракотового до бордо) стимулируют активность и уверенность, способствуют успеху и внутреннему подъёму.

Земляные оттенки уравновешивают огненную энергетику, дарят чувство стабильности и комфорта. Оптимальны желтый, карамельный, песочный, бежевый и терракотовый цвета.

Оттенки зеленого (оливковый, нефритовый, мшистый) символизируют развитие и жизненные силы, гармонично дополняя главную стихию года.

Этот новый год обещает принести много приятных сюрпризов и открытий. Пусть Красная Огненная Лошадь принесет Вам радость, счастье и успех!

Для справки: Название компании: *Эрисманн, ООО* Адрес: 140207, Россия, Московская область, с. Новлянское, ул. Сельская, 10 Телефоны: +7(495)5439161 E-Mail: erismann@erismann.ru Web: <https://erismann.ru/> Руководитель: Пятанина Светлана Викторовна, генеральный директор (По материалам компании 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Мебель

Мебель для ванных комнат AXIS - новинка от OASIS.

Название коллекции отсылает к центральной "оси" - точке равновесия дизайна, вокруг которой выстроены все элементы. Лаконичные и плавные линии подчёркивают спокойную эстетику интерьера. Фасады мебели изготавливаются из MDF с разнообразными декоративными покрытиями: доступен глянцевый и матовый лак широкой палитры оттенков, а также меламиновые плёнки с фактурой натуральных материалов (камень, бетон, дерево и пр.). Столешницы могут быть из закалённого стекла или композитного материала.

credit·ceramica



Коллекция Axis отличается функциональностью и "скрытыми" решениями. Модели спроектированы без выступающих ручек (система Gola) и с механизмом push-to-open, поэтому фасады остаются гладкими и ровными. В серии используются крупные зеркала Vero с подсветкой и высокие шкафы-пеналы с поворотными дверцами на 360°. У некоторых модулей применяются изогнутые боковины (торцевые элементы со скруглёнными фасадами). Мягкое светодиодное освещение подчёркивает геометрию форм, делая интерьер ванной комнаты более уютным и продуманным.

Для справки: Название компании: Димаро, ООО (Торговая сеть Кредит Керамика) Адрес: 127015, Россия, Москва, ул. Вятская, 27, к.5 Телефоны: +7(495)9560059; +7(495)7877140 E-Mail: ceramica@ceramica.ru Web: www.ceramica.ru Руководитель: Саркисян Ирина Арсеновна, генеральный директор (По материалам компании 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

ШАТУРА — Бренд года 2025 в номинации "Мебель по индивидуальному проекту".

Компания ШАТУРА стала победителем национальной премии "Бренд года в России 2025" в номинации "Мебель по индивидуальному проекту".

Шатура

Эта награда подтверждает правильность выбранной стратегии и фокус на развитие сегмента мебели на заказ.

"Бренд года в России" — масштабная национальная премия, в которой участвуют компании из разных отраслей экономики.

Все претенденты проходят многоуровневый отбор: от подачи заявки до серии защит презентаций перед авторитетным жюри. В состав совета входят эксперты в области брендинга, маркетологи и специалисты по стратегическим коммуникациям.

Проект ШАТУРА успешно прошёл все этапы оценки и был высоко отмечен экспертами.

Победа в номинации "Мебель по индивидуальному проекту" подчёркивает значимость направления мебели на заказ для компании и рынка: индивидуальные решения становятся ключевым инструментом формирования современного интерьера.

Награда "Бренд года в России 2025" усиливает позиции ШАТУРА как одного из ведущих мебельных брендов и задаёт новый ориентир для дальнейшего развития в сегменте проектных решений.

Для справки: Название компании: Мебельная компания Шатура, АО (Торговая сеть Шатура) Адрес: 140700,



Россия, Московская область, Шатура, Ботинский пр-д, 37 Телефоны: +74957875727; +7(495)5453705;
+78005550665 E-Mail: tk@shatura.com; ishop@shatura.com Web: www.shatura.com Руководитель: Шилов Алексей
Валентинович, генеральный директор (По материалам компании 17.12.25)

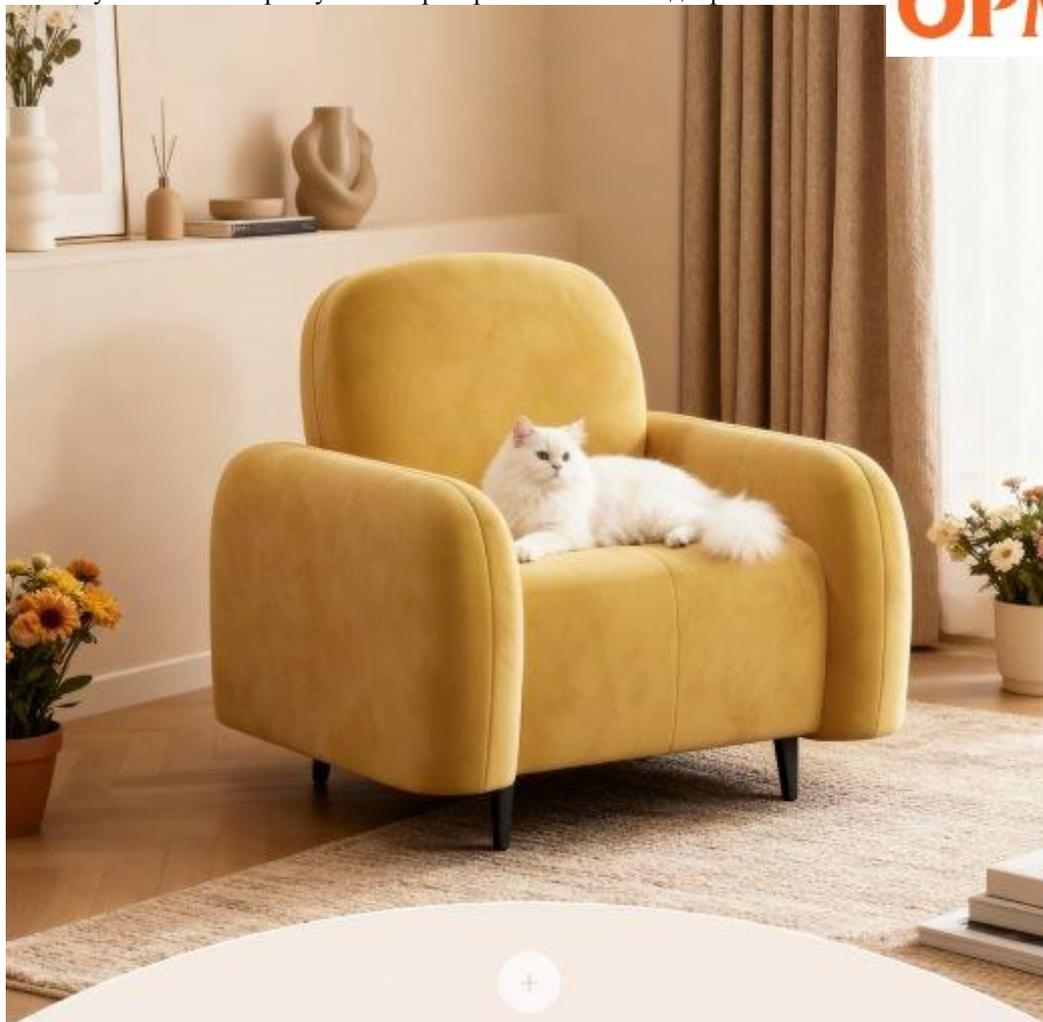
[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Мягкая мебель

Интерьерные кресла ORMATEK — когда уют встречается характер.

Каждая модель продумана до мелочей: посадка, пропорции, материалы. Наши пушистые эксперты уже все проверили — котики одобряют!

ORMATEK

Кресло Sunset

Элегантные линии и глубокая посадка



Кресло Parker

Модель с выраженной спинкой
и плотной посадкой



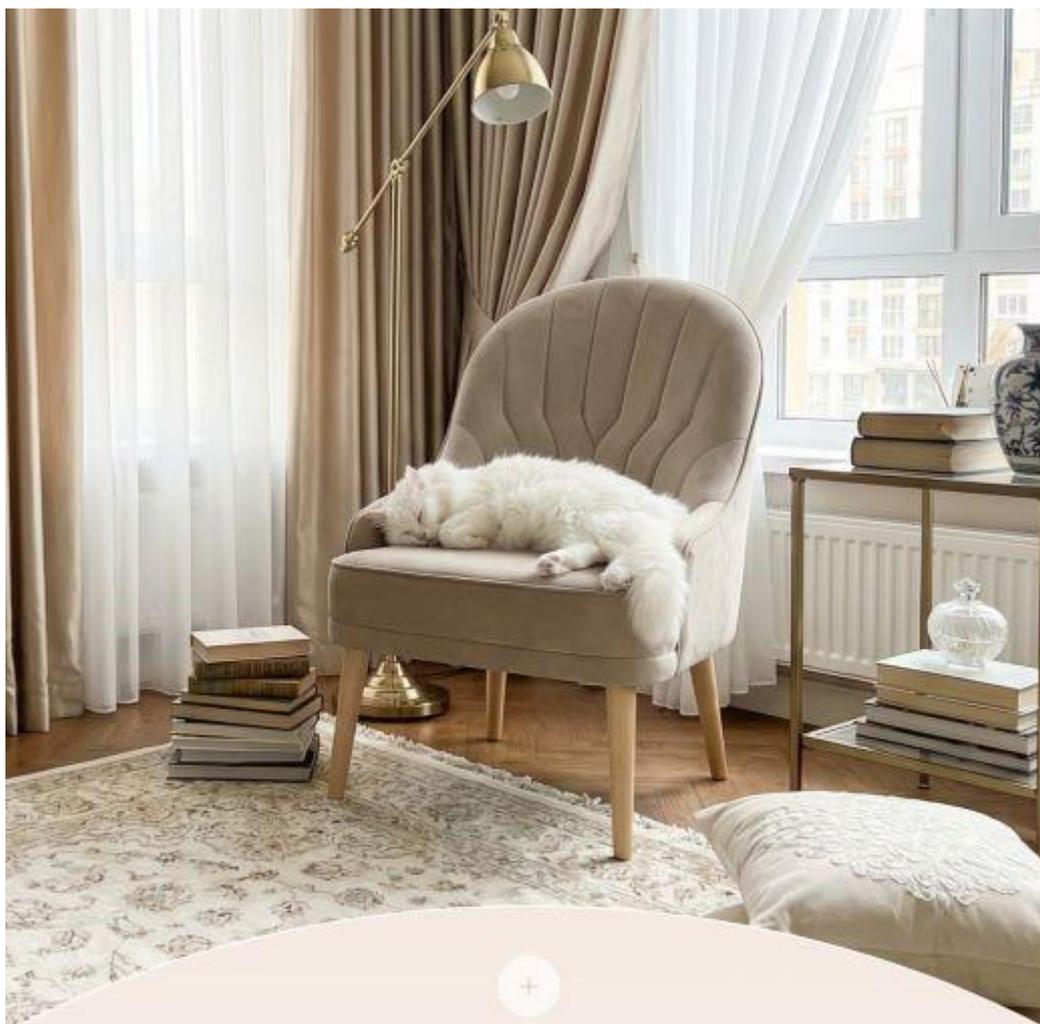
Кресло Alex

Сдержанный современный силуэт,
удобная высота посадки
и универсальный размер



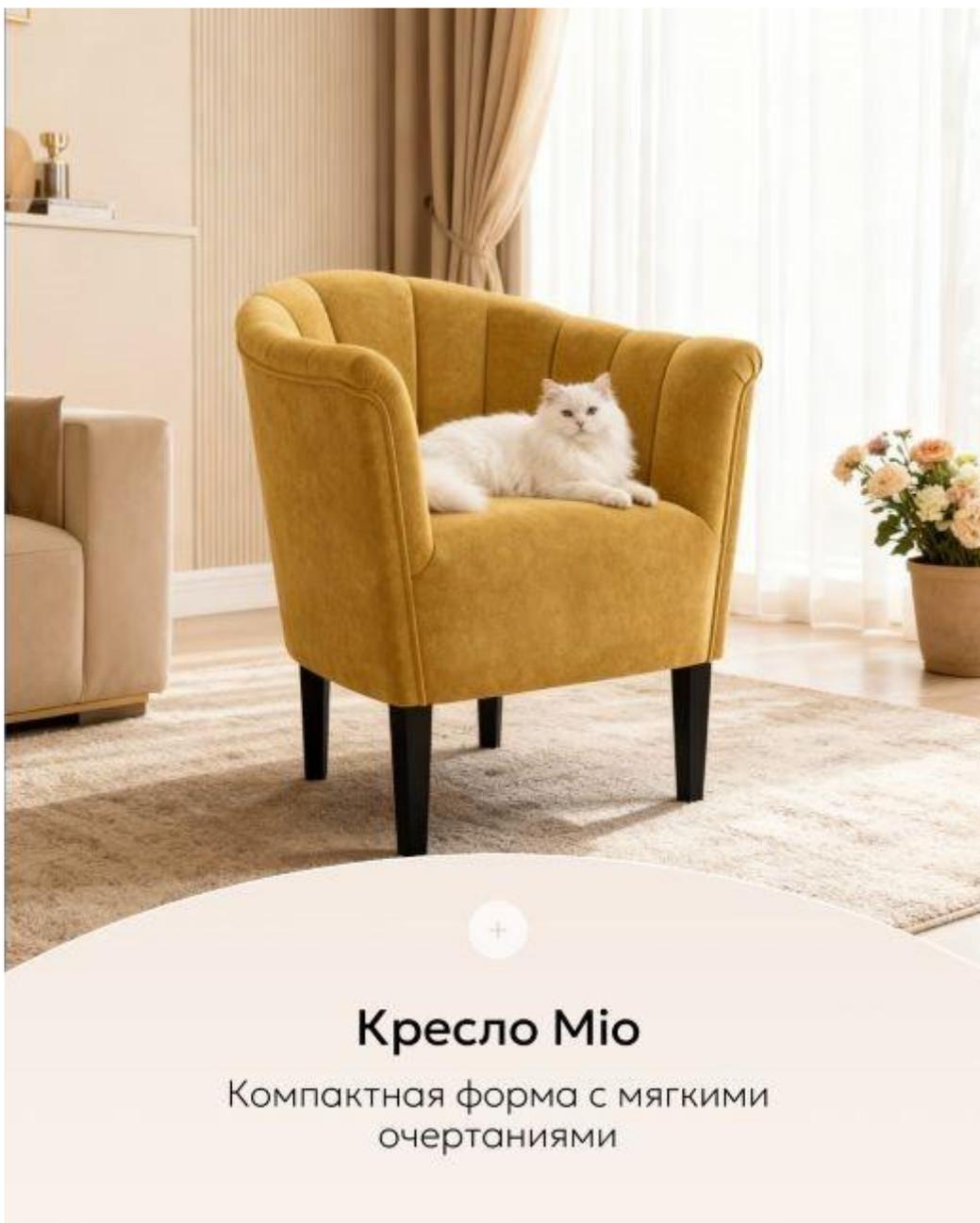
Кресло Fiji

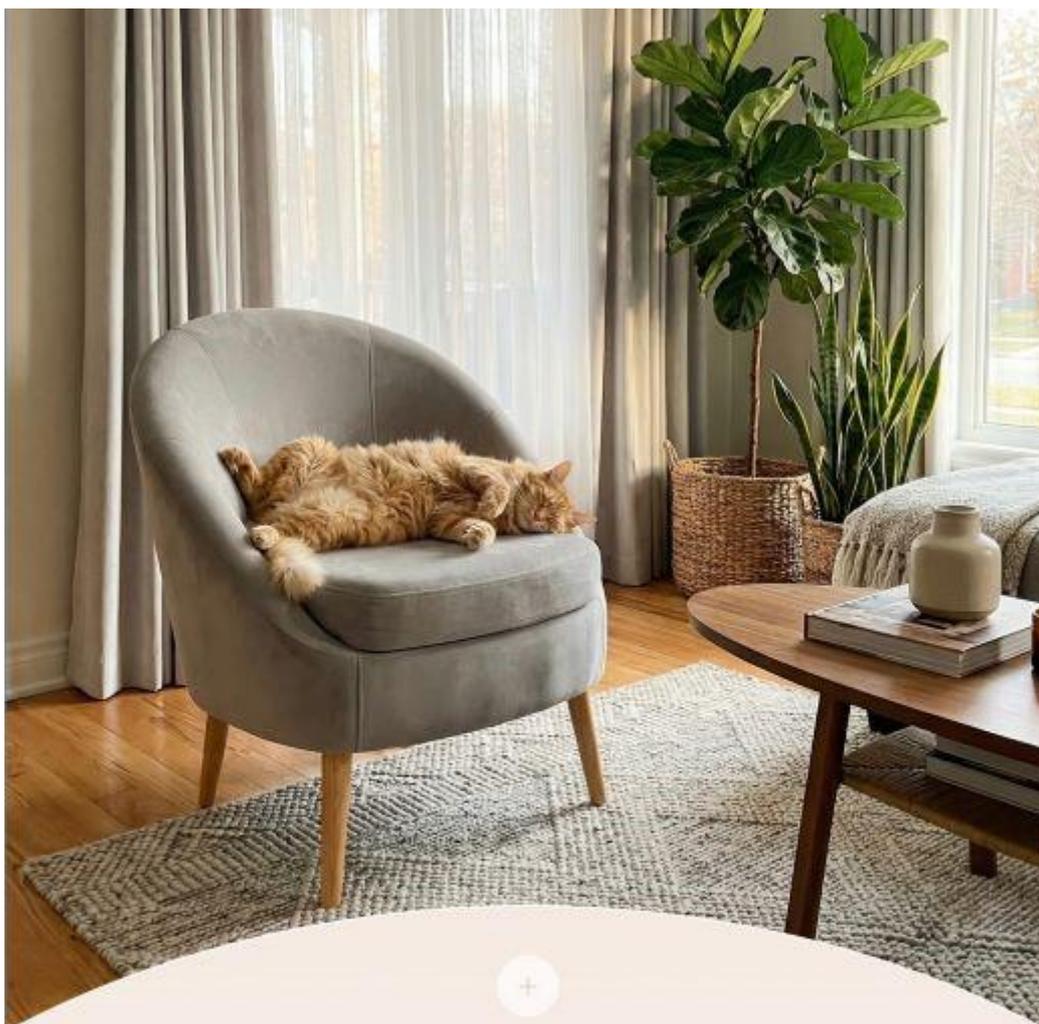
Легкий скандинавский
характер — оптимальный вариант
для небольших комнат



Кресло Aston

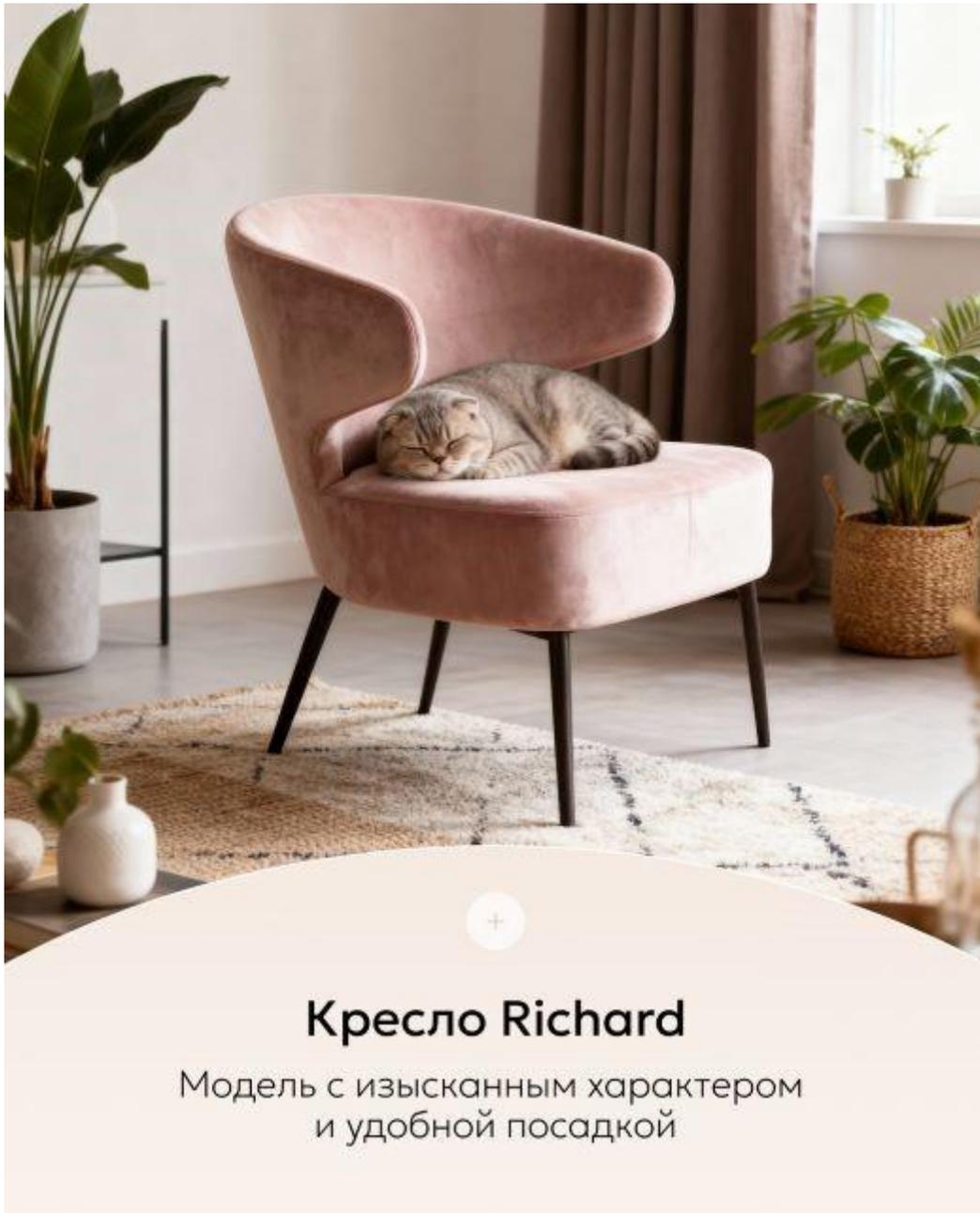
Выразительное изголовье и ощущение
«театрального» комфорта





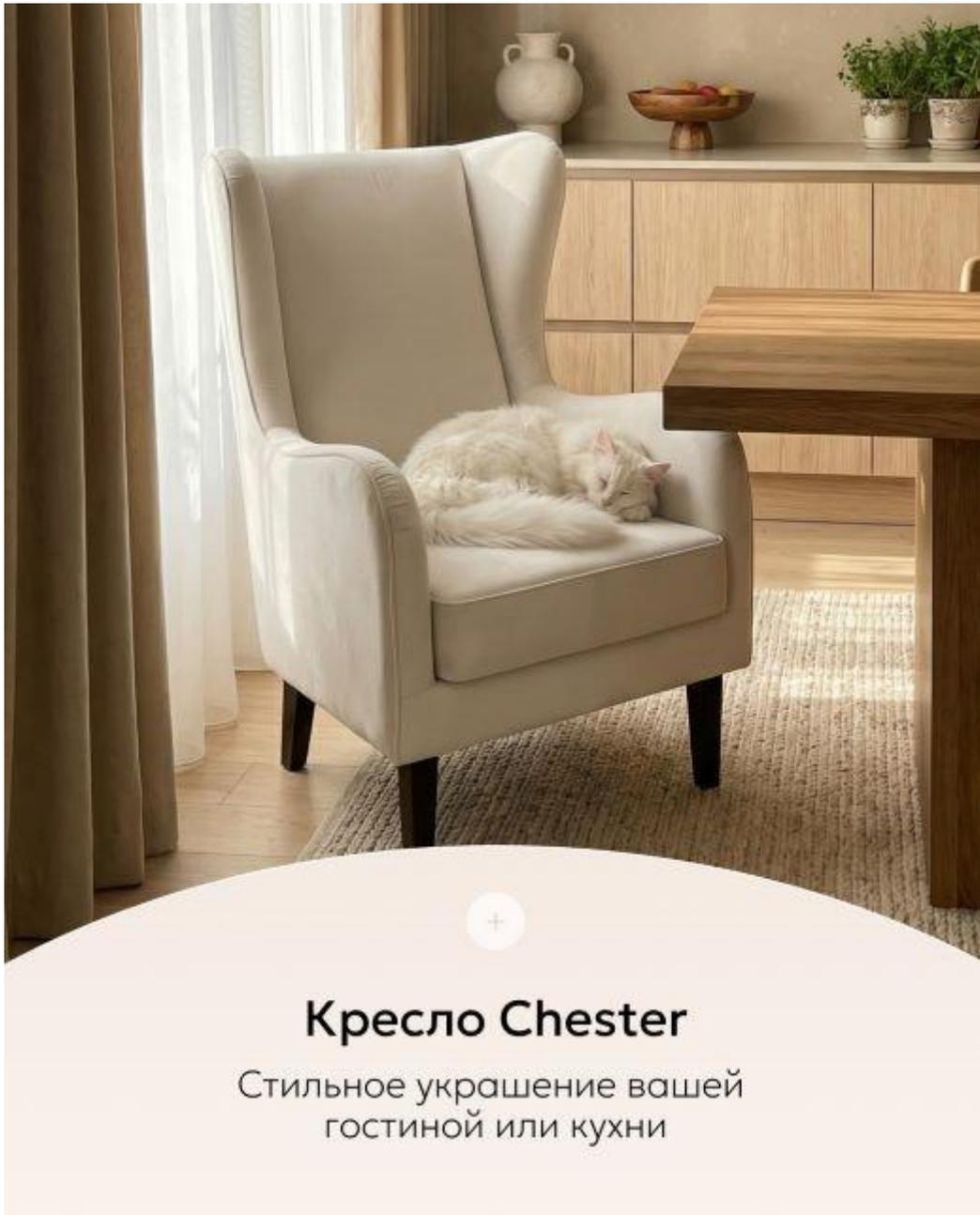
Кресло Moss

Функциональная модель
с акцентом на текстуру



Кресло Richard

Модель с изысканным характером
и удобной посадкой



Кресло Chester

Стильное украшение вашей
гостиной или кухни

Для справки: Название компании: *Орматек, АО (Торговая сеть Ormatek)* Адрес: 115230, Россия, Москва, Хлебозаводский пр-д, 7, стр. 9, этаж 3, пом. X, ком. 36 Телефоны: +78003333737; +7(4932)353429; +7(495)9830858 E-Mail: info@ormatek.com; pr@ormatek.com Web: <http://ormatek.com/> Руководитель: Богданов Антон Олегович, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 14.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Лаконичный дизайнерский дуэт BASIO — кушетка и кресло — это универсальное решение для любых пространств.

Элегантность и функциональность творят гармонию:

тонкая спинка

плавные формы

продуманная простота

мягкие и выразительные линии композиции

С итальянского basio переводится как "поцелуй", поэтому кресло

O'PRIME
 Высокая мода Вашего дома

коллекции O'PRIME minore, носит не просто имя, а смысл. Модель создает ассоциацию с теплой атмосферой дома и эстетикой нежности. Ее комфорт звучит как ласковый шепот: поцелуй, который остается в памяти надолго.



ВАСИО модель с характером — плавные линии, пропорции, лаконичность подчеркивают индивидуальность интерьера.

Для справки: Название компании: *Мебельная фабрика АПРИОРИ, ООО (Торговая сеть O'PRIME)* Адрес: 413116, Россия, Саратовская область, Энгельс, пр. Химиков, 1 Телефоны: +78453711071; +7(800)5054610 E-Mail: info@oprime.ru Web: <https://oprime.ru> Руководитель: Залескин Геннадий Юрьевич, генеральный директор (По материалам компании 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Мебельная компания MOON вновь получила титул "Мягкой мебели №1 в России".

Мы снова получаем награду и вот уже 5 год подряд удерживаем титул "Мягкой мебели №1 в России".

Для нас это не просто награда, а доказательство вашего доверия.

Спасибо, что выбираете комфорт вместе с MOON

MOON

Для справки: Название компании: *Живые диваны, ООО (Торговые сети Moon, Moon Trade)* Адрес: 142400, Россия, Московская область, г. Ногинск, ул. Индустриальная, 38а Телефоны: +78005006517; +78005514457; +74951544758; +74965195555; +74954807299 E-Mail: info@moon.ru; go@moon.ru; sservice@moon.ru; info@fabrikamebeli.ru Web: <https://www.moon.ru>; <http://www.fabrikamebeli.ru/>; <https://moon.ru> (INFOLine, ИА (по материалам компании) 12.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новинка EDISON — связь между комфортом и инновациями.

Передвижные спинки открывают четыре новых горизонта использования: вверх, вниз, вперед и назад. Это позволяет мгновенно адаптировать пространство под отдых, просмотр фильмов или общение с близкими. Электрический recliner с плавной, бесшумной регулировкой угла наклона обеспечивает безупречный комфорт в любой момент. Одно нажатие — и идеальное положение уже достигнуто.

Высокие металлические опоры 130 мм и фурнитура в цвете "чёрный хром" обеспечивают не только прочность, но и стиль, которые выдерживают испытание временем, добавляя технологичности и глубокой элегантности интерьеру. Стационарный мягкий дизайнерский подлокотник-подушка обеспечивает поддержку там, где она необходима, с безупречным тактильным комфортом и чистыми линиями дизайна. Благородная геометрия подчеркивает современный характер интерьера и функциональность в одном решении.



Диван в стиле High tech объединяет современный дизайн и функциональность в одном динамичном образе. Инженерная точность и надежность становятся не роскошью, а базовым стандартом. Связь между комфортом и инновациями ощущается с первого прикосновения:

- плавные механизмы трансформации
- продуманный доступ к функциям
- скрытая рациональность дизайна

В диване EDISON каждое движение — это точность инженерного расчета, каждая деталь — шаг к надежности на долгие годы. С моделью EDISON ваш интерьер зазвучит голосом будущего: функциональность без компромиссов, дизайн без лишних слов, зона отдыха, созданная именно для вас. Мечты об идеальном месте отдыха становятся реальностью через надежность, комфорт и функционал.



Для справки: Название компании: *Мебельная фабрика АПРИОРИ, ООО (Торговая сеть O'PRIME)* Адрес: 413116, Россия, Саратовская область, Энгельс, пр. Химиков, 1 Телефоны: +78453711071; +7(800)5054610 E-Mail: info@oprime.ru Web: <https://oprime.ru> Руководитель: Залескин Геннадий Юрьевич, генеральный директор (По материалам компании 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Посуда

Итоги конкурса "Лучший бокал" на IV Российском винодельческом форуме.

На IV Российском винодельческом форуме особое внимание уделили вопросам промышленных решений в дизайне. В павильоне "Винология" подведены итоги конкурса "Лучший бокал" – проекта по созданию оптимальной формы бокала для российских вин. Новая форма бокала призвана не только отвечать профессиональным стандартам сомелье и дегустаторов, но и подчеркнуть самобытность отечественного продукта, повысив его узнаваемость и привлекательность у широкой аудитории.



Конкурс привлёк огромное количество талантливых участников, представивших яркие и оригинальные работы, что значительно усложнило выбор победителей.

Первое место и приз в 200 000 рублей разделили Кирилл Ракитин и Екатерина Ракитина. Третье место заняли сразу пять участников: Светлана Тычкина, Анастасия Хорошавина, Анна Сенина, творческий дуэт Кирилла Чернова и Евгения Ермолова, а также Арина Нагаева.



Креативный конкурс "Лучший бокал" был учрежден в 2024 году Фондом Росконгресс, ООО "Арк Дистрибьюшн Раша" и ООО "Опытный стекольный завод" при поддержке бренда Chef & Sommelier и Ассоциации "Федеральная саморегулируемая организация виноградарей и виноделов России".

Организаторы отметили высокий уровень участников и их творческий подход к созданию бокалов. Реализация проекта "Бокалы" является непростой задачей, но первые результаты вселяют оптимизм и веру в успех. Конкурс стал важным шагом в развитии винодельческой культуры и поддержке талантливых дизайнеров. Уверены, что совместными усилиями мы придадим этой идее красивую, осмысленную и вдохновляющую форму.

Для справки: Название компании: Арк Дистрибьюшн Раша, ООО (ARC Distribution Russia) Адрес: 127055, Россия, г. Москва, ул. Тухвинская, д. 2 Телефоны: +74956265068; +7(495)6265814; +7(495)6265068 E-Mail: nadejda.cherdantseva@arc-intl.com; alexander.nikelvard@arc-intl.com Web: www.arc-intl.com Руководитель: *Форест Грегуар Пьер Ален, генеральный директор*

Для справки: Название компании: Опытный стекольный завод, ООО (ОСЗ; ИНН: 3304005609) Адрес: 601500, Россия, Владимирская область, Гусь-Хрустальный, ул. Интернациональная, 114 Телефоны: +74924137799; +74924137799#110; +74924193384; +74956265068 Факсы: +74924124861 E-Mail: info@osz-glass.ru; osz@osz-glass.ru Web: <http://www.osz-glass.ru> Руководитель: *Пенечко Сергей Викторович, генеральный директор (Посуда Инфо 22.12.25)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Бокалы для виски REGATA. Дополнить их можно бутылкой хорошего виски!

Стильные, лаконичные и идеально раскрывают вкус крепкого напитка! Что еще нужно для любителя виски?



Victoria Stenova
www.advis.ru



P.S. бокалы также отлично подойдут для любых других холодных напитков, в том числе безалкогольных.

Для справки: Название компании: *ТПК Стенова, ООО (Торговая сеть VICTORIA STENOVA)* Адрес: 195067, Россия, Санкт-Петербург, п. Петро-Славянка, Софийская улица, 118, к.2, стр.1, пом.42, оф. 216 Телефоны: +78123099994; +7(812)3136672#122; +7(812)3097774; +7(921)8758137; +7(812)3097772; +7(812)3200277 Факсы: +7(812)3200278 E-Mail: info@stenova.ru Web: www.stenova.ru Руководитель: Яворович Сергей Владимирович, генеральный директор; Яворович Сергей Владимирович, генеральный директор (По материалам компании 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Металлические фруктошницы Lenardi.

Компания Lenardi возобновила продажи металлических фруктошниц/конфетниц.



В ассортименте представлены изделия различных форм и конструкций, в том числе двухъярусные. (Посуда Инфо 19.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Серия Granix в компании "Мастергласс".

ТК "Мастергласс" сообщила о поступлении серии фарфора Granix от бренда Vonpa. Дизайн выполнен с эффектом натурального мрамора.



В производстве используется технология FUSIONtech. На одной поверхности объединены матовая и глянцевая глазури. Это создает выраженную текстуру покрытия.

Для справки: Название компании: *Снабсервис, ООО (ТК Мастергласс)* Адрес: *115516, Россия, Москва, Кавказский бульвар, 57* Телефоны: *+74951917507; +78003337507* E-Mail: mail@masterglass.ru Web: <https://masterglass.ru/contacts> Руководитель: *Быстрицкая Марина Валерьевна, генеральный директор* (Посуда Инфо 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новогодняя сервировка 2026: Новинки от Linddna.

К новому году бренд LindDNA вывел в продажу новые модели кожаных салфеток для сервировки праздничного стола.



Материал держит форму и рассчитан на многократное использование. Плейсматы, кольца для салфеток и вазы в золотом цвете создадут эффектный акцент на белой или чёрной скатерти. (Посуда Инфо 19.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Гжельская посуда в "Кофемании".

Объединение "Гжель" и сеть ресторанов "Кофемания" провели совместный новогодний проект. Гжельская посуда использована в съёмках кампании для зимней коллекции десертов кондитерского ателье Cake Vugo сети "Кофемания".

В проекте задействованы фарфоровые изделия с традиционной сине-белой росписью. Также представлена новая коллекция посуды с росписью "Вьюнок" (автор — Елена Сухорукова). Коллекция поступит в продажу в магазинах сети и на официальном сайте.



Для справки: Название компании: Объединение Гжель, ЗАО Адрес: 140155, Россия, Московская область, Ново-Харитоново, ЗАО Объединение Гжель, 1 Телефоны: +7(499)5538383; +7(49646)47208; +7(910)4468940 E-Mail: info@gzhel.ru Web: www.gzhel.ru Руководитель: Павлов Николай Александрович, директор

Для справки: Название компании: Холдинг Кофемания (Торговые сети Barmalini, Кофемания, Bez Tarelak, Kinki, Жажда крови) Адрес: 121609, Москва, ул. Осенняя, д. 11 Телефоны: +74957811690; +79124498072; +74957402336 E-Mail: info@coffeemania.ru; j.zatsepilina@coffeemania.ru; partners@coffeemania.ru Web: <http://coffeemania.ru> Руководитель: Товарнов Александр Владимирович, генеральный директор (Посуда Инфо 19.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Посуда "Горница" будет комплектоваться жаропрочными крышками собственного производства.

С 2026 года антипригарная посуда "Горница" будет комплектоваться жаропрочными крышками собственного производства. Крышки также можно будет приобретать отдельно.

Крышки от "Горница" обладают рядом преимуществ:

Термостойкость. Выдерживает нагрев до 300 °С, что позволяет безопасно использовать крышку в духовке и на плите.

Повышенная механическая прочность. Боросиликатное стекло прочнее обычного. Крышка служит годами, сохраняя прозрачность и целостность.

Экологичность и безопасность. Стекло не взаимодействует с кислотами и щелочами, не влияет на вкус и запах пищи, безопасно для здоровья, подлежит переработке.

Гигиеничность и лёгкость ухода. Цельнолитая крышка не имеет металлического обода, под которым скапливаются остатки пищи. Вся поверхность открыта и легко очищается вручную или в посудомоечной машине.

Универсальность применения. Подходит для использования в духовом шкафу, холодильнике, микроволновой печи и посудомоечной машине.



Для справки: Название компании: Горница, ООО (ИНН 2372011969) Адрес: 352916, Россия, Краснодарский край,

Армавир, Промзона 16 Телефоны: +78613755606; +78613755603; +78613738217 E-Mail: info@ooo-gornitsa.ru Web: <http://горница.онлайн> Руководитель: Щерба Сергей Иванович, директор (Посуда Инфо 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Кофейная пара "Обнажённые сердца" от ИФЗ.

Императорский фарфоровый завод представил кофейную пару "Обнажённые сердца". Это совместный проект завода и Фонда "Обнажённые сердца". На чашке изображена основательница Фонда Наталья Водянова. Её изящный силуэт в платье символизирует женственность, вдохновение и силу – качества, с которыми она создаёт инклюзивные проекты по всему миру. Эскиз создала Надежда Одинаева, ведущий дизайнер Модного дома Ulyana Sergeenko.

Кофейная пара выполнена из костяного фарфора. Объем чашки — 164 мл.



280
— ЛЕТ —
ИФЗ



Для справки: Название компании: ИФЗ, АО (Торговая сеть Императорский фарфоровый завод) Адрес: 192171, Россия, Санкт-Петербург, пр. Обуховской обороны, 151 Телефоны: +78004444418 E-Mail: info@ipm.ru; webmaster@ipm.ru; ipm_shop@ipm.ru Web: <https://www.ipm.ru> Руководитель: Тихонова Елена Юрьевна, Директор по развитию розничной сети; Тьлевич Татьяна Александровна, генеральный директор (Посуда Инфо 19.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Молочник Magnifico от "Хорекс".

Компания "Хорекс" представила новинку — молочник Magnifico. Изделие предназначено для подачи молока, сливок и соусов.



Носик молочника позволяет легко наливать молоко, не оставляя капель, а широкая горловина облегчает процесс наполнения.

Объем молочника — 230 мл. Высота — 10 см.

Для справки: Название компании: *Борисовский Керамический Завод, ООО* Адрес: 309340, Россия, Белгородская область, Борисовский р-н, п Борисовка, Республиканская ул, 60, офис 2 Телефоны: +74724650222 E-Mail: info@horecs.ru Web: <https://horecs.ru> Руководитель: *Гончаров Олег Павлович, директор* (Посуда Инфо 19.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Набор посуды с антипригарным покрытием "Домой".

Функциональный набор из 9 предметов в стильном бежевом цвете: ковш 18см, 2 сковороды: 20см и 24см, универсальная съемная ручка, 2 стеклянные крышки и аксессуары для хранения – идеальный выбор для маленькой кухни или в качестве стартового набора.



Посуда коллекции "Домой" выполнена из литого алюминия, с антипригарным покрытием. Все алюминиевые формы данной серии можно использовать даже в духовке. Подходит для всех видов плит.

Набор посуды — это воплощение заботы о вашем времени, пространстве и результате.

Для справки: Название компании: *УК СТАРТ, АО (Торговые сети Домовой)* Адрес: 192283, Россия, Санкт-Петербург, ул. Бухарестская, 89, лит. А Телефоны: +78126222225; +7(812)6222225#4511; +7(812)5004554 Факсы: +7(812)6222211 E-Mail: info@startonline.ru; td-domovoy@startonline.ru Web: www.tddomovoy.ru; <https://startonline.ru/>, Руководитель: *Мильштейн Дмитрий Зиновьевич, генеральный директор; Мильштейн Дмитрий, генеральный директор АО "УК "Старт"* (По материалам компании 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Набор кастрюль "Выпечка" от "Стальэмаль".

Компания "Стальэмаль" выпустила новый набор посуды с рисунком "Выпечка". В набор входят три кастрюли разного объема с крышками. Корпус кастрюль изготовлен из стали с эмалевым покрытием.





Для справки: Название компании: СТАЛЬЭМАЛЬ, ООО (ИНН: 3528078096) Адрес: 162608, Россия, Вологодская область, Череповец, ул. Окружная, 9 Телефоны: +78202570345; +78202610351; +78202602721; +79115053169; +79115050127; +79115180376; +79115051745; +79115053185; +79115051780; +79115052088; +79115052580; +79115052450 Факсы: +78202570345 E-Mail: info@stalemal.ru; stalemal@stalemal.ru Web: <http://rusposuda.ru>
 Руководитель: *Коленов Андрей Александрович, генеральный директор* (Посуда Инфо 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Бренд Domique — новый игрок на российском рынке посуды.

На рынке посуды появился новый российский бренд Domique. Посуда производится из костяного фарфора Fine Bone China в Китае. Концепция бренда объединила европейскую эстетику и восточные ремесленные традиции.



(Посуда Инфо 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Блинные сковороды от ТМ "Ярославская сковородка".

Торговая марка "Ярославская сковородка" расширила ассортимент блинных сковород. В ассортименте появились модели диаметром 20/22/24/26 см с несъемной ручкой. Изделия выполнены из литого алюминиевого сплава с многослойным антипригарным покрытием, оснащены проточенным рифленным дном без покрытия.



Семь вариантов цветного покрытия. Совместимы с газовыми, электрическими и стеклокерамическими плитами. (Посуда Инфо 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Кованый нож NADOVA Dario.

Несмотря на то, что хороший нож служит годами, а бывает, и десятилетиями, пик покупок приходится к Новому году. Как думаете, с чем это связано? Возможно, это связано с салатными марафонами, возможно с традицией обновления домашней утвари. Ножи, хоть и не принято дарить, но у поваров – это один их самых желанных подарков. А примету про острое решают традиционной монеткой.

Кованый нож NADOVA коллекции Dario – отличный подарок как для профессионального повара, так и для начинающего кулинара, который только познает азы шинковки. Премиальное качество стали, острота лезвия и твердость 56-58 HRC, цельнокованая конструкция и, конечно же, натуральная деревянная ручка из красного дерева Сапеле никого не оставят равнодушным!



Заключительный "штрих" – стильная и прочная подарочная упаковка. Готовить праздничный стол еще никогда не было так комфортно!

NADOVA Dario – к салатным марафонам готовы! (Посуда Инфо 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Трендовый рестайлинг Pasabahce "Аллегра".

В преддверии новогоднего праздника компания Pasabahce, вступив в мир утонченности и изысканности, предложила рестайлинг легендарной серии бокалов и стаканов "Аллегра". Этот долгожданный виток превращает привычную посуду в предмет высочайшего культа для истинных ценителей прекрасного.



Элегантность в каждой детали.

Для справки: Название компании: *Посуда, ООО (Pasabahce; ИНН: 5246020905)* Адрес: *606443, Россия, Нижегородская область, Бор, шоссе Стеклозаводское, 16А* Телефоны: *+78315976400; +74959373635; +78315976581* Факсы: *+78312313152* E-Mail: yadusheva@sisecam.com Web: <https://posuda-nn.n4.biz/> Руководитель: *Гёнджу Уфук, генеральный директор (Посуда Инфо 19.12.25)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Кольчугинский мельхиор выпустил набор с символом года.

Компания "Кольчугинский мельхиор" представила набор с символом года. В набор входит подстаканник и хрустальный стакан. Подстаканник изготовлен из латуни, имеет декоративно-защитное гальваническое покрытие никелем. Стакан объемом 250 мл рассчитан на горячие напитки и выдерживает высокие температуры.



(Посуда Инфо 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Компактный набор "Матрешка" от завода "Альтернатива".

Завод "Альтернатива" выпустил набор емкостей для СВЧ "Матрешка". Изделия выполнены из пищевого пластика, предназначены для хранения и транспортировки салатов, вторых блюд, закусок, бакалеи и мелочей. Имеют удобную прямоугольную форму с закруглёнными углами. Благодаря системе "матрёшка" контейнеры и крышки компактно складываются, экономя пространство. В комплект входят пять контейнеров объемом 0,2 л, 0,4 л, 0,7 л, 1,2 л и 1,9 л.



Для справки: Название компании: Завод пластмассовых изделий Альтернатива, ООО (ЗПИ Альтернатива; ИНН: 0265029750) Адрес: 452613, Россия, Республика Башкортостан, Октябрьский, Космонавтов, 59 Телефоны: +73476743424; +73476739991; +73476732271; +73476742857; +73476732244; +73476731201 E-Mail: tnp@alternat.ru; opt@alternat.ru; sz@alternat.ru; mrkt@alternat.ru; lir@alternat.ru; personal@alternat.ru Web: <https://www.alternat.ru> Руководитель: Фахретдинов Раиль Камирович, генеральный директор (Посуда Инфо 22.12.25)

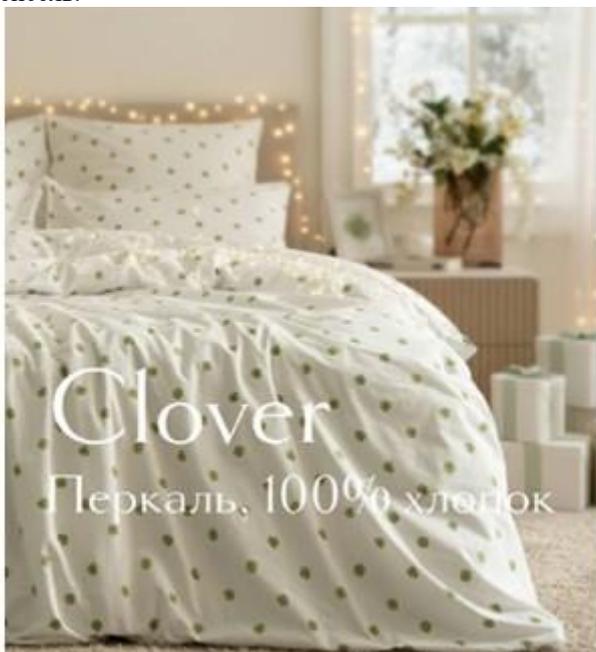
[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Постельное белье и принадлежности

Подборка комплектов постельного белья.

Материалы на любое предпочтение: перкаль, сатин, сатин-жаккард и тенсель.

COZY HOME





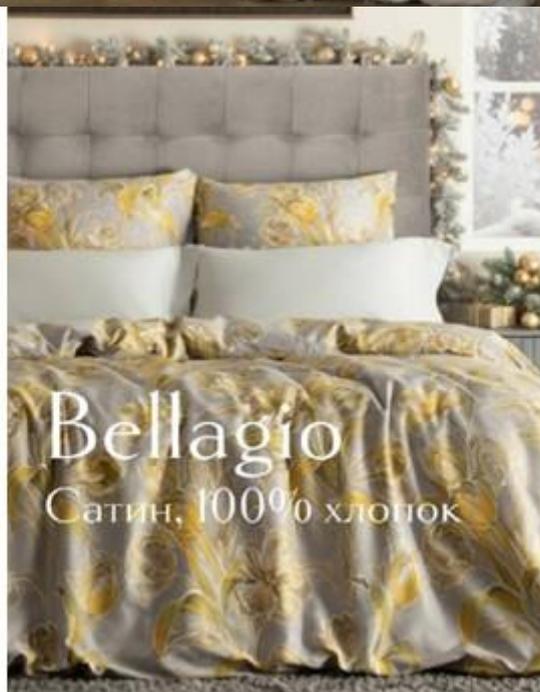
Atlantic
Тенсель, 100% лиоцелл



Samomila
Перкаль, 100% хлопок



Gracia
Перкаль, 100% хлопок



Bellagio
Сатин, 100% хлопок



Выбирайте, какой вам по душе! Модели отлично подойдут для себя и в подарок

Для справки: Название компании: Текстильная компания КОУЗИ ХОУМ, ООО (Торговая сеть Cozy Home) Адрес: 125315, Россия, Москва, Ленинградский пр, 80 к. 21 Телефоны: +7(499)3001403#6004; +7(800)7771872; +7(499)7070902 E-Mail: info@cozyhome.ru Web: www.cozyhome.ru Руководитель: Потина Юлия Викторовна, генеральный директор (По материалам компании 23.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Текстиль для дома

Буклированный шенилл Tweed от производителя мебельных тканей и комплектующих СОЮЗ-М в программе "Дачный ответ".

Интерьер гостиной построен на сочетании древнерусских мотивов и духа северного шале. Здесь тёмные красные колонны соседствуют с печью, украшенной резными орнаментами, а панно с флористическим рисунком дополнено яркой люстрой ручной работы. Каждый элемент формирует насыщенное пространство, переплетая традиции, культуру и современность.



На фоне такой визуальной энергии особенно важно пространство равновесия — эту роль выполняет зона гостиной, где расположился модульный диван, обитый буклированным шениллом Tweed 000 (<https://souz-m.ru/products/tweed-000.html>) от бренда Chistetika. Молочный оттенок мягко соединяет всю композицию в единый образ, смягчая контрастные элементы.

Фактура Tweed с рельефными петлями букле и мягкими меланжевыми нитями шенилла придает мягкой мебели уютный, чувственный характер. Тактильная выразительность дивана продолжает идею всего интерьера: рядом с резным деревом, этническими орнаментами и природными мотивами коллекция усиливает ощущение рукотворности и теплого, живого пространства.











Для справки: Название компании: СМ РЕГИОНТЕКСТИЛЬ, ООО (Союз-М; ИНН 5032281280) Адрес: Россия, Московская область, Красногорск, М-9 Балтия, 21-й километр, 2, стр.1 Телефоны: +74956379079; +74956379077; +78007771215 E-Mail: souz@souz-m.ru Web: <https://souz-m.ru/> Руководитель: Величко Илья Валерьевич, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 11.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Производитель мебельной ткани и комплектующих СОЮЗ-М представила новую коллекцию тканей для мебели Bond.

В коллекции Bond универсальная фактура рогожки переосмыслена через ритмичное диагональное плетение — знакомая текстура стала современнее, глубже и выразительнее.

В мягком свете фактура раскрывает объем и живой рельеф: даже светлые нейтральные оттенки звучат многогранно, сохраняя спокойный характер и мягкую насыщенность тактильной поверхности.

В карточках — подробнее о коллекции Bond





Юнона

РИТМ СОВРЕМЕННОСТИ



Универсальная текстура рогожки
соединилась с ритмичным
рисунком «елочка»,

**сплетая воедино
традиции и актуальные
тенденции**





коллекция

BONDAподчеркивает плавность
округлых форм и придает
динамичность прямым линиям**BONDA**
BONDA
BONDA



В основе палитры Bond —

Сдержанные базовые тона

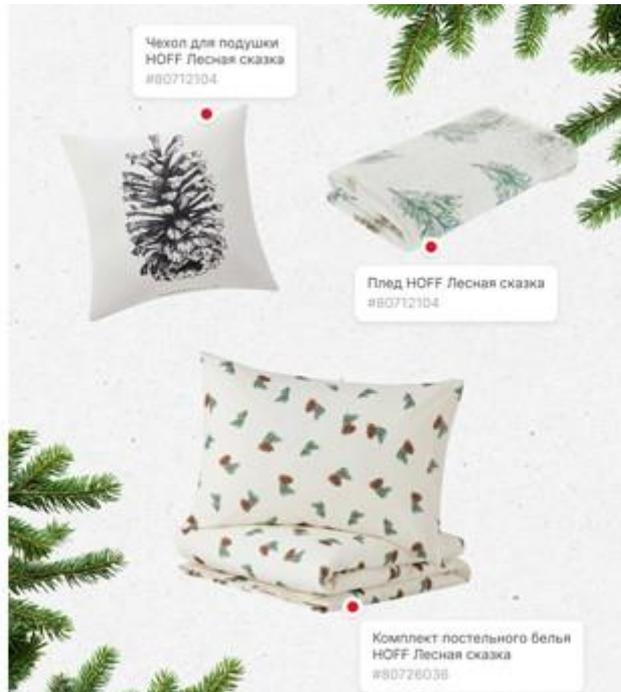
Они создают спокойный визуальный фон
 и позволяют ткани мягко вписываться
 в интерьер, усиливая его целостность

Для справки: Название компании: СМ РЕГИОНТЕКСТИЛЬ, ООО (Союз-М; ИНН 5032281280) Адрес: Россия, Московская область, Красногорск, М-9 Балтия, 21-й километр, 2, стр.1 Телефоны: +74956379079; +74956379077; +78007771215 E-Mail: souz@souz-m.ru Web: <https://souz-m.ru/> Руководитель: Величко Илья Валерьевич, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 10.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Иногда лучший способ встретить зиму — позволить ей поселиться у вас дома.

Наша новая коллекция новогоднего декора "Лесная сказка" — это приглашение в мир, где время замедляется.



Там мороз рисует узоры на окнах, падает пушистый снег и царит атмосфера покоя и тепла: vk.cc/cS73za

Для справки: Название компании: Домашний интерьер. ООО (Торговые сети Hoff, Hoff Mini, Hoff Home; ИНН 7709770002) Адрес: 123290, Россия, Москва, 1-й Магистральный тупик, 11, стр.1, БЦ «Интерьер», корпус В-Г
 Телефоны: +74956450535; +7(495)6636703; +7(495)2877727 E-Mail: info@hoff.ru Web: www.hoff.ru Руководитель:
 Зайонц Александр Леонидович, генеральный директор (По материалам компании 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Товары для сна

ORMATEK стал лауреатом премии "Бренд года в России 2025".

У нас отличная новость — ORMATEK стал лауреатом премии "Бренд года в России 2025"!

20 ноября на торжественной церемонии в Демонстрационном зале ГУМа нам вручили награду высшей лиги.

Премия объединяет более 600 компаний и отмечает бренды, которые двигают отрасль вперед. Для нас это знак: все, что мы делаем — от разработки матрасов до дизайна мебели — действительно важно и ценно для людей. И это не случайность, а результат многолетней работы и вашего доверия

Эта победа вдохновляет создавать еще больше продуктов, которые помогают спать крепче, отдыхать глубже и жить комфортнее каждый день.

Спасибо, что выбираете ORMATEK — мы продолжим оправдывать ожидания и поднимать планку качества

ORMATEK

Для справки: Название компании: Орматек, АО (Торговая сеть Ormatek) Адрес: 115230, Россия, Москва, Хлебозаводский пр-д, 7, стр. 9, этаж 3, пом. X, ком. 36 Телефоны: +78003333737; +7(4932)353429; +7(495)9830858 E-Mail: info@ormatek.com; pr@ormatek.com Web: <http://ormatek.com/> Руководитель: Богданов Антон Олегович, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 11.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Линия матрасов Lineaflex "Popolare": анатомия правильной поддержки.

Линия матрасов Popolare отличается продуманным дизайном и функциональностью. Характерная особенность коллекции - стёжка в форме ромбов, напоминающая структуру пчелиных сот.

Все модели оснащены чехлом Extra Premium Classico, в состав которого входят экологичный наполнитель Skyfiber и анатомическая пена Ergoflex Touch.

Коллекция включает 10 моделей, каждая из которых воплощает в себе лучшие традиции итальянского мастерства:

- Пружинные: Alba, Karla, Debora, Cosma, Paola
- Беспружинные: Lyatris, Rovenna, Edelweiss, Donata, Pira

Основные характеристики:

- Максимальная высота: 22 см
- Допустимая нагрузка: 120-160 кг на одно спальное место

Popolare — это воплощение классического подхода к здоровому сну. Здесь традиции качества встречаются с современными технологиями, создавая идеальное пространство для отдыха

lineaflex
made in Italy



Для справки: Название компании: Чезаторе, ООО (Lineaflex) Адрес: 141100, Россия, Московская область,

Щелковский район, д. Никифорово, ул. Соборная, 20 Телефоны: +7(495)9613547; +7(499)4060084 E-Mail: imperiya@lineaflex.ru Web: <http://www.lineaflex.ru/> Руководитель: Минасянц Нерсес Давидович, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 12.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Как Lineaflex создаёт стандарты качества: премиальный наполнитель Coirflex.

Coirflex — один из ключевых материалов в производстве матрасов Lineaflex. Это материал, который представляет собой натуральную кокосовую койру, пропитанную латексом.



Почему Coirflex особенный?

- Специальная латексная пропитка повышает эластичность материала
- Сохраняет форму даже при длительной эксплуатации
- Обладает равномерной жёсткостью по всей поверхности
- Не подвержен деформации
- Отличается высокой устойчивостью к влаге

Преимущества для вас:

- Долговечная поддержка тела в анатомически правильном положении
- Экологичность и натуральность материала
- Стабильные ортопедические свойства на протяжении всего срока службы
- Гигиеничность и отсутствие вредных веществ



Для справки: Название компании: *Чезаторе, ООО (Lineaflex)* Адрес: 141100, Россия, Московская область, Щелковский район, д. Никифорово, ул. Соборная, 20 Телефоны: +7(495)9613547; +7(499)4060084 E-Mail: imperiya@lineaflex.ru Web: <http://www.lineaflex.ru/> Руководитель: Минасянц Нерсес Давидович, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 09.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Мебельная компания Lazurit представила коллекцию матрасов LATTE.

Сладкие сны начинаются с правильного матраса... Откройте новую главу своего отдыха с коллекцией LATTE — для тех, кто ценит комфорт, стиль и заботу о себе!



Знакомьтесь: "Латте Ваниль" — односторонний матрас средней жёсткости, продуманный до мелочей:

Чехол White Soft — гипоаллергенный, дышащий, с объёмной стежкой для мягкой адаптивности и упругости.

Встроенный топшер из высокоэластичных пен — снижает давление на тело, повышает комфорт и мгновенно восстанавливает форму.

Система Air Flow по периметру — поддерживает здоровый микроклимат, выводя лишнее тепло и влагу.

Пружинный блок TFK Multi (1024 пружины) — точная подстройка под контуры тела и правильная поддержка позвоночника.

Термовойлок и форплит — сохраняют форму матраса на долгие годы.

А ещё в коллекции:

"Латте Карамель" — матрас средней жёсткости для тех, кто любит уверенную поддержку с мягкими акцентами комфорта.

"Латте Крем" — вариант высокой жёсткости, созданный для тех, кому важна максимальная опора и ощущение стабильности.

Выбирайте свой идеальный вкус сна!



Для справки: Название компании: *Торговый дом Лазурит, ООО (ИНН 3917032714)* Адрес: 236034, Россия, Калининградская область, Калининград, ул Подполковника Емельянова, 280в Телефоны: +78001005022;



+74012777701 E-Mail: office@lazurit.com Web: <http://lazurit.com> Руководитель: Егоров Денис Сергеевич,
 Генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Подушки Askona из серии Technology — созданы, чтобы каждую ночь вы чувствовали глубокое расслабление.

В преддверии Нового года хочется окружить себя тем, что дарит уют и настоящие эмоции.

Это время легких улыбок и маленьких радостей, которые делают зиму особенно теплой.

Подушки Askona из серии Technology — одна из таких радостей. Созданы, чтобы каждую ночь вы чувствовали глубокое расслабление

В основе подушек — пена с эффектом памяти ProTaktile с микрогранулами серебра и графита. Они поддерживают шейный отдел позвоночника и помогают сохранить правильное положение во время сна.

Пусть этот декабрь будет наполнен уютом и приятными подарками — для себя и тех, кого вы любите!





Для справки: Название компании: *A Topz, ООО (Торговая сеть Askona, Grether&Wells Exclusive)* Адрес: 601900, Россия, Владимирская область, Ковров, ул. Комсомольская, 116-з, стр. 25 Телефоны: +74923294646; +78006006651; +78002004090 Факсы: +7(49232)94647 E-Mail: sale@askona.ru; welcome@askona.ru; client@askona.ru Web: <https://www.askona.ru> Руководитель: *Ершов Роман Владимирович, президент Askona Life Group; Исакова Светлана Валерьевна, Генеральный директор УК ООО "А Холдинг" (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.12.25)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Выбор покупателей: 8 лучших матрасов Askona в 2025 году (часть 1).

Подводим матрасные итоги года! Собрали модели, которые наши клиенты чаще всего покупали в 2025 году. В списке ортопедические и двусторонние, премиальные и доступные матрасы. Возможно, в подборке оказался и ваш будущий любимчик.



Самый доступный

Матрас Classic Medium — это классическая модель по доступной цене. Отличный вариант для студентов и людей, которые снимают квартиру.

Внутри матраса 7-зональный пружинный блок: он поддерживает каждую часть тела в правильном положении.

Периметр матраса усилен пеной Rebond — края держат форму и не прогибаются даже после длительного использования.

Высота матраса 22 см: универсальная, подойдет большинству людей.



Флагманская модель

Абсолютный лидер — матрас Serta Denver Hard из нашей флагманской линейки Serta, которая уже не первый год радует покупателей своим качеством.

Serta Denver Hard — это жесткий матрас, который подойдет для людей с активным образом жизни. Он снимет напряжение с мышц после тренировки и поможет быстрее восстановиться.



У матраса 1000 пружин на спальное место — больше только в премиальных моделях. Пружины точно поддерживают тело и равномерно распределяет нагрузку.

Чехол матраса выполнен из вискозного трикотажа, который обладает охлаждающим эффектом — матрас сохраняет комфортную температуру на протяжении всей ночи и не нагревается от тела.

Премиальная модель

Те, кто ценят комфорт и премиальные материалы, выбрали матрас Grether&Wells Regal.

Grether&Wells Regal уже не первый год становится любимчиком наших клиентов. Его секрет — в повышенной жесткости, которая компенсируется мягким верхним слоем: создается удивительное ощущение комфортной поддержки и сна, как на облаке.



Внутри матраса — упругая пена и независимый пружинный блок, которые поддерживают тело, позволяя мышцам быстрее расслабиться. Хлопковый войлок хорошо пропускает воздух и не задерживает тепло и влагу. За счет этого матрас не перегревается и в нем не заводятся вредные микроорганизмы.

Матрасы из линейки Grether&Wells изготавливаются из передовых материалов и с особым вниманием к деталям. Мы настолько уверены в их качестве, что даем расширенную гарантию 30 лет при покупке с защитным чехлом.



Двусторонний матрас

Двусторонний матрас Classic Duo Hard-Soft завоевал любовь наших покупателей своей универсальностью. У матраса две стороны жесткости: высокая и низкая. Вы можете поменять жесткость, просто перевернув матрас. Зимой, когда хочется больше мягкости, можно использовать мягкую сторону, а летом перейти на жесткую для усиленной поддержки.



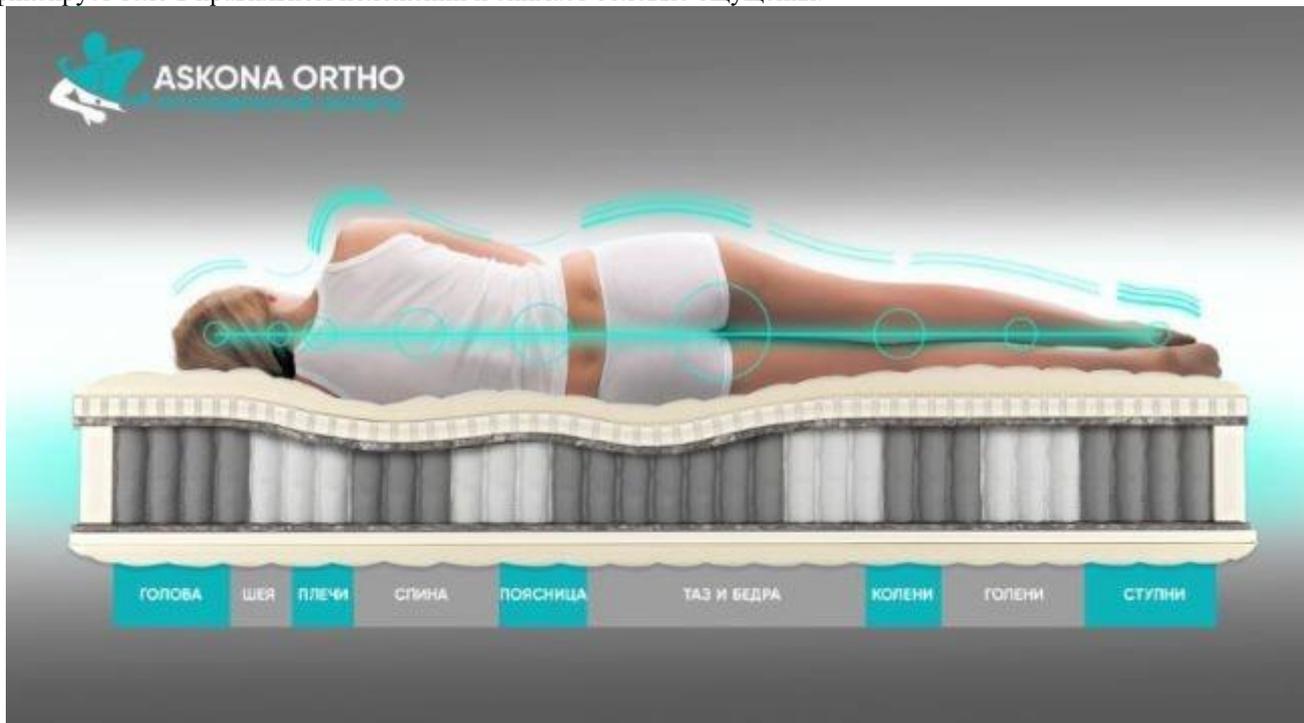
С мягкой стороны находится двойной слой анатомической пены — он усиливает анатомические свойства матраса и повышает ощущение комфорта. На жесткой стороне используется кокосовое волокно — натуральный материал, который дает ощущение усиленной поддержки.



Ортопедический матрас

Ортопедический матрас Askona Ortho Hard — это медицинское изделие*, которое используется для лечения и профилактики заболеваний спины.

Внутри матраса 9-зональный пружинный блок — он поддерживает каждую зону тела от ступней до шеи. Матрас фиксирует тело в правильном положении и снимает болевые ощущения.



Согласно исследованию Первого клинического медицинского центра, ортопедические матрасы Askona за четыре недели снизили интенсивность боли в пояснице и значительно улучшили качество сна.



*Абсолютных противопоказаний при использовании матрасов Askona Ortho не выявлено. Но при дегенеративно-дистрофических заболеваниях позвоночника с ограничением подвижности перед применением необходимо проконсультироваться с лечащим врачом.

Для справки: Название компании: *A Topg, ООО (Торговая сеть Askona, Grether&Wells Exclusive)* Адрес: 601900, Россия, Владимирская область, Ковров, ул. Комсомольская, 116-г, стр. 25 Телефоны: +74923294646; +78006006651; +78002004090 Факсы: +7(49232)94647 E-Mail: sale@askona.ru; welcome@askona.ru; client@askona.ru Web: <https://www.askona.ru> Руководитель: *Ершов Роман Владимирович, президент Askona Life Group; Исакова Светлана Валерьевна, Генеральный директор УК ООО "А Холдинг"* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 12.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Выбор покупателей: 8 лучших матрасов Askona в 2025 году (часть 2).

Популярная новинка

Анатомический матрас Grether&Wells Noble появился только в этом году, но уже успел завоевать сердца наших клиентов.

В составе матраса слой натурального латекса — упругого материала, который подстраивается под контуры тела.

Чехол из натурального льна приятен на ощупь и создает ощущение свежести и чистоты.

Пружины матраса поглощают даже незначительные движения, поэтому спать вдвоем будет очень комфортно.





Матрас для молодых семей

Анатомический матрас Family Comfort подойдет для молодых семей, ведь это идеальное сочетание цены и качества.

Объемный рисунок матраса обладает легким массажным эффектом: он расслабляет тело и снимает усталость после рабочего дня. Пружинный блок подстраивается под тело и поддерживает его в правильном положении на протяжении всей ночи.



Самый инновационный

Serta Ergo Cool стал главной инновацией года среди матрасов Askona. Модель подходит для трансформируемых оснований Ergomotion. Благодаря пружинам со специальными надрезами он может подстраиваться под движения основания и не ломаться.



Главная фишка модели — мониторинг сна в режиме реального времени. Внутри матраса находятся датчики, которые считывают дыхание и сердцебиение, а все данные передаются в приложение Askona Sleep. Там вы можете посмотреть отчеты о вашем сне и рекомендации, которые помогут улучшить его качество.



Модель обладает охлаждающим эффектом: верхний слой матраса выполнен из трикотажа с охлаждением. Матрас не будет нагреваться и сохранит комфортную температуру в течение всей ночи.

Для справки: Название компании: А Торг, ООО (Торговая сеть Askona, Grether&Wells Exclusive) Адрес: 601900, Россия, Владимирская область, Ковров, ул. Комсомольская, 116-г, стр. 25 Телефоны: +74923294646; +78006006651; +78002004090 Факсы: +7(49232)94647 E-Mail: sale@askona.ru; welcome@askona.ru; client@askona.ru Web: <https://www.askona.ru> Руководитель: Ершов Роман Владимирович, президент Askona Life Group; Исакова Светлана Валерьевна, Генеральный директор УК ООО "А Холдинг" (INFOLine, ИА (по материалам компании) 12.12.25)

Аскона показала результаты краш-теста матраса Serta.

Проверяем, насколько прочны и надежны матрасы Askona!

Матрас Serta прошел краш-тест на отлично — выдержал вес автомобиля и сохранил форму.

Секрет устойчивости — усиленный периметр Extra Edge и инновационная пружинная система.

Такая конструкция защищает матрас от деформаций, поддерживает анатомические свойства по всей поверхности и выдерживает нагрузку в 3 раза больше, чем обычные аналоги.

Мы проводим тесты максимально честно, чтобы вы были уверены в их долговечности.

Матрасы Askona созданы проходить любые испытания — это качество и надежность, проверенные на деле.

Подробнее в видео: https://vk.com/clip-42662224_456240641.



Для справки: Название компании: *A Topg, ООО (Торговая сеть Askona, Grether&Wells Exclusive)* Адрес: 601900, Россия, Владимирская область, Ковров, ул. Комсомольская, 116-г, стр. 25 Телефоны: +74923294646; +78006006651; +78002004090 Факсы: +7(49232)94647 E-Mail: sale@askona.ru; welcome@askona.ru; client@askona.ru Web: <https://www.askona.ru> Руководитель: *Исакова Светлана Валерьевна, Генеральный директор УК ООО "А Холдинг"; Еришов Роман Владимирович, президент Askona Life Group (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.12.25)*



Прочие товары для дома

Аромат для дома — универсальный и изысканный подарок.

Аромат для дома — универсальный и изысканный подарок.



SINCE **DELIGHT** 1992

Создает атмосферу уюта, делает пространство особенным и атмосферным. Ароматы для дома от 4'000 руб.

Для справки: Название компании: Коскова Е. В., ИП (Сеть DELIGHT) Адрес: 123001, Россия, Москва, Ермолаевский пер., 10/7, пом. 1 Телефоны: 74954318488; +74957872477 E-Mail: region@de-light.ru; info@de-light.ru Web: <https://www.de-light.ru> Руководитель: Коскова Екатерина Валерьевна, учредитель (По материалам компании 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новинка от бренда ОСЗ – подсвечники "Клар" и "Клар вертикаль".

Новые подсвечники "Клар" и "Клар вертикаль" – актуальная к зимним новогодним праздникам новинка бренда "Опытный Стекольный Завод".



Подсвечники идеально подходят для создания атмосферных зимних вечеров и приобретают нежное воздушное свечение, как только внутри зажигаются свечи. Подсвечники "Клар" – это великолепный аксессуар для создания романтической атмосферы, а также отличное дополнение интерьера дома, создание тепла и уюта в комнате. Идеально сочетаются с насыпными свечами, чайными свечами в гильзах, а также с другими свечами благодаря универсальной форме.

Для справки: Название компании: *Опытный стекольный завод, ООО (ОСЗ; ИНН: 3304005609)* Адрес: 601500, Россия, Владимирская область, Гусь-Хрустальный, ул. Интернациональная, 114 Телефоны: +74924137799; +74924137799#110; +74924193384; +74956265068 Факсы: +74924124861 E-Mail: info@osz-glass.ru; osz@osz-glass.ru Web: <http://www.osz-glass.ru> Руководитель: *Пенечко Сергей Викторович, генеральный директор (Посуда Инфо 17.12.25)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новогодняя коллекция.

Наши представления об эстетике новогоднего застолья родом из детства. Так почему бы не погрузиться в нее снова? Сверкающий хрусталь, узнаваемые персонажи, те самые игрушки на елке, хвойный аромат и самые любимые блюда.

В Советской коллекции:







Набор елочных игрушек, 7 см, 2 шт, стекло, Новогодние звери, Figure christmas — 699 р
 Кружка, 450 мл, фарфор F, с золотистым кантом, Застолье, Feast christmas — 1 490 р
 Тарелка обеденная, 27 см, фарфор, Revival — 1 990 р
 Бокал для вина, 240 мл, 2 шт, стекло P, Ridin — 1 190 р
 Рюмка, 50 мл, 2 шт, стекло P, Ridin — 990 р

Для справки: Название компании: КЮХЕНЛЭНД ХОУМ РУС. АО (Торговые сети Kuchenland, Kuchenland Home, Zimaletto) Адрес: 350000, Россия, Краснодарский край, Краснодар, ул. Красная, 86 Телефоны: +78005001405; +74991102048 E-Mail: online@khlh.ru Web: www.kuchenland.ru; www.zimaletto.ru Руководитель: *Ишин Дмитрий Александрович, генеральный директор* (По материалам компании 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Торговые сети Soft-DIY и HouseHold

Общие новости рынка

В 2025 году россияне все чаще покупали еду и оплачивали путешествия онлайн.

Российский рынок онлайн-покупок уверенно растет. За 11 месяцев 2025 года число покупателей в интернет-магазинах и приложениях (без учета маркетплейсов) выросло на 16% по сравнению с тем же периодом прошлого года. При этом потребительские привычки и структура трат продолжают меняться. Такие результаты показало исследование СберАналитики - части проекта "Итоги года со Сбером-2025". Быстрее всего увеличивается доля онлайн-покупок из продовольственных магазинов. Сегодня на заказы продуктов приходится четверть всех онлайн-расходов (24%), причем за год доля этой категории выросла на 4,6 процентных пункта. Вторая по объему трат категория - услуги (18%). Здесь лидерами спроса стали турагентства (4%) и образовательные учреждения (4%). Замыкают тройку лидеров непродовольственные магазины: пользователи чаще всего оплачивали онлайн товары для строительства и ремонта (4%), одежду и аксессуары (3%), бытовую технику и электронику (2%).

Самые крупные онлайн-покупки связаны с планированием поездок. Средний чек в турагентствах - 19,2 тыс. рублей, на авиабилеты - 18,4 тыс., а на бронирование отелей - 12,4 тыс. Высокий средний чек также характерен для мебели и предметов интерьера - 15,2 тыс. рублей, бытовой техники и электроники - 7,9 тыс.

Большинство покупателей интернет-магазинов - женщины (57%). На них пришлось 53% онлайн-трат. Наиболее "женскими" категориями по доле расходов стали товары для красоты и здоровья (87%), хобби и увлечения (79%), канцтовары (74%), благотворительные ассоциации (74%) и домашние животные (73%). Мужчины лидируют в тратах, связанных с автотранспортом: запчастей и аксессуаров (85%), аренда авто (77%), автодилеры (77%), топливо и автосервис (68%).

Ядром платежеспособной аудитории стали люди в возрасте 35-44 лет - на их долю приходится 39% всех онлайн-трат, они составляют 37% от всех покупателей. При этом молодежь 18-24 лет отвечает за треть (33%) всех потраченных сумм. Наиболее активны они в категориях аренды автотранспорта (53% трат совершает молодежь 18-34 лет) и при заказе фастфуда (51%).

География среднего чека отражает экономическое разнообразие регионов. Самые высокие средние суммы за онлайн-покупку зафиксированы в Чукотском автономном округе (1733 рубля), Москве (1561 рубль), Ямало-Ненецком автономном округе (1455 рублей), Ненецком автономном округе (1430 рублей), Мурманской области (1393 рубля), Санкт-Петербурге (1370 рублей), Московской области (1362 рубля), Камчатском крае (1345 рублей), Магаданской области (1282 рубля) и Ханты-Мансийском автономном округе (1232 рубля).

Исследование СберАналитики подготовлено с помощью аналитической панели "Мониторинг экономики регионов" и основано на агрегированной и обезличенной информации о потребностях 111 млн покупателей и 7 млн юридических лиц. Также используются данные из более чем 70 внутренних и внешних источников. Это позволяет детально анализировать разные рынки с учетом их отраслевых и региональных особенностей. (Волга Ньюс 18.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Бюджеты россиян на покупку новогодних подарков выросли до 18 тыс. рублей.

Россияне в среднем планируют потратить на покупку новогодних подарков в этом году 18 тыс. руб., следует из совместного опроса сервиса SuperJob и бренда Madame Coco. Сумма выросла за год на 5%.

При этом мужчины заявляют о более крупных бюджетах (21,4 тыс. руб.), чем женщины (16,1 тыс. руб.). Более существенные расходы планирует молодежь до 35 лет (19 тыс. руб.), при том как респонденты старше 45 лет ориентируются на меньшую сумму (17,5 тыс. руб.). Опрошенные с заработками от 150 тыс. руб. в месяц готовы потратить на подарки в среднем 23,8 тыс. руб.

Среди проживающих в мегаполисах самыми щедрыми оказались москвичи. Они готовы потратить на подарки в среднем 22,2 тыс. руб. В топ-5 также вошли жители Красноярска (21,6 тыс. руб.), Санкт-Петербурга (19,4 тыс. руб.), Екатеринбурга (18,2 тыс. руб.) и Ростова-на-Дону (18,1 тыс. руб.).

При этом 11% россиян заявили, что вовсе не планируют дарить подарки кому-либо на Новый год. Поздравить родственников намерены 72% опрошенных, любимого человека — 40%, друзей — 29%, коллег — 13%. Еще 17% респондентов рассказали, что планируют порадовать себя.

В опросе приняли участие 13 тыс. представителей экономически активного населения из всех округов страны. Исследование проводилось с 6 ноября по 5 декабря 2025 года. (Эксперт 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Генеральный директор ГК "Аскона" Александр Маненок: "Рост депозитов - один из ключевых факторов, почему люди не тратят на себя". "Интерфакс - Россия". 17 декабря 2025

Рынок товаров для дома в РФ переживает не лучшие времена. Падение объемов строительства и высокие банковские ставки давят на спрос, а изменение потребительских привычек диктует тренд на развитие e-commerce и мультимедийных форматов продаж.



О трансформации бизнеса в текущих непростых условиях, экспансии за рубеж и дальнейшем развитии рынка в интервью "Интерфаксу" рассказал гендиректор ГК "Аскона" Александр Маненок.

- В 2025 году отчетливо проявились такие тенденции в ритейле, как снижение трафика в ТРЦ, падение продаж в секторе DIY. Потребители склонны больше к сбережению средств, чем к покупкам. Эти тренды как-то повлияли на бизнес ГК "Аскона"?

- Да, ситуация - не простая. Если брать мебельный бизнес и товары для дома как отрасли, в которых мы работаем, то можно констатировать, что в 2025 году рынок просел минимум на 10%. И, честно говоря, мы ожидаем такую тенденцию и в 2026 году. Мы знаем, что у многих игроков дела идут не очень хорошо с точки зрения прироста, потому что они, хотя и по-разному, но падают к уровню прошлого года.

Что касается "Асконы", то, в целом, мы растем. Да, скорость роста к прошлому году замедляется, потому что в этом году мы очень сильно сфокусировались на операционной эффективности бизнеса.

- Насколько, по Вашему мнению, долгосрочны тенденции снижения покупательского спроса? Как компания реагирует на эти вызовы? Вносятся ли коррективы в планы, стратегию развития?

- Смотрите, у нас - мультимедийный формат продаж, то есть, мы работаем во всех каналах продаж, где это можно. На территории России у нас есть собственная розница, есть франчайзинг, мы работаем на маркетплейсах, работаем с нашими оптовыми партнерами, с дистрибьютерами, также у нас есть еще корпоративные заказчики.

Вот такая мультимедийная разветвленная система продаж - и еще разная по ценовой категории - позволяет нам быстро реагировать. Какие-то каналы проседают, какие-то - еще нет, а какие-то - растут. То есть мы можем быстро переключаться между ними. Где-то больше повышать фокус, где-то меньше тратить ресурсов.

С точки зрения планов и развития - да, рынок не самый легкий будет в ближайшие несколько лет, это уже факт. Мы намерены это время использовать для развития тех направлений, которые у нас прямо запрограммированы. Мы очень сильно фокусируемся на e-commerce. Также мы фокусируемся на дальнейшем масштабировании нашего проекта Askona Home, связанного с новыми товарными категориями. Мы дальше будем развиваться в странах СНГ и за его пределами.

Также мы рассматриваем возможность сделок M&A на рынке. Нам интересны производители кухонь, мягкой мебели, текстильных товаров. Это еще одна из точек роста компаний на сегодняшний день.

- ЦБ РФ за последние полгода уже дважды снижал ключевую ставку. Это позитивно отражается на ритейле?

- Я бы сказал, что пока никак не отражается с точки зрения позитивного влияния. То ли мало времени прошло, то ли пока покупатели не верят, что пришло время забирать деньги с депозитов и тратить их на себя.

Насколько я знаю, объем денежных средств на депозитах продолжает расти. Соответственно, это - один из ключевых факторов, почему люди не тратят деньги на товары среднесрочного и долгосрочного потребления.

На 2026 год я пока не вижу перспектив разморозки рынка именно в нашей отрасли. Возможно, это будет в 2027 или 2028 годах, когда сыграет свою роль отложенный спрос.

- Объем жилищного строительства в России падает. Насколько высока корреляция между ситуацией в строительной отрасли и в продажах мебели?

- Мы - третий вагончик в этой системе. Первый - это недвижимость, дальше - рынок DIY, потом идет рынок мебели. Рынок недвижимости демонстрировал и демонстрирует падение третий год подряд. Количество сделок значительно снижается, льготные программы были частично отменены или заменены. С учетом роста ключевой ставки (ЦБ РФ - ИФ) выросли еще и цены на недвижимость.

Следующие за ними идут DIY-щики - это те, кто занимается отделкой, ремонтом и всем, что с этим связано. У них также падение год к году, они прогнозируют падение и на 2026 год.

Следующие в цепочке - мебельщики. Мебель же нужно куда-то завозить. Однако сейчас естественного спроса на обновление жилья не происходит.

Поэтому первый челлендж у нас такой - это отвоевание дополнительной доли у конкурентов. Второй челлендж - это достучаться до наших покупателей и донести до них, что мебель можно и нужно обновлять даже в текущем месте пребывания. Как это было, например, во время пандемии, когда все очнулись, поняли, что они сидят дома и в связи с этим в 2021 году произошел прямо очень резкий рост.

- В России остро стоит демографическая проблема, плюс - изменения в миграционном регулировании влияют на доступность рабочих рук в ряде отраслей, на той же стройке. Эти проблемы ГК "Аскона" как-то затронули? Если да - как планируете минимизировать последствия?



- Да, мы ощущаем это, так как мы - компания, которая работает на федеральном уровне. Это касается особенно производственного персонала. У нас 11 фабрик, приходится их укомплектовывать. Еще у нас - логистическая сеть по всей стране, также наши розничные магазины. В настоящее время у нас укомплектованность - в районе 94%. Это - не самая плохая ситуация, честно скажу, с точки зрения бенчмарка по рынку, но это дается нам с большим трудом.

Мы постоянно думаем, как улучшить жизнь наших сотрудников, как привлекать новые кадры, это касается и вахты. Например, мы начинаем строить общежития возле наших фабрик, чтобы улучшать условия пребывания людей, которые приезжают к нам на работу временно.

Также мы рассматриваем вопрос с привозом работников из других стран. Пока таким опытом поделиться не можем, но в следующем году планируем это уже сделать, так как мы получили квоты во Владимирской области на 250 иностранных граждан.

- Ваш интернет-магазин работает уже несколько лет. Как-то планируете развивать его с учетом тренда на онлайн-покупки у потребителей? Можете назвать инвестиции в него в 2026 году?

- У нас есть стратегическая цель по трансформации бизнеса. Мы сейчас заходим в так называемую e-com-трансформацию компании. У нас есть наш собственный интернет-магазин - достаточно давно, но мы считаем, что уделяли ему недостаточно внимания и не развивали так, как нужно было бы за последние годы.

На 2026 год у нас намечено серьезное усиление команды e-com'a и специалистами, и внешними подрядчиками. То есть мы будем переделывать прямо архитектуру платформы, на которой находится сайт. Будем улучшать и клиентский опыт, который на сайте находится. Там появится сильно больше SKU. Покупка будет сильно проще, а скорость доставки будет расти в разы в ближайшее время. Это - один из основных фокусов компании на ближайшие несколько лет. С точки зрения инвестиций - туда пойдут сотни миллионов рублей.

- Какова доля интернет-продаж в выручке "Асконы"? Как она будет меняться в будущем?

- Сейчас доля собственного e-com - 21% выручки компании. С учетом роста всей компании мы хотим попробовать дорасти ее до 40% в ближайшие 5 лет.

- У "Асконы" сейчас - 4 гипермаркета Askona Home: в Москве, Санкт-Петербурге и Воронеже. Год назад компания заявляла, что таких магазинов в стране может быть порядка 50. Планируете ли корректировать планы расширения сети, с учетом общей ситуации в экономике и тренда на онлайн-покупки?

- Тут смотрите какая история: 50 магазинов - это возможная зона покрытия. Это не происходит одномоментно. Мы двигаемся в эту сторону. Мы этот проект не забрасываем ни в коем случае, он является тоже стратегическим. В следующем году мы открываем гипермаркет в Казани. В Екатеринбурге это уже будет открытие 27-го года, но мы стартуем в конце 26-го года (основные работы запланированы на 2026 год - ИФ). И будет еще один гипермаркет в Москве. Площадь каждого будет около 5 тыс. кв. метров.

То есть по следующему году - да, это не такое бурное развитие, но это еще плюс три магазина. Мы заходим в важные для нас локации и города, потому что под эти локации еще будет усилена поддержка нашего сайта, когда можно будет почти любой ассортимент заказать как онлайн, так и прийти посмотреть офлайн - такая омниканальная модель.

- Открытие даркстортов актуально для вас? Планируете ли что-то в этом направлении?

- Мы сейчас экспериментируем с очень большим количеством форматов именно в логистике - по скорости доставки, по тому, как ближе и быстрее для нашего покупателя. Дарксторты есть внутри. Сейчас пока какой-то четкой политики по ним не выработано. Тесты покажут, как мы будем действовать дальше.

- Как развивается сеть салонов Askona? Сколько салонов было на начало 2025 года? Сколько их будет на конец года? В каком направлении будет развиваться сеть салонов в ближайшие годы?

- Если мы берем собственную сеть, то можно говорить, что покрытие нашей страны практически закончено. То есть дальше идет ротационная история. Какие-то магазины закрываются, какие-то новые открываются - либо на их месте, либо идет переформат магазина.

Ну, допустим, мы трансформируем магазины площадью 150-200 кв. метров в 300 кв. метров, потому что увеличиваем количество SKU, представленное в торговой точке. Магазины в 300 кв. метров увеличиваем до 600 кв. метров. Опять же для того, чтобы покупателю было предоставлено как можно больше выбора товаров офлайн.

Поэтому сейчас речь идет, наверное, не о количестве магазинов, а об их эффективности с точки зрения доступности для клиентов и выкладки ассортимента.

900 магазинов, которые есть сейчас, в 2 тысячи магазинов не превратятся. Наверняка останутся те же 900, возможно, будет 800, но это будут другие магазины по площадям и, возможно, по локациям. То есть пока, можно сказать, что покрытие оптимальное.

- Компания ранее озвучивала планы открытия магазинов в ОАЭ и Турции. Что с этими планами? Какие еще зарубежные рынки для компании интересны?

- Мы работаем не только на территории России. У нас достаточно большая представленность в СНГ. И там у нас очень классная, сильная команда. Они выросли в этом году к прошлому. И сейчас мы с ними согласовали стратегию развития на пять лет вперед. Там ожидаем прямо буст, то есть, и развитие собственной розницы, и франчайзинг, и оптовых клиентов, подключение новых стран. Это что касается СНГ.

Также есть уже форматы за пределами России и СНГ, они доказали свою состоятельность. У нас в Эмиратах (ОАЭ - ИФ) два магазина, и они вышли в операционный плюс, и, соответственно, в следующем году намечаем дополнительное развитие. В следующем году мы расширяем сеть и откроем там еще три магазина.

Кроме того, у нас сейчас идут переговоры с рядом стран, скажем так, арабского мира по поводу франшизы.

В Турции мы пока магазин не открывали. Там сейчас экономическая ситуация не самая благоприятная, инфляция просто зашкаливает, пока присматриваемся.

- Для группы интересны какие-то партнерства с крупными ритейлерами, производителями товаров?

- Как мы любим говорить, мы работаем в двух ролях. Вот мы ритейлеры с собственным брендом, и при этом же мы исполнители корпоративных заказов. То есть мы являемся производителями для других сетей под их собственным брендом. Для нас это четко разделенные два канала.

Мы умеем производить мебель, матрасы, подушки, одеяла. Мы 20 лет были поставщиком ИКЕА. Сейчас под брендами других компаний мы производим еще для кого-то.

- Есть ли какие-то цели по развитию собственных производств? Например, достичь определенной доли собственных товаров в розничных продажах? Или занять определенную долю российского мебельного рынка?

- Планов с точки зрения специально позанимать долю ради доли нет. Тем не менее, получается, что мы крупнейшее производство по матрасам. Кроме того, у нас не было специально такой задачи, но мы посчитали летом, и оказывается теперь - крупнейшие производители мягкой мебели в стране. Соответственно думаем, что в ближайшее время займемся текстильной продукцией и корпусной мебелью. Но задача стоит не так. Задача стоит в максимальной поддержке сети с точки зрения появления нужного ассортимента очень быстро, хорошего качества и нужной себестоимости.

Вот эту задачу выполняют производственные площадки. Они каждый год расширяются, потому что растет компания. Планы на следующий год - рост производственных площадок по-разному - от 10% до 20%. Например, в Коврове запускается новая автоматизированная фабрика по производству изделий из металла.

Во Владимире будет сильно расширяться фабрика мягкой мебели. В Новосибирске тоже будет расширяться действующая фабрика по выпуску матрасов. То есть расширения происходят практически каждый год.

- Планируете ли создавать производства за пределами Владимирской и Новосибирской областей - как в других регионах РФ, так и за рубежом?

- В следующем году мы планируем создать производство в одной из стран СНГ. Я, наверное, пока не буду рассказывать, в какой. Мы выбираем окончательную локацию. Это будет производство полного цикла - матрасов, кроватей, диванов. Я думаю, что в феврале уже объявим конкретно.

Для справки: Название компании: *Аскона-Век, ООО (ГК АСКОНА)* Адрес: 601900, Россия, Владимирская область, Ковров, ул. Комсомольская 116г, стр.25 Телефоны: +74923294646; +7(800)2004090 Факсы: +7(49232)94647 E-Mail: welcome@askona.ru; sale@askona.ru; info@tdaskona.ru Web: www.askona.ru Руководитель: Манёнок Александр, Генеральный директор (Интерфакс - Россия 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Аналитики рассказали о неожиданных факторах, которые влияют на желание купить дополнительный товар. "NEW RETAIL". 17 декабря 2025

Стремление приобрести дополнительный товар формируется у клиента не только из-за скидок и обширности ассортимента, но и благодаря качеству сервиса.

COZY HOME

К такому выводу пришли аналитики системы контроля и управления персоналом после оценки более 24 тысяч консультаций с клиентами в сети магазинов товаров для дома COZY HOME. Старт проекта Совместный проект стартовал в феврале 2024 года. В COZY HOME внедрили систему контроля и управления персоналом SteadyControl. Она объединила в себе современные практики менеджмента, технологии AI, аудио- и видеоналитику, анализирует диалоги менеджеров с клиентами и формирует ежедневные отчеты, благодаря которым можно выявить слабые места и оперативно проработать их. А отдел внедрения и сопровождения помогает партнерам доводить соблюдение стандартов до +90%, находить наиболее успешные практики продаж и масштабировать их на всю сеть.

Результаты аудита. В первые месяцы оценка бизнес-процессов показала, что трафик обрабатывался частично. Артем Яськов, операционный директор COZY HOME: "Мы решили стартовать сразу с 15 торговых точек: чем больше выборка, тем объективнее данные. Первое, что мы увидели - значительные потери трафика: люди заходят и выходят. Сначала приуныли, затем разобрались - дело не в ошибках процессов. Нам банально не хватало продавцов на нескольких точках. Второй важный момент - оценили эффективность акций по стимулированию сбыта. Причем стало видно, что слишком щедрые предложения скидок дают скорее негатив клиентов, чем повышение продаж" Работа над конверсионностью предложений дополнительных товаров После, с помощью AI, аудио- и

видеоаналитики в сети исследовали, насколько хорошо сотрудники обслуживают покупателей на кассе и в зале, как предлагают дополнительные товары, проявляют ли инициативу и так далее. Исследование показало: когда сотрудники выполняют стандарты обслуживания, средний чек растет до 20% сверх основной выручки. Ключевую роль играет то, как именно консультант ведет диалог: учитывает ли первичный запрос, предлагает подходящие товары, задает вопросы с предложением разных вариантов и делает ли это деликатно.

Также важна работа с возражениями: когда продавец берет на себя инициативу и обрабатывает все запросы, связанные с допродажей, клиент соглашается на более дорогой товар или услугу в 7 из 10 случаев.

Сильный эффект дает последовательное сопровождение клиента от входа до покупки. Например, приветствие в первые 15 секунд увеличивает время, которое клиент находится в магазине. Этот стандарт теперь соблюдается в 90% случаев. Также чаще - до 88% консультаций - диалог начинается с рассказа о продукте, что помогает быстрее установить доверие и найти релевантное предложение. Такая динамика в соблюдении стандартов привела к изменениям в ключевых метриках: с января по декабрь 2024 года конверсия в покупку выросла на 2,2 п.п. сверх обычных темпов сети, а средняя стоимость транзакции - на 5,3 п.п. Внутренний анализ также показал, что улучшение навыков персонала напрямую усиливает валовую прибыль от покупок дополнительных товаров.

Артем Яськов, операционный директор сети COZY HOME: "Система дает максимальную прозрачность в аналитике собственных результатов - легко исправить ошибки и посмотреть, какие места проседают. Мы прослеживаем прямое влияние качества обслуживания на товарооборот. Первая волна запуска показала прирост на 6 процентных пунктов к товарообороту, вторая волна - +5 п.п. Усредненно получаем 5-6% при соблюдении уровня сервиса выше 75%". Результаты исследования подтверждают, что рост допродажи и суммы среднего чека напрямую зависит от того, насколько качественно сотрудники консультируют клиентов. Чем внимательнее персонал выстраивает диалог на всех этапах пути покупателя, тем выше вероятность, что он согласится приобрести что-то дополнительно. Это помогает увеличивать обороты и прибыль бизнеса.

Для справки: Название компании: Текстильная компания КОУЗИ ХОУМ, ООО (Торговая сеть Cozy Home) Адрес: 125315, Россия, Москва, Ленинградский пр, 80 к. 21 Телефоны: +7(499)3001403#6004; +7(800)7771872; +7(499)7070902 E-Mail: info@cozyhome.ru Web: www.cozyhome.ru Руководитель: Потина Юлия Викторовна, генеральный директор (NEW RETAIL 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Мебельные ретейлеры открывают магазины в ТЦ, но площадки опасаются банкротств: новости ретейла. "Индустрия мебели". 19 декабря 2025

Сложности у ТЦ с офлайн-точками продолжают копиться, в то время как самостоятельные мебельные бренды покоряют внутренний рынок. А молодое поколение покупателей начинает ужесточать требования к продавцам.

В двух столицах в один день появятся два магазина Hoff

Мебельный ретейлер закроет сеть с 72-мя точками продаж по всей России. Причём два магазина открылись в один день, 19 декабря: гипермаркет в московском ТЦ "МЕГА Теплый Стан" на 6155 м2 и салон в петербургском ТЦ "Сити Молл" площадью в 1255 м2. В самой компании замечают, что 2025 год стал "самым богатым" на открытия гипермаркетов по всей стране. По традиции, в магазинах будут студии планирования с командами дизайнеров. На экспозициях ретейлер также делает акцент на готовых интерьерных решениях для разных комнат. Как отметила руководитель сети торговых центров "МЕГА" Оксана Козлова, вокруг московского центра к тому же активно строятся дома, а несколько уже введены в эксплуатацию. Поэтому партнёры рассчитывают, что пространство станет местом притяжения для новосёлов.

Молодое поколение потребителей уходит, если заказ сложно оформляется

Это показало исследование IT-интегратора AWG. Как оказалось, зумеры становятся наиболее требовательными к онлайн-ретейлу. Люди от 30 лет, в случае трудностей при оформлении заказа, просто отложат покупку на другой день. А 31% опрошенных возрастом до 28 лет попросту перейдут к другому продавцу, у которого не будет сбоев. Ещё 27% молодых покупателей попробуют перезагрузить страницу, но дальше этого действия не пойдут. Обратятся в поддержку или позвонят по телефону только 19%. В то время как 22% миллениалов позвонят продавцу, чтобы прояснить ситуацию или оформить заказ по телефону. Эксперты делают вывод, что зумеры не склонны ждать, и компании с техническими проблемами быстро теряют их лояльность и расположение.

Торговым центрам отказали в льготе по отчислению страховых взносов

Такое решение вынес Минфин России в ответ на обращение, направленное вице-президентом Союза торговых центров Павлом Люлиным. Офлайн-ретейл просил включить управление ТЦ в список отраслей, к которым может быть применен пониженный тариф страховых взносов 15% к части выплат, превышающей полтора размера минимального размера оплаты труда. Как уточняет "Коммерсант", в ведомстве ответили, что право применять эту льготу сегодня сохраняется у малого и среднего бизнеса и то из приоритетных отраслей. Операторы ТЦ не попадают под нужную категорию. Но игроки ретейл-направления уверены, что отсутствие льгот может плохо отразиться на финансовой устойчивости площадок. К тому же из-за снижения эффективности офлайн-ритейла и роста вакансий в ТЦ повышается риск банкротств, особенно в регионах. (Индустрия мебели 19.12.25)

Авито: россияне в 2025 году стали более рациональны в расходах. "Волга Ньюс". 19 декабря 2025

Эксперты Авито Услуг выявили четыре ключевых тренда на потребительском рынке России в уходящем году. В целом можно сказать, что россияне стали отдавать предпочтение гибкому планированию бюджета при сохранении качества жизни и больше инвестировать в себя. 2025 год стал годом микроинвестиций на рынке услуг. Вместо комплексных проектов под ключ россияне перешли к точечным решениям: не ремонт всей квартиры, а одной комнаты; не новая профессия с нуля, а переквалификация на смежную специальность; не масштабная свадьба, а камерное событие.

Тренд 1: Дробление вместо масштаба — от ремонта до досуга

Россияне перестали массово делать ремонт под ключ. Вместо одного подрядчика на всю квартиру — бригада электриков сегодня, маляры через месяц, сборщики мебели, когда появились деньги. Такой подход позволил распределить расходы во времени и сохранить контроль над бюджетом.

Спрос на точечные ремонтные работы вырос на 16–17% (кладка, электромонтаж, малярные работы, поклейка обоев). Параллельно укрепился интерес к индивидуальному жилищному строительству на фоне деурбанизации и высоких ипотечных ставок — владельцы домов активно благоустроивали участки. Спрос на устройство водоемов, бассейнов и фонтанов вырос на 32%, на монтаж ограждений и навесов — на 16%.

В городах были популярны практичные решения: квартиры с предчистовой отделкой и базовые ремонтные услуги (сантехнические работы, электромонтаж, сборка мебели). Рост долгосрочной аренды (+12%) подстегнул инвестиции арендодателей в ремонт объектов.

Аренда вместо покупки

Логика "дробления" распространилась и на досуг. Свадьбы стали камерными, дни рождения — домашними, а развлечения — арендованными. Спрос на организацию небольших событий (дни рождения, годовщины, мини-свадьбы) вырос более чем в 14 раз, прокат оборудования — почти в 10 раз, полную организацию событий — в 5,8 раза.

Вместо одного дорогого мероприятия — несколько небольших, но персонализированных. Вместо покупки техники — аренда на выходные. Летом россияне активно брали в аренду сапборды (+8%) и велосипеды (+14%), а аренда игровых приставок выросла на 34% — гейминг оставался популярным, но люди предпочли не покупать дорогостоящее оборудование.

Были востребованы мастер-классы по актёрскому мастерству, рукоделию и кулинарии — форматы, где можно получить новый опыт без больших вложений.

Тренд 2: Переквалификация как ответ на выгорание

В 2025 году россияне массово переучивались на электриков, штукатуров и мастеров маникюра. Спрос на переподготовку в рабочих и сервисных специальностях с января по август вырос более чем в 2 раза — рекорд за последние годы.

Число желающих стать штукатурами-малярами выросло в 4 раза, плотниками — в 2,5 раза, электриками — в 2 раза. Интерес к программам подготовки слесарей увеличился на 57%, столярному делу — на 40%, квалификации сантехника — на 6%.

Параллельно бум пережила индустрия красоты. Обучение ногтевому сервису выросло в 3 раза, парикмахерскому делу — в 2 раза, ламинированию ресниц — в 2,4 раза. Подготовка визажистов стала популярнее на 82%, бровистов — на 54%. Для многих это стало не хобби, а альтернативной карьерой с гибким графиком.

Кулинарные направления показали сопоставимую динамику: кондитерские курсы стали востребованнее в 3,5 раза, интерес к поварскому делу вырос на 96%.

При этом востребованы были не только практичные специальности. Вырос интерес к творческим практикам: обучение дизайну и рисованию — +30%, спорту и танцам — +27%, курсы в сфере красоты и здоровья — +17%, музыка и театр — +12%. Курсы по IT и бизнесу стали популярнее на 62%, программы профессиональной подготовки — на 55%.

Тренд 3: Инвестиция в себя — красота как система

Забота о физическом и эмоциональном состоянии превратилась в системную практику. За два года число салонов красоты выросло на 16%, частных мастеров — на 28%, посещаемость и средний чек — на 14%.

По данным Авито Красоты (раздел внутри Авито Услуг), в первой половине 2025 года был особенно высок спрос на макияж (+79%), маникюр и педикюр (+56%), парикмахерские услуги (+43%) и уход за бровями и ресницами (+36%). Клиенты выбирали мастеров по портфолио и отзывам, записывались через цифровые сервисы. Главными критериями стали удобство, доверие и персонализация.

Поддержал тренд интерес к здоровому образу жизни: спрос на фитнес и йогу вырос на 20% в первом полугодии, на курсы красоты и здоровья — на 17%.

Тренд 4: Малый бизнес освоил онлайн — рост через маркетплейсы и аутсорсинг

Малый и средний бизнес активно осваивал интернет-продвижение. Особенно заметен рост в городах до 250 тыс. человек — там предприниматели компенсировали ограниченные ресурсы за счёт внешней экспертизы.

Спрос на специалистов в IT, дизайне и маркетинге в первом полугодии вырос в 2,6 раза в городах до 100 тыс. жителей и более чем в 6 раз — в городах от 100 до 250 тыс. Бизнес активно заказывал продвижение в соцсетях (рост почти в 3 раза), графический дизайн (в 3,5 раза) и маркетинг в целом (более чем в 2 раза). Особенно востребовано было продвижение на маркетплейсах, сервисах объявлений и картах — +90%.

В городах до 250 тыс. человек резко вырос спрос на ведение профилей под ключ (в 5 раз), SEO-продвижение и продвижение на маркетплейсах (почти в 5 раз), разработку чат-ботов (+32%).

Параллельно усилился запрос на юридическую и финансовую поддержку. Спрос на комплексное юридическое сопровождение вырос на 91% в городах от 100 до 250 тыс. человек и на 39% — в меньших. Составление бизнес-планов стало популярнее на 21–46%. Бухгалтерский аутсорсинг тоже вырос: +68% в средних городах, +17% — в малых.

Предприниматели выстроили полный цикл взаимодействия с клиентом — от визуала и онлайн-присутствия до юридической и финансовой базы, подключая внешние ресурсы вместо найма штатных сотрудников.

Что дальше: прогноз на 2026 год

Эксперты ожидают, что тренд на точечные инвестиции сохранится в 2026 году. Рынок услуг будет расти за счет микротранзакций: вместо одного крупного заказа — десять мелких, но регулярных. Это меняет бизнес-модели исполнителей: побеждает тот, кто готов работать с небольшими проектами и быстро адаптироваться под запрос клиента.

Параллельно продолжится рост переквалификации — особенно в специальностях, где результат виден быстро. А малый бизнес в регионах будет активнее осваивать онлайн-каналы, превращая локальные услуги в масштабируемые проекты. (Волга Ньюс 19.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Потребитель растерял оптимизм. "Коммерсантъ". 20 декабря 2025

Трафик торговых центров сократился на 3% за 2025 год

Посещаемость торговых центров России в 2025 году сократилась на 3%, в 2024 году снижение оценивалось в 2%. Это связано с отказом потребителей от импульсных покупок и стремлением рационализировать траты. Заметнее всего падение трафика в магазинах товаров для дома, электроники и продуктов питания. Тенденция уже привела к росту вакантности в торгцентрах. В 2026 году посещаемость продолжит снижение.

Показатель Mall Index (отражает количество посетителей на 1 тыс. кв. м торговых площадей) в России с начала января по середину декабря 2025 года сократился на 3% год к году, подсчитали в Focus Technologies. Это более выраженное снижение, чем в 2024 году — 2%. Руководитель департамента торговой недвижимости CMWP Зульфия Шиялева также ожидает снижения трафика торговых центров по итогам всего 2025 года на уровне 3%.

Региональный директор департамента торговой недвижимости NF Group Евгения Хакбердиева добавляет, что негативный тренд прослеживается в первую очередь в крупноформатных объектах. Показатели многих торгцентров существенно хуже, их снижение трафика в этом году достигает 20–30%, считает президент Magic Group (развивает универмаги Slava) Александр Перемятов.

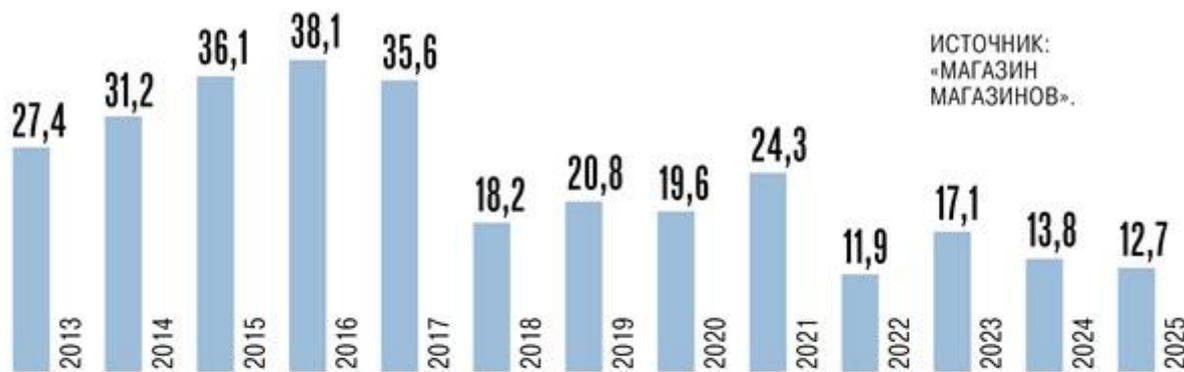
Руководитель направления исследований и консалтинга Focus Technologies Михаил Васильев называет глобальными причинами снижения трафика торгцентров давление онлайн-каналов и макроэкономические факторы. Переходя к сберегательной модели, домохозяйства перераспределяют расходы в пользу повседневных нужд и отказываются от импульсных покупок. "Покупатель становится более осведомленным: исследует рынок, читает отзывы, отслеживает скидки и только затем принимает решение", — говорит он.

Согласно Focus Technologies, наиболее выраженное снижение посещаемости в этом году показали DIY-магазины — на 18% год к году. Это связано в том числе с общим угнетением спроса на жилье в этом году (см. "Ъ" от 25 сентября). На втором месте — ритейлеры электроники и бытовой техники, потерявшие в традиционной рознице 9% трафика. Здесь тенденция традиционно объясняется перераспределением спроса в пользу онлайн-канала.

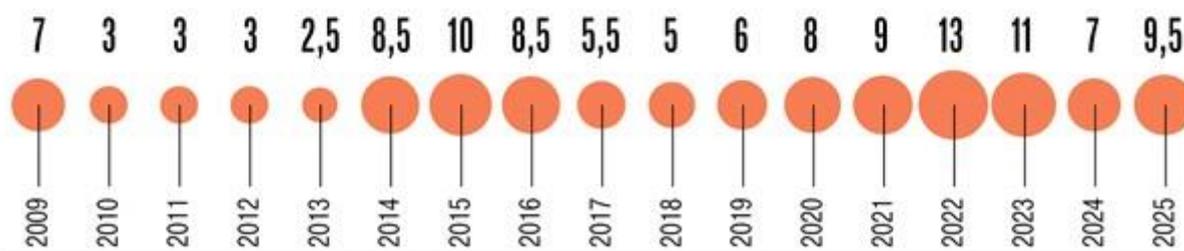
Посещаемость продуктовых магазинов в торгцентрах в этом году снизилась на 8% из-за конкуренции с форматом "у дома" и дискаунтерами (см. "Ъ" от 24 октября). Впрочем, президент X5 Екатерина Лобачева в интервью "Ъ" сообщила, что показатели FMCG-сетей остаются стабильными (читайте интервью на сайте "Ъ" 22 декабря). Магазины fashion-ритейлеров, парфюмерии и косметики потеряли по 6% посетителей за год, отмечают в Focus Technologies. Показатели на уровне прошлого года удалось сохранить заведениям общепита. Детские развлекательные центры, по мнению Михаила Васильева, сейчас получают дополнительный трафик: их услуги невозможно перенести в онлайн.

Господин Перемятов напоминает, что в 2025 году сократили или прекратили розничное присутствие многие сети: InspireGirls, Noun, N.O.M.I, I am studio, Prav.da, Just Clothes, Face code, Incity, Loloclo, Yolla и проч. Негативный тренд сказывается на показателях торгцентров.

СРЕДНИЙ РАЗМЕР НОВОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРА В РОССИИ (ТЫС. КВ. М)



ДОЛЯ ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ МОСКВЫ (%)



Уровень вакантности в Москве в 2025 году составил 9,5%, прибавив 2,5 процентного пункта год к году, подсчитали в компании "Магазин магазинов". Размер сданного в России в этом году объекта составил 12,7 тыс. кв. м, значение снизилось на 8% год к году и стало минимальным за три года.

Зульфия Шиляева поясняет, что снижение трафика и товарооборота обычно становится причиной диалога о смягчении условий договоров. Но нужно понимать, что возможностей для предоставления существенных скидок у объектов не так много из-за существенного роста расходов на их содержание. Ситуацию Александр Перемятов называет экзистенциальным кризисом торговой недвижимости: "С одной стороны, продолжается процесс устаревания, многим требуется немедленная реконцепция, с другой — усугубляется и без того ужасная ситуация с выручкой".

В 2026 году негативный тренд сохранится. Михаил Васильев полагает, что Mall Index в регионах может дополнительно потерять 3%, в Санкт-Петербурге — остаться на уровне 2025 года, а в Москве — прирасти на 1%. Директор департамента торговой недвижимости Accent Capital Светлана Кузьмина рассчитывает на умеренное снижение трафика и рост давления онлайн. Частично компенсировать эффект, по ее мнению, могут развлекательные зоны.

Управляющий директор Российского совета торговых центров Олег Войцеховский также обращает внимание, что в следующем году на бизнесе большинства операторов скажутся налоговые нововведения. Александр Перемятов считает, что максимально тяжелой для розницы будет первая половина 2026 года: многие магазины могут прекратить работу. (Коммерсантъ 20.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Сети формата Soft-DIY

В 2026 году на складе "Лемана ПРО" будет работать 90 беспилотных роботов-погрузчиков.

Распределительный центр "Северная звезда" в Московской области - наиболее высокоавтоматизированный логистический хаб компании в России. Сейчас его уровень автоматизации составляет 30%, и, как планируется, к 2030 году должен достичь 80%. На РЦ работает единственная в России шатловая система сборки заказов Adapto, а также целый парк складских роботов: роборука-депалетайзер, автономные мобильные роботы-погрузчики, палатный диспенсер, мобильный палетообмотчик и телескопический конвейер. В 2026 году складской комплекс собирается увеличить парк автономных роботов-погрузчиков с 10 до 90 единиц.

РЦ "Северная звезда" площадью 140 тыс кв. обрабатывает ежедневно 600 машин, что эквивалентно примерно 20 тыс. палет, обслуживая 112 магазинов "Лемана ПРО" и 15 дистрибуционных складов.

В сентябре 2025 года на РЦ "Северная звезда" был запущен в работу пилотный проект с участием 10 автономных мобильных роботов погрузчиков FMR (forklift mobile robot), перемещающих палеты по складу без участия человека.

"В специальную программу FMR загружают карту склада, далее прописывают маршрут движения, по которому в дальнейшем перемещаются роботы. Первые 10 роботов перемещают палеты по заданному маршруту, получая задание из системы управления складом. Сейчас мы работаем над процессом, который позволит исключить холостой пробег и загрузить устройства на полную мощность", - рассказала Юлия Туркина, директор РЦ "Северная звезда".

Во время работы FMR озвучивает предупреждение о своем присутствии в рабочей зоне, призывая окружающих соблюдать осторожность, а также оповещает о предстоящих манёврах посредством голосовых сообщений или световых сигналов.

Роботизированный перевозчик палет подсвечивает зону безопасности, останавливаясь при попадании в нее человека. Манипулятор с компьютерным зрением успешно обрабатывает до 99% палет евроформата, за исключением сломанных или некачественных.

"Робот умеет отличать кусочек свисающей с палета пленки от ноги человека, пленку проигнорирует, а перед ногой остановится", - объяснил Василий Кузнецов, директор автоматизации цепей поставок "Лемана ПРО".

Компания считает "пилот" успешным, поэтому в планах на 2026 год увеличить количество автономных мобильных роботов-погрузчиков на складе "Северная звезда" с 10 до 90 единиц.

Также "Лемана ПРО" планирует в 2026 году протестировать на РЦ беспилотный узкопроходный высотный штабелер для перемещения палет в узкопроходной зоне высотного хранения. В случае успеха все 6 задействованных в РЦ таких устройств будут заменены на беспилотные версии.

Ранее внедренные на складе системы автоматизации позволили существенно повысить эффективность процессов. Например, система перемещения, сортировки и хранения товара на основе шаттлов Adapto обеспечила рост пропускной способности склада в среднем в 3 раза. Роборука с компьютерным зрением и ИИ, разбирающая палеты с коробками и автоматически подающая их на конвейер, примерно на 40% снизила затраты на разбор палет, а мобильный автоматический палетообмотчик экономит пленку за счет увеличения ее натяжения в два раза.

"В ближайшие годы мы планируем существенно расширять уровень автоматизации складских процессов. В первую очередь речь идет о роботизации зоны ВВХД - участка, который сегодня остается полностью ручным. Сейчас сотрудники проходят большие расстояния, разбирая товар и раскладывая его по палетам для разных магазинов. Наша цель - перейти на формат goods-to-man, когда не человек идет к товару, а роботизированная система подвозит нужные палеты к рабочим станциям. Это позволит сократить пробеги, повысить скорость и снизить физическую нагрузку на персонал", - поделился Василий Кузнецов.

Для справки: Название компании: *Ле Монлид, ООО (Торговая сеть Лемана Про, ex. Leroy Merlin)* Адрес: 115280, Россия, Москва, пр. Лихачева, 15, пом. 1/1 Телефоны: +74959610160; +78007000099; +79118382803 Факсы: +74959610161 E-Mail: pr@lemanapro.ru; partner.support@lemanapro.ru; evgeniy.vicherka@lemanapro.ru Web: <https://lemanapro.ru/> Руководитель: *Дефассье Лоран Луи Клод, генеральный директор (Ритейл.ру 19.12.25)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Петрович" вошел в "белые списки".

Сайт и мобильное приложение СТД "Петрович" вошли в расширенный перечень интернет-ресурсов, которые продолжают работать во время отключений мобильного



интернета. Это значит, что даже при временных перебоях связи клиенты смогут просматривать ассортимент, оформлять заказы, проверять статус доставки и получать важные уведомления — все ключевые сервисы останутся доступны. Об этом CNews сообщили представители СТД "Петрович".

В "белые списки" входят наиболее важные и востребованные у россиян сайты, приложения и сервисы. СТД "Петрович" стал одним из первых DIY-ритейлеров, попавших в этот перечень интернет-ресурсов.

"Ежедневно интернет-магазин "Петровича" посещают более 200 тыс. человек. Включение сервисов компании в "белые списки" повысит их устойчивость в чрезвычайных ситуациях и обеспечит стабильную связь с нашими покупателями: информация о наличии товара, актуальные цены, корзина и личный кабинет будут работать как обычно, а служба поддержки продолжит принимать обращения через доступные каналы", - сказали в пресс-службе компании.

Для справки: Название компании: *СТД Петрович, ООО (Торговая сеть Петрович, Петрович рядом, ИНН 7802348846)* Адрес: 194292, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, 12а Телефоны: +78123290195; +78123348888 E-Mail: info@petrovich.ru Web: <https://petrovich.ru/> Руководитель: Берёзкин Александр Михайлович, основатель, совладелец; Мельников Андриан Александрович, основатель, совладелец; Мовчан Евгений Михайлович, генеральный директор (Cnews.ru 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новые фирменные магазины Victoria Stenova!

За последнюю неделю мы открыли 3 новых фирменных магазина Victoria Stenova:

1. Фирменный магазин Victoria Stenova г.Санкт-Петербург по адресу пр. Большевиков, д. 32/1 , Супермаркет "Перекресток"
2. Фирменный магазин Victoria Stenova г. Оренбург по адресу Шарлыкское шоссе, 1/2 (МегаМолл Мармелад, галерея Интерьера)
3. Фирменный магазин Victoria Stenova г. Черкесск по адресу ул. Октябрьская, 110

Выражаем благодарность нашим партнерам за активное содействие в подготовке и открытии!

В наших магазинах представлен широкий ассортимент коллекций обоев от торговых марок Victoria Stenova, Victoria Stenova Exclusive, Ostima и AVISTO на любой вкус: романтика, минимализм, лофт, геометрия, обои под покраску и другие наши инновационные продукты.



Вы также сможете посетить уютную зону с товарами для дома и интерьера STENOVA HOME и подобрать в ваш интерьер хрустальные бокалы, аромадиффузоры, постельное белье, столовый текстиль и многое другое.

Найти более подробную информацию о магазинах вы всегда можете на нашем сайте в разделе "Фирменные Магазины Victoria Stenova".

С нетерпением будем вас ждать за покупками!

Выбирайте лучшее - это Ваше будущее!

Для справки: Название компании: *ТПК Стенова, ООО (Торговая сеть VICTORIA STENOVA)* Адрес: 195067, Россия, Санкт-Петербург, п. Петро-Славянка, Софийская улица, 118, к.2, стр.1, пом.42, оф. 216 Телефоны: +78123099994; +7(812)3136672#122; +7(812)3097774; +7(921)8758137; +7(812)3097772; +7(812)3200277 Факсы:



+7(812)3200278 E-Mail: info@stenova.ru Web: www.stenova.ru Руководитель: Яворович Сергей Владимирович,
генеральный директор; Яворович Сергей Владимирович, генеральный директор (По материалам компании 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Сети формата HouseHold и мебели для дома

Familia открывает три новых магазина в сети "Место встречи"

Familia расширяет сотрудничество с сетью районных центров "Место встречи" и открывает три новых магазина общей площадью 3 340 кв. м. Новые точки бренда появились в "Первомайском" (1120 кв. м), "Софии" (1220 кв. м) и "Орионе" (1000 кв. м). До этого бренд был представлен в двух районных центрах — "Будапеште" и "Янтаре".



Евгения Кузьминых

Директор по управлению взаимоотношениями с арендаторами ADG group

"С открытием трёх новых магазинов Familia у наших посетителей появилось ещё больше возможностей для покупки одежды и товаров для дома по доступным ценам. Мы развиваем предложение для гостей районных центров таким образом, чтобы они смогли найти все необходимые товары и услуги в шаговой доступности от дома. Арендаторы в сегменте модного ретейла остаются востребованными в наших объектах даже на фоне быстрого развития электронной коммерции, поскольку могут предложить потребителям конкурентные цены и более удобный пользовательский опыт по сравнению с онлайн-площадками" Familia работает в уникальном формате офф-прайс: в магазинах представлены товары со скидками до -85% из коллекций прошлых сезонов мировых и российских брендов, шоурумов, коллекции, которые не вышли в массовое производство, а иногда даже экземпляры с подиумов.

Иван Пучков

Директор по коммуникациям сети офф-прайс магазинов Familia

"Концепция многофункциональных пространств „Место встречи“ предоставляет возможность жителям столицы совмещать потребление и культурно-образовательный досуг. Со своей стороны, Familia рада предложить посетителям новых торговых точек широкий ассортимент оригинальных товаров известных брендов по доступной цене. Здесь каждый найдет то, что ему по душе. Мы и дальше планируем развивать офф-прайс сегмент, предлагая покупателям оригинальные товары по действительно выгодным ценам"

Для справки: Название компании: Максима Групп, ООО (Торговая сеть Familia, Фамилия) Адрес: 123376, Россия, Москва, ул. Красная Пресня, 24 Телефоны: +74959677373; +7(800)1003390 E-Mail: info@famil.ru; pr@famil.ru; inform@famil.ru Web: www.famil.ru Руководитель: Гришак Александр Иванович, генеральный директор; Гришак Александр Андреевич, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 15.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Hoff впервые с 2021 года откроет за год 9 гипермаркетов.

Ритейлер мебели и товаров для дома Hoff откроет 19 декабря 2025 года сразу два магазина.

Один гипермаркет площадью 6155 кв. метров будет запущен в ТЦ "МЕГА Теплый Стан" в Москве, а второй площадью 1255 кв. метров – в ТЦ "Сити Молл" в Санкт-Петербурге. Эти гипермаркеты станут 71-й и 72-й точкой сети.



"2025 год оказался богатым на открытия гипермаркетов сети по всей стране. В этом году у нас появилось семь новых магазинов, и в декабре мы открываем еще два в двух столицах. Москва и Санкт-Петербург – это стратегически важные города для нас, поэтому мы здесь активно развиваемся", – комментирует Матвей Кротов, заместитель директора по розничным продажам Hoff.

В новых гипермаркетах будут работать студии планирования, а также будет представлено множество готовых интерьерных решений для разных комнат. Кроме того, ассортимент магазинов включает все необходимое для обустройства дома.

Как рассказали New Retail в пресс-службе ритейлера, в 2021 году было открыто 9 гипермаркетов, в 2022, 2023 и 2024 годах – по три магазина. Сейчас работает 70 магазинов Hoff в 31 городе России.

В интернет-магазине и мобильном приложении Hoff можно заказать более 80 000 товаров для дома с доставкой по всей стране.

Для справки: Название компании: Домашний интерьер, ООО (Торговые сети Hoff, Hoff Mini, Hoff Home; ИНН 7709770002) Адрес: 123290, Россия, Москва, 1-й Магистральный тупик, 11, стр.1, БЦ "Интерьер", корпус В-Г Телефоны: +74956450535; +7(495)6636703; +7(495)2877727 E-Mail: info@hoff.ru Web: www.hoff.ru Руководитель: Зайонц Александр Леонидович, генеральный директор (NEW RETAIL 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Открытие магазина Kuchenland, Москва, ТРЦ "Авенно Север".

16 декабря состоялось открытие нового магазина Kuchenland, по адресу Москва, Коровинское шоссе, дом 2, ТРЦ "Авеню Север"
 Магазин расположен на 1 этаже
 Режим работы с 10:00 до 22:00, без перерывов и выходных.



Для справки: Название компании: *КЮХЕНЛЭНД ХОУМ РУС, АО (Торговые сети Kuchenland, Kuchenland Home, Zimaletto)* Адрес: 350000, Россия, Краснодарский край, Краснодар, ул. Красная, 86 Телефоны: +78005001405; +74991102048 E-Mail: online@khlh.ru Web: www.kuchenland.ru; www.zimaletto.ru Руководитель: *Ишин Дмитрий Александрович, генеральный директор* (По материалам компании 16.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В ТРЦ Одипарк открылся магазин товаров для дома и кухни Gipfel.

В начале декабря компания Gipfel International, производитель посуды и кухонных аксессуаров, открыла новую точку продаж в торгово-развлекательном центре "Одипарк" в Одинцово, развивающемся городе с растущим числом жителей. Новый магазин площадью 130 кв. м оформлен в современной концепции с учетом всех корпоративных стандартов, предполагающих просторную планировку и расширенный ассортимент товаров для интерьера. Удобная транспортная доступность ТРЦ "Одипарк" вкупе с соответствующей целевой аудиторией — молодые семьи и активные горожане — полностью отвечают видению и позиционированию бренда Gipfel.

Управляющая магазином Gipfel Башлыкова Оксана Владимировна: "Мы выбрали ТРЦ "Одипарк" как перспективную площадку для развития продаж в Одинцово — города с активным жилым строительством и жителями, заинтересованными в качественных товарах для дома. Кроме того, формат торгового центра, ориентированный на семейный шопинг и создание комфортной среды, создаёт естественную синергию с позиционированием бренда Gipfel. Мы уверены, что новая точка станет не только эффективной площадкой продаж, но и надёжным партнером для жителей района в создании уютного и стильного дома".

Евгения Осипова, Коммерческий директор Arion Invest: "Мы очень рады, что магазин федеральной сети Gipfel в новой концепции выбрал ТРЦ "Одипарк" в качестве объекта для своего развития. Это очередное подтверждение привлекательности ТРЦ "Одипарк" для ведущих брендов, которые готовы инвестировать в создание современных торговых пространств и развитие клиентского опыта. Мы продолжаем активно работать над расширением и улучшением объекта, создавая комфортную и разнообразную среду для наших посетителей и арендаторов".

Для справки: Название компании: *Правообладатель Гипфел, ООО (Торговая сеть Gipfel, Werner)* Адрес: 109240, Россия, Москва, ул. Нижняя Радищевская, д.5с1 Телефоны: +78007003488; +74959807878 Факсы: +7(495)9807861 E-Mail: info@gipfel.ru Web: www.gipfel.ru Руководитель: *Боркошев Руслан Амангельдыевич, Генеральный директор ООО "Правообладатель Гипфел"* (По материалам компании 22.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Гостиная с ламповым звучанием в программе "Дачный ответ".

Команда нашего производства приняла участие в создании уютного семейного пространства для героев программы "Дачный ответ" — семьи Якимовых. В их просторном загородном доме нашлось место для кухни и спален родителей и троих детей, но не хватало главного — уютной гостиной, где можно собираться всем вместе.





Небольшая площадь у лестницы на второй этаж, которую хозяева пытались обустроить самостоятельно, требовала профессионального подхода. Дизайнер Никита Зуб преобразил это темное пространство в светлую мансарду с четким зонированием. Теперь здесь есть всё для отдыха: зона для прослушивания музыки, домашний кинотеатр с проектором и удобная мебель.

По специальному заказу для этого проекта изготовлены:

стеллаж для коллекции виниловых пластинок;

журнальный столик;

функциональный комод.

Вся мебель была выполнена в отделке эмалью. Это покрытие, характерное для коллекций премиального сегмента, обеспечивает идеально гладкую поверхность с приятным тактильным ощущением и безопасными скругленными кромками. Такая мебель не только выглядит стильно, но и дарит приятные эмоции при использовании.

Готовый интерьер стал именно тем, о чем мечтала семья: светлым, уютным и наполненным атмосферой живого звука. Мы рады, что мебель, созданная на собственном производстве, стала частью этого преображения.

Для справки: Название компании: *Диэмай Рус, ООО; ДИЭМАЙ Старт, ООО (Торговая сеть Дятково Design)*
 Адрес: 108811, Россия, Москва, 47-Й КМ МКАД, 31А, стр. 1, БЦ "БОРОВСКИЙ" Телефоны: +74955445777;
 +78001007346 E-Mail: info@dmi-group.ru Web: www.dyatkovо.ru Руководитель: Сафонова Светлана Викторовна,
 директор ООО "Диэмай Старт"; Авдеев Александр Сергеевич, генеральный директор; Казорин Петр
 Анатольевич, управляющий ООО "Диэмай Рус" (По материалам компании 17.12.25)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)