



MEBLE NEWS NEWS NEWS

OD WYDAWCY

Od siedmiu lat Wydawnictwo Inwestor jest wydawcą biuletynu Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli – kwartalnika „Meble News”. Dostarcza on rzetelnej wiedzy ekonomicznej na temat rynku meblarskiego w Polsce i na świecie. Wskazuje również trendy i perspektywy rozwoju. Skierowany jest przede wszystkim do członków OIGPM oraz kadry zarządzającej średnich i dużych przedsiębiorstw meblarskich. By trafić do jeszcze większego grona odbiorców, będzie się teraz ukazywać co cztery miesiące jako integralna część miesięcznika „Meblarstwo – Komponenty i Technologie”. Dzięki temu dajemy OIGPM możliwość jeszcze skuteczniejszego docierania do wszystkich prenumeratorów „Meblarstwa”, którymi są czołowi producenci mebli w Polsce. To oni stanowią o sile polskiego meblarstwa i osiągnięciu rangi czwartego eksportera mebli na świecie. Współpraca z OIGPM doskonale wpisuje się w naszą misję – działania na rzecz rozwoju przemysłu drzewnego i meblarskiego w Polsce.

Zbigniew Owskiak

Prezes Zarządu
Wydawnictwa Inwestor

MIĘDZYNARODOWA PROMOCJA POLSKIEGO MEBLARSTWA

Rozmowa z Igozem Mitrocukiem z Departamentu Instrumentów Wsparcia Ministerstwa Gospodarki

 MICHAŁ STRZELECKI

Meble News: Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli przygotowuje się do udziału w konkursie na wybór Branżowego Programu Promocji w ramach Poddziałania 6.5 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Na jakie pieniądze ze strony Ministerstwa Gospodarki może liczyć branża meblarska?

Igor Mitrocuk: Rzeczywiście Ministerstwo Gospodarki rozpoczęło właśnie realizację projektu, w ramach którego możliwe będzie objęcie wsparciem finansowym priorytetowych branż polskiej gospodarki. Ideą tego projektu jest wykreowanie polskich specjalności eksportowych. Wśród branż, które otrzymają wsparcie w najbliższych kilku latach, znalazła się również branża meblarska. Pomoc udzielana w ramach branżowych programów promocji będzie mieć dwojaki charakter. Po pierwsze, część środków finansowych przeznaczymy na dofinansowanie udziału przedsiębiorców z danej branży w różnego rodzaju targach zagranicznych, misjach gospodarczych, konsultacjach, konferencjach, seminariach, pokazach. W latach 2010-2015 będzie to łącznie około 150 mln zł. Drugi rodzaj wsparcia, łącznie około 64 mln zł, przeznaczony zostanie na promocję około 15 branż bądź grup produktowych.

Meble News: Czy branża meblarska może liczyć na inne wsparcie?

I.M.: Zamierzamy stworzyć system usług doradczych dla przedsiębiorców, który ułatwi pozyskiwanie informacji na temat rynków, potencjalnych kontrahentów, warunków prawnych prowadzenia transakcji handlowych itp. Otrzymujemy wiele sygnałów, iż przedsiębiorcy oczekują również takiej pomocy. Chcemy także stworzyć portal, który dostarczy informacji o Polsce i możliwościach nawiązania kontaktów gospodarczych. Połączymy obecnie funkcjonujące www.eksporter.gov.pl oraz www.trade.gov.pl i stworzymy nowy portal, który będzie informował o usługach dotyczących promocji eksportu i nawiązywania kontaktów biznesowych z kontrahentami zagranicznymi. Portal umożliwi również wymianę informacji między producentami, dystrybutorami i odbiorcami produktów i usług, a także ułatwi inwestorom zagranicznym zawieranie kontraktów.

Meble News: Takie działania to także odejście od akcyjnego charakteru promocji polskiego meblarstwa.

I.M.: Dwa lata temu podczas targów w Poznaniu rozmawialiśmy na temat promocji polskich mebli. Jeden z postulatów, który zgłaszały wtedy firmy, zapisał się nam bardzo wyraźnie w pamięci. Generalnie chodziło o to, aby odejść od akcyjnego charakteru promocji, zwłaszcza w zakresie promocji mebli i rozwinąć działalność, która dawałaby szansę na zaplanowanie długookresowych, a przynajmniej średniookresowych działań, przemysłanych, spiętych pewną klamrą całości i realizowanych na rynkach docelowych. Rzeczywiście program 6.5 stwarza możliwości takiego właśnie działania. W uzasadnieniu tego programu możemy przeczytać, że istotnym elementem budowania pozycji konkurencyjnej polskiej gospodarki jest jej powiązanie z rynkami międzynarodowymi poprzez eksport, import, a także współpracę podmiotów z partnerami zagranicznymi. Pozwala to na poszerzenie rynków zbytu, transfer nowych technologii oraz rozwiązań organizacyjnych. Przekłada się to również na większą efektywność prowadzonej działalności gospodarczej. Obecnie wizerunek polskiej gospodarki na świecie jest raczej niekorzystny, a obieg informacji o potencjalnych partnerach gospodarczych niepełny. W związku z tym istnieje konieczność dofinansowania działań sprzyjających silniejszemu powiązaniu polskiej gospodarki z rynkiem światowym poprzez przedstawienie Polski jako wiarygodnego partnera na rynku międzynarodowym, a zarazem jako atrakcyjnego miejsca do lokowania inwestycji. Działania te obejmują wieloletnią i szeroko zakrojoną promocję polskiej gospodarki na rynku międzynarodowym, między innymi poprzez badania wizerunkowe, działania informacyjno-promocyjne oraz poprzez budowanie i rozwój systemu obsługi przedsiębiorców.

Meble News: Czy zatem „polskie meble” mają szansę stać się drugą „fińską Nokią”? Jak optymalnie wykorzystać do tego możliwości, jakie stwarza Działanie 6.5 POIG?

I.M.: W „modelu Anholta”, jednym z fundamentalnych elementów budowania wizerunku kraju, rozważana jest kwestia markowych pro-



Obecnie wizerunek polskiej gospodarki na świecie jest raczej niekorzystny, a obieg informacji o potencjalnych partnerach gospodarczych niepełny. W związku z tym istnieje konieczność dofinansowania działań sprzyjających silniejszemu powiązaniu polskiej gospodarki z rynkiem światowym poprzez przedstawienie Polski jako wiarygodnego partnera na rynku międzynarodowym, a zarazem jako atrakcyjnego miejsca do lokowania inwestycji.



duktów. Dlatego też jednym z celów, które sobie stawiamy przy realizacji działania 6.5, jest znalezienie polskiej „Nokii”. To, że teraz bardzo wielu użytkowników korzysta z aparatu firmy Nokia, nie jest przypadkiem. Oprócz tego, że taka firma była w Finlandii, to była również bardzo świadoma działalność rządu fińskiego, ażeby zainwestować w tę branżę pieniądze i żeby „Nokia” się narodziła. I to rzeczywiście jest tak, że telefon Nokia kojarzy się z Finlandią, a Finlandia z telefonem Nokia. I jak gdyby te dwa mechanizmy napędzają się wzajemnie. Efekt tego jest taki, że w skali makroekonomicznej produkty fińskie nawet z branż nieskojarzonych z Nokią mają szansę sprzedawać się o kilka procent drożej niż ich konkurenci z innych krajów, bo kraj ten jest kojarzony jako kraj dostarczający wysokich technologii. Planuje się zrobić coś takiego również i w Polsce.

Meble News: Branża meblarska znalazła się na pierwszym miejscu wśród 15 branż wytypowanych w drodze konkursu do objęcia pomocą w ramach Działania 6.5 pt. „Promocja polskiej gospodarki”. Czy to pierwsze miejsce oznacza, że Ministerstwo Gospodarki uznaje branżę meblarską za branżę o znaczeniu narodowym, zdolną do promowania polskiej gospodarki jako całości?

I.M.: Kolejność branż na liście jest przypadkowa, ale sam fakt znalezienia się na niej branży meblarskiej świadczy o tym, jak ważna jest to branża dla polskiej gospodarki.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.

SPRAWNE FUNKCJONOWANIE LP W SYSTEMIE FINANSÓW PUBLICZNYCH NIE JEST MOŻLIWE

Wywiad z Tomaszem Wójcikiem – zastępcą dyrektora generalnego Lasów Państwowych

 KATARZYNA ORLIKOWSKA

Meble News: Niedawno poinformowano o projekcie ubudżetowania Lasów Państwowych, czyli włączenia LP do współfinansowania potrzeb państwa. Jak LP zapatrują się na ten pomysł?

Tomasz Wójcik: Lasy Państwowe przedstawiły swoje stanowisko dotyczące propozycji włączenia LP do sektora finansów publicznych. Całość stanowiska jest dostępna na naszej stronie www.lasy.gov.pl. Ze względu na specyfikę działalności LP, uzależnioną od nieprzewidzianych warunków przyrodniczych, nie jest możliwe sprawne funkcjonowanie LP w systemie finansów publicznych. LP z własnych środków m.in. likwidują skutki klęsk żywiołowych, których skali i częstotliwości nie sposób przewidzieć i zaplanować – globalne zmiany klimatyczne czynią ten problem jeszcze poważniejszym. LP gospodarują mieniem Skarbu Państwa w postaci lasów i gruntów, jednak nie obciążają swoją działalnością finansów publicznych. Jest to fakt o niebagatelnym znaczeniu. W uproszczeniu: gdyby podatnicy musieli z własnej kieszeni finansować koszty tylko podstawowej działalności Lasów Państwowych, każdy z nich musiałby co roku wydać na ten cel około 100 zł. Zasada samofinansowania wymusza również efektywność gospodarowania i została ustanowiona w wyniku wieloletnich doświadczeń, umożliwiających sprawne funkcjonowanie leśnictwa w różnych warunkach. Model samofinansowania lasów jest wprowadzany teraz w innych krajach.

Meble News: Lasy Państwowe bezpośrednio ponoszą też skutki finansowe niezależnych od nich decyzji dotyczących ochrony przyrody, czego przykładem może być wdrożenie w Polsce unijnego programu Natura 2000.

T.W.: To wiąże się z licznymi ograniczeniami w zakresie prowadzenia gospodarki leśnej, a więc wpływa na rozmiar pozyskania drewna i wielkość przychodów. Sieć Natura 2000 objęła łącznie 21 proc. powierzchni Polski, ale aż 38 proc. powierzchni w zarządzie PGL LP. Dlatego też włączenie LP do sektora finansów publicznych zburzyłoby ten spójny, funkcjonalny system organizacyjny i finansowy prowadzenia gospodarki leśnej, sprawdzony w ciągu 86 lat istnienia LP, zwłaszcza w trudnych okresach dekonjunkury – transformacja ustrojowa, kryzys gospodarczy – i klęsk żywiołowych.

Meble News: Jesienią br. odbyło się spotkanie LP z przedstawicielami 60 największych nabywców drewna w Polsce, podczas którego stworzono projekt dotyczący nowych zasad klasyfikacji i pomiaru drewna



TOMASZ WÓJCIK

iglastego kłodowanego, drewna przemysłowego oraz opałowego. Jakie są przyczyny opracowanych zmian?

T.W.: Istnieje potrzeba uregulowania zasad klasyfikacji i pomiaru drewna kłodowanego, ponieważ nabiera ono dominującej roli w obrocie handlowym w Europie. Jeszcze nie ma nowych zasad, na razie na Portalu Leśno-Drzewnym prezentujemy projekt nowej koncepcji zasad klasyfikacji. Klienci Lasów Państwowych zostali poproszeni o przesłanie opinii, uwag i propozycji zmian do dnia 1 grudnia 2010 r. Zanim zarządzenie będzie gotowe, musimy przeanalizować uwagi, które do nas napłynęły.

Meble News: Wiele mówi się na temat zbyt wysokich cen surowca na otwartych aukcjach internetowych portalu e-drewno, które „wygrywają” zagraniczni kupcy, pozbawiając surowca rodzimych producentów. Jakie jest Pana stanowisko w tej sprawie?

T.W.: Ceny są ustalane przez naszych klientów. Zagraniczni odbiorcy są niewielką grupą kupujących od nas drewno. Pamiętajmy, że od kiedy weszliśmy do Unii Europejskiej, nie możemy przed nikim zamykać rynku. Gdybyśmy to zrobili, spotkałyby nas za to srogie kary.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.

BIEŻĄCA SYTUACJA NA POLSKIM RYNKU MEBLARSKIM

EKSPORT ROŚNIE, SPRZEDAŻ NA RYNEK KRAJOWY MALEJE

W listopadzie 2010 r. ogólny klimat koniunktury w przetwórstwie przemysłowym wyniósł +3 i jest oceniony o punkt niżej niż przed miesiącem. Wówczas ogólny klimat koniunktury kształtował się na poziomie +4. Uwzględniając wielkość przedsiębiorstw, najkorzystniejszą koniunkturę wykazano w firmach dużych (powyżej 250 pracujących) – ocena +11, w firmach małych (zatrudniających od 10 do 49 pracowników) przeciwnie – ocena -10.

 TOMASZ WIKTORSKI, MICHAŁ STRZELECKI

W listopadzie przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie przetwórstwa przemysłowego zgłaszają zróżnicowane oceny koniunktury. Poprawę koniunktury sygnalizuje 18 proc. badanych przedsiębiorstw, jej pogorszenie – 15 proc. (przed miesiącem odpowiednio 19 proc. i 15 proc.). Pozostałe przedsiębiorstwa uznają, że ich sytuacja nie ulega zmianie. Jeszcze w październiku producenci mebli należeli do grupy, która formułowała jedne z najbardziej korzystnych ocen klimatu koniunktury. Niestety, w listopadzie producenci mebli nie oceniają go już tak pozytywnie. Bieżący portfel zamówień w gospodarce wzrasta wolniej niż w październiku. Branża meblarska jest jednak jedną z tych, które w listopadzie sygnalizują znaczący wzrost portfela zamówień i przewidują dalsze zwiększanie się liczby zamówień w najbliższym okresie. Co za tym idzie – przewidują też zwiększanie się produkcji. Cała gospodarka utrzymuje trudności w regulowaniu zobowiązań bieżących. Duże firmy z branży meblarskiej nie przewidują w listopadzie takich trudności w krótkookresowej perspektywie, w przypadku firm małych i średnich nie jest to już takie oczywiste.

W porównaniu do 2009 r., w październiku 2010 podobna liczba respondentów deklarowała, że napotyka na bariery w prowadzeniu swojej bieżącej działalności. Było to 92,1 proc. badanych, przy czym rok wcześniej przeszkody w prowadzeniu działalności napotykało o 0,4 proc. respondentów więcej. Najsilniej odczuwanymi barierami są w firmach: niedostateczny popyt na rynku krajowym (57 proc. przedsiębiorstw w październiku, minus 4 proc. w porównaniu z 2009 r.), niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej (45 proc. przedsiębiorstw w październiku, 61 proc. przed rokiem), niedostateczny popyt na rynku zagranicznym (41 proc. przedsiębiorstw w październiku, 48 proc. przed rokiem) – są to jednocześnie bariery, których znaczenie w skali roku spadło w największym stopniu. Największy wzrost znaczenia dotyczy następujących barier: niedobór surowców, materiałów i półfabrykatów (z 7 proc. do 12 proc.), niedobór wykwalifi-

kowanych pracowników (z 10 proc. do 15 proc.) oraz brak odpowiedniego parku maszynowego (z 6 proc. do 10 proc.).

W październiku bieżącego roku wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w handlu wynosi plus 3. Poprawę koniunktury sygnalizuje 20 proc. badanych przedsiębiorstw, pogorszenie – 17 proc. (tak samo jak przed miesiącem). Wśród największych trudności respondenci wymieniają: konkurencję na rynku (55 proc. przedsiębiorstw – znaczenie tej bariery spadło w największym stopniu w porównaniu z ocenami sprzed roku) oraz wysokie koszty zatrudnienia (49 proc.).

W październiku ogólna sytuacja gospodarcza badanych jednostek oceniana jest nieco mniej pozytywnie niż przed miesiącem, choć oceny bieżącej sprzedaży są bardziej optymistyczne i przewidywania nadal idą w kierunku zwiększania sprzedaży. Przedsiębiorcy sygnalizują wzrost bieżących cen towarów – największy wzrost zgłaszają jednostki branży żywnościowej. III kwartał 2010 r. przyniósł niewielkie pogorszenie nastrojów konsumenckich. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej, ukształtował się na poziomie – 16,1 p. proc. i był niższy 0,7 p. proc. niż w poprzednim kwartale. Zwiększyła się zatem liczba konsumentów nastawionych pesymistycznie. Jest to jednak sytuacja lepsza o 4,4 p. proc. niż przed rokiem.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący tendencje konsumpcji indywidualnej oczekiwanej w najbliższych miesiącach, w III kwartale 2010 r. zmniejszył się o 1,1 p. proc. w stosunku do II kwartału, ale wzrósł o 7,4 p. proc. w stosunku do roku 2009.

Produkcja mebli

Sierpień i wrzesień przynoszą lepsze dane na temat wielkości produkcji mebli. Faktem jest, że we wrześniu trzy spośród raportowanych przez GUS grup mebli nadal wykazują ujemną dynamikę

w porównaniu do roku poprzedniego (meble kuchenne -19,2 proc., meble drewniane do sypialni -9,1 proc., meble drewniane do jadalni i pokoju stołowego -1,5 proc.), jednakże spadki te są mniejsze niż odnotowano w lipcu br., kiedy to wynosiły odpowiednio -26,1 proc., -10,2 proc. i -4,8 proc.

We wrześniu każda z raportowanych grup wykazuje wzrosty wolumenu produkcji w porównaniu do miesiąca poprzedniego. Największy ponad 14-proc. wzrost wolumenu produkcji odnotowano w przypadku drewnianych mebli sypialnianych. W pozostałych grupach wzrosty wielkości produkcji kształtują się w granicach od 2,2 proc. do 4,5 proc. w grupie mebli kuchennych. Dynamika wolumenu produkcji mebli do siedzenia przekształcanych w miejsca do spania oraz mebli do jadalni i salonów kształtuje się we wrześniu na tym samym poziomie i wynosi +12 proc. r/r.

Spadek wartości produkcji sprzedanej branży meblarskiej w II kwartale wyniósł w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego 10 proc. Ma on mniejszą o 3 p. proc. skalę, porównując do wyniku po I kwartale 2010 r., kiedy to wartość ta kształtowała się na poziomie minus 13 proc. r/r. Zaobserwowano również mniejsze spadki wartości produkcji firm dużych i średnich. Wartość ta była niższa o 12 proc. r/r, a nie jak w I kwartale o 15 proc. Sugeruje to, że najgorszy okres powoli mija. Spadki produkcji nadal występują, ale w mniejszym stopniu niż kwartał wcześniej. Cały czas wartość produkcji sprzedanej po I półroczu pozostaje o ponad mld zł mniejsza niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Zmieniła się sytuacja w wartości produkcji sprzedanej mebli przez firmy małe. Po I kwartale odnotowywały one 4-proc. wzrost, przy czym w II kwartale obserwujemy 2 proc. spadek wartości produkcji sprzedanej r/r, tj. ponad 38 mln zł.

Produkcja materiałów drewnopochodnych

Dobre wyniki uzyskują nadal producenci sklejki i płyt pilśniowych. Wolumeny produkcji tych materiałów do produkcji mebli wzrosły w okresie styczeń-wrzesień 2010, w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego, odpowiednio o 9 proc. i 25 proc. Podobnie

PRODUKCJA SPRZEDANA W II KWARTALE 2010 R. (NA PODSTAWIE GUS)

Wyszczególnienie	II kw. 2010 mln PLN	II kw. 2009 mln PLN	II kw. 2009=100
firmy duże, średnie, małe	11009,0	12276,2	0,90
firmy duże, średnie	9141,4	10369,8	0,88
firmy małe	1867,6	1906,4	0,98

ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ (NA PODSTAWIE GUS)

Wyszczególnienie	II kw. 2010 tys. osób	I kw. 2010 tys. osób	I kw. 2010=100
firmy duże, średnie, małe	127,7	126,9	1,006
firmy duże, średnie	102,6	101,9	1,007
firmy małe	25,1	25,0	1,004

sytuacja kształtowała się po kwartale I. W przypadku produkcji oklein nadal, tak jak po I kwartale, obserwujemy spadek wolumenu w granicach 17 proc. Ilość wyprodukowanych płyt wiórowych pozostaje na poziomie sprzed roku.

Bardzo niekorzystna sytuacja może pojawić się po nowym roku, w kontekście wysokich cen na drewno. Ceny na aukcjach, gdzie kupowane jest ok. 50 proc. drewna, osiągnęły poziom od 80 do 100 proc. powyżej cen z poprzedniego roku.

Wynagrodzenie i zatrudnienie

Po pierwszych sześciu miesiącach 2010 r. zmieniła się tendencja zatrudnienia w branży meblarskiej. Kształtowało się ono w drugim kwartale na poziomie 127,7 tys. osób i było o ok. 800 osób większe



**Zdrowych i spokojnych świąt Bożego Narodzenia
oraz szczęśliwego Nowego Roku
Członkom i Sympatykom Izby
oraz wszystkim pracownikom branży meblarskiej
i ich rodzinom życzą: Jacek Twaróg – Prezes, Rada oraz Biuro Izby.**

niż w kwartale ubiegłym. Od IV kwartału 2008 r. do I kwartału 2010 r. zatrudnienie w branży charakteryzowała tendencja spadkowa.

Do I kwartału 2010, pomimo niekorzystnej sytuacji w branży, wynagrodzenia systematycznie wzrastały. W II kwartale odnotowano spadek przeciętnych miesięcznych wynagrodzeń do kwoty 2371 zł przy wynagrodzeniach 2391 zł kwartał wcześniej. Licząc jednak rok do roku wzrost wynagrodzeń wyniósł 2,1 proc. Dla przemysłu ogółem wzrost ten był wyższy i wyniósł 4,6 proc. (kw. I 4,7 proc.) do wartości 3388,92 zł. Podobna sytuacja ma miejsce w samym przetwórstwie przemysłowym – wzrost 5 proc. (I kw. 4,8 proc.) do wartości 3092,12 zł.

Wymiana handlowa z zagranicą

W okresie pierwszych sześciu miesięcy 2010 r. eksport z Polski wyniósł 11 mld 330 mln zł i był o 5 proc. wyższy niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Fakt wyższej wartości eksportu niż produkcji sprzedanej branży meblarskiej tłumaczy się tym, że eksport raportują wszystkie firmy bez względu na wielkość zatrudnienia (również mikro), a produkcję sprzedaną jedynie firmy zatrudniające powyżej 9 osób. Dodatkowo dane o eksporcie zawierają wartość 186 mln zł eksportu mebli medycznych (lekarskie, chirurgiczne, weterynaryjne) i fryzjerskich. Przyjmując za podstawową walutę rozliczeniową euro, sytuacja kształtuje się jeszcze korzystniej. Obserwujemy wzrost wartości eksportu liczonego w euro o 16 proc. w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. W przypadku dolarów wzrosty są jeszcze większe – na poziomie 18 proc. r/r.

Import w omawianym okresie zachowywał się odwrotnie. Odnosząc wartość importu liczonego w złotych za I półrocze 2010 r. do analogicznego okresu roku poprzedniego, obserwujemy 16-proc. spadek wartości, natomiast jeśli uwzględnimy wyniki liczone w walutach obcych, obserwujemy realny spadek na poziomie 8- i 6-proc. Największym partnerem Polski w wymianie zagranicznej są oczywiście kraje UE. Po II kwartale 2010 r. do państw Unii dokonano eksportu mebli za prawie 2,5 mld zł. Dla porównania: wartość eksportu mebli do krajów Europy Środkowo-Wschodniej wyniosła po I półroczu br. 60 mln zł.



Sytuacja pod koniec 2010 r. nie jest jednoznaczna. Można powiedzieć, że w eksporcie powiało optymizmem, ponieważ liczony w euro powoli wraca do poziomów z 2008 r., a z pewnością będzie wyższy niż w roku 2009. Na rynku krajowym wielu producentów sygnalizuje problemy ze zbytem swoich towarów, chociaż niewiele mogłoby na to wskazywać. Według NBP spożycie indywidualne powinno w 2010 r. wzrosnąć o 2,9 proc. W odniesieniu do mebli tego wzrostu raczej jednak nie będzie, na co wskazują oficjalne dane okresowe dotyczące wolumenu i wartości produkcji meblarskiej. Ogólna niepewność sytuacji związana z problemami finansowymi Grecji, Irlandii oraz pogłoski na temat stanu budżetów innych krajów europejskich przekładają się na ostrożne podejmowanie decyzji zakupowych lub ich odkładanie na przyszłość przez nabywców indywidualnych i instytucjonalnych również w Polsce. Wciąż brakuje jasnego znaku mówiącego o zakończeniu kryzysu i powrotu zaufania klientów i stabilizacji gospodarczej. Na ograniczenie zakupów mebli w grupach najuboższych mają wpływ również wzrosty cen innych dóbr pierwszej potrzeby. Koniec roku dla producentów mebli biurowych może być trudny z jeszcze jednego powodu, a mianowicie zniesienia możliwości odliczania VAT od zakupu samochodów służbowych. Dealerzy aut sygnalizują bardzo duże zainteresowanie nabywców w IV kwartale 2010 r. Może nabywcom brakuje impulsu, który przekona ich, że po wymianie mebli czeka ich lepsze i wygodniejsze życie. Praktycznie nie obserwuje się na naszym rynku akcji promocyjnych skierowanych do masowego odbiorcy, mówiących o zaletach wymiany mebli. Jedyne, co można usłyszeć, to hasła: „wyprzedaż”, „obniżka cen” i „promocja”. Hasła te w dzisiejszym świecie zdewaluowały się i nie niosą ze sobą pozytywnego przekazu. Dodatkowo część obrotu meblami w sytuacji ograniczania zatrudnienia i przeklasyfikowania firm małych na mikro przechodzi poza oficjalną statystykę, a często i w szarą strefę. W końcowym efekcie prognozuje się, że wartość produkcji sprzedanej branży meblarskiej w 2010 r. wyniesie 23 mld 900 mln zł, czyli o 7 proc. mniej niż rok wcześniej.

EKSPORT I IMPORT MEBLI W I PÓŁROCZU 2010 R.

Wyszczególnienie	Mld PLN	Dynamika 2010/2009	Mld EUR	Dynamika 2010/2009	Mld USD	Dynamika 2010/2009
eksport	11,330	1,05	2,834	1,16	3,828	1,18
import	1,799	0,84	0,450	0,92	0,607	0,94

EKSPORT I IMPORT MEBLI PO II KW. 2010 R. WG GRUP KRAJÓW (GUS)

Wyszczególnienie	II kwartał 2010 r.	
	Eksport mln euro	Import mln euro
UE	2 461	292
Pozostałe kraje rozwinięte, tj. Kanada, Norwegia, USA	238	7
Kraje rozwijające się, tj. Egipt, Chiny itp.	74	142
Kraje Europy Środ.-Wsch. (m.in. Rosja, Ukraina, Białoruś, Chorwacja)	61	9

FABRYKA MEBLI FILIPEK

CZY KUCHNIA STAŁA SIĘ PRAWDZIWYM SERCEM KAŻDEGO DOMU?

Wychodząc naprzeciw obowiązującym na rynku trendom, Fabryka Mebli FILIPEK stworzyła dział mebli kuchennych. Młodzi i kreatywni ludzie przygotowujący projekty kuchenne zadziwiają swoich klientów rozwiązaniami technicznymi oraz wzorniczymi.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW FM FILIPEK

Podczas przygotowywania projektu Fabryka Mebli FILIPEK dba o każdy detal.

W bogatej ofercie mebli kuchennych posiada zarówno takie, których fronty wykonane są z płyty wiórowej laminowanej, jak i z płyty MDF foliowanej, a dzięki współpracy ze śląską firmą PROform w swojej ofercie ma ponad 200 dekorów folii oraz 50 rodzajów frezowań. Fronty z drewna litego dla Fabryki Mebli FILIPEK wykonuje firma DREWPOL, oferująca je zarówno w klasycznych, jak i nowoczesnych wzorach i wybarwieniach. Po wizycie na jednym z najpotężniejszych i inspirujących targów meblowych w Mediolanie producent wprowadził do oferty fronty MDF foliowane PCW, w dekorach nawiązujących do naturalnych kolorów i bogactw ziemi.

Fabryka Mebli FILIPEK wyposaża swoje kuchnie w najnowsze, dostępne na rynku akcesoria: cargo narożnikowe firmy Rejs oraz Peka, okucia firmy BLUM: podnośniki AVENTOS, AVENTOS elektryczny oraz prowadnice INTIVO.

Zaakceptowany przez klienta projekt mebli kuchennych realizowany jest w przeciągu 4-6 tygodni, w zależności od złożoności projektu. Wszystkie montaż wykonywane są u klienta.

W listopadzie tego roku producent otworzył studio kuchenne przy salonie fabrycznym w Węgrowie. Nowa ekspozycja to sześć kuchni, wzorniki blatów, frontów oraz funkcjonalnych rozwiązań technicznych. Meble kuchenne oferowane przez Fabrykę Mebli FILIPEK mieszczą się w bardzo szerokim przekroju stylów – od eleganckich kuchni drewnianych, przez tradycyjne, kończąc na nowoczesnym designie kuchni lakierowanych i fornirowanych.

Wszystkie projekty wykonywane są w programie PRO 100, który umożliwia szybką modyfikację układu szafek oraz kolorystyki. Szczegółowe projekty poszczególnych modułów konstruowane są w wysoko wyspecjalizowanych programach CAD, a obróbka elementów odbywa się na centrach obróbczych sterowanych numerycznie.

Chcąc zapewnić projektantom jak najlepsze warunki pracy, Dział Mebli Kuchennych chce stworzyć Laboratorium Kuchenne. Będzie to pomieszczenie przeznaczone do ustawiania szafek kuchennych, które będzie można przemieszczać w dowolny i łatwy sposób. z propozycją taką wyszła firma BLUM, w celu propagowania ergonomicznego i indywidualnego dla każdego pomieszczenia ustawienia szafek, tzw. Dynamic Space. W Polsce istnieje zaledwie kilka takich laboratoriów, które mają pomóc w rozbu-

dzeniu wyobraźni klienta, a także w stworzeniu poczucia, że znajduje się on we własnej kuchni.

Meble kuchenne Fabryki FILIPEK posiadają dwuletni okres gwarancji, natomiast w przypadku prowadnic firmy BLUM każdy z klientów otrzymuje na nie dożywotnią gwarancję.

Od niedawna w ofercie Fabryki Mebli FILIPEK znajdują się urządzenia AGD wiodących marek, a na specjalne życzenie klienta można dobierać urządzenia innych producentów. Jak mówią przedstawiciele Fabryki Mebli FILIPEK – wszystko tworzą z pasją, a to cieszy i daje siłę do dalszych realizacji oraz wiarę w sukces i nieustanny rozwój Działu Mebli Kuchennych.



NOWOŚCI FIRMY GAMET

KOLEKCJA SPIRO

Odważne i geometryczne kształty to wyróżniające cechy kolekcji SPIRO, w skład której wchodzi dwie gałki meblowe GS15 i GS16, wieszak WK15 oraz uchwyt US15 dostępny w dwóch rozstawach 96 i 128 mm.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW GAMET

Cała kolekcja SPIRO (z wyjątkiem wieszaka) charakteryzuje się asymetrią, dzięki czemu jej poszczególne elementy mogą być montowane na frontach meblowych w różnych wariantach. To właśnie wyobraźnia projektanta może sprawić, że mebel dzięki takim dodatkom nabierze nowego wymiaru.

Uchwyt meblowy US15 ma prosty i nowoczesny design, doskonale komponuje się na meblach do salonu, czy kuchni.

Gałka meblowa GS16 stanowi dopełnienie uchwytu i charakteryzuje się dosyć sporymi rozmiarami jak na tradycyjną gałkę meblową, co sprawia, że detal ten na pewno będzie wyróżniającą się dekoracją mebla. Z kolei mniejsza i delikatniejsza gałka GS15 może także pełnić funkcję wieszaka, w zależności od zamontowania detalu.

Wieszak WK15 dzięki prostej formie pozwala na zastosowanie go do mebli i pomieszczeń o nowoczesnej stylistyce. Wieszak posiada dwa otwory montażowe o rozstawie 16 mm.

Cała kolekcja wykonana jest ze znu (stopu cynku i aluminium). Dostępna jest w pięciu wykończeniach kolorystycznych: w chromie G0004, w chromie satynowym G0008, w niklu satynowym G0006, w niklu szczotkowanym G0007 oraz w bardzo oryginalnym pokryciu galwanicznym GE009 – czarny nikiel polerowany.

Wszystkie wyroby Gamet produkowane są w Polsce.



GAŁKA MEBLOWA GS16. FOT. GAMET



GAŁKA MEBLOWA GS15. FOT. GAMET



UCHWYT MEBLOWY US15. FOT. GAMET

SZYNAKA-MEBLE

POTĘGA BRANŻY MEBLARSKIEJ

W ostatnim czasie firma SZYNAKA-MEBLE miała zaszczyt gościć wicepremiera, ministra gospodarki Waldemara Pawlaka. Odwiedził on wiodącego producenta mebli w Polsce razem z głównym inspektorem pracy, ministrem Tadeuszem Zającem.

OPRACOWANO NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW SZYNAKA-MEBLE

Ministrowie mogli zaznajomić się z tokiem produkcyjnym czołowego wytwórcy mebli w Polsce. Goście podziwiali między innymi innowacyjny park maszynowy oraz sprawne procesy produkcyjne prowadzone w najnowszych technologiach. Zobaczyć mogli także doskonałą organizację i porządek, mające na celu zachowanie najwyższych standardów bezpieczeństwa i higieny pracy. Główny inspektor pracy mógł tym samym przyrzeć się skoordynowanym działaniom najbezpieczniejszego zakładu pracy w Polsce, za co firma SZYNAKA-MEBLE już dwukrotnie otrzymała nagrodę „Pracodawca – Organizator Pracy Bezpiecznej”.

Premier Pawlak stwierdził, iż zna przedsiębiorstwo i nie jest to jego pierwsza styczność z wyrobami firmy SZYNAKA-MEBLE, gdyż już wcześniej miał okazję korzystać z mebli przez nią wyprodukowanych.

– Przyznam, że sam składałem meble z firmy Szynaka – powiedział podczas spotkania.

Podczas wizyty dyskutowano też o znaczących problemach gospodarczych. Wynikiem takiego spotkania jest poznanie możliwości rozwinięcia kierunków działań zmierzających do wzrostu gospodarczego kraju. Firma może podzielić się z innymi rozwijającymi się przedsiębiorstwami wartościami i pozytywnymi wzorcami. Premier natomiast miał możliwość zaprezentowania szerokich kompetencji instytucji i organizacji wspierających polskich przedsiębiorców w ekspansjach zagranicznych oraz korzystnych rozwiązań dla problemów i trudności napotykanym przez rodzime firmy.



Nie po raz pierwszy

Nie była to pierwsza wizyta przedstawiciela Ministerstwa Gospodarki w firmie SZYNAKA-MEBLE. Podczas rozpoczęcia budowy Fabryki Mebli SZYNAKA w Nowym Mieście Lubawskim pierwszą łopatę na terenie budowy wkopał uroczystie ówczesny wiceminister gospodarki Paweł Poncyłjusz.

Uroczystość ta została połączona z debatą o tematyce gospodarczej dotyczącej naszego kraju w siedzibie firmy w Lubawie. W dyskusji oprócz ministra gospodarki i prezesa SZYNAKA-MEBLE udział wzięli m.in. wojewoda warmińsko-mazurski i prezes Warmińsko-Mazurskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Poruszone zostały główne problemy branży meblarskiej, rozmawiano też o możliwościach wsparcia ze strony ministerstwa oraz silnym zapleczu produkcyjnym i mocnych stronach meblarzy, jako znaczących eksporterów w polskiej gospodarce.

Premier Donald Tusk otwierał natomiast w budynku oddziału SZYNAKA-MEBLE w Wolsztynie biuro poselskie, w którym urzęduje do dziś poprzedni sekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki Adam Szejnfeld. W salonie firmowym w Wolsztynie szef polskiego rządu mógł obejrzeć szeroką ofertę ekskluzywnych mebli mieszkaniowych i kuchennych. Zaprezentowana ekspozycja została przyjęta z wielkim zainteresowaniem. Szczególnie dużą uwagę premier Tusk zwrócił na meble mieszkaniowe. Stało się to bodźcem do omówienia z zarządem firmy kluczowych kwestii dotyczących wysokiej pozycji mebli na rynku eksportowym. Przedyskutowano możliwości rozwoju branży meblarskiej oraz jej wsparcia w dalszej dynamicznej ekspansji na rynki zagraniczne. Podkreślono działania sektora meblarskiego, które w znaczący sposób przyczyniają się do wzrostu gospodarczego naszego kraju, a także pozytywnie wpływają przede wszystkim na szeroką promocję Polski na arenie międzynarodowej. Z ministrem Szejnfeldem prezes Jan Szynaka miał okazję spotkać się jeszcze nieraz, chociażby przy okazji wręczania prestiżowych nagród „Filary Polskiej Gospodarki”. Tytułem tym firma została uhonorowana dwukrotnie za budowanie i znaczący wkład w rozwój gospodarki. Odwiedziny najważniejszych władz gospodarczych w kraju podkreślają wysoką pozycję firmy w polskiej gospodarce i znaczenie branży meblarskiej na arenie międzynarodowej.

Silny fundament

Firma jest fundamentem branży meblarskiej, będącej znaczącą siłą gospodarczą kraju. Wysokie standardy i dynamiczny rozwój SZYNAKA-MEBLE wpływają na promocję firmy przez władze państwowe w celu pokazania pozytywnych wzorców innym rozwijającym się przedsiębiorstwom. Stąd też wizyty najważniejszych decydentów gospodarczych naszego kraju w lubawskiej firmie. Dyskusje podejmowane przez ministrów z zarządem firmy stwarzają możliwości lepszego poznania problemów i zagrożeń pojawiających się w branży, co z kolei pozwala na znalezienie optymalnych rozwiązań pomocnych nie tylko sektorowi meblarskiemu, ale też całej gospodarce.

Nowe wzory w Ostródzie

Firma SZYNAKA-MEBLE pokazała swoją siłę także podczas jesiennej edycji Międzynarodowych Targów Meblowych w Ostródzie, gdzie zaprezentowała doskonale wzory, podziwiane nie tylko przez klientów, lecz także przez konkurencję. Grupa SZYNAKA zaproponowała trzynaście nowych wzorów w różnorodnym wykonaniu i wzornictwie. Pokazano tym samym zróżnicowane i szerokie możliwości wszystkich zakładów produkcyjnych silnej Grupy Meblowej.



OIGPM NA TARGACH BRANŻOWYCH W 2011 ROKU

OTWARTE FORUM DYSKUSYJNE

2011 rok to dla Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli udział w targach MEBLE POLSKA oraz DREMA i FURNICA. Jak Izba zaznaczy swoją obecność na tych wydarzeniach?

OPRACOWAŁA KATARZYNA ORLIKOWSKA

Przygotowania do wydarzeń branżowych OIGPM zainauguruje dnia 16 grudnia 2010 r. w Warszawie, w Hotelu Sheraton konferencją prasową, na którą zaproszeni zostali, poza dziennikarzami prasy ogólnopolskiej i prasy branżowej, również najważniejsi producenci mebli oraz akcesoriów meblowych. Tematem konferencji będzie promocja przede wszystkim targów MEBLE POLSKA 2011, a także targów DREMA i FURNICA 2011. Będzie też możliwość podsumowania ostatniej edycji targów MEBLE POLSKA z zaakcentowaniem korzyści związanych z ich nową formułą oraz przedstawienia ewentualnie planowanych w roku 2011 zmian. Podczas konferencji będzie także okazja przedstawienia innych zagadnień związanych z aktualną sytuacją w branży meblarskiej. Będzie to konferencja partnerów OIGPM-MTP, ze wspólnym materiałem prasowym.

Raport branżowy „Polish Outlook 2011”

Poza tym OIGPM przygotowuje raport „Polish Outlook 2011”, który do-

tyczyć będzie aktualnego stanu polskiej branży meblarskiej. Skrócona wersja raportu (polska i angielska) będzie nieodpłatnie dystrybuowana wśród wszystkich wystawców i handlowców wyłącznie podczas targów MEBLE POLSKA. W raporcie będzie można znaleźć informacje o potencjale popytowym i podażowym mebli w Polsce, oparte na danych z GUS oraz własnych danych OIGPM, a także podsumowanie roku 2010 (na podstawie dostępnych danych) oraz prognozę na rok 2011. Skrócona wersja raportu zostanie wydana w ciekawej formie graficznej i wydrukowana na papierze dobrej jakości. Nakład wynosić będzie maks. około 2000 egzemplarzy. Raport ten to także podkreślenie partnerstwa OIGPM i MTP.

– Opracowanie takiego raportu oraz jego dystrybucja podczas targów jest naszym zdaniem bardzo interesującym pomysłem z punktu widzenia polskich i zagranicznych handlowców – mówi Jacek Twaróg, prezes Izby.
– Wierzmy, że raport „Polish Outlook 2011” będzie jednym z czynników



ich przyciągających. Będzie on zdecydowanie preferował wystawców targów.

OIGPM planuje także zorganizowanie podczas targów cyklu seminariów poświęconych tematyce ukierunkowanej typowo na sprzedaż mebli, np. techniki sprzedaży, psychologia sprzedaży, negocjowanie kontraktów itp. Cykl powyższych seminariów poprowadzony zostanie przez Marka Borowińskiego. Celem tych seminariów jest uświadamianie, jak właściwie urządzić sklep tak, aby wpłynąć na zachowanie klienta, celem zwiększenia sprzedaży – jest to tzw. Visual Merchandising. Będą to seminaria przeznaczone głównie dla kadry handlowej pracującej bezpośrednio z klientem indywidualnym w salonie meblowym.

Projekt „Polska branża meblarska a sektor bankowy w Polsce”

Na targach MEBLE POLSKA 2011 OIGPM planuje zorganizować jeden z etapów projektu „Polska branża meblarska a sektor bankowy w Polsce”, a mianowicie „spotkanie edukacyjne” z bankami. Celem projektu jest dostosowanie oferty polskiego sektora bankowego do potrzeb branży meblarskiej w Polsce.

– Bankowość w Polsce to dziedzina, która wymaga szerszego otwarcia na zmiany w gospodarce – mówi Jacek Twaróg. – Chcielibyśmy wskazać, poprzez edukację tego sektora, jak znaczącym partnerem dla bankowości w Polsce jest branża meblarska, mająca wielkie znaczenie dla polskiej gospodarki i zajmująca w niej ugruntowaną pozycję. Wśród bankowców ma jednak opinię branży o podwyższonym stopniu ryzyka.

Na „spotkanie edukacyjne” OIGPM chce zaprosić przedstawicieli największych banków w Polsce – nie tylko osoby z oddziałów banków z regionów o szczególnej koncentracji fabryk mebli, ale także osoby odpowiadające za rozwój produktów bankowych w centralach poszczególnych placówek.

Targi DREMA i FURNICA

W czasie targów DREMA i FURNICA 2011 OIGPM planuje zorganizowanie dwóch seminariów. Pierwsze poświęcone będzie tematyce wzornictwa w dziedzinie akcesoriów i dodatków meblowych, a drugie – możliwościom technicznym i materiałowym dzisiejszego przemysłu meblarskiego. Seminarium dotyczące wzornictwa przygotowane zostanie przez przedstawicieli OIGPM oraz architektów i projektantów. W trakcie seminariów poruszona zostanie tematyka dotycząca: trendów i mody w branży meblarskiej, znaczenia detali dla końcowego wyglądu mebla, materiałów i najnowszych technologii stosowanych w produkcji mebli.

Na stoisku Izby planowane są również punkty konsultacyjne firm i instytucji współpracujących z Izbą. Podczas targów OIGPM będzie wzorem lat ubiegłych prezentować tematykę informacyjno-edukacyjną pod hasłem: „Wszystko o meblach od producenta do klienta”, adresowaną do odwiedzających targi pracowników sklepów meblowych oraz pracowników firm meblarskich.

Poza tym OIGPM weźmie udział w projekcie „Fabryka Mebli na Żywo” poprzez m.in. przygotowanie zaproszeń wysyłanych listownie do członków Izby oraz dodatkowo do grupy 300 firm (głównie średnich i dużych).

– Chciałbym podkreślić, że na naszym stoisku w czasie targów DREMA i FURNICA zorganizujemy wiele wydarzeń, w tym między innymi: rozmowy z projektantami mebli, wywiady oraz briefingi prasowe z dziennikarzami znanymi i wpływowymi czasopism, w tym z „Rzeczpospolitą” oraz prasą branżową – mówi Jacek Twaróg. – Ponadto naszym celem będzie stworzenie na stoisku OIGPM swoistego otwartego forum dyskusyjnego, gdzie przy jednym stole konferencyjnym będą mogli zasiąść meblarze oraz producenci materiałów i akcesoriów meblowych. Postaramy się odpowiedzieć na pytanie: czy mamy już za sobą kryzys w polskiej branży meblarskiej?



UBEZPIECZENIA MONDIAL ASSISTANCE

MEBLE + ASSISTANCE = DOBRE POŁĄCZENIE

Rynek usług assistance to prężnie rozwijający się obszar sektora finansowego, z którego korzysta coraz więcej Polaków. Zwiększa się także liczba produktów i usług, które zostają o nie wzbogacane. Skąd jednak pomysł na wykorzystanie pakietów pomocowych jako dodatku do mebli? Powód jest prozaiczny: osoby najchętniej korzystające z assistance i jednocześnie kierujące się obecnością tego rodzaju usług przy wyborach zakupowych, stanowią jednocześnie grupę docelową producentów i dystrybutorów mebli.

 RAFAŁ MROZOWSKI, SPECJALISTA DS. MARKETINGU W MONDIAL ASSISTANCE

Z pakietów pomocowych assistance korzystają osoby świadome swoich praw i możliwości wynikających z posiadania ubezpieczenia. A świadomość to pierwszy krok do wykorzystania usług asystorskich. Według badania przeprowadzonego przed dwoma laty przez PBS DGA na reprezentatywnej grupie Polaków, najszerzą wiedzą na temat assistance dysponują osoby w wieku 25-39 lat, posiadające średnie lub wyższe wykształcenie. Są to jednocześnie mieszkańcy dużych miast, dysponujący średnimi i wyższymi dochodami. Wiedza dotycząca tego obszaru przekłada się w ich przypadku na praktyczne zastosowanie – najwięcej interwencji ma miejsce w dużych miastach, co tłumaczy się właśnie czynnikami demograficznymi oraz wiedzą klientów na temat posiadanych pakietów. Na pierwszy rzut oka widać więc wiele zbieżności pomiędzy osobami posiadającymi wiedzę na temat korzyści wynikających z posiadania pakietów usług pomocowych a potencjalnymi nabywcami mebli oraz artykułów wyposażenia wnętrz. Dlatego w ich przypadku szczególnie istotne jest dostarczanie produktów kompleksowych – to one decydują o zdobyciu przewagi na konkurencyjnym rynku. Do tej pory standardem były transport oraz montaż mebli, ale dziś elementy te przestają wystarczać. Dla świadomych klientów ważnym atutem stają się za to usługi assistance i dłuższa lub rozszerzona gwarancja.

Popularne narzędzie, nowe zastosowanie

Rozbudowane usługi pomocowe, czyli assistance doskonale komponują się z wieloma produktami ze względu na uniwersalność i mnogość obszarów, w jakich mogą zostać wykorzystane. Dziś żaden rynek nie ogranicza się do „wybrańców” – assistance przestało być luksusem, dostępnym dla nielicznych, wraz z ekskluzywnymi kartami kredytowymi, drogimi samochodami, czy rozbudowanymi ubezpieczeniami, a stało się ciekawym sposobem na zwrócenie uwagi klienta i wyróżnienie oferty. Usługi te pozwalają na przeniesienie pozytywnych skojarzeń związanych z realizacją pomocy (np. holowania w razie awarii samochodu, czy wizyty hydraulika) na sam produkt i oferującą go firmę. Stanowią także istotną korzyść dla docelowych klientów, którzy otrzymują gwarancję udzielenia pomocy w różnych dziedzinach życia. Klienci coraz częściej zwracają uwagę na obecność assistance przy wyborze produktów i usług – nie traktują już rozbudowanych pakietów jako oznaki prestiżu, co było charakterystyczne jeszcze kilka lat temu, ale świadomie korzystają z przysługujących im świadczeń.

Nieograniczony wybór

Ze względu na rosnącą świadomość i idący za nią wzrost popytu na usługi pomocowe, Mondial Assistance od kilku miesięcy swoją ofertę kieruje



RAFAŁ MROZOWSKI

także bezpośrednio do producentów i dystrybutorów mebli. Pakiety assistance dla branży meblarskiej różnią się od innych tego typu produktów ze względu na drobiazgowo dopasowanie usług do potrzeb i specyfiki rynku. Znajdują się tu zupełnie nowe, sprofilowane pod kątem branży produkty. Są to m.in. ubezpieczenie przypadkowego uszkodzenia dla mebla, czy przedłużona gwarancja oraz rzeczony usługi assistance dla mebla. W skład każdego z pakietów mogą wchodzić takie usługi, jak pomoc specjalistów, takich jak stolarz, czy tapicer, obejmująca organizację i pokrycie kosztów wizyty specjalisty, który usuwa wszelkie nieprawidłowości związane z użytkowaniem mebla, a jeśli takowa naprawa nie jest możliwa, organizuje transport do i z punktu naprawczego. Bardzo ważną i unikatową częścią pakietów jest casco na meble – produkt nieobecny do tej pory na polskim rynku. Gwarantuje on nabywcy mebli odszkodowanie w razie zniszczenia lub uszkodzenia mechanicznego nieobjętego gwarancją producenta. Przydatne są także takie usługi, jak przedłużona gwarancja na meble na okres nawet do trzech lat po wygaśnięciu gwarancji producenta. Oczywiście gotowe propozycje to nie wszystko – każdy producent może decydować o wyborze dodatkowych usług, stanowiących uzupełnienie jego oferty o „wartość dodaną”. Do wyboru są produkty nie tylko z zakresu najpopularniejszego dla przedstawicieli branży home assistance. Pełna oferta usług pomocowych obejmuje bowiem takie elementy, jak szeroko pojęte assistance w podróży, assistance medyczne lub powszechne już komunikacyjne, ale także rozmaite infolinie lub usługi prywatnego asystenta, czyli Concierge.