

MEBLE NEWS NEWS NEWS



KOLEKCJA KUCHNIA NAVIA

LAYMAN

W NUMERZE

STATYSTYKA

Rekordowy rok pod względem eksportu mebli / **str. 4**

INFORMACJE

Rodzinną firmą z perspektywy Sukcesora / **str. 6**

Kolejny międzynarodowy sukces Szynaka Meble / **str. 7**

Cyfrowa transformacja w branży meblarskiej / **str. 8**

Polskie firmy meblarskie mogą podbić amerykański rynek / **str. 10**

Rzetelne źródło informacji dla i o branży meblarskiej / **str. 11**

FLAME – nowoczesne, zintegrowane uczenie się meblarstwa i języków obcych celem wzmocnienia atrakcyjności i mobilności sektora / **str. 12**

Nowe warunki dla mebli i materiałów drewnopochodnych wprowadzanych na rynek niemiecki / **str. 13**

WYDARZENIA

Atrakcyjny rynek bliskowschodni dla polskich producentów mebli / **str. 14**



str. 7



Ul. Obywatelska 26/2a

02-409 Warszawa

Tel.: 22 245 19 20

www.oigpm.org.pl [1]

www.meble.org.pl [2]

oigpm@oigpm.org.pl

Prezes

Jan Szynaka

Wiceprezes

Ewa Ratajczak

Wydawca:



INWESTOR
wydawnictwo

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53

531 71 77, 531 30 23

www.wydawnictwoinwestor.pl

info@wydawnictwoinwestor.pl

Prezes

Zbigniew Owsiak

Wiceprezes

Rafat Sidor

Redakcja

Małgorzata Gackowska

na podstawie materiałów OIGPM

Korekta

Sylwia Wojtanowska

Dział DTP

Katarzyna Łukowicz

Redakcja Meblarstwo - Komponenty i Technologie

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53, 531 71 77

531 30 23

www.meblarstwo24.pl



JÓZEF SZYSZKA,
DYREKTOR TARGÓW MEBLE POLSKA

Szanowni Państwo,

półtora roku temu rozpętała się wojna handlowa między Stanami Zjednoczonymi a Chinami, która, jak się wydaje, bezpowrotnie zmieniła układ sił w imporcie towarów, w tym mebli, do Ameryki. Nawet jeśli oba gospodarcze mocarstwa dojdą ostatecznie do porozumienia i cła zostaną obniżone czy nawet zniesione, procesu dywersyfikacji źródeł dostaw do USA nikt już nie zatrzyma.

Póki co, najwięcej na sporze między Waszyngtonem a Pekinem zyskał Wietnam, który w krótkim czasie przejął po Chińczykach sporo intratnych zamówień i zrobił kolejny znaczący skok na liście największych eksporterów mebli na świecie. Ale to ogromna szansa także dla polskich producentów, którzy mogą uszczknąć dla siebie spory kawałek amerykańskiego tortu, konsumowanego dotąd przez zakłady meblarskie z Chin.

Grupa MTP, jako organizator targów MEBLE POLSKA – największych kontraktacji meblowych w Europie Środkowej i Wschodniej – już w minionym roku podjęła szereg działań, których celem było zwiększenie świadomości potencjału polskiego przemysłu meblarskiego za oceanem. A pracy u podstaw do wykonania jest sporo. Jeden z głównych redaktorów wiodącego magazynu branży meblarskiej w USA po otrzymaniu od nas zeszłej jesieni zaproszenia do Poznania i przeczytaniu kilku raportów ze zdumieniem odkrył, że Polska jest trzecim największym eksporterem mebli na świecie. W marcu targi MEBLE POLSKA 2019 odwiedzili kupcy meblowi i dziennikarze ze Stanów Zjednoczonych, których zaprosiliśmy do Poznania we współpracy z PAIH. Efektem tej wizyty była seria artykułów w amerykańskiej prasie branżowej, które w entuzjastyczny sposób opisywały odkryty przez autorów w Europie „nowy meblowy ład”. Pozytywne były też relacje amerykańskich handlowców, którzy zwracali uwagę na wyjątkowo elastyczne podejście polskich producentów mebli, których spotykali podczas wizyty na targach w Poznaniu. Jak podkreślał jeden z uczestników wizyty (przedstawiciel amerykańskiej sieci liczącej 750 salonów w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Meksyku, Ameryce Środkowej i Azji), polskie firmy są gotowe zmieniać swój produkt dla każdego, kto życzy sobie zmiany, i to niezależnie od tego, czy dotyczyłaby rozmiarów, koloru czy innych cech mebla. A to ważne, bo zdaniem ekspertów meble sprzedawane na amerykańskim rynku różnią się od naszych znacząco zarówno pod względem designu, jak i gabarytów. Kolejny etap przybliżania polskiego przemysłu meblarskiego handlowcom z USA przed nami. Do udziału w targach MEBLE POLSKA 2020 zaprosiliśmy w ramach naszego programu hosted buyers dużą grupę przedstawicieli największych sieci salonów i hurtowni meblowych w Stanach Zjednoczonych. Będą oni mogli zobaczyć w Poznaniu największą na świecie prezentację oferty polskiej branży meblarskiej – blisko 500 firm i marek, w tym wszystkich największych producentów zainteresowanych rozwojem eksportu i posiadających infrastrukturę produkcyjną zdolną, by sprostać zamówieniom amerykańskich handlowców, zarówno pod względem jakości, jak i wolumenu produkcji. Tak na marginesie, program hosted buyers realizujemy w Poznaniu z powodzeniem od wielu lat, chociaż jest w Polsce organizator targów, któremu się wydaje, że właśnie teraz – nomen omen – odkrył Amerykę i jako pierwszy wpadł na pomysł, aby przywozić kupców z zagranicy.

Do udziału w najbliższych targach MEBLE POLSKA zapraszam już od 25 do 28 lutego. Znaczący temat zapewne zauważyli kilkutygodniowe przesunięcie terminu wydarzenia, które dotąd organizowane było głównie w marcu. Liczymy, że dzięki tej zmianie do Poznania przyjedzie wielu handlowców, którzy musieli wybierać pomiędzy Poznaniem a maratonem targów meblowych organizowanym w marcu na Dalekim Wschodzie. Podczas ostatniej edycji stoiska wystawców odwiedzili kupcy meblowi z 65 krajów, a udział zwiedzających z zagranicy wyniósł 34%. Zapowiada się, że ten rekord znów zostanie pobity.

Do zobaczenia w Poznaniu!

PODSUMOWANIE 2019 ROKU

REKORDOWY ROK POD WZGLĘDEM EKSPORTU MEBLI

Prawdopodobnie w 2019 r. Polska obejmie tytuł pierwszego eksportera mebli w Europie, a drugiego na świecie! Tym samym, jak wynika z dostępnych prognoz, rok 2019 zamkniemy kolejnym rekordem w wartości eksportu mebli z Polski.

 JOANNA GRUSZCZYŃSKA, PROJECT MANAGER, OIGPM

Według prognoz B+R Studio polski eksport w 2019 r. wyniesie 10,9 mld euro. Jeśli zrealizuje się powyższy scenariusz, zajmiemy drugie miejsce jako eksporter mebli na świecie, a wyprzedzać nas już będą tylko Chiny. Zdając sobie sprawę z faktu, iż bieżący rok nie należy do łatwych dla meblarzy, a wzrost dynamiki wartości produkcji i eksportu jest zdecydowanie niższy niż w poprzednich latach, tym bardziej taki sukces jest dla nas niebywały.

Spadek produkcji oklein, wzrost produkcji mebli drewnianych

W Polsce w pierwszych trzech kwartałach bieżącego roku trudno jest mówić o rozwoju produkcji półproduktów. Wzrost produkcji dotyczy jedynie płyt wiórowych – o 5,9% oraz sklejki, płyt fornirowych i podobnych – o 2,8%. W przypadku pozostałych półproduktów odnotowany został spadek – największy w kategorii oklein – aż o 11,3%.

W trzech pierwszych kwartałach 2019 r. największy wzrost produkcji – aż o 23,7% – dotyczył mebli drewnianych, w rodzaju stosowanych w sypialni. Największy spadek produkcji dotyczył zaś mebli do siedzenia przekształcanych w miejsca do spania i wynosił aż 23,3%.

Numer jeden w Europie

Według danych opublikowanych przez Eurostat wartość eksportowanych mebli z Polski w okresie od stycznia do lipca 2019 r. wyniosła 6,5 mld euro, co oznacza wzrost o 4% wobec analizowanego okresu roku poprzedniego. Przypomnijmy, że w 2018 r. wyeksportowano z naszego kraju meble o wartości 10,6 mld euro, co dało Polsce trzecie miejsce w światowym rankingu eksporterów, wyprzedzając wtedy Włochów. Warto też zauważyć, iż w ciągu ośmiu ostatnich lat eksport mebli z Pol-



WOLUMEN PRODUKCJI PÓLPRODUKTÓW

Półprodukt	Jednostka miary	I-IX 2018	I-IX 2019	I-XI 2019/2018
Tarcica ogółem	dam ³	2 472,08	2 435,00	98,50
W tym iglasta	dam ³	2 212,49	2 197,00	99,30
Sklejka, płyty fornirowe i podobne	dam ³	8 306,42	8 539,00	102,80
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna	dam ³	4 287,06	4 540,00	105,90
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	543 648,65	543 105,00	99,90
Okleiny	tys. m ²	16 173,62	14 346,00	88,70

WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI

Wyroby	Jednostka miary	I-IX 2018	I-IX 2019	I-IX 2019/2018
Meble do siedzenia o konstrukcji głównie drewnianej	tys. sztuk	13 572,96	12 650,00	93,20
Meble do siedzenia przekształcane w miejsca do spania	tys. sztuk	2 744,46	2 105,00	76,70
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. sztuk	3 324,69	3 717,00	111,80
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. sztuk	4 932,09	6 101,00	123,70
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. sztuk	22 991,14	23 359,00	101,60

ski wzrósł dwukrotnie, z 5,8 mld euro w 2010 r. do poziomu 10,6 mld euro w 2018 r.

Głównym odbiorcą polskich mebli wciąż są Niemcy, za nimi znajdują się kolejno Czechy, Wielka Brytania, Francja, Holandia, Szwecja, Stany Zjednoczone. Według danych opublikowanych przez B+R Studio najwyższą dynamiką rozwoju eksportu mebli charakteryzował się ten na Węgry, który w 2019 r. wzrosł o blisko 23 punkty procentowe w porównaniu do roku 2018. Według szacunków wartość eksportu mebli na Węgry wyniesie 242,4 mln euro, czyli o ponad 45 mln euro więcej niż w 2018 r. Na kolejnych miejscach pod względem wielkości dynamiki znajduje się Rumunia (1,16%), Słowacja (1,14%) oraz Portugalia (1,14%). W obrotach z Chinami według nomenklatury SITC odnotowano wzrost eksportu m.in. drewna surowego. W imporcie zwiększyła się wartość mebli.

Bez zmian w zatrudnieniu, ale rośnie wynagrodzenie

Aktualne dane dotyczące przeciętnego miesięcznego zatrudnienia w bran-

ży meblarskiej utrzymują się na podobnym poziomie jak przed rokiem – w pierwszych dwóch kwartałach 2019 r. wzrosło ono jedynie o 0,7%, zaś w przypadku produkcji z drewna, korka, słomy i wikliny – o 1,8%.

Optymistyczne dane dotyczą za to wzrostu przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia – w branży meblarskiej nastąpił wzrost o 7,9%, a w branży drzewnej – o 6,9%.



Według danych opublikowanych przez GUS, wśród działów przetwórstwa przemysłowego, we wrześniu br. wzrost sprzedaży w skali roku zanotowano w meblach – o 8,3%. W tym przypadku deklaruje się tu także większe niż przed rokiem wykorzystywanie mocy produkcyjnych.



PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO W ZŁOTÓWKACH W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ

Rodzaj produkcji	I-VI 2018	I-VI 2019	I-VI 2019/I-VI 2018
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	3 594,07	3 842,06	106,90
Produkcja mebli	3 607,70	3 892,70	107,90

PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ

Rodzaj produkcji	I-VI 2018	I-VI 2019	I-VI 2019/I-VI 2018
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	tys. 98,23	tys. 100,00	101,80
Produkcja mebli	tys. 161,87	tys. 163,00	100,70

DYNAMIKA (W CENACH STAŁYCH) I STRUKTURA (W CENACH BIEŻĄCYCH) PRODUKCJI SPRZEDANEJ PRZEMYSŁU

Wyszczególnienie	2018				2019					2018	
	I-III	IV-VI	VII-IX	X-XII	I-III	IV-VI	VII-IX	I-IX	IX	I-IX	
	analogiczny okres roku poprzedniego=100										struktura w %
Produkcja mebli	108	109,5	103	103,5	103,3	103	105	103,8	108,3	3	3
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	107,3	107,9	107,6	102,8	102,8	103,1	98	101,3	103,9	2,6	2,7



Fot. Wioleta Sztachetka/szczytno.wm.pl

Kondolencje i wyrazy szczerego współczucia dla rodziny i bliskich

Stefana Tkaczyka,

Prezesa FM BRAVO oraz Wiceprezesa OIGPM

składają:

Prezes Izby - Jan Szynaka,

Rada Izby, Komisja Rewizyjna, Sąd Koleżeński oraz Biuro Izby.

SUKCESJA W BRANŻY MEBLARSKIEJ



RODZINNA FIRMA Z PERSPEKTYWY SUKCESORA

Sukcesja, czyli jak bezpiecznie wprowadzić następców do biznesu, to zagadnienie, które spędza sen z powiek wielu przedsiębiorcom z branży meblarskiej. Proces ten najlepiej przeprowadzić pod okiem wyspecjalizowanych firm, tak aby Nestor spokojnie i bez obaw mógł oddać prowadzenie firmy swojemu następcy – Sukcesorowi.

MACIEJ SEROKA, FABRYKA MEBLI LAYMAN, m.seroka@layman.pl

Nazywam się Maciej Seroka. Zarządzam rodzinną fabryką mebli w drugim pokoleniu. Podobnie artykuł o swojej firmie mogłoby zacząć wiele moich koleżanek i kolegów z branży meblarskiej.

Ostatnie lata to czas, kiedy w rodzinnych firmach sektora meblarskiego temat sukcesji firmy nabrał szczególnego znaczenia. Zaledwie kilka miesięcy temu Fabryka Mebli Layman obchodziła 25-lecie działalności. Podczas pięknej gali na balu jubileuszowym ogłoszona została wiadomość przekazania firmy w ręce młodego pokolenia. Moment ten skłania do refleksji nad zagadnieniami bardzo szczególnego okresu w działalności każdego przedsiębiorstwa – to jest jego sukcesji.

Podobnie jak nasza firma, spora część istniejących w Polsce fabryk mebli zaczęła swoją działalność na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Przez ponad ćwierć wieku całe rodziny żyły pracą we własnych firmach meblarskich. Można powiedzieć, że firma rodzinna to hasło, za którym kryje się całe nasze życie. Przez te wszystkie lata nasi rodzice ciężko pracowali, rozwijając przedsiębiorstwa od malutkich kilkusobowych zakładów meblarskich po nowoczesne fabryki mebli, odważnie konkurujące na europejskich i światowych rynkach.

Rozwój Fabryki Mebli Layman idealnie wpisuje się w ten wzorzec. Początek lat dziewięćdziesiątych to czas zdjęcia komunistycznych kajdan i uwolnienia wielkiej energii przedsiębiorczości Polaków. Mój ojciec, jak wielu jemu podobnych, porzucił ciepłą posadę zaopatrzeniowca w Elbląskim Kombinate Budowlanym i postanowił spróbować swoich sił jako przedsiębiorca. Wynajął niewielki budynek i zaczął produkować... łodzie rybackie. Nowo otwierane firmy funkcjonujące w warunkach gospodarki wolnorynkowej przypominały dzisiejsze start-upy. Rynek potrzebował ludzi kreatywnych, którzy żadnej pracy się nie boją, a co za tym idzie – będą pracować w różnych, nierzadko bardzo odmiennych branżach.

Po kilku latach, kiedy wszyscy okoliczni rybacy mieli nowe łodzie, przyszedł czas przebranżowienia i tu wkraczamy w świat mebli. 25 lat intensywnej pracy całej rodziny pozwoliło na zbudowanie fabryki, której chlubą są dopracowane kuchenne meble modułowe produkowane według autorskiego schematu oraz silna pozycja w czołowej trójce producentów kuchni modułowych w Polsce.

Upływu czasu nie da się zatrzymać. Nieubłagane przychodzi czas, kiedy po latach intensywnej pracy seniorzy zaczynają myśleć, jak przekazać zarządzanie firmą młodszemu pokoleniu, aby przejść na emeryturę i – co tu dużo mówić – w końcu zacząć korzystać z życia. Pojawiają się plany sukcesji firmy, wiąże się ona z ogromem pracy, którą należy wykonać najlepiej pod okiem wyspecjalizowanych firm. Po szczęśliwym zakończeniu procesu sukcesji w firmie powstają nowe role – Nestora, który powoli schodzi ze sceny oraz Sukcesora, który musi udowodnić, że zasługuje na prowadzenie firmy.

Wtedy na scenę wchodzimy my – drugie pokolenie zarządzających w firmie. Z autopsji wiem, że wielu z nas niemalże całe życie było w jakiś sposób związanych z firmą. Już jako małe dzieci bawiliśmy się w firmowych budynkach, później jako

nastolatki w wolnym czasie pomagaliśmy rodzicom w pracy, nawet profil wykształcenia wybieraliśmy z myślą o pracy w rodzinnym przedsiębiorstwie.

Kiedy przychodzi czas sukcesji w naszych głowach, rodzą się trudne pytania. Czy jesteśmy gotowi na przejęcie firmy? Czy wykształcenie, które zdobyliśmy oraz doświadczenie nabyte podczas w pracy w firmie sprawia, że będziemy w stanie rozwijać nasze przedsiębiorstwo? Czy najzwyczajniej w świecie nie zawiedziemy swoich rodziców? Te oraz dziesiątki innych problemów sprawiają, że na naszych barkach spoczywa ogromna odpowiedzialność za losy firmy. Mamy świadomość, że firma to nie tylko nieruchomości, maszyny, marka etc., ale też losy nierzadko kilkuset osób, które w niej pracują.

Każde pokolenie zarządza w inny sposób, co więcej, każda osoba ma własny styl zarządzania organizacją. My, młodzi Sukcesorzy często mamy zupełnie inną wizję naszej firmy niż rodzice. Dostrzegamy, jak szybko zmienia się branża meblarska. Staramy się wykorzystywać nowe technologie, próbujemy zrozumieć potrzeby klientów z kolejnych generacji wchodzących na rynek konsumencki, myślimy o ekspansji zarówno produktowej, jak i terytorialnej.

Naszą wizją jest unowocześnienie fabryki poprzez skierowanie jej na nowe tory rozwoju. Wielokrotnie realizując nową strategię firmy, musimy podjąć niepopularne, trudne decyzje dotyczące wycofania wieloletnich produktów, zmiany sposobu produkcji, roszad kadrowych etc. Ten czas intensywnych zmian jest trudny zarówno dla organizacji, jak i personalnie, dla nas samych. Od naszej siły charakteru, determinacji oraz – co jest kluczowe – sprzyjających nam najbliższych współpracowników (ponieważ w pojedynkę niewiele zdziałamy), zależy, czy dokonamy zmiany naszej organizacji zakończonej sukcesem.

Wszystko to nie zawsze odpowiada wizji firmy naszych rodziców. Często dochodzi do konfliktów między pokoleniami o to, jak prowadzić firmę. Z jednej strony Nestor obawia się, że lata jego ciężkiej pracy zostaną zaprzepaszczone, z drugiej Sukcesor widzi potrzebę niezbędnych zmian, aby firma była konkurencyjna i mogła się rozwijać. W takiej sytuacji niezmiernie ważne jest tu zaufanie obydwu stron do siebie. Bez głośno wypowiedzianej przez Nestora woli zmian oraz bez zapewnienia Sukcesorowi wolnej ręki, firma pograży się w chaosie. Z drugiej strony nowe pokolenie powinno wyjaśniać i informować, jakie zmiany planuje i co jest ich celem.

Jak widać, okres sukcesji jest jednym z najtrudniejszych w historii działalności firmy. Od jego powodzenia zależy, czy firma bezpiecznie przejdzie czas transformacji. Proces przekazywania firmy w młode ręce jest tak wyjątkowy, że często obie strony czują się zagubione, w większości działając według swojej intuicji, szczególnie podczas budowania nowych relacji. Wydaje mi się, że pożądanym w naszej branży byłoby stworzenie przestrzeni do kontaktu pomiędzy potencjalnymi Nestorami oraz Sukcesorami, aby wzajemnie korzystać ze swoich doświadczeń, w tym jakże nietrywialnym temacie.

„POLSKI POKÓJ” w ONZ

KOLEJNY MIĘDZYNARODOWY SUKCES SZYNAKA MEBLE

Firma Szynaka Meble z Lubawy przygotowała i zrealizowała prestiżowy projekt wyposażenia w meble, produkowane przez jeden z zakładów należących do Grupy Meblowej Szynaka, polskiej sali posiedzeń w Radzie Bezpieczeństwa ONZ w Nowym Jorku.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

31 grudnia br. Polska zakończy niestałe, dwuletnie członkostwo w Radzie Bezpieczeństwa ONZ. Nawiązując do istniejącej w ONZ tradycji, poszczególne państwa przekazują do budynku ONZ różne elementy dekoracyjne wystroju wnętrza, promując w ten sposób swoją tradycję, historię i kulturę. We współpracy z Office of Central Support Services oraz Kancelarią Prezydenta RP Andrzeja Dudy firma Szynaka Meble zagospodarowała przestrzeń jednego z najważniejszych pomieszczeń zlokalizowanych w Radzie Bezpieczeństwa ONZ, wyposażając salę posiedzeń w meble.

– Bardzo się cieszę, że po swojej obecności w Radzie Bezpieczeństwa ONZ Polska zostawia pamiątkę w postaci wyposażenia sali, w której na co dzień odbywają się rozmowy i prace Rady Bezpieczeństwa dotyczące pokoju na świecie. Bardzo dziękuję panu prezesowi Janowi Szynace, właścicielowi polskiej firmy Szynaka Meble, za wyposażenie. Cieszę się, że taka pamiątka w siedzibie Rady Bezpieczeństwa ONZ zostanie – powiedział prezydent Andrzej Duda, otwierając oficjalnie „polski pokój”.

Podczas przygotowywania całej koncepcji projektu, właścicielom firmy – Alinie i Janowi Szynakom – zależało na tym, żeby zastosowane w nim elementy i produkty łączyły w sobie nowoczesny, światowy design z charakterystycznymi elementami dla naszego kraju, wywodzącymi się z Polski, polskiej tradycji, co podkreśli naszą tożsamość i będzie formą upamiętnienia historycznego członkostwa naszego kraju w Radzie Bezpieczeństwa ONZ w latach 1945-1946. Następne takie wydarzenie będzie miało miejsce dopiero za kolejne 40 lat.

W aranżacji tego prestiżowego pomieszczenia wykorzystano symbole łowickie, będące uosobieniem polskiej kultury ludowej. W centralnej części sali powieszony został ręcznie namalowany obraz przedstawiający Fryderyka Chopina na tle jego domu rodzinnego w Żelazowej Woli. Solidne dębowe meble, krzesła i panele ściennie są symbolem siły, dumy, wytrzymałości, a także najwyższej jakości, prestiżu i luksusu użytkowania. Narodowe elementy to wyraz wielkiego patriotyzmu, szacunku do wartości narodowych, będących częścią historii rodzinnej firmy i naszego kraju. Uczestnictwo Szynaka Meble w tak znamienitym przedsięwzięciu jest dla właścicieli i pracowników firmy wielką nobilitacją, wyróżnieniem, ale też ogromną odpowiedzialnością, którą na siebie biorą. Przystępując do projektu, wiedzieli, że sygnowane logo Szynaka Meble polskie meble, będąc częścią jednego z najważniejszych miejsc na mapie świata, wpiszą się w historię polskiej działalności na szczeblu globalnym. Zaaranżowana przestrzeń stanie się nowoczesnym, ale też funkcjonalnym i niezwykle komfortowym miejscem dialogu i spotkań dla najważniejszych przedstawicieli międzynarodowej polityki. Przedsięwzięcie to w znacznym stopniu podkreśli historię i znaczenie polskiej działalności na szczeblu globalnym. Zaaranżowana siedziba będzie z pewnością przez kolejne dziesięciolecia doskonałą formą promocji Polski, polskiej branży meblarskiej i polskich produktów na arenie międzynarodowej.



DELEGACJA RZĄDOWA ORAZ ALINA I JAN SZYNAKOWIE W SALI POSIEDZEŃ ONZ W NOWYM JORKU. FOT. SZYNAKA

Meble sygnowane logo Szynaka Meble od wielu lat promują polskie meblarstwo na arenie międzynarodowej. Właściciele i pracownicy firmy cieszą się, że po raz kolejny sprościli tak odpowiedzialnemu wyzwaniu, stając się tym samym prekursorem polskości i wizytówką polskiej myśli technologicznej i naszej, krajowej gospodarki.

Od wielu lat Szynaka Meble jest wiodącym eksporterem mebli, lokującym prawie 60% sprzedaży poza granicami naszego kraju. Firma eksportuje z powodzeniem nie tylko swoje wysokiej jakości produkty, ale przede wszystkim jest kreatorem nowoczesnego, światowego designu i nowoczesnej myśli technologicznej. Jako największa grupa meblowa w Polsce, firma jest dumna, że swoim działaniem może wpisać się w piękną historię siedziby ONZ, będącej synonimem dialogu, pokoju, bezpieczeństwa i współpracy międzynarodowej.

Oficjalnego otwarcia sali spotkań dokonał prezydent RP Andrzej Duda podczas Zgromadzenia Ogólnego ONZ 23 września 2019 r., przy udziale szerokiego grona honorowych gości, w tym Aliny i Jana Szynaków, przedstawicieli polskiego rządu i ambasady.

– Pragnę serdecznie podziękować wszystkim za życzliwość, zaufanie, liczne słowa uznania i gratulacje płynące niemal z całego świata. Cieszę się bardzo, że nasza aktywność na rynku międzynarodowym jest zauważalna i dopingowana przez naszych klientów, partnerów i przyjaciół biznesowych. Działalność Szynaka Meble na arenie międzynarodowej stanowi niezwykle chlubną kartę w historii polskiej branży meblarskiej i utwierdza nas w przekonaniu, że poprzez swoje działania umacniamy pozycję naszej firmy jako niekwestionowanego lidera w branży meblarskiej. Mamy szerokie portfolio produktowe i światowej klasy zaawansowane technologie, aby wspólnie z naszymi partnerami kreować ponadczasowe wzornictwo. Jesteśmy dumni, że udało nam się osiągnąć kolejny międzynarodowy sukces. Jesteśmy ponad 3,5-tysięcznym zespołem, który każdego dnia dokłada wszelkich starań, aby nasi klienci i partnerzy biznesowi darzyli nas zaufaniem i cieszyli się z użytkowania produkowanych przez nas mebli, w które wkładamy całą naszą wiedzę, doświadczenie, zaangażowanie i pasję – powiedział podczas otwarcia polskiej sali posiedzeń w siedzibie ONZ w Nowym Jorku, prezes Jan Szynaka.

NOWE TECHNOLOGIE

CYFROWA TRANSFORMACJA W BRANŻY MEBLARSKIEJ

Digitalizacja staje się codziennością w wielu obszarach – nie inaczej jest w przypadku branży meblarskiej. Im wcześniej reprezentujące ją firmy podejmą odpowiednie kroki, tym większe będą miały szanse na zbudowanie przewagi konkurencyjnej na tym nietętym rynku.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW CLOUDITY

Cyfrowa transformacja nie jest pieśnią przyszłości – odbywa się ona teraz i niesie za sobą wiele wymiernych korzyści. Widać to na przykładzie amerykańskiej firmy meblarskiej Herman Miller, która, dzięki automatyzacji, zanotowała wzrost przychodów z kampanii e-mailowych o 200 proc.!

Skuteczne narzędzia

Aby wprowadzić swoje przedsiębiorstwo w erę cyfrową, potrzeba narzędzi, dzięki którym można lepiej poznać potrzeby swoich klientów oraz zautomatyzować i usprawnić procesy biznesowe. Wiele firm z różnych branż już używa lub w najbliższej przyszłości zainwestuje w CRM, czyli system do zarządzania kontaktem z klientem.

Sama obecność takiego systemu jednak nie wystarczy – CRM musi bowiem maksymalnie ułatwiać zarządzanie całą relacją z klientem i przyczynić się do utrzymania jej na najwyższym poziomie, o zwiększaniu przychodów czy zaangażowaniu i satysfakcji pracowników nie wspominając. Salesforce, amerykański gigant technologiczny z San Francisco, będący twórcą pierwszego na świecie CRM-a funkcjonującego wyłącznie w chmurze obliczeniowej, oferuje narzędzia, dzięki którym można wprowadzić firmę w cyfrową erę.

Cyfryzacja odpowiedzią na wyzwania branży

Każdy sektor rynku ma obszary, którym musi poświęcić szczególną uwagę. W przypadku branży meblarskiej kluczowe są: tworzenie ofert, sprzedaż, obsługa klienta oraz budowanie pozycji na rynkach zagranicznych. Bardzo ważne jest także monitorowanie zamówień – zarządzanie dostawami oraz dbanie o relację z klientem od momentu zamówienia mebli, do ich dostarczenia i złożenia. Ścieżka klienta nie kończy się na sfinalizowaniu transakcji – dopiero wtedy rozpoczyna się jej najważniejszy odcinek!

Kolejną sprawą jest dopasowanie portfolio produktowego do zróżnicowanych potrzeb klientów, z których jedna część preferować będzie meble budżetowe, inna zaś – z litego drewna. Niezbędne jest więc narzędzie umożliwiające gromadzenie wszystkich danych o klientach w jednym miejscu oraz umożliwiające łatwy dostęp do informacji z każdego miejsca na świecie.

Produkty Salesforce odpowiadają na powyższe wyzwania firm meblarskich.

Przemysłana cyfryzacja

Automatyzacja jest konieczna właściwie na każdym etapie rozwoju przedsiębiorstwa. Małe firmy mogą przyspieszyć wiele powtarzalnych czynności, takich jak np. wysyłka maili czy procesy administracyjne lub serwisowe, przekazując je maszynom. Odzyskaną energię będą mogły z kolei przeznaczyć na intensywny rozwój i pozyskiwanie nowych klientów. Przedsiębiorstwa te muszą jednak zachować czujność, by wraz z postępującym rozwojem nie popełnić błędów niektórych firm o ugruntowanej pozycji na rynku.

Przed jakimi wyzwaniami stoją te ostatnie? Niekiedy, poświęcając całą swą uwagę rozwojowi wzornictwa i budowaniu marki, przedstawiciele tych organizacji pomijają kwestię modelowania procesów biznesowych. W rezultacie nie są oni w stanie nadążyć z produkcją i nie mogą na czas przygotowywać ofert dla klientów!

Szybkie ofertowanie i wgląd w status zamówień

W ekosystemie Salesforce jest narzędzie, które może bardzo pomóc przedsiębiorcom z branży meblarskiej. Mowa o Configure, Price, Quote – szerzej znanym jako CPQ – umożliwiającym działom sprzedaży tworzenie złożonych i „szytych na miarę” ofert. Dzięki temu rozwiązaniu firmy meblarskie wracają do gry – przestają tracić klientów, którzy nie mogą pozwolić sobie na długie oczekiwanie na ofertę. Z CPQ proces ofertowania skrócony zostaje do minimum.

W branżach produkcyjnych niezbędne jest monitorowanie statusu zamówień. Przy dużej liczbie klientów każda sprawa musi być rozpatrzona szybko i sprawnie. W kontekście dużej konkurencyjności rynku meblowego w Polsce, opóźniona reakcja może skutkować utratą klienta, co jest najczarniejszym scenariuszem. Tu z pomocą przedsiębiorcom przychodzi Sales Cloud – narzędzie od Salesforce, dzięki któremu działy handlowe mogą planować, prognozować i analizować wszystkie działania w różnych



CLOUDITY JEST POLSKĄ SPÓŁKĄ TECHNOLOGICZNĄ I PLATYNOWYM PARTNEREM SALESFORCE W POLSCE. SPECJALIZUJE SIĘ W DORADZTWIE BIZNESOWYM I WDROŻENIACH ROZWIĄZAŃ SALESFORCE, A PONADTO WSPIERA FIRMY W ZARZĄDZANIU ZMIANĄ, POSTĘPUJĄCĄ WRAZ Z CYFROWĄ TRANSFORMACJĄ. WWW.CLOUDITY.PL, +48 22 205 07 22, CONTACT@CLOUDITY.PL. Fot. CLOUDITY

kanalach sprzedaży. Sales Cloud pozwala łatwo śledzić całą relację firma – klient, od pierwszego kontaktu do wygenerowania umowy i faktury.

Wiele potrzeb, jedna platforma

Produkcja i sprzedaż mebli to oczywiście nie jedyne obszary działalności firm z branży meblarskiej. Bardzo istotne są działy marketingu czy obsługi klienta, bez których sprawne działanie przedsiębiorstwa nie jest możliwe! Salesforce odpowiada na różne potrzeby i oferuje swoim klientom produkty do skutecznego zarządzania wieloma obszarami działalności firmy. Marketing Cloud służy do planowania, wdrażania i pomiaru rezultatów kompleksowych działań marketingowych oraz tworzenia Customer Journey – poszczególnych kroków ścieżki klienta, której odpowiednie zaprojektowanie jest kluczowe. Dobrym przykładem wykorzystania Marketing Cloud są choćby kampanie e-mailowe – dzięki funkcji dokładnego testowania Twój dział marketingu może docierać do klientów z przekazem, który działa i przekłada się na realne zyski.

Co więcej, przy użyciu Marketing Cloud australijska firma Room & Board tworzy rekomendacje dla swoich klientów, uzupełniając tym samym ich doświadczenie ze sklepów stacjonarnych w kanale online. Efekt? Gdy klienci zapoznają się z rekomendacjami, wartość składanego przez nich zamówienia w sklepie internetowym wzrasta średnio o 40 proc. W przypadku zamówień składanych stacjonarnie jest to średnio aż 60 proc.!

Również z myślą o działach marketingu powstał Pardot – narzędzie do automatyzacji marketingu B2B, które służy do zarządzania formularzami czy stronami docelowymi oraz mierzenia skuteczności i efektywności prowadzonych kampanii.

Obsługa klienta i komunikacja na najwyższym poziomie

Community Cloud to platforma umożliwiająca pracownikom, klientom, partnerom sprzedażowym oraz dostawcom współtworzenie społeczności – współpraca przebiega więc sprawniej niż wcześniej, m.in. dzięki błyskawicznej wymianie informacji między stronami.

Praca działu client service zostanie z kolei usprawniona dzięki wdrożeniu Service Cloud – mobilnego systemu zapewniającego najwyższej jakości obsługę klienta w dowolnym miejscu na świecie, na dowolnym urządzeniu, przez 24 godziny na dobę. Dzięki temu można zarządzać wszelkimi sprawami – np. zgłoszeniami czy pytaniami – oraz procesować i sprawnie rozwiązywać problemy, kiedy tylko się pojawią.

Z Service Cloud korzysta między innymi firma Ashley Furniture, której konsultanci mają teraz 360-stopniowy obraz klienta – niezależnie od kanału komunikacji, pracownicy działu customer service znają całą historię kontaktu klienta z firmą, dzięki czemu każda nowa interakcja rozpoczyna się dokładnie w tym miejscu, w którym skończyła się ostatnia. Doświadczenie klienta jest zawsze na najwyższym poziomie, niezależnie od tego, w jaki sposób komunikuje się on z marką.

Rozwinięty ekosystem Salesforce tworzą produkty, które doskonale ze sobą współpracują. Łatwo przedstawić to na przykładzie układanki! Poszczególne elementy (funkcjonalności Salesforce) idealnie do siebie pasują i wzajemnie się uzupełniają, dzięki czemu wie się o swoich klientach wszystko! Każdy użytkownik Salesforce w firmie może mieć dostęp do aktualnych informacji z obszarów marketingu, sprzedaży, obsługi klienta czy procesowania zamówień. Wystarczy komputer, telefon czy tablet i dostęp do Internetu, by przewidywać potrzeby klienta i proponować mu produkty, które dopiero będą mu potrzebne!

Choć wydawać się może, że projekty digitalizacyjne są długotrwałe i skomplikowane, wyspecjalizowane firmy wdrożeniowe wypracowały skuteczne metody działania. Przedsięwzięcia tego typu dzielone są na mniejsze etapy: w pierwszej kolejności konsultanci skupiają się na obszarach działalności firmy, w których zmiany są najbardziej potrzebne oraz na tych, w których digitalizacja przyniesie najwięcej korzyści. Poprzez stopniowe wprowadzanie cyfrowych usprawnień, łatwiej zapanować nad najbardziej zawodnym elementem każdej transformacji – czynnikiem ludzkim.

Chcesz dowiedzieć się więcej o Salesforce? Skontaktuj się z Cloudity i umów się na demo.

„POLAND'S FURNITURE ALL AROUND THE WORLD”

POLSKIE FIRMY MEBLARSKIE MOGĄ PODBIĆ AMERYKAŃSKI RYNEK

Aktualnie Stany Zjednoczone Ameryki Północnej są szóstym odbiorcą polskich mebli na świecie, a polscy inwestorzy coraz śmielej wchodzą na rynek amerykański.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Nie ma w tym niczego nadzwyczajnego, że polscy producenci mebli chcą skorzystać z ogromnego potencjału rynku amerykańskiego i zwiększyć obroty w handlu między Polską a USA. Aktualnie jest to dla nas bardzo obiecujący rynek, a polscy przedsiębiorcy potrzebują wsparcia, aby wejść na niego, wykorzystując cały jego potencjał.

Obecnie Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli koncentruje się na realizacji strategicznego planu wejścia z ofensywą marketingową na największe branżowe targi w USA, High Point Market w Karolinie Północnej, uznawane też za największe targi meblarskie na świecie.

Firmy chcące wejść na rynek amerykański, narażone są na konkurencję ze strony stałych hurtowników, którzy posiadają już wiedzę branżową, doświadczenie i ugruntowane relacje. Dlatego dla przyszłych dostawców tak ważny jest marketing oraz szeroko zakrojona działalność promocyjna i doradcza.

Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli w grudniu 2018 r. rozpoczęła realizację projektu promocyjnego „Poland's Furniture All Around The World”, którego główne działania zaplanowane zostały na lata 2020 i 2021. Gdzie? W USA w High Point. Dlaczego dokonaliśmy takiego wyboru? Targi meblowe High Point Market to targi o międzynarodowej



POLSKĄ OBECNOŚĆ W HIGH POINT ZAPLANOWANO NA TRZY EDYCJE TARGÓW: KWIECIEŃ I PAŹDZIERNIK 2020 ORAZ KWIECIEŃ 2021, CO POZWOLI NA SYSTEMATYCZNE BUDOWANIE RELACJI Z PARTNERAMI BIZNESOWYMI I TWORZENIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU POLSKIEJ BRANŻY MEBLARSKIEJ. FOT. HIGHPOINTMARKET.ORG



HIGH POINT MARKET TO TARGI MEBLOWE O MIĘDZYNARODOWEJ SŁAWIE, PODCZAS KTÓRYCH MOŻNA ZAPOZNAĆ SIĘ Z OFERTĄ PRZODUJĄCYCH FIRMY MEBLARSKICH I NAJSŁYNIEJSZYCH WSPÓŁCZESNYCH PROJEKTANTÓW. FOT. HIGHPOINTMARKET.ORG

sławie, podczas których zagraniczni klienci będą mogli zapoznać się na wybudowanym przez nas stoisku z ofertą polskich firm meblarskich i designerów. Wydarzenie to wpisane jest w kalendarze osób interesujących się najnowszymi trendami w meblarstwie, nowoczesnym designem czy dekoracją wnętrz, a kierowane jest do handlu sieciowego (wholesale), indywidualnego (retail) i projektantów wnętrz pomieszczeń mieszkalnych (designers, architects).

Dzięki wsparciu Polskiej Fundacji Narodowej w amerykańskim High Point na ponad 300 mkw. zostanie przygotowane wspólne stoisko prezentujące ofertę firm meblarskich oraz wystawę polskiego wzornictwa w zakresie wnętrz. Polską obecność zaplanowano na trzy edycje targów, to znaczy: kwiecień i październik 2020 oraz kwiecień 2021, co pozwoli na systematyczne budowanie relacji z partnerami biznesowymi i pozytywnego wizerunku polskiej branży meblarskiej. Całość uzupełnią działania na rzecz pozyskania nowych kontaktów i kojarzenia partnerów biznesowych.

Nabór firm chętnych do udziału w projekcie jest jeszcze otwarty. Chętnych zapraszamy do kontaktu z Biurem Izby pod adresem e-mail: oigpm@oigpm.org.pl

RAPORTY B+R STUDIO

RZETELNE ŹRÓDŁO INFORMACJI DLA I O BRANŻY MEBLARSKIEJ

Raporty „Prognoza eksportu mebli 2019” i „Produkcja i dystrybucja płyt drewnopochodnych w Polsce 2019” dostarczają rzetelnych, sprawdzonych i wiarygodnych informacji, które w XXI wieku są jak najbardziej pożądanym dobrem. Co wynika z raportów? Czego możemy się z nich dowiedzieć? Czy Polska jest nadal potentatem rynku meblowego?

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Od 2003 r. Polska znajduje się w ścisłej czołówce światowych producentów mebli. W roku 2019 z dużym prawdopodobieństwem awansujemy na drugie miejsce na świecie pod względem wartości eksportu mebli, wyprzedzając tym samym Niemcy. Jednocześnie na świecie zajmujemy szóste miejsce pod względem wielkości produkcji mebli. Jednak czy eksport nadal będzie rosł? Na te i wiele innych pytań odpowiedź znaleźć można w raporcie „Prognoza eksportu mebli 2019”. Raport ten dotyka również jakże ważnej części dotyczącej produkcji sprzedanej polskich mebli. Około 90% wyprodukowanych w Polsce mebli trafia bowiem na eksport.

Powyższy raport przygotowany został przez B+R Studio, czyli zespół ekspertów specjalizujących się w analizach rynku meblarskiego w Polsce i za granicą. Dane prezentowane w raporcie gromadzone są na podstawie klasyfikacji CN (ang. Combined Nomenclature, tzw. Nomenklatury Scalonej) oraz pochodzą z baz danych EUROSTAT.

W raporcie przedstawiono informacje dotyczące eksportu mebli po sześciu miesiącach 2019 r. w ujęciu geograficznym (kraje eksportu) oraz według eksportowanych grup mebli. Znajdziemy w nim również prognozy wartości na koniec 2019 r. Raport posiada wiele wartościowych informacji podpartych danymi statystycznymi, m.in. eksport mebli z Polski 2018-2019 w ujęciu miesięcznym. Sprawdzimy w nim również ranking odbiorców polskich mebli, strukturę eksportu mebli według krajów, głównych odbiorców mebli z Polski w latach 2018-2019 oraz informacje na temat udziału w eksporcie poszczególnych grup mebli.

Natomiast raport „Produkcja i dystrybucja płyt drewnopochodnych w Polsce 2019” to z kolei opracowanie, w którym prezentowane dane dotyczą m.in.: struktury popytowej według branż, głównych producentów płyt drewnopochodnych w Polsce, sieci dystrybucji płyt w Polsce, produkcji płyty pilśniowej w Polsce i innych krajach unijnych, wymiany handlowej (eksport i import) płyt według ich rodzaju.

Co warto podkreślić, to fakt, iż Polska pod względem ilości wyprodukowanej płyty wiórowej zajmuje drugie miejsce w Europie zaraz po Niemczech, a udział Polski w produkcji europejskiej wyniósł w 2018 r. dokładnie 10 proc. Nowo otwarta w 2019 r. fabryka firmy EGGER zwiększy potencjał



produkcyjny do około 4,5 mln m³ płyt, powiększając tym samym przewagę nad Włochami oraz zmniejszając dystans do Niemiec.

Na podstawie danych Eurostat należy stwierdzić, że Polska pod względem wartościowym zajmowała w 2018 r. szóste miejsce z udziałem nieco poniżej 10 proc. w wartości całkowitej produkcji krajów unijnych. Wyprzedzały nas m.in. Niemcy, Wielka Brytania, Francja czy Włochy. Rok wcześniej Polska lokowała się na czwartym miejscu. W raporcie znajdziemy również największych dostawców płyt MDF czy płyt OSB, informacje o sieciach hurtowych czy sieci sklepów budowlano-dekoracyjnych. Zapoznamy się również z przeciętnymi cenami importowanych i eksportowanych płyt.

Reasumując, zachęcamy do zakupu raportów „Produkcja i dystrybucja płyt drewnopochodnych w Polsce 2019” oraz „Prognoza eksportu mebli 2019”. Dzięki badaniom mamy możliwość dokładnego poznania sytuacji i obrazu zmian. Są one źródłem wiedzy o zmieniającej się polskiej branży meblarskiej. Te publikacje adresowane są nie tylko do branży meblarskiej, ale i do wszystkich, którzy chcą dowiedzieć się czegoś więcej na temat mebli.

Wszystkich zainteresowanych prosimy o kontakt z Biurem Izby pod adresem e-mail: oigpm@oigpm.org.pl



FLAME – NOWOCZESNE, ZINTEGROWANE UCZENIE SIĘ MEBLARSTWA I JĘZYKÓW OBCYCH CELEM WZMOCNIENIA ATRAKCYJNOŚCI I MOBILNOŚCI SEKTORA

Celem projektu FLAME (#erasmusFLAME) jest stworzenie szkolenia, które ma łączyć ze sobą podstawową wiedzę z zakresu sektora meblarskiego oraz naukę języków obcych. Szkolenie to dostępne będzie między innymi w formie online.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Kontekst projektu

Obecnie przemysł meblarski ulega przemianom i dotknięty jest różnymi zagrożeniami, takimi jak: braki kadrowe i starzejąca się siła robocza, brak atrakcyjności branży wśród młodych ludzi oraz brak jej promocji, słaba znajomość języka zawodowego wśród pracowników branży, niedostosowanie systemu edukacji do rzeczywistych wymagań rynku pracy oraz niewystarczająca współpraca pomiędzy krajami UE.

Nauka języka obcego zawodowego to droga pozwalająca osiągnąć międzynarodową konkurencyjność. Bez znajomości języka firmy nie będą mogły się rozwijać i zatrudniać bardziej kompetentnych pracowników. Poprzez podniesienie umiejętności językowych firmy będą mogły rozwinąć współpracę na poziomie UE i wejść ze swoimi produktami na nowe rynki.

Brak kursów nauczających języka obcego zawodowego

Na terenie całej Europy nie istnieje kurs językowy, który nauczałby języka zawodowego meblarskiego, a należy pamiętać, że nasza branża wciąż się rozwija i zatrudnia coraz większą liczbę osób. Ilustrują to poniższe dane dotyczące zatrudnienia w naszym sektorze w wybranych krajach.

Kraj	2015	2016	Dynamika r/r
Polska	156 106	163 772	1,05
Niemcy	132 393	137 923	1,04
Włochy	106 982	108 974	1,02
Wielka Brytania	77 300	86 033	1,11
Rumunia	62 885	65 068	1,03
Hiszpania	46 113	48 628	1,05

Co osiągniemy dzięki realizacji projektu #erasmusFLAME?

Przede wszystkim ograniczymy bariery związane z wejściem na rynek pracy w sektorze meblarskim. Kursanci zdobędą nie tylko wiedzę branżową,

Okiem profesjonalisty

Michał Garwacki, marketing manager GTV

„Uważam, że inicjatywa projektu FLAME jest bardzo zasadna. Z uwagi na dynamiczny rozwój i olbrzymie perspektywy branży, do firm przychodzi coraz więcej pracowników, którzy wcześniej nie byli z nią związani. Branża meblarska jest specjalistyczna i techniczna, wymaga znajomości fachowego słownictwa zarówno w języku rodzimym, jak i obcym. Dziś absolutnym minimum jest znajomość języka angielskiego i szkolenia ukierunkowane na słownictwo branżowe byłyby dużym udogodnieniem”.

Tomasz Jurek, nauczyciel języka zawodowego, Zespół Szkół im. Komisji Edukacji Narodowej

„Uczenie się języków obcych w obecnych czasach to już nic nadzwyczajnego. Są tacy, co uważają, że niektóre języki nowożytnie, jak angielski czy niemiecki, w zasadzie nie powinny być nazywane językami obcymi. Pokolenie obecnych 40-latków uczyło się co najmniej dwóch języków obcych w szkole ponadpodstawowej. Trochę inaczej sytuacja wygląda, jeśli chodzi o nauczanie i uczenie się języka obcego zawodowego. Nauka rozpoczyna się dopiero w szkole średniej. Często w drugiej lub trzeciej klasie po jednej lub dwie godziny tygodniowo. Nie ma podręczników do wszystkich zawodów. Nauczyciele zmuszeni są do tworzenia własnych programów nauczania lub do korzystania z uniwersalnych podręczników traktujących o wszystkim, czyli o niczym. A uczenie się języka branżowego jest obecnie tak istotne z punktu widzenia współczesnego rynku pracy (...)”.

ale także kompetencje językowe. Nasz sektor stanie się bardziej atrakcyjny dla młodych ludzi, dzięki zwiększeniu ich świadomości i znajomości przemysłu meblarskiego i drzewnego. Poprzez naukę terminów zawodowych wesprzemy mobilność wśród pracowników.

Kurs dedykowany jest wszystkim chcącym zdobyć wiedzę – wesprzemy tym ideę kształcenia się przez całe życie, a ostatecznie poprawimy jakość i skuteczność edukacji.

Do kogo kierowany jest kurs?

Kurs kierowany jest do następujących osób:

- osoby bez doświadczenia praktycznego i nieznające języków obcych z zakresu słownictwa sektora meblarskiego;
- absolwenci szkół chcący wejść na rynek pracy w krajach innych niż się kształcili;
- profesjonaliści pochodzący z innych sektorów niż meblarski, chcący zmienić branżę, w której pracują na meblarską, a nieposiadający specjalistycznych kwalifikacji językowych;
- doświadczeni pracownicy branży meblarskiej;
- firmy chcące zwiększyć kompetencje swoich pracowników;
- potencjalni pracownicy branży meblarskiej.

NOWE REGULACJE W NIEMCZECH

NOWE WARUNKI DLA MEBLI I MATERIAŁÓW DREWNOPOCHODNYCH WPROWADZANYCH NA RYNEK NIEMIECKI

Już od nowego roku na rynku niemieckim nastąpi zmiana wymagań w zakresie testowania i emisji formaldehydu z materiałów drewnopochodnych i gotowych mebli. Nowymi regulacjami są żywo zainteresowani polscy producenci mebli oraz materiałów drewnopochodnych, którzy eksportują znaczącą ilość produktów do Niemiec.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

26 listopada 2018 r. Niemieckie Federalne Ministerstwo Środowiska, Ochrony Przyrody i Bezpieczeństwa Jądrowego (BMU) opublikowało w dzienniku federalnym nowe specyfikacje testowania materiałów drewnopochodnych w odniesieniu do emisji formaldehydu w celu spełnienia wymagań ChemVerbotsV.

Badaniom podlegać będzie nie tylko sama płyta, ale także cały gotowy wyrób, czyli wliczane będą kleje i lakiery użyte przy produkcji mebli. Wymusza to na producentach płyt drewnopochodnych wprowadzenie znacznego ograniczenia emisji formaldehydu. Nowe przepisy mają wejść w życie od początku 2020 r.

W nowym rozporządzeniu dopuszczalne stężenie formaldehydu w powietrzu komory badawczej nie może przekroczyć 0,1 ppm. Procedura kontroli i certyfikacji koncentruje się na nowej metodzie badawczej (referencyjnej) EN 16516 lub EN 717-1 (którą można opcjonalnie zastosować, jednak wyniki testu należy pomnożyć przez współczynnik 2). Program certyfikacji płyt drewnopochodnych opiera się na wykonaniu wstępnej korelacji pomiędzy stosowaną w laboratorium zakładowym metodą oznaczania emisji formaldehydu (np. analiza gazowa, perforator) a komorą badawczą na co najmniej pięciu parach wyników. Kolejne, cykliczne kontrole emisji formaldehydu z płyt drewnopochodnych i z mebli odbywają się według ustalonego z producentem harmonogramu badań.

– Grupa EGGER jest bardzo dobrze przygotowana na nowe standardy, które będą obowiązywać tylko na rynku niemieckim i wejdą w życie z dniem 1 stycznia 2020 roku – zapewnia przedstawiciel firmy EGGER. – We wszystkich innych krajach istniejąca sytuacja prawna pozostaje niezmienną. W ten sposób powstaną nowe warunki dla materiałów drewnopochodnych wprowadzanych na rynek niemiecki. Jeśli chodzi o nasze podejście do spełniania nowych standardów, to już teraz informujemy o tym naszych klientów.



KOMORY TESTOWE O POJEMNOŚCI 1 m³ W INSTYTUCIE FRAUNHOFERA WKI.
FOT. INTERNET

Jak zapewnia firma EGGER, na chwilę obecną wszystkie materiały drewnopochodne są już dziś zgodne z nowymi regulacjami. Powłoki stosowane przez EGGER na materiałach drewnopochodnych są bardzo gazoszczelne i redukują emisję formaldehydu z płyty. Dlatego też wszystkie powlekanie (laminowane) materiały drewnopochodne firmy EGGER spełniają również bardziej rygorystyczne wymagania stawiane istniejącym płytom surowym o normie emisji E1. W przypadku płyt surowych sprzedawanych przez EGGER w formie niepowlekanek konieczne są dostosowania. Od 01.09.2019 r. można zamawiać płyty surowe spełniające nowe wymagania dotyczące emisji.

Trzeba również nadmienić, iż nowe rozporządzenie nie ma wpływu na następujące kategorie produktów: laminaty, laminaty kompaktowe i obrzeża. Z pewnością jednak zmiana prawa w Niemczech będzie miała wpływ na wielkość produkcji, ponieważ zastosowanie alternatywnych klejów doprowadzi do zmniejszenia wydajności mocy produkcyjnych.

TARGI INDEX DUBAI 2019

ATRAKCYJNY RYNEK BLISKOWSCHODNI DLA POLSKICH PRODUCENTÓW MEBLI

Wśród wystawców tegorocznej edycji INDEX DUBAI znalazło się aż 160 polskich firm, które poszukują na tym perspektywnym rynku nowych odbiorców i możliwości rozwoju.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW PAIH

W dniach 17-19 września 2019 r. w Dubai World Trade Centre odbyły się targi INDEX DUBAI, uznawane za największe spotkanie projektantów na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej.

Targi INDEX są częścią Middle East Design and Hospitality Week, który jest największym i najważniejszym świętem związanym z designem. Poprzez siedem wspólnych wydarzeń w ciągu trzech dni, MEDHW prezentuje najważniejsze trendy w branży projektowej i hotelarskiej. Przyciąga do Dubaju odwiedzających i wystawców z całego świata.

Podczas tegorocznego wydarzenia architektki, projektanci wnętrz, hotelarze mieli okazję nawiązać współpracę z ponad 1 200 dostawcami i międzynarodowymi markami. Prezentowane sektory to meble, oświetlenie, wyposażenie wnętrz, artykuły gospodarstwa domowego, tekstylia, sprzęt biurowy, materiały powierzchniowe, wnętrza hotelowe i wiele innych.

Kraje arabskie to perspektywny kierunek rozwoju także dla polskiego sektora meblarskiego. Możliwości rynkowe w krajach Bliskiego Wschodu są ogromne – obszar ten zamieszkuje aż 300 mln potencjalnych odbiorców. To sprawia, że to dobry kierunek poszukiwania nowych rynków zbytu dla przedsiębiorców – tak wielki rynek jest bardzo chłonny i zróżnicowany. Dodatkowo, najbliższe lata będą obfitowały w wydarzenia, które są świetną okazją do nawiązania współpracy z potencjalnymi klientami z tych krajów, zdobycia wielomilionowych kontraktów i rozpoczęcia współpracy z nowymi kontrahentami.

Wśród wystawców tegorocznej edycji INDEX DUBAI, których liczbę organizatorzy oszacowali na 1 175, znalazła się silna reprezentacja polskich firm – było ich aż 160.

Jednocześnie podczas powyższego wydarzenia Polska Agencja Inwestycji i Handlu SA zorganizowała polskie stoisko narodowe w zakresie realizacji programu promocji branży meblarskiej w ramach poddziałania 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, które miało na celu promocję polskiego sektora meblarskiego wśród zagranicznych przedsiębiorców. Polskie stoisko pełniło rolę przestrzeni networkingowej dedykowanej polskim wystawcom oraz przedsiębiorcom, którzy nie mieli własnych stoisk. Przez całe targi dystrybuowane były materiały informacyjne polskich firm oraz wyświetlane były filmy promocyjne.



TARGI MEBLOWE W DUBAJU TO WYJĄTKOWA OKAZJA DO NAWIĄZANIA RELACJI BIZNESOWYCH Z PARTNERAMI Z BLISKIEGO WSCHODU I AFRYKI. FOT. OIGPM



STOISKO GIE EL. PRZYCIĄGAŁO ZWIEDZAJĄCYCH RÓŻNORODNĄ OFERTĄ MEBLI I OŚWIETLENIA POKAZUJĄCĄ RODZIME KORZENIE I TRADYCJE, ALE I MOŻLIWOŚCI PRODUKCYJNE POLSKIEJ FIRMY. FOT. OIGPM

Zorganizowana została również konferencja prasowa, podczas której ekspert, dyrektor Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, Michał Strzelecki przedstawił informacje i ciekawostki dotyczące polskiego przemysłu meblarskiego. Polskie stoisko odwiedził również ambasador RP w Abu Dhabi, pan Robert Rostek. Po konferencji pan ambasador odwiedził stoiska polskich wystawców, rozmawiał o specyfice lokalnego rynku, oferował swoje wsparcie.



Targi INDEX DUBAI 2019 w liczbach:

- blisko 30 000 profesjonalnych odwiedzających ze 110 krajów,
- wystawcy z ponad 60 krajów,
- powierzchnia wystawy to blisko 65 000 mkw.,
- 1 175 wystawców.



SEKTOR POLSKICH MEBLI BIUROWYCH, KTÓRY NA BLISKIM WSCHODZIE MA JUŻ ZNAČĄCE SUKCESY, REPREZENTOWAŁA FIRMA MIKOMAX SMART OFFICE. FOT. OIGPM



FIRMA VZOR NA TARGACH INDEX DUBAI PROMOWAŁA SWOJĄ MARKĘ ORAZ KULTOWE FOTELE Z KOLEKCJI ROMANA MODZELEWSKIEGO I CZESŁAWA KNOTHEGO. FOT. OIGPM



*Zdrowych i spokojnych Świąt Bożego Narodzenia
spędzonych w rodzinnej atmosferze
oraz wielu miłych chwil w nadchodzącym Nowym 2020 Roku,*

życzą:

*Jan Szynaka - Prezes Izby,
Rada, Komisja Rewizyjna, Sąd Koleżeński
oraz Biuro Izby.*