

BIULETYN INFORMACYJNY
OGÓLNOPOLSKA IZBA GOSPODARCZA PRODUCENTÓW MEBLI

MEBLE NEWS NEWS NEWS

BLACK
RED
WHITE



W NUMERZE

STATYSTYKA

Czy nadchodzi wyhamowanie branży meblarskiej? / **str. 4**

WYWIAD

IKEA przystąpiła do OIGPM / **str. 6**

INFORMACJE

Walne Zgromadzenie Izby z optymistycznymi wnioskami / **str. 7**

Realna perspektywa braku drewna z certyfikatem FSC to cios dla branży meblarskiej / **str. 8**

Jak wdrożyć innowacje w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym? / **str. 9**

Suchą nogą przez pandemię / **str. 10**

Polska branża meblarska w targowym zwierciadle / **str. 12**

Co będzie modne we wnętrzach? / **str. 14**



str. 15



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

Wiceprezesa

Ewa Ratajczak

Piotr Wójcik

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 Owskiak

Wiceprezes

Rafał Sidor

Redakcja

Małgorzata Gackowska

na podstawie materiałów OIGPM

Korekta

Sylwia Wojtanowska

Dział DTP

Katarzyna Łukowicz

Dział graficzny DTP/IT

Jacek Mroczkowski

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



MICHAŁ STRZELECKI,
DYREKTOR BIURA OIGPM

Szanowni Państwo,

Przed nami kolejna edycja targów High Point Market, podczas których wspólnie będziemy celebrować święto polskiego meblarstwa. Targi te to wyjątkowe wydarzenie, w szczególności ze względu na formę, w której się odbywają. High Point Market to największe i najstarsze targi meblowe na świecie, zlokalizowane w mieście High Point w stanie Karolina Północna. Do dyspozycji meblarzy oddawanych jest co roku około 1 mln mkw. powierzchni wystawieniowej w 180 różnej wielkości budynkach. Wiosenna i jesienna edycja tego wydarzenia ściąga nawet 2 tys. wystawców, których stoiska odwiedzane są przez ponad 75 tys. osób związanych z branżą meblarską, głównie z USA.

Polska jako największy eksporter mebli w Europie oraz drugi na świecie ma potencjał i ambicje, aby zawalczyć o jeden z największych rynków meblowych, jakim jest bez wątpienia rynek amerykański. Celem naszego udziału w tych targach jest wsparcie ekspansji polskich firm na rynku Stanów Zjednoczonych w formie grupowej wystawy, minimalizując w ten sposób ryzyko wejścia i związane z tym koszty.

W tym roku uruchomiliśmy drugi etap budowy polskiego showroomu. Jest to wielki sukces polskiej branży meblarskiej i okazja do pokazania, że możemy skutecznie wchodzić na nowe rynki, łącząc siły i prezentując kompleksową ofertę polskiego meblarstwa. Biorąc pod uwagę nasze doświadczenia z pierwszego etapu projektu, podjęliśmy decyzję wspólnie z naszymi Partnerami – fabrykami mebli, o kontynuacji dotychczasowego modelu promocji, który pozwala połączyć potencjał firm z budowaniem wizerunku Polski jako kraju oferującego markowe produkty. Z dumą możemy powiedzieć, że przez trzy najbliższe lata w polskim showroombie wspólnie swoją ofertę zaprezentują: Black Red White, Meble Wójcik, Intermeble, Homenestry Furniture, Wajnert Meble i Timbart. Udział w poprzedniej edycji, pomimo panującej pandemii COVID-19, nie przeszedł bez echa i okazał się sukcesem. Po latach zmęczenia trwającą pandemią, udział w targach wciąż jest odpowiedzią na potrzeby spotkań odbywających się twarzą w twarz. Uczestnicy naszego projektu, dzięki udziałowi w przedsięwzięciu, będą mieli możliwość nawiązania nowych kontaktów, odnowienia już posiadanych i znalezienia nowych inspiracji.

Serdecznie zapraszamy Państwa do śledzenia newsów dotyczących naszego udziału w tych prestiżowych targach. Mamy nadzieję, że kolejny raz stworzymy niepowtarzalną promocję polskiego wzornictwa meblowego i wzbudzimy zainteresowanie otwartego na nowości potężnego rynku amerykańskiego. Jednocześnie wszystkich zainteresowanych dołączeniem do naszego przedsięwzięcia zachęcamy do kontaktu z Biurem Izby.

CZY NADCHODZI WYHAMOWANIE BRANŻY MEBLARSKIEJ?

Rosnące ceny, inflacja, problemy z dostępnością komponentów i surowców oraz inwazja Rosji na Ukrainę przy politycznym wsparciu Białorusi sprawiają, że sytuacja na rynku w Polsce staje się coraz trudniejsza.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Z danych udostępnionych przez Główny Urząd Statystyczny wynika, że w lipcu 2022 r. wartość produkcji sprzedanej wyniosła 4,4 mld zł. W porównaniu z 2021 r. jest to wzrost jedynie o 3,5 proc. Co ważne, jest to o 13,9 proc. mniej w porównaniu do czerwca 2022 r.

W pierwszym półroczu 2022 r. wartość produkcji mebli wyniosła 31,8 mld zł i oznaczała wzrost o 21,1 proc. w stosunku do tego samego okresu w 2021 r. Słabszy wynik w lipcu 2022 r. może być zwiastunem nadchodzącego wyhamowania branży. W związku z panującą inflacją wynik ten nie jest zadowalający. Według danych udostępnionych przez GUS inflacja dla „mebli, artykułów dekoracyjnych, sprzętu oświetleniowego” wyniosła 12,6 proc. w czerwcu i 10,5 proc. w lipcu. Sytuacja na rynku płyt drewnopochodnych jest bardziej dynamiczna i nieprzewidywalna niż kiedykolwiek. Rosnące ceny, inflacja, problemy z dostępnością oraz inwazja Rosji na Ukrainę przy politycznym wsparciu Białorusi sprawiają, że sytuacja na rynku płyt drewnopochodnych w Polsce staje się coraz trudniejsza. Obecnie Polska jest trzecim największym producentem płyty wiórowej, drugim płytą pilśniowej w Europie. Jednak pomimo tak wysokich miejsc w rankingu musimy importować płytę wiórową i eksportować płytę MDF. Z punktu widzenia naszej konkurencyjności, ważne jest, skąd i jaką płytę możemy importować, a dokąd eksportować.

Meblarze apelują o wsparcie

W związku z pojawiającymi się trudnościami w branży meblarskiej, w lipcu br. prezes OIGPM Jan Szynaka apelował do premiera Mateusza Morawieckiego z wnioskiem o pilne wprowadzenie dodatkowych sankcji gospodarczych na Rosję i Białoruś, które zablokują import mebli i ich części z tych krajów na teren Polski oraz całej Unii Europejskiej. Dotychczasowe sankcje dają w branży meblarskiej od-

wrotny efekt od zamierzonego – polscy producenci tracą, a rosyjscy i białoruscy zyskują. Polskiej branży meblarskiej grozi fala upadłości i masowych zwolnień pracowników.

W wyniku dotychczasowych sankcji, firmy meblarskie z Polski nie mogą kupować w Rosji i na Białorusi materiałów drewnopochodnych i surowca drzewnego (których brakuje w Polsce), natomiast przedsiębiorstwa z Rosji i Białorusi mogą na rynek polski i unijny wprowadzać z powodzeniem swoje produkty meblowe. To stawia polskich producentów w trudnej sytuacji – nie mogą kupować tańszego surowca z tych rynków, podczas gdy producenci z Rosji i Białorusi sprowadzają do nas meble z wykorzystaniem tego surowca. W dodatku, oferowane na rynku europejskim meble z Białorusi i Rosji są średnio o 30 proc. tańsze od mebli z Polski. Wynika to z cen surowców, które na Białorusi i w Rosji są około trzykrotnie niższe od cen materiałów dostępnych obecnie w Polsce. W efekcie, na niepełnych sankcjach zyskują firmy białoruskie i rosyjskie, natomiast tracą polskie. Prezes OIGPM Jan Szynaka podkreśla, że polska branża meblarska znalazła się w szczególnie trudnej sytuacji, na którą nałożyły się problemy trwającej od dwóch lat pandemii oraz wojny na Ukrainie. Agresja militarna Rosji na sąsiada, poza tragedią humanitarną, spowodowała bardzo odczuwalne w branży meblarskiej zaburzenia ekonomiczne, w tym dotkliwe problemy z pozyskiwaniem surowców strategicznych (drewno okrągłe i płyty drewnopochodne), jak również z drastycznym spadkiem zamówień.

Obecnie w firmach meblarskich znajduje zatrudnienie około 200 000 osób. Kolejne 200 000 pracuje w przedsiębiorstwach współpracujących z branżą meblarską. Brak rozwiązań chroniących polskich przedsiębiorców doprowadzi do upadku wielu firm, a w efekcie zatrudnienie stracą tysiące pracowników.



PRODUKCJA WYTWORZONA - MEBLE

WYROBY według Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU) / PRODPOL	Jednostka miary	2022				
		07	01-07	07		01-07
				07 2021=100	06 2022=100	01-07 2021=100
Meble do siedzenia o konstrukcji głównie drewnianej	tys. szt.	994	10 272	81,3	71,3	101,0
w tym:						
Meble do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania	tys. szt.	184	1 661	89,4	80,9	105,8
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. szt.	253	2 182	83,5	76,2	91,3
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	531	4 268	93,1	89,0	101,0
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. szt.	2 301	23 081	73,2	67,7	91,2

MEBLE

WYROBY według Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU) / PRODPOL	Jednostka miary	2022				
		07	01-07	07		01-07
				07 2021=100	06 2022=100	01-07 2021=100
Meble do siedzenia o konstrukcji głównie drewnianej	tys. szt.	1 055	10 355	80,1	76,2	98,1
w tym:						
meble do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania	tys. szt.	195	1 638	92,4	89,7	104,5
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. szt.	264	2 045	88,3	82,2	91,0
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	534	4 280	86,8	89,1	107,3
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. szt.	2 444	22 274	76,9	84,7	91,4

PRODUKCJA WYTWORZONA - DREWNO I WYROBY Z DREWNA I KORKA
WYROBY ZE SŁOMY I MATERIAŁÓW W RODZAJU STOSOWANYCH DO WYPLATANIA

WYROBY według Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU) / PRODPOL	Jednostka miary	2022				
		07	01-07	07		01-07
				07 2021=100	06 2022=100	01-07 2021=100
Tarcica ogółem	dam ³	216	1 875	76,7	82,5	93,1
tarcica iglasta	dam ³	197	1 720	75,7	81,6	93,2
tarcica liściasta	dam ³	20,0	154	87,6	92,7	91,9
Sklejka, płyty fornirowane i podobne laminowane płyty i arkusze; płyty wiórowe i podobne płyty z drewna lub materiałów drewnopochodnych	dam ³	956	7 329	80,9	95,6	94,0
w tym:						
płyty wiórowe i podobne płyty z drewna lub materiałów drewnopochodnych	dam ³	479	3 628	75,1	98,2	87,3
płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	54 586	431 798	90,4	87,2	98,0
	dam ³	409	3 194	81,8	92,8	95,6
Okleiny	tys. m ²	1 311	10 684	72,9	85,7	91,0

Z ŻYCIA IZBY

IKEA PRZYSTĄPIŁA DO OIGPM

Najważniejsza organizacja meblarska w Polsce ma kolejnego nowego członka. Do OIGPM dołączyło właśnie polskie przedstawicielstwo szwedzkiego giganta. O tym, co stoi za tą decyzją oraz o planach związanych z obecnością w Ogólnopolskiej Izbie Gospodarczej Producentów Mebli, opowiada Katarzyna Warchał, członkini zarządu IKEA Purchasing Services Polska, w rozmowie z Meble News.

Meble News: Co zadecydowało o Państwa przystąpieniu do Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli?

Katarzyna Warchał: W IKEA kierujemy się naszą wizją, którą jest tworzenie lepszych warunków codziennego życia dla wielu ludzi. Zakupy zawsze były dla nas istotnym czynnikiem wnoszącym wkład w realizację wizji i idei działalności IKEA. Nieustannie podejmujemy działania w zakresie współpracy i wspólnego rozwoju z naszymi dostawcami. Członkostwo w Ogólnopolskiej Izbie Gospodarczej Producentów Mebli widzimy jako dbałość o rozwój meblarstwa w Polsce, w którym chcemy czynnie i aktywnie brać udział.

Meble News: Jakie wyzwania stojące przed branżą meblarską w Polsce uważacie Państwo za najbardziej istotne z punktu widzenia IKEA?

K.W.: Dbałość o integrację i dobry dialog to podstawa poradzenia sobie z obecną trudną sytuacją na świecie i przygotowaniem się na najbliższą przyszłość. Koszty surowców naturalnych i energii obecnie budzą największy niepokój. Widzimy także potrzeby związane ze zmieniającym się rynkiem pracy i konieczność uczynienia z naszej branży atrakcyjnego miejsca pracy dzisiaj i w przyszłości. Mamy nadzieję, że nasza obecność w Ogólnopolskiej Izbie Gospodarczej Producentów Mebli wesprze branżę meblarską w Polsce.

Meble News: Jakie mają Państwo plany związane z aktywnością w Izbie?

K.W.: IKEA Purchasing Services to przedstawicielstwo, które działa jako łącznik pomiędzy dostawcami a działalnością IKEA na całym świecie. Budujemy długoterminowe partnerstwo i relacje oparte na zaufaniu, intensywnym rozwoju i długoterminowych celach. IKEA Purchasing współpracuje w Polsce ze 192 partnerami biznesowymi (79 dostawców mebli, 46 dostawców komponentów, 10 dostawców żywności i 57 usług transportowych). Ponad 18 proc. globalnej produkcji dla IKEA pochodzi z Polski. Chcemy rozwijać się wraz z branżą meblarską w Polsce. Wierzymy, że nasza obecność w Izbie przyniesie ciekawe pomysły i owocne rozwiązania. Z chęcią podzielimy się naszą wiedzą, a także poszerzymy nasze horyzonty, biorąc udział w spotkaniach z członkami Izby.



Z ŻYCIA IZBY

WALNE ZGROMADZENIE IZBY Z OPTYMISTYCZNYMI WNIOSKAMI

Razem stajemy się coraz silniejsi i odnosimy sukcesy, mimo niepewnych czasów – taki wniosek płynie z corocznego podsumowania działalności Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, które miało miejsce podczas czerwcowego Walnego Zgromadzenia Izby.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

28 czerwca odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Sprawozdawcze Izby. Członkowie Izby mogli zapoznać się ze sprawozdaniem Rady Izby z działalności w 2021 r. Ubiegły rok, mimo wielu wyzwań, przyniósł szereg sukcesów. Jednym z nich jest imponujący wzrost liczby członków do 165 firm (jeszcze kilka lat temu było ich tylko 60). Zaangażowanie tak wielu podmiotów pozwala jeszcze efektywniej działać Izbie w zmiennych czasach i w pełni reprezentować interesy całej branży. Dzięki szerokiej reprezentacji branży, a także za sprawą osobistych działań prezesa Izby Jana Szynaki w Radzie ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie RP, OIGPM ma coraz większą siłę lobbingową – instytucje rządowe niezwykle szybko i życzliwie rozpatrują kolejne wnioski organizacyjne, co daje branży nadzieję na większy wpływ na politykę gospodarczą kraju. Działania lobbingowe Izby wspierane są od ubiegłego roku działaniami public relations, które mają na celu m.in. pozyskanie pozytywnego nastawienia opi-

nii publicznej do postulatów Izby i wywieranie przez nią dodatkowej presji na władze. Służą także do budowania pozytywnego wizerunku całej polskiej branży meblarskiej i jej produktów oraz wzmocnienia komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej.

Mimo pandemii, OIGPM kontynuuje cały czas swoją misję edukacyjną w branży, dostarczając firmom wartościową i praktyczną wiedzę. Oprócz webinarów online, Izba z powodzeniem organizowała wykłady towarzyszące targom Meble Polska, a także swoje sztanदारowe wydarzenia, takie jak: Ogólnopolski Kongres Meblarski, Gala Wręczenia Ambasadorów Meblarstwa i Spotkanie Kobiet.

Miejmy nadzieję, że kolejny rok będzie równie dobry, mimo narastających wokół problemów. Jak pokazują wyniki OIGPM za 2021 r., razem możemy pokonać trudności i stać się jeszcze silniejsi.



Michał Strzelecki, dyrektor Biura OIGPM

– Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli jest największą, niezależną organizacją zrzeszającą i integrującą producentów mebli oraz firmy z otoczenia branży meblarskiej w Polsce. Powstała w 1996 r. i dzisiaj śmiało mogę powiedzieć, że wciąż się rozwijamy, aby odpowiadać na potrzeby naszej branży.

Od zawsze dla polskiego meblarstwa niezwykle ważna jest integracja, jedność stanowi siłę. My jako Izba tworzymy dla naszych członków platformę porozumienia, gdzie mogą się wymieniać opinią, wiedzą, doświadczeniami i udzielać sobie wzajemnie wsparcia. Izba realizuje potrzebę przynależności i budowania wspólnoty, dzięki niej pracownicy firm spotykają się z osobami, które zmagają

się z tymi samymi wyzwaniami rynkowymi i wzajemnie czerpią od siebie inspirację – zarówno duże, jak i małe firmy. Członkowie Izby dzięki przynależności do naszej organizacji mają możliwość nawiązywania kontaktów biznesowych, posiadają dostęp do informacji i mają ułatwiony kontakt do podnoszenia kompetencji wśród pracowników. Oczywiście zawsze będziemy zmagać się z krytyczną opinią na temat stowarzyszeń. Firmy, które do nich nie należą, zawsze będą oceniały ją jako „towarzystwo wzajemnej adoracji”. Za nami stoją jednak liczby. Przedsiębiorstwa, które podejmują decyzję o przystąpieniu do OIGPM, rzadko kiedy decydują się na odejście z niej (jest to zaledwie 3 proc. firm).



CERTYFIKACJA FSC

REALNA PERSPEKTYWA BRAKU DREWNA Z CERTYFIKATEM FSC TO CIOS DLA BRANŻY MEBLARSKIEJ

Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli walczy o utrzymanie certyfikacji Forest Stewardship Council (FSC) przez wszystkie jednostki Lasów Państwowych.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Dla firm meblarskich możliwość pozyskania surowca certyfikowanego w systemie FSC to często kwestia przetrwania na coraz bardziej wymagającym rynku. Klienci polskich firm, zarówno zagraniczni, jak i krajowi, wymagają bowiem od producentów dostarczania wyrobów certyfikowanych właśnie w tym systemie. W związku z tym Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli w imieniu całej branży od dłuższego czasu podejmuje aktywne działania, które mają na celu skłonienie wszystkich jednostek Lasów Państwowych do utrzymania przez nie certyfikacji FSC. W celu zwiększenia presji na instytucje państwowe OIGPM łączy swoje siły z innymi organizacjami branżowymi, takimi jak: Stowarzyszenie Papierników Polskich (SPP), Stowarzyszenie Producentów Płyt Drewnopochodnych w Polsce (SPPDwP), Ogólnopolskie Stowarzyszenie Producentów Programu Ogrodowego (OSPPPO), Polski Komitet Narodowy EPAL (PKN EPAL), Polska Izba Gospodarcza Przemysłu Drzewnego (PIGPD), Stowarzyszenie Przemysłu Tartaczno i Związek Polskie Okna i Drzwi (POiD).

W efekcie tych skonsolidowanych działań, w czerwcu i lipcu udało się doprowadzić do rozmów z Dyrekcją Generalną Lasów Państwowych. OIGPM wraz z innymi organizacjami branżowymi wyjaśniła, jak ważną kwestią dla polskich firm, które wykorzystują w swoich produktach drewno i materiały drewnopochodne, jest ich odpowiednia certyfikacja. Podczas wspólnego spotkania Dyrekcja Generalna LP zapewniła o chęci utrzymania certyfikacji dla wszystkich jednostek Lasów Państwowych, które obecnie ją stosują.

Pomimo ustaleń z Dyrekcją Generalną LP, w sierpniu Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych w Gdańsku podjęła jednak jednostronną decyzję o rezygnacji z certyfikacji w systemie FSC, co spotkało się z błyskawiczną reakcją ze strony Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli. 25 sierpnia prezes Izby – Jan Szynaka wystosował pismo do wiceministera rozwoju i technologii Olgi Semeniuk, w którym wyjaśnia, jak ważna jest certyfikacja drewna dla polskiego sektora meblarskiego i prosi o podjęcie pilnych działań, zmierzających do utrzymania, przywrócenia lub wprowadzenia certyfikatów FSC we wszystkich Regionalnych Dyrekcjach Lasów Państwowych.



POSIADANIE PRZEZ WSZYSTKIE JEDNOSTKI LASÓW PAŃSTWOWYCH CERTYFIKATU FSC® JEST GWARANCJĄ, PROWADZENIA ODPOWIEDZIALNEJ GOSPODARKI LEŚNEJ. FOT. TOMASZ KRAWCZYK

Do lobbingu na rzecz branż, których funkcjonowanie uzależnione jest od dostępności do certyfikowanego surowca drzewnego, dołączyły także kolejne organizacje. 25 sierpnia Krajowy Sekretariat Przemysłu Chemicznego NSZZ „Solidarność” wystosował do Ministerstwa Klimatu i Środowiska pismo, w którym wyraził zaniepokojenie obecną sytuacją na rynku drewna i jej negatywnym wpływem na przedsiębiorstwa z branży drzewnej oraz wezwał do pilnego zorganizowania spotkania w tej sprawie.

W rezultacie prób o spotkanie, ponawianych również przez OIGPM, oraz zaangażowania różnych organizacji i izb związanych z przemysłem drzewnym, 7 września w siedzibie Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych odbędą się kolejne wspólne rozmowy poświęcone certyfikacji gospodarki leśnej. Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli, wraz z innymi organizacjami branżowymi, domaga się, aby w spotkaniu wzięli także udział przedstawiciele Forest Stewardship Council.

Czy tym razem uda się skłonić Dyrekcję Generalną LP do większej presji na regionalne oddziały w zakresie certyfikacji? Przekonamy się już wkrótce. Najważniejsze, że działamy wspólnie, co daje nam większą siłę oraz dajemy sygnał, że nie poddamy się łatwo i będziemy walczyć dalej.

PROJEKT INFURI

JAK WDROŻYĆ INNOWACJE W ZAKRESIE GOSPODARKI O OBIEGU ZAMKNIĘTYM?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Trwa nabór do projektu INFURI, dzięki któremu firmy meblarskie mogą zyskać wsparcie na wdrożenie cyrkularnych rozwiązań.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Przejsie z modelu liniowego na cyrkularny wymaga znaczących zmian – od innowacji na poziomie modelu biznesowego i łańcucha wartości, do wprowadzania nowych technologii.

Udział w INFURI z pewnością w znacznym stopniu usprawni ten proces. Dzięki projektowi, firmy zyskają dostęp do najbardziej innowacyjnej platformy edukacyjnej, która dostarczy im wiedzę w zakresie zastosowania zasady cyrkularności w przemyśle meblarskim, naprawy, odnawiania i regeneracji materiałów meblarskich. Uczestnicy programu będą mieli możliwość nawiązania kontaktów, które ułatwią im rozwój silnego ekosystemu w zakresie cyrkularności World Of Business (firmy z innych sektorów, przedstawiciele przemysłu, inkubatory przedsiębiorczości i organizacje pośredniczące w biznesie).

Rozwój cyrkularnych rozwiązań to również wdrażanie potencjalnych innowacji, które mogą przyczynić się do zwiększenia przewagi konkurencyjnej firm na rynku. Przedsiębiorstwa będą miały także możliwość poszerzenia wiedzy na temat ekologicznych zakupów i utylizacji mebli. Tym samym będą w stanie wybrać bardziej przyjazne dla środowiska produkty meblowe i zmniejszyć swój negatywny wpływ na środowisko. INFURI promuje neutralną pod względem emisji dwutlenku węgla, zasobooszczędną i konkurencyjną gospodarkę. Jest uzupełnieniem zatwierdzonego przez Komisję Europejską planu działań na rzecz gospodarki cyrkularnej, którego ramy monitorowania (2018) pokazują, że

przejsie to pomaga skierować UE z powrotem na ścieżkę tworzenia miejsc pracy. Projekt na poziomie makro ma dać więc nowy impuls do wzrostu gospodarczego i inwestycji.

Wyniki projektu doskonale wpisują się w strategiczne wskazania UE i zaangażowanych krajów, są komplementarne do inicjatyw podejmowanych na poziomie europejskim w zakresie potrzeby opracowania planu działań na rzecz gospodarki cyrkularnej. Projekt INFURI wytwarza konkretne i możliwe do przekazania rezultaty (lub produkty intelektualne), które mogą być wykorzystane nawet po zakończeniu projektu, zarówno przez partnerów, jak i przez inne zainteresowane podmioty.

Wnioskodawcą projektu jest Uniwersytet Wittenborg w Holandii oraz ośmiu uczestników projektu INFURI, tj. CIAPE – Centro Italiano per l'Apprendimento Permanente oraz Material Connexion Italia SRL (Włochy); Creative Thinking Development (Grecja); Wirtualny Kampus LDA (Portugalia); STEP Institut, zavod za psihologijo dela in podjetnistvo oraz Mizarstvo Ornik (Słowenia); Instituto Tecnológico Metalmecanico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines –AIDIMME (Hiszpania); Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli (Polska).

W przypadku zainteresowania udziałem w projekcie zapraszamy do kontaktu z panią Sylwią Oleńską pod adresem sylwia.olska@gmail.com.



INFURI promuje neutralną pod względem emisji dwutlenku węgla, zasobooszczędną i konkurencyjną gospodarkę. Jest uzupełnieniem zatwierdzonego przez Komisję Europejską planu działań na rzecz gospodarki cyrkularnej, którego ramy monitorowania (2018) pokazują, że przejsie to pomaga skierować UE z powrotem na ścieżkę tworzenia miejsc pracy.



ANALIZA EKSPERTA

SUCHĄ NOGĄ PRZEZ PANDEMIĘ

Popyt na polskie meble do domu jest pochodną trzech głównych czynników: eksportu, sprzedaży krajowej oraz sytuacji na rynku mieszkaniowym. Analiza wymienionych źródeł popytu nie napawa optymizmem. Wszystko to sprawia, że przed krajowymi producentami mebli jest kilka trudnych lat pełnych wyzwań. Historia polskiej branży meblarskiej pokazuje jednak, że naprawdę trudno o wyzwania, z którymi miałyby sobie nie poradzić.



PAWEŁ RADWAŃSKI, DYREKTOR DS. ANALIZ SEKTOROWYCH,
DEPARTAMENT STRATEGII I ROZWOJU KLIENTA BIZNESOWEGO, ALIOR BANK



Branża meblarska stała się w ostatnich latach jedną z wizytówek polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych. O sile krajowych producentów świadczą rosnące od wielu lat przychody z eksportu, których wzrostu nie zdołała na długo przerwać nawet pandemia COVID-19 i lockdown gospodarki w 2020 r. Łącznie eksport odpowiada za około 65 proc. przychodów (dane dla firm zatrudniających powyżej 9 pracowników. W mniejszych podmiotach udział eksportu jest niewielki) firm zajmujących się produkcją mebli do domu. W 2021 r. branża ta odpowiadała za 4,4 proc. wartości polskiego eksportu ogółem, a najważniejszym kierunkiem była UE (80 proc.). Najważniejszymi odbiorcami polskich mebli były Niemcy, Wielka Brytania, USA i Francja. W ostatnich latach szybko rośnie też eksport do Czech i Holandii. Od 2017 r. Polska jest największym eksporterem mebli spośród krajów Unii Europejskiej.

Obok sukcesów eksportowych w ostatnich latach bardzo szybko rosła też sprzedaż na rynku krajowym, która w latach 2016-2021 zwiększyła się o około 50 proc., podobnie jak w segmencie eksportowym.

Rok 2021 był pod tym względem wyjątkowo udany. Przychody ze sprzedaży krajowej rosły o ponad 30 proc., a eksportowe o blisko 20 proc. Branżę wspierały popandemiczne ożywienie popytu oraz hossą na rynku mieszkaniowym, tradycyjnie skutkująca wzrostem popytu na elementy wyposażenia

domu. Sukcesy gospodarki polskiej i europejskiej w neutralizowaniu skutków pandemii w dużym stopniu realizowane były jednak na kredyt, którym było znaczne zwiększanie wydatków publicznych i obniżki stóp procentowych, przy czym decydenci w największych gospodarkach liczyli zapewne na większą skuteczność zastosowanych narzędzi w pobudzeniu strony popytowej, tj. produkcji. Dostosowanie mocy wytwórczych i łańcuchów dostaw okazało się jednak znacznie mniejsze od oczekiwań, przez co nad większością gospodarek i branż, w tym nad producentami mebli zawisła groźba „rachunku” za wcześniejsze wydatki w walce z pandemią. Tym rachunkiem są inflacja i wzrost stóp procentowych.

Zależność od budownictwa i eksportu

Popyt na polskie meble do domu jest pochodną trzech głównych czynników. Pierwszym jest oczywiście eksport, który z kolei zależy mocno od popytu w dużych gospodarkach Unii Europejskiej oraz kursu walutowego. Drugim jest krajowy popyt wynikający z konieczności lub chęci okresowej wymiany mebli na nowe. Trzecim czynnikiem jest sytuacja na rynku mieszkaniowym, która stanowi „wzmocnienie” tendencji wymiany mebli – zmiana mieszkania na większe lub zakup nowego automatycznie zwiększa popyt na meble oraz inne artykuły wyposażenia domu.



Popyt na meble nie może też w najbliższym czasie liczyć na wsparcie ze strony rynku nieruchomości mieszkaniowych. Dynamiczne podwyżki stóp procentowych dokonane przez NBP, aby zapobiec wzrostowi oczekiwań inflacyjnych i zbyt dużemu osłabieniu złotego, doprowadziły do niemal załamania popytu na mieszkania.



Analiza wymienionych źródeł popytu nie napawa optymizmem. Zarówno Polska, jak i strefa euro, podobnie jak duża część gospodarki światowej, zmagają się z dramatycznym wzrostem kosztów, m.in. materiałów, transportu i energii po stronie przedsiębiorstw. Prowadzi to do pogorszenia wyników finansowych i skutkuje ograniczeniem przestrzeni do podwyżek wynagrodzeń. Dodatkowo wzrost kosztów po stronie firm zmusza je do znacznych podwyżek cen produktów. Łącznie prowadzi to więc do obniżenia możliwości zakupowych gospodarstw domowych. Niestety, popyt na meble, podobnie jak inne produkty niebędące dobrami pierwszej potrzeby, ulega w takich sytuacjach mocnemu ograniczeniu, tzn. odkładany jest na czas poprawy dochodów.

Popyt na meble nie może też w najbliższym czasie liczyć na wsparcie ze strony rynku nieruchomości mieszkaniowych. Dynamiczne podwyżki stóp procentowych dokonane przez NBP, aby zapobiec wzrostowi oczekiwań inflacyjnych i zbyt dużemu osłabieniu złotego, doprowadziły do niemal załamania popytu na mieszkania. Obecnie branża meblarska nie odczuwa jeszcze tego problemu, ponieważ na rynek nadal trafia dużo mieszkań, których budowa rozpoczęła się 1-1,5 roku temu, w czasie boomu. Spadek popytu na mieszkania odbija się jednak już w 2023 r. na wszystkich branżach produkujących wyposażenie domu, a więc także na branży meblarskiej.

Jedynym pozytywnym obecnej sytuacji wydaje się więc kurs złotego, który znajduje się na historycznie wysokich poziomach, wspierając eksport. Wsparcie ze strony kursu walutowego jest tym bardziej istotne, że polskie meble na rynkach zagranicznych konkurują głównie ceną, co z kolei możliwe było dzięki relatywnie niskim kosztom pracy oraz dużemu wykorzystaniu relatywnie tanich materiałów drewnopochodnych. Płynny kurs złotego jest więc dla branży meblarskiej bardzo skutecznym automatycznym stabilizatorem koniunktury, choć w nieco mniejszym stopniu odczują to firmy opierające produkcję o surowce i materiały importowane.

Problemy po stronie kosztów

Podobnie jak w całej branży przetwórstwa przemysłowego, najważniejszą pozycją kosztową w branży meblarskiej są materiały, które stanowią nieco ponad połowę ogółu kosztów. Materiały te mogą oczywiście różnić się w zależności od rodzaju wytwarzanych mebli, jednak na poziomie całej branży dominującym materiałem pozostaje drewno oraz produkty drewnopochodne. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na ciekawą sytuację krajowej branży meblarskiej, wynikającą z dominującej roli Lasów Państwowych w dostawach drewna na krajowy rynek. Specyfika ustalania cen na aukcjach Lasów Państwowych sprawia, że cena pozostaje znacznie bardziej stabilna niż na światowych giełdach, co z pewnością ułatwia firmom współpracującym z Lasami Państwowymi przewidywanie kosztów produkcji. Z drugiej strony ostatnie kwartały ukazały dużą słabość tej sytuacji w postaci dużej presji na eksport, jeśli tylko ceny za granicą będą znacznie wyższe niż krajowe. Doprowadziło to do nieco kuriozalnej sytuacji, w któ-

rej drewna zaczęło miejscami brakować. Dla firm wykorzystujących drewno i materiały drewnopochodne sytuacja stała się tym bardziej dotkliwa, że w tym samym czasie wojna na Ukrainie odcięła możliwość importu z ważnych kierunków wschodnich. Problem wzrostu cen drewna był więc dla krajowych producentów mniej bolesny niż w niektórych innych krajach, jednak nasilił się kłopot z dostępnością surowca.

Perspektywy i wyzwania

Z punktu widzenia czynników o charakterze makroekonomicznym, tj. dotyczących całej branży, największe wyzwania pojawiają się ze strony wysokich kosztów finansowych związanych z inwestycjami, które trzeba ponieść, aby dostosować się do popandemicznej rzeczywistości. Wzrost inwestycji może też stać się koniecznością wobec rosnących kosztów pracy, które przez długi czas były niskie i stanowiły ważny czynnik poprawiający konkurencyjność branży. Obecnie, na skutek silnej presji płacowej i wzrostu wynagrodzenia minimalnego, czynnik ludzki w procesie produkcji staje się coraz droższy, a na skutek wojny na Ukrainie – także mniej dostępny. W ostatnich latach, pomijając bardzo dobry rok 2021, wydajność pracy – mierzona jako średni przychód na pracownika – w branży meblarskiej rosła raczej powoli, osiągając w 2019 i 2020 r. około 300 tys. PLN na pracownika wobec 270 tys. PLN w roku 2015. W tym okresie względnie stabilne były też średnie na firmę nakłady inwestycyjne w branży. Wynika z tego, że wyzwania związane z większą automatyzacją produkcji cały czas stoją przed branżą.

Na poziomie branży duże znaczenie w kolejnych latach będzie mieć zdolność firm do adaptacji do zmieniających się warunków w postaci poszukiwania nowych rynków dostaw, zbytu oraz kanałów sprzedaży i reklamy. W ostatnim przypadku można przypuszczać, że coraz większą wartość będzie mieć reklama internetowa, pozycjonowana do odbiorców o określonym profilu. Umiejętność dotarcia do klienta, podobnie jak wyróżnienia swojej oferty na tle konkurencji, będzie najprawdopodobniej zyskiwać na znaczeniu także dlatego, że branża meblarska jest mocno rozproszona i panuje w niej silna konkurencja. Wraz z rosnącymi kosztami sprawia to, że konkurowanie ceną będzie w kolejnych latach coraz trudniejsze, a wraz z tym coraz trudniej będzie utrzymać atrakcyjne marże na sprzedaży.

Wszystko to sprawia że przed krajowymi producentami mebli jest kilka trudnych lat pełnych wyzwań, z którymi nie wszystkie firmy zdołają sobie poradzić. Historia polskiej branży meblarskiej pokazuje jednak, że naprawdę trudno o wyzwania, z którymi miałyby sobie nie poradzić. Tym bardziej, że liczne przebyte już turbulencje procentują coraz większym doświadczeniem kadry zarządzającej. Jak zawsze w sytuacji kryzysowej pocieszeniem jest więc fakt, że oprócz problemów każda nowa sytuacja tworzy też szanse dla najlepiej zarządzanych podmiotów, które mogą zwiększyć swój udział w rynku. m.in. poprzez udane inwestycje lub procesy konsolidacyjne, zmierzające do synergii kosztowych.

Z ŻYCIA BRANŻY

POLSKA BRANŻA MEBLARSKA W TARGOWYM ZWIERCIADLE

Po dwuletnich zawirowaniach spowodowanych pandemią, targowe kalendarze wracają do normy i błyskawicznie się zapełniają. Sektor meblarski w tym roku mógł wreszcie spotkać się ponownie na imprezie Meble Polska w Poznaniu i już szykuje się na kolejną edycję 21-24 lutego 2023. Jak wiadomo, targi to zwierciadło branży. Co pokazała nam tegoroczna – zorganizowana wyjątkowo w maju – edycja Meble Polska, zapytaliśmy jej organizatorów oraz wystawców, należących do Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM



Józef Szyszka, dyrektor projektu / project manager Meble Polska

Targi Meble Polska odbyły się w maju tego roku po dwuletniej przerwie spowodowanej pandemią. Zastanawialiśmy się, czy nasi dotychczasowi wystawcy – którzy przez ten okres musieli sobie radzić bez targów i rozwijali alternatywne formy dotarcia do swoich międzynarodowych klientów – nadal będą chętni, by korzystać z naszej oferty. Do końca nie mieliśmy też pewności, czy w tak trudnej popandemicznej sytuacji kupcy będą gotowi na dalekie zagraniczne podróże, zwłaszcza w obliczu trwającej na Ukrainie wojny. Okazało się, że w obu przypadkach nasze obawy okazały się bezpodstawne.

Poznańskie targi meblowe od lat słynęły z wysokiego odsetka zwiedzających. Tym razem jednak liczba zagranicznych zwiedzających pobiła wszelkie rekordy. Po raz pierwszy udział kupców meblowych z zagranicy przekroczył w tym roku 50 proc. To zresztą było doskonale słychać w holach wejściowych i na stoiskach wystawców. Do Poznania przyjechali handlowcy z 71 krajów, w tym także z tak obiecujących rynków, jak: Stany Zjednoczone, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Izrael, Chiny, Arabia Saudyjska czy egzotyczny Mauritius. Na targach meble kontraktowali przedstawiciele niemal wszystkich kluczowych międzynarodowych grup zakupowych i sieci salonów meblowych z kluczowych rynków dla polskiego eksportu mebli.

Targi Meble Polska 2022 pokazały, że polskie firmy meblarskie są generalnie w dobrej kondycji. Z raportów wynika, że branża meblarska szybko rosła w zasadzie przez cały okres pandemii, poza drobnym wahaniami nastrojów w jej początkowym okresie. Mimo że tegoroczna ekspozycja nie zajęła całego terenu targów, w imprezie uczestniczyła zdecydowana większość wiodących polskich producentów. Część wystawców zrezygnowała z udziału w wydarzeniu po zmianie (z uwagi na obostrzenia pandemiczne) terminu targów z lutego na maj. Ale pojawiła się za to liczna grupa producentów mebli z Ukrainy, którzy postanowili zaprezentować swoją ofertę podczas targów Meble Polska i dotrzeć z nią do odwiedzających je kupców z całego świata. Ukraińska ekspozycja cieszyła się bardzo dużym zainteresowaniem zwiedzających i mamy już zapowiedzi jeszcze liczniejszego udziału wystawców z Ukrainy w przyszłorocznej edycji targów.





Aldona Czechowska, manager ds. produktu, Fabryka Mebli Wersal

Po dwóch latach przerwy, w tym roku producenci mebli mogli wreszcie spotkać się na poznańskich targach ze swoimi partnerami handlowymi, klientami, projektantami oraz dostawcami. Dla Fabryki Mebli Wersal targi Meble Polska w Poznaniu były nadzwyczaj udane. Pokazaliśmy ponad 50 nowych kolekcji mebli wypoczynkowych, łóżek i materacy oraz 38 nowych kolekcji tkanin. Oprócz tego zaprezentowano meble, które pojawiły się w ofercie w ciągu ostatnich dwóch lat, ale nigdy nie były pokazane na taką skalę. Pojawiły się również

bestsellery z kolekcji regularnej, które w dalszym ciągu cieszą się ogromnym zainteresowaniem. Należy nadmienić, że wszystkie z prezentowanych nowości będą wdrożone do produkcji. Dodajmy, że nie zawsze tak było. Z reguły, na targach jeden lub dwa produkty cieszyły się mniejszym zainteresowaniem. W tym roku można mówić o pewnym fenomenie – 100 proc. prezentowanych kolekcji trafi do regularnej oferty Fabryki Mebli Wersal.

Z kluczowymi kontrahentami, z którymi współpraca trwa od wielu lat, Wersal spotyka się stale, w ciągu roku. Niemniej nie wykluczyło to obecności wieloletnich partnerów na targach Meble Polska. Nie zabrakło również klientów, z którymi firma do tej pory nie miała okazji współpracować i kontrahentów z państw, których dotychczas jeszcze nie było w portfolio firmy. Meble Wersal wzbudziły zainteresowanie wśród odbiorców z Arabii Saudyjskiej, Izraela, Iraku czy Kanady.

Nie da się ukryć, że targi w Poznaniu wiązały się z pewnymi obawami ze względu na obowiązujące jeszcze niedawno obostrzenia i aktualną sytuację gospodarczo-polityczną. Największą niewiadomą wydawała się frekwencja. Na szczęście obawy okazały się bezzasadne i już pierwszego dnia zainteresowanie ofertą firmy Wersal było ogromne. Klienci docenili kierunek, w którym zmierza firma. Jej celem jest nie tylko podążanie za trendami w branży meblarskiej, ale przede wszystkim stałe podnoszenie jakości i funkcjonalności mebli, dzięki zastosowaniu nowoczesnych, innowacyjnych technologii w ich produkcji.

Dominika Wajnert, członek zarządu Wajnert Meble

Obecność na targach po trzyletniej absencji dała poczucie, że wychodzimy na dobre z pandemii i prowadzenie biznesu wraca na znane nam tory. Pozytywnie postrzegamy termin organizacji targów. Przesunięcie z lutego na maj, w naszej opinii, przyczyniło się do dużej liczby odwiedzających. Pomimo obaw, związanych z trwającą wojną na Ukrainie, zauważyliśmy dużą liczbę gości z zagranicy, w szczególności z takich krajów, jak: Wielka Brytania, Francja, Holandia czy Litwa. Jest to dla nas szansa na rozwinięcie nowych i wzmocnienie obecnych rynków działalności poza Polską.

Udział w targach meblowych był dla nas ważnym wydarzeniem przyczyniającym się do wzmacniania wizerunku naszej marki, który sukcesywnie budujemy od wielu lat. Zaprezentowaliśmy nowe kolekcje mebli tapicerowanych. Kolekcja sof Misty została doceniona za komfort i design w kategorii Meble tapicerowane i otrzymała Złoty Medal. Natomiast nagroda Acanthus Aureus została nam przyznana za stoisko. Jesteśmy wdzięczni za obydwa wyróżnienia, które utwierdzają nas w przekonaniu, że pasja i energia włożona w naszą pracę zostaje zauważona.



Kamil Lenart, prezes zarządu Dig-Net, marka Lenart

Tegoroczna edycja Meble Polska to edycja niewątpliwie wyjątkowa, która przyciągnęła liczne grono odwiedzających. Po dłuższej przerwie spowodowanej pandemią w końcu mieliśmy okazję spotkać się z klientami i zaprezentować meble, nad którymi pracowaliśmy przez ostatnie miesiące. Nie zabrakło emocji związanych z celebrowaniem wyjątkowych jubileuszy. Jednym z nich było 30-lecie firmy Lenart, które staraliśmy się szczególnie wyeksponować na stoisku.

Targi niewątpliwie są zwierciadłem branży i nadchodzących trendów, zarówno meblowych, jak i wnętrzarskich. Jako wystawcy zdecydowaliśmy się na nowoczesnie i nieco surrealistycznie zaaranżowaną ekspozycję, kolor oraz niebanalne kształty. Tegoroczna edycja Meble Polska to czas, który upłynął nieubłaganie szybko, ale niezwykle miło i w przyjaznej atmosferze.



TRENDY W DESIGNIE Z MEDIOLANU

CO BĘDZIE MODNE WE WNĘTRZACH?

Targi Salone del Mobile Milano wyznaczają najważniejsze tendencje w wyposażeniu wnętrz. Można tu podejrzeć najgorętsze nowinki zarówno w aranżacji salonów, sypialni czy kuchni, jak i przestrzeni biurowych. Na tegorocznej edycji wystawiło się 2 175 marek wnętrzarskich, a odwiedziło ją ponad 262 000 specjalistów z branży wyposażeniowej. Wśród nich nie zabrakło oczywiście firm zrzeszonych w Ogólnopolskiej Izbie Gospodarczej Producentów Mebli. Poprosiliśmy je o relacje z pierwszej ręki na temat najważniejszych trendów w wyposażeniu wnętrz, podpatrzonych na mediolańskich targach.

FOT. PAGED MEBLE



Michał Kuryłło, członek zarządu, dyrektor sprzedaży i marketingu Paged Meble

Tegoroczne targi Salone del Mobile w Mediolanie były długo oczekiwaną impre-

zą. Wyglądzeni udziałem w niej wystawcy, dystrybutorzy mebli, projektanci oraz zwykli odwiedzający oczekiwali ze zniecierpliwieniem tej edycji. Co do trendów, to bezwzględnie trzeba podkreślić, że dominuje w nich wiele nawiązań do ekologii. Materiały użyte do produkcji mebli, tkaniny eko (z recyklingu), odpowiedzialne procesy produkcyjne – wszystko to wpisywało się w trend sustainability, czyli w zrównoważony rozwój, i stanowiło przewodni motyw całych targów.

Bardzo duży nacisk położono na naturę, co odzwierciedlały zielone stoiska pełne żywej roślinności (lub sztucznej, ale bardzo wysokiej jakości). Zaprezentowano sporo elementów eksponujących surowe belki drewna, elementy drewniane. Kolorystyka, która się rzucała w oczy, to pastele lub kolory ziemi (brązy, ceglasty, zieleń, niebieski). Nadal modny i promowany jest również trend na meble z wyplotami. Generalnie, widoczne były trzy główne style, które mogą zdominować nasze wnętrza – japandi, avant basic i neo retro. Jako producenta mebli z drewna cieszy nas najbardziej zwłaszcza ten pierwszy. Promuje on bowiem meble trwałe, z naturalnych surowców, dobrej jakości i o minimalistycznym designie. Trend ekologiczny wpasowuje się idealnie w koncepcję rozwoju i podejścia do produkcji mebli w Paged Meble, dlatego patrzymy optymistycznie w przyszłość.

FOT. BLACK RED WHITE



Joanna Chybowska-Kaczmarek, dyrektor zarządzania produktem w Black Red White

Targi w Mediolanie, jak zawsze, przyniosły branży całą garść inspiracji.

Producenci postawili nade wszystko na stonowane barwy ziemi – królowała szalwiowa zieleń, beże, ochra czy delikatne szarości. Dekorem dominującym były szlachetne odcienie orzecha. Meble płytowe praktycznie spajały się z otoczeniem, postawiono na konstrukcje kryjące swe funkcjonalności w ścianie, zupełnie niewidoczne. Nowinką było zastosowanie dworców kamiennych w konstrukcjach mebli skrzyniowych, i to już nie tylko na blatach, ale również na tyłach witryn czy jako ozdobne wstawki we frontach. Również tutaj spotykane były fronty lamelkowe czy inspirowana stylem boho plecionka wiedeńska. Meble tapicerowane również mocno nawiązywały kształtem do natury – dominowały formy obłe, kamykowe, miękkie. Praktycznie na każdym stoisku spotkać było można tkaninę bouclé w kolorach beżu i écru. W kuchniach również dominowały kolory ziemi, a w wielu aranżacjach występowały dekory supermatowe, eleganckie, o satynowym wykończeniu. Również w tej kategorii widoczne były fronty lamelkowe, analogiczne jak w meblach skrzyniowych. Całą wystawę zwiędzał motyw przewodni związany z recyklingiem i świadomą produkcją, a w prezentowanych projektach czuć było troskę o naturę.



FOT. HALUPCZOK



Anna Dzierżanowska, dyrektor kreatywny Halupczok

W trendach niewątpliwie widać wpływ zmian w trybie życia, wymuszonych przez sytuację na świecie. Odnosi się to także do tendencji w aranżacji wnętrz kuchennych. Kuchnia zaprezentowana została jako przestrzeń multifunkcyjna, praktyczna, przenikająca się z innymi przestrzeniami w domu, a nawet wychodząca na zewnątrz, poza mury budynku. Prawdopodobnie jest to konsekwencja pandemii. Kuchnia nie pełni już wyłącznie swoich pierwotnych funkcji. Stała się centrum domu i miejscem integracji rodziny, pracy zdalnej, nauki, rozmów i relaksu. Sprzyjają temu rozmaite udogodnienia, takie jak wysuwane i zmieniające wysokość blaty. Strefa robocza i strefa ze sprzętem AGD jest często umiejętnie skrywana za dużymi, składanymi skrzydłami drzwiowymi. Coraz czę-

ściej w kuchennych aranżacjach pojawiają się też meble wypoczynkowe. Współczesne kuchnie są naszpikowane nowoczesnymi, inteligentnie sterowanymi urządzeniami AGD, akcesoriami i oświetleniem. Materiały wykorzystywane przez producentów posiadają coraz lepsze właściwości i odporność na uszkodzenia. Gwarantuje to wydłużenie ich czasu użytkowania.

Widoczny jest też trend podkreślający łączność z naturą – wykorzystywanie drewna, kamienia i kolorów ziemi. Na topie są stonowane barwy, jak również bardziej zdecydowane odcienie terakoty czy kolorów przypraw. Wyraźne jest odejście od minimalistycznych kompozycji w czerni i bieli. Dominują matowe powierzchnie. Jeśli chodzi o formę, kształty stały się bardziej miękkie, czasami zaokrąglone.



FOT. GTV POLAND



Joanna Jabłońska-Szytk, junior product manager w GTV Poland

Tegoroczne targi Salone del Mobile potwierdziły, że są wyznacznikiem światowych trendów wnętrzarskich. Na targach zaprezentowało się wielu wybitnych projektantów. Wystawcy skupiali się na tematyce zrównoważonego rozwoju i świadomości ekologicznej w produkcji mebli. Wśród prezentowanych trendów dominowała neutralność. Organizatorzy niejednokrotnie podkreślali, że ważniejsze od mody jest to, aby wnętrze było dostosowane do potrzeb użytkownika. Takie podejście jest wynikiem pandemii, lockdownów i tego, że coraz więcej czasu spędzamy w przysłowiowych czterech kątach. Oczywiście nadal pragniemy, aby życie w domu było wygodne, komfortowe, zorganizowane i żebyśmy mogli się w nim w pełni zrelaksować, ale... dom coraz częściej staje się też naszym miejscem pracy, dlatego naturalnym krokiem jest poszukiwanie w nim

przestrzeni do wydzielania powierzchni biurowej. W związku z zachodzącymi zmianami w projektowaniu wnętrz, stół odzyskał należne mu miejsce – serca domu. Znowu jest centrum życia rodzinnego, to tu spożywa się posiłki i pracuje. W tym sezonie stoły są znacznie większe. Mają pełnić więcej zadań, więc muszą zapewnić więcej przestrzeni. Nadal króluje drewno, ale coraz odważniej projektanci sięgają po inne materiały, np. płytki ceramiczne.

Jeśli jesteśmy przy kwestii organizacji stref home office, to nie możemy pominąć tematu oświetlenia. W lampach w dalszym ciągu zaobserwować można trend na szkło białe i przezroczyste w połączeniu ze złotem. Jednak większość lamp – niezależnie, czy są wiszące, stojące czy stołowe – ma naprawdę duże rozmiary, przez co we wnętrzu grają pierwsze skrzypce. Przeskalowane lampy w rozmiarze XXL wyglądają spektakularnie i ocieplają wnętrze, szczególnie jeśli mają intensywny kolor i dają ciepłe, nierzające światło.

Ranking e-sklepów meblowych w Europie

RAPORT 2022

