

# MEBLE NEWS NEWS NEWS



# W NUMERZE

## STATYSTYKA

Duży wzrost wartości sprzedanych mebli / **str. 4**

## INFORMACJE

Segment dobrze rokujący / **str. 6**

Zdrowe biuro to zdrowy styl życia / **str. 8**

Zmodernizowana wersja jednostronnej okleiniarki / **str. 10**

## WYDARZENIA

Noc w poszukiwaniu designu / **str. 12**

Myśl globalnie / **str. 14**

SOFAB DESIGN i strefa projektantów tkanin / **str. 16**



str. 15



OGÓLNOPOLSKA IZBA  
GOSPODARCZA  
PRODUCENTÓW MEBLI

04-028 WARSZAWA

al. Stanów Zjednoczonych 51, pokój 614

tel. 22/517 78 39

fax 22/517 77 19

www.oigpm.org.pl

www.meble.org.pl

oigpm@oigpm.org.pl

### Prezes

Jacek Twaróg

### Wiceprezesa

Władysław Strykowski

Tadeusz Respondek

### 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

Katarzyna Orlikowska

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



TOMASZ WĘCLEWSKI,  
DYREKTOR DS. SPRZEDAŻY I MARKETINGU  
MARTELA SP. Z O.O.; CZŁONEK RADY OIGPM

---

## PAMIĘTAJMY O MARCE!

---

Powoli zakończyły się wakacje. Z pewnością przywieźliście ze sobą wiele pozytywnych wrażeń, odwiedziliście ciekawe miejsca, spotkaliście interesujące osoby lub też podtrzymaliście kontakt z bliskimi znajomymi. W skrócie, wszyscy nabraliśmy sił i odetchnęliśmy od codziennych zadań. Powoli powracamy do naszej rzeczywistości i choć wakacje to czas dla rodziny, relaksu i spokoju, to dla mnie, i z pewnością dla wielu z Was, czas przemyśleń, podsumowań tego co robimy, jakie cele stawiamy, spojrzenia na rynek, na którym działamy.

W tym kontekście chciałbym podzielić się swoją refleksją na temat zmian w naszym otoczeniu. Dzisiaj zachodzą one dużo szybciej niż wcześniej i to nie tylko w obszarze technologii, ale również naszego sposobu myślenia, zachowania i kultury. To oznacza, że nasi klienci (czyli również my) są inni niż wczoraj i dla każdego przedsiębiorcy kluczowym pytaniem nie jest odpowiedź skąd dziś czerpie przychody (choć to też ważne), ale jaka będzie jego przyszłość. To właśnie ona daje nam szansę na lepsze jutro, ale może też być źródłem zagrożeń, jeżeli nie podejmiemy właściwych działań i nie wykorzystamy pojawiających się tendencji na rynku. Dlatego warto zwrócić uwagę na jedną rzecz, która w tym zmieniającym się świecie jest stabilna – wartość MARKI. To ona jest drogowskazem, kierunkiem i wyborem, wokół niej możemy zbudować trwałą wartość przedsiębiorstwa i ważne jest, jaką chcemy być w przyszłości.

Ostatnie spowolnienie gospodarcze i kryzys w Europie daje duże szanse naszym krajowym firmom i warto to dobrze wykorzystać, aby budować swoją wartość na przyszłość. W branży inwestycyjnej mebli biurowych widać pozytywne przykłady takich działań, jak np.: Nowy Styl, który ostatnio zakupił dwóch niemieckich producentów foteli obrotowych i krzeseł, czy ProfiM, który konsekwentnie buduje swoją markę i pozycję na rynku niemieckim. To są dwa różne przykłady strategii inwestowania. W tym pierwszym, nie tylko zakup technologii, ale również sieci dystrybucji i MARKI, a w drugim budowanie MARKI za granicą. Spójną cechą jest ekspansja, poszerzanie rynku, budowanie przyszłości dla swoich firm i wykorzystywanie dzisiejszych szans. Trzymam kciuki za ich i Wasz sukces inwestycyjny.

W aspekcie Izby to też czas na refleksje, podsumowania i budowanie MARKI Izby wśród jej członków i pozostałych firm z branży. Każdy powinien otrzymać korzyść z przynależności do naszej organizacji, gdzie wartość członkostwa w Izbie musi być zdefiniowana. Teraz rozpoczynamy nową kadencję i ponownie wybraliśmy Prezesa oraz inne organy statutowe. Obrany dotychczasowy kierunek zaczyna przynosić efekty, co pokazuje jak zmienia się i rozwija sama Izba. Wierzę, że przyniesie to wiele korzyści nie tylko dla członków, ale przede wszystkim rozwoju całego rynku meblowego w Polsce. Skupiliśmy wiedzę i doświadczenie wielu podmiotów, które odniosły sukces, a pomysłów do zrealizowania jest wiele.

Życzę wszystkim pomysłowości i wytrwałości w budowaniu własnej MARKI, a zarządowi Izby dalszej konsekwencji w działaniu!

PIERWSZE PÓŁROCZE 2013 ROKU W LICZBACH

# DUŻY WZROST WARTOŚCI SPRZEDANYCH MEBLI

Dane z ostatniego półrocza 2013 roku są nadal dość optymistyczne. Mimo spadku ilościowego produkcji mebli oraz spadku zatrudnienia w polskim sektorze drzewnym i meblarskim, eksport polskich mebli wzrósł w pierwszym półroczu 2013 roku o 2,8% w stosunku do pierwszych sześciu miesięcy roku 2012.

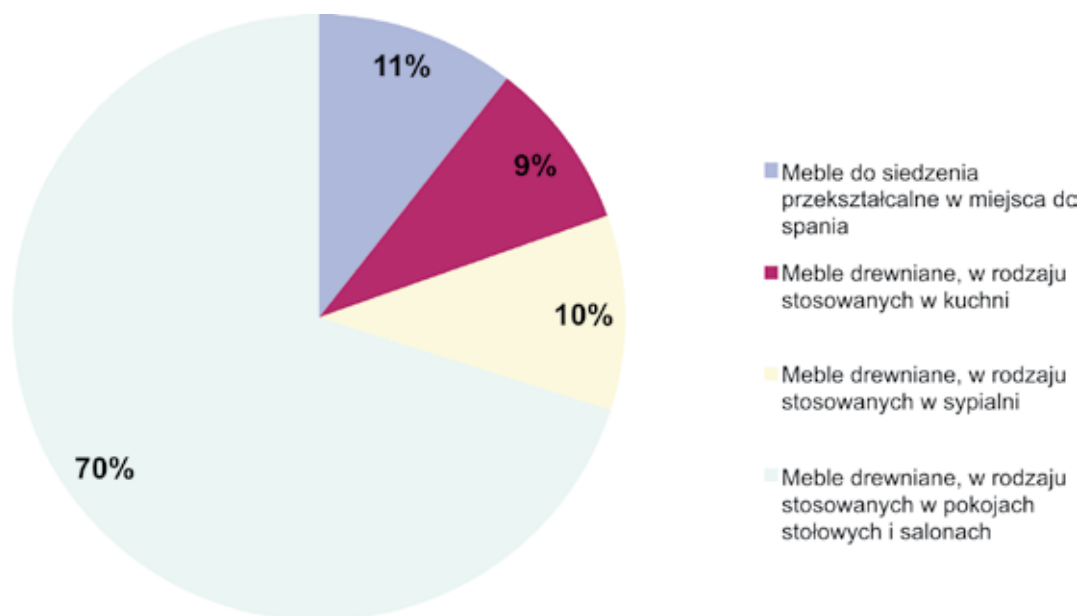
OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Analicyści prognozują na 2013 rok rekordową wartość eksportowanych mebli (ponad 28 miliardów złotych). W efekcie można założyć, że w rozliczeniu całorocznym wzrośnie ilość produkowa-

nych półproduktów i mebli, a tym samym zatrudnienie w sektorze meblarskim. Jednocześnie zauważa się zmianę zapotrzebowania konsumentów, którzy rezygnują z zagranicznych mebli i zaczynają



WYKRES 1. UDZIAŁ GRUP MEBLI W ILOŚCIOWEJ PRODUKCJI MEBLI W I-VII 2013





doceniać polskie produkty. Świadczy o tym duży spadek importu mebli do Polski, który wyniósł 5,3% w pierwszym półroczu 2013 roku w stosunku do analogicznego okresu 2012 roku.

### Wzrost produkcji półproduktów

Dane statystyczne z pierwszych siedmiu miesięcy 2013 roku pokazują, że rynek meblarski zwiększył zapotrzebowanie na półprodukty meblarskie w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Dotyczy to większości rodzajów półproduktów. Wyjątek stanowi jedynie zapotrzebowanie na okleiny, których produkcja w analizowanym okresie spadła o blisko 8% w stosunku do analogicznego okresu w 2012 roku. W efekcie nastąpiło zwiększenie produkcji płyt wiórowych, sklejki oraz płyt pilśniowych z drewna.

Jednocześnie analizując dane z siedmiu pierwszych miesięcy 2013 roku zauważa się aktualnie znaczny wzrost produkcji półproduktów w Polsce w stosunku do 2012 roku. Jednak nie koreluje on niestety bezpośrednio z produkcją mebli. W większości grup mebli wg raportów Głównego Urzędu Statystycznego odnotowano spadek produkcji. Jedynie w przypadku produkcji mebli do siedzenia przekształcanych w miejsca do spania zauważa się 5% wzrost produkcji. Jednocześnie można zauważyć nieznaczną poprawę sytuacji w niektórych grupach mebli, porównując ją do danych z pierwszych dwóch miesięcy 2013 roku.

Optymistycznie natomiast wyglądają raporty Głównego Urzędu Statystycznego dotyczące wartości sprzedanych mebli. Pokazują one, że w pierwszym półroczu 2013 roku wartość sprzedanych mebli wzrosła aż o 6,7 procent w stosunku do danych z ubiegłego roku.

### Dobrze rokujący eksport

Od 2007 roku Polska utrzymuje się na czwartej pozycji na świecie jako eksporter mebli. Dodatkowo obecnie sektor meblarski rozwija się silnie, między innymi dzięki osłabieniu złotego wobec euro. Ma to duży wpływ, gdyż głównymi odbiorcami polskich mebli są kraje Unii Europejskiej (głównie Niemcy, Francja, Czechy, Słowacja, Litwa, Wielka Brytania, Holandia i Szwecja) i w związku z tym rozliczany jest w euro. Obecnie jednak polski rynek otwiera się na dalszy eksport między innymi do Brazylii, Meksyku i państw azjatyckich. W efekcie w pierwszym półroczu 2013 roku eksport mebli wzrósł o 2,8% w stosunku do analogicznego okresu 2012.

Spadł natomiast w okresie od stycznia do czerwca 2013 roku import mebli o 5,3% w stosunku do pierwszego półrocza 2012 roku. Fakt ten nie jest jednak do końca negatywny, gdyż może oznaczać, że polski rynek ograniczył zapotrzebowanie na zagraniczne meble. Tym samym widać tendencje do docenienia rodzimych produktów w Polsce.

Według danych na I kwartał 2013 roku wciąż mamy do czynienia ze spadkiem zatrudnienia przy produkcji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny, a także przy produkcji mebli. Przy produkcji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny zatrudnienie w stosunku do I kwartału 2012 spadło o 1,3%, a przy produkcji mebli o 2,6%. Optymistycznym jednak wydaje się fakt wzrostu produkcja półproduktów do produkcji mebli w stosunku do 2012 roku. Sytuacja ta pozwala bowiem mieć nadzieję na przyszłe zwiększenie zatrudnienia. Tym bardziej, że zmniejszenie zatrudnienia nie wiązało się w tym roku z obniżką płac w branży, które przy produkcji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny wzrosły o 4% w analizowanym okresie rozliczeniowym, a przy produkcji mebli o 1,4%.



TABELA 1: WOLUMEN PRODUKCJI PÓLPRODUKTÓW DO PRODUKCJI MEBLI:

Półprodukt	Jednostka miary	I-VII 2012	I-VII 2013	I-VII 2013/I-VII 2012
Sklejka, płyty fornirowane i podobne	dam <sup>3</sup>	4.692	4.927	1,050
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna	dam <sup>3</sup>	2.750	2.758	1,003
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m <sup>2</sup>	284.826	298.498	1,048
Okleiny	tys. m <sup>2</sup>	13.518	12.478	0,923

Według danych GUS

TABELA 3: DYNAMIKA HANDLU ZAGRANICZNEGO:

	2012	I-VI 2013	2012	I-VI 2013
	Mln PLN	Mln PLN	Mln EUR	Mln EUR
Eksport mebli	27.787	14.283	6.637	3.409
Import mebli	4.126	2.016	987	481

Według danych GUS

TABELA 4: ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ:

Rodzaj produkcji	Jednostka miary	I-III 2012	I-III 2013	I-IV 2012/ I-IV 2011
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	tys. osób	87,8	86,7	0,987
Produkcja mebli	tys. osób	127,8	124,5	0,974

Według danych GUS

TABELA 2: WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI:

Wyroby	Jednostka miary	I-VII 2012	I-VII 2013	I-VII 2013/I-VII 2012	I-II 2013/I-II 2012
Mebel do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania	tys. sztuk	1.527	1.608	1,053	0,824
Mebel drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. sztuk	1.853	1.375	0,742	0,859
Mebel drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. sztuk	1.603	1.581	0,986	1,005
Mebel drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. sztuk	10.970	10.685	0,974	0,865

Według danych GUS

## PRODUCENCI MEBLI TAPICEROWANYCH POD LUPĄ

# SEGMENT DOBRZE ROKUJĄCY

W dobie kryzysu meble tapicerowane to segment polskiego meblarstwa, którego znaczenie na rynku europejskim efektywnie wzrasta. To dzięki meblom tapicerowanym, a przede wszystkim za sprawą mebli posiadających funkcję spania, odnosimy międzynarodowy sukces.

 MILENA DOROZIŃSKA, B+R STUDIO

Meble tapicerowane to niewątpliwie bogactwo form funkcjonalnych i stylistycznych, które ukierunkowane są na indywidualne potrzeby konsumenta. To również bogaty wybór kolorów, wzorów oraz faktur skór i tkanin obiciowych, akcesoriów oraz detali dekoracyjnych, które decydują o finalnym wyglądzie mebla tapicerowanego. W dobie kryzysu meble tapicerowane to segment polskiego przemysłu meblarskiego, którego znaczenie na rynku europejskim efektywnie wzrasta. To dzięki meblom tapicerowanym, a przede wszystkim za sprawą mebli posiadających funkcję spania, odnosimy międzynarodowy sukces. Zawdzięczamy go także wielu rodzinnym firmom, dlatego że potrafią łączyć wysoką jakość produktu z korzystną ceną. Blisko 44% wszystkich produkowanych w Europie mebli do siedzenia przekształcanych w miejsce do spania i około 25% mebli tapicerowanych z drewnianą ramą pochodzi z naszego kraju.

### Analiza ofert

Jakie rodzaje mebli i w jakiej cenie produkują polscy producenci mebli tapicerowanych? Aby odpowiedzieć na to pytanie, B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego podjęło analizę ofert producentów w Polsce, którą przeprowadzono za pomocą narzędzi elektronicznych i telefonicznie. Punktem wyjściowym była pełna baza danych Głównego Urzędu Statystycznego zawierająca listę dużych i średnich firm deklarujących produkcję mebli, to znaczy zarejestrowanych pod kodem PKD 31. Na jej podstawie ustalono zakres przedmiotowy produkcji wszystkich firm i dokonano wyboru producentów mebli tapicerowanych do dalszej analizy. Po wstępnej weryfikacji stwierdzono, że blisko 35% z 500 największych firm meblarskich w Polsce posiada w swojej ofercie meble tapicerowane. Po odrzuceniu producentów oferujących wyłącznie: krzesła, materace, komponenty do mebli tapicerowanych, skoncentrowano się na wypoczynkowych meblach tapicerowanych, tj.: kanapach, sofach, wersalkach i fotelach wypoczynkowych. Finalnie na liście znalazło się 149 podmiotów.

Na podstawie witryn internetowych 149 producentów mebli tapicerowanych uporządkowano wyroby według typu mebli, ich wykończenia, materiału obicia oraz reprezentowanego segmentu pod względem ceny. W ten sposób powstał katalog o producentach wypoczynkowych mebli

tapicerowanych. Pojęcia te obejmują fotele przekształcane w miejsce do spania, fotele bez funkcji spania, kanapy, narożniki i wersalki, łóżka sypialniane z elementami tapicerowanymi, które zostały przydzielone do kategorii „tapczany”. Najpopularniejsze wyroby wśród mebli tapicerowanych to kanapy, wersalki i sofy – ponad 90% podmiotów produkuje je, a 85% posiada także w swojej ofercie fotele wypoczynkowe. Meble wypoczynkowe tapicerowane typu tapczany to wyrób przypisany do 35% producentów, a produkcję mebli wypoczynkowych modułowych deklaruje 24% producentów.

### Sieć dystrybucji

Z pewnością zaraz po dobrej ofercie producentów mebli, jedną z dróg prowadzącą do sukcesu na rynku krajowym jest odpowiednio przemyślana i przygotowana sieć dystrybucji. Oczywistym faktem jest to, że większość produkowanych mebli w Polsce trafia na eksport. Również w przypadku mebli tapicerowanych tendencja ta jest widoczna. Blisko 90% producentów potwierdza realizację sprzedaży eksportowej. Część z nich nie posiada strony internetowej, a jeśli już mają, jest ona nisko rozbudowana i jest to równoznaczne z ich nisko rozbudowaną dystrybucją w Polsce. Jak zatem wygląda sieć sprzedaży w Polsce producentów mebli tapicerowanych, którzy skupiają się na handlu swoimi wyrobami na rynku krajowym?

Prowadząc analizę skoncentrowano się na następujących możliwościach: sieci handlowe, własne salony meblowe, niezależne salony meblowe, franczyza czy też za pomocą Internetu. Jak pokazują wyniki analizy opracowanej przez B+R Studio, najszerzej stosowaną formą dystrybucji jest lokowanie mebli w niezależnych salonach meblowych. Co najmniej 25 producentów, według naszych ustaleń, deklaruje dostępność swoich produktów w ponad 100 punktach handlowych, kolejnych 21 producentów w 31-100 punktach. Sprzedaż internetową proponuje ponad 13% producentów. Jeśli firma posiada własny salon, to w przypadku 40 producentów liczba ich nie przekracza trzech. Natomiast liczba firm, które deklarują sprzedaż w formie franczyzy i hurtowni wynosi odpowiednio 3 i 2 firmy.

Z tymi i innymi ważnymi wynikami analizy profilu producentów mebli tapicerowanych można zapoznać się w raporcie opracowanym przez

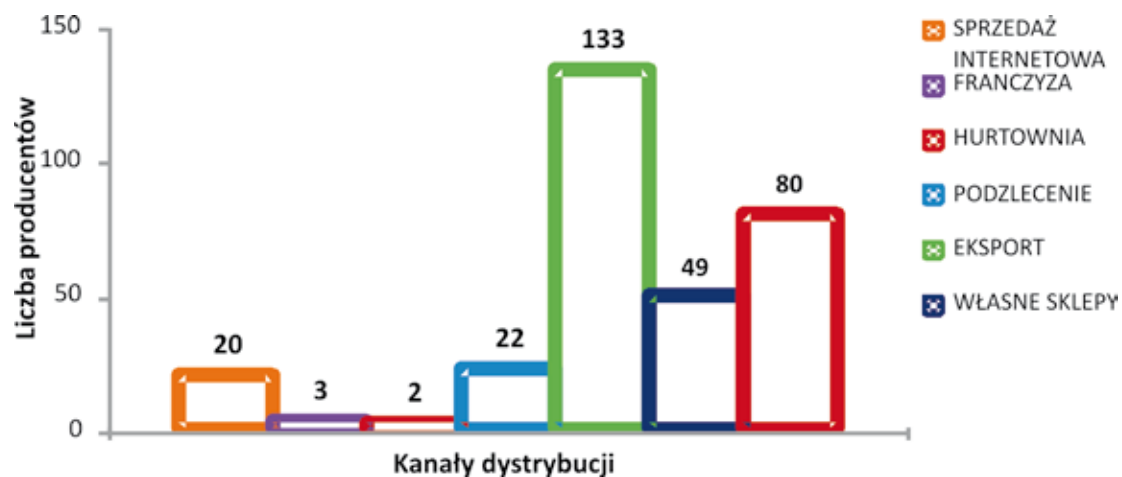
B+R Studio „Analiza rynku tapicerowanych mebli wypoczynkowych”. Zawarto w nim informacje m.in. o rodzaju produkowanych mebli tapicerowanych i o przedziale cenowym oferty. Znaczną część raportu stanowi katalog informacyjny o producentach. Oprócz tego zostały również uwzględnione informacje o materiałach wykończeniowych tj. skóra, tkanina i ekoskóra, oraz o materiałach dodatkowych, tj. drewno lite, płyta i metal. Ponadto zebrane i przedstawione zostały dane finansowe

ponad 100 firm na podstawie sprawozdań finansowych KRS. Z jednej strony raport „Analiza rynku tapicerowanych mebli wypoczynkowych” stanowi przegląd potencjalnych partnerów biznesowych, a jednocześnie z drugiej strony kompleksowe spojrzenie na ofertę konkurencji. Bez wątplenia to strategiczna wiedza do przygotowania się do rozwoju sieci kontaktów handlowych, oceny atrakcyjności własnej oferty czy modyfikacji strategii.



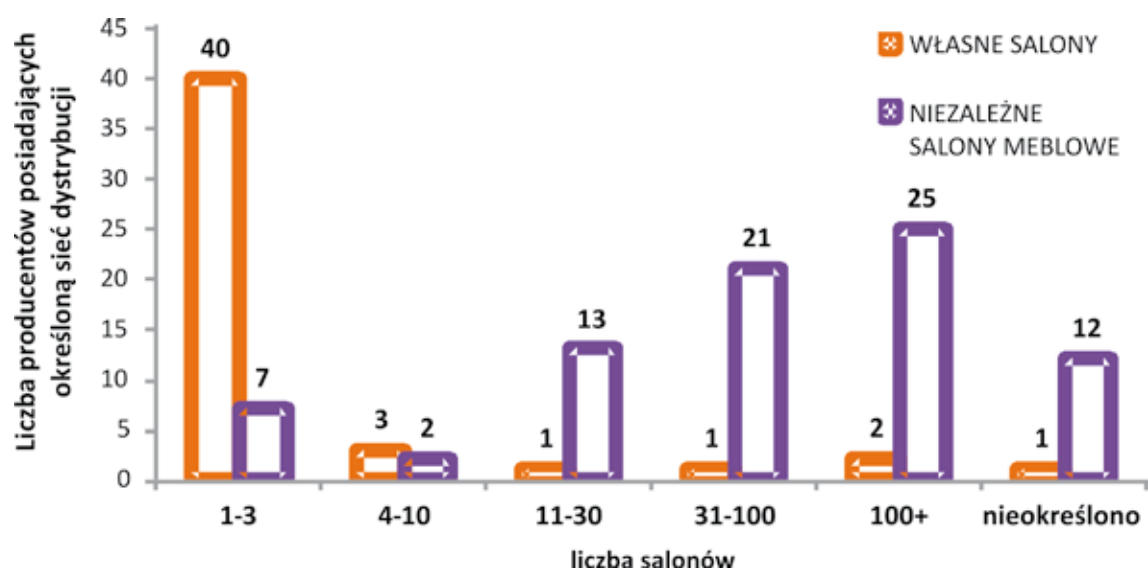
WYKRES1. KANAŁY DYSTRYBUCJI GŁÓWNYCH PRODUCENTÓW WYPOCZYNKOWYCH MEBLI TAPICEROWANYCH.

\* NA PODSTAWIE GRUPY 500 DUŻYCH I ŚREDNICH FIRM.



WYKRES2. STRUKTURA WIELKOŚCI DYSTRYBUCJI POPRZECZ SALONAMI WŁASNYMI I NIEZALEŻNYMI SALONAMI WSPÓŁPRACUJĄCE. DANE NA PODSTAWIE WŁASNYCH OBLICZEŃ.

DANE NA PODSTAWIE WŁASNYCH OBLICZEŃ.



PROJEKT EDUKACYJNY ZDROWE BIURO

# ZDROWE BIURO TO ZDROWY STYL ŻYCIA

1,1 miliona rowerów – tyle rocznie kupują dziś Polacy wg magazynu Forbes. Na pierwszy rzut oka ta informacja ma niewiele wspólnego z naszą branżą, ale tylko na pierwszy. To o ćwierć miliona więcej niż w 2008 roku. To także wymierne świadectwo tego, jak bardzo zmienia się nasz styl życia i jak bardzo zmieniają się potrzeby, także te dotyczące mebli biurowych.

🕒 KRZYSZTOF POGORZELEC, MARKETING MANAGER POLAND MARTELA SP. Z O.O.

Zmiana w trybie życia to nie tylko ilość sprzedanych rowerów – to szukanie rozwiązań korzystniejszych, bardziej dopasowanych do nowych potrzeb. Praca do 67. roku to zmiana, która wpłynęła na ludzi sprawiając, że zaczęli się zastanawiać, w jakiej kondycji fizycznej będą po 60-tce. Polacy coraz więcej biegają, jeżdżą rowerem

czy uprawiają inne sporty. Szukają sposobów, aby utrzymać dobre zdrowie między trzydzistką a pięćdziesiątką, a zwłaszcza po czterdziestce.

Producenci mebli biurowych muszą obserwować szeroki horyzont zmiany trendów społecznych i stylów życia użytkowników swoich



CELEM PROJEKTU EDUKACYJNEGO ZDROWE BIURO JEST UPOWSZECHNIENIE WIEDZY O TYM, JAK STWORZYĆ ZDROWE ŚRODOWISKO PRACY OPARTE O PRZESTRZEŃ, KTÓRA JEST WYPOSAŻONA W NOWOCZESNE, ERGONOMICZNE MEBLE, A JEJ ARANŻACJA ODPOWIADA RZECZYWISTYM POTRZEBOM ZADAŃ PRACOWNIKÓW. FOT. MARTELA







produktów. Nasze stanowiska pracy towarzyszą ludziom przez większą część dnia i w realny sposób kształtują ich jakość życia, efektywność wykonywania zadań i ogólne samozadowolenie. Skala tego, jak producenci mebli oddziałują na codzienność i przyszłość milionów Polaków, jest ogromna. Ale ogromne jest także zapotrzebowanie na użyteczne, wygodne i ergonomiczne biura, i stale rośnie.

Powód jest prosty – wystarczy przyrzeć się statystykom takim, jak choćby badanie pracowników biurowych w Europie przeprowadzonym przez Ipsos: 46% pracowników biurowych w Europie skarży się na ból pleców przynajmniej raz w tygodniu. Podobnie minimum raz w tygodniu ból szyi doskwiera 44% z nich. Prawie 60% Europejczyków uważa, że największym problemem w biurze jest hałas, który przeszkadza im pracować oraz negatywnie wpływa na samopoczucie i możliwość koncentracji.

Z jednej strony mamy więc zmianę stylu życia, czemu towarzyszy oczekiwanie, że środowisko w pracy i w domu będzie sprzyjało dbaniu o zdrowie. Z drugiej zaś mamy wciąż negatywny wpływ mebli biurowych niedostosowanych do potrzeb ergonomicznych.

Odpowiedzią na tę sytuację jest projekt edukacyjny Zdrowe Biuro. Jego celem jest upowszechnienie wiedzy o tym, jak stworzyć zdrowe środowisko pracy oparte o przestrzeń, która jest wyposażona w nowoczesne, ergonomiczne meble, a jej aranżacja odpowiada rzeczywistym potrzebom zadań pracowników. Stosowanie kryteriów ergonomii w biurze jest bezpośrednio związane z efektywnością pracy poszczególnych pracowników oraz całej organizacji, co wpływa na sytuację finansową firmy oraz na zdrowie i samopoczucie pracowników. Tych samych, którzy kupują owe 1,1 miliona rowerów rocznie i coraz częściej zwracają uwagę na swoje zdrowie.

Z punktu widzenia firmy zaniebdania w zakresie stworzenia ergonomicznego stanowiska pracy poza odpowiedzialnością prawną prowadzą do wzrostu kosztów firmy spowodowanych absencjami, leczeniem i odszkodowaniami. Jeżeli stanowisko pracy jest mało przyjazne użytkownikowi to pracownicy odczuwają zwiększony poziom zmęczenia. Większe zmęczenie prowadzi do zmniejszenia wydajności pracy, zmniejszenia czujności i większej podatności na popełnianie, nieraz bardzo kosztownych, błędów. Zdarzyć się może, że błąd będzie polegał np. na niewłaściwej interpretacji danych, co może spowodować znaczne straty ekonomiczne w firmie.

Z punktu widzenia pracownika ważne jest, aby pracodawca rozumiał i wspierał jego dążenie do lepszego stylu życia i polepszenia ogólnego samopoczucia. Dzięki temu pracownik będzie chętniej przychodził do pracy i zostawał w niej dłużej. Dlatego normą stają się biurka o regulowanej wysokości czy zaawansowane technologicznie fotele pracownicze sprawiające, że pracownik czuje się znacznie mniej zmęczony i to pomimo wielu godzin spędzonych przed komputerem.

Pracodawcy chcą optymalnie wykorzystać potencjał, możliwości i umiejętności pracowników. Mogą to zrobić poprzez zapewnienie im jednocześnie wysokiej klasy sprzętu biurowego oraz jak najlepszych ogólnych warunków pracy. W tym celu muszą zaaranżować przestrzeń pracy, bazując na meblach ze średniego i wyższego segmentu, które dają możliwość indywidualnego przygotowania stanowiska pracy, mając na uwadze nie tylko jej charakter pracy, ale



JEŻELI STANOWISKO PRACY JEST MAŁO PRZYJAZNE UŻYTKOWNIKOWI TO PRACOWNICY ODCZUWAJĄ ZWIĘKSZONY POZIOM ZMĘCZENIA. WIĘKSZE ZMĘCZENIE PROWADZI DO ZMNIJSZENIA WYDAJNOŚCI PRACY, ZMNIJSZENIA CZUJNOŚCI I WIĘKSZEJ PODATNOŚCI NA POPEŁNIANIE, NIERAZ BARDZO KOSZTOWNYCH, BŁĘDÓW. FOT. MARTELA



i posturę, wzrost oraz wagę pracowników. Segmenty wyższe rynku mebli biurowych będą się rozwijać, jeśli wartością dodaną do produktów jako takich będą wygoda użytkownika, korzystny wpływ na użytkownika i jego otoczenie oraz ich długowieczność.

Skoro Polacy coraz intensywniej poszukują zdrowego stylu życia, to będą poszukiwać także zdrowego biura. A pracodawcy, tak jak coraz częściej wymiennie nagradzają jazdę do pracy rowerem, tak będą zapewniać środowisko pracy odpowiadające potrzebom jego użytkowników. Poszukiwanie zdrowia na co dzień znajduje swoje odbicie w ergonomicznych stanowiskach pracy, pokojach konferencyjnych czy meblach do przestrzeni wspólnych.



IMA – KLESSMANN

# ZMODERNIZOWANA WERSJA JEDNOSTRONNEJ OKLEINIARKI

Pod koniec tego roku ruszy w nowym zakładzie produkcyjnym IMA Polska w Środzie Wlkp. produkcja nowej wersji jednostronnej okleiniarki wąskich płaszczyzn typ Advantage 320, 400 i 400 L.

 PIOTR DOMAŃSKI, PREZES IMA POLSKA, KTÓRA JEST SPÓŁKĄ NIEMIECKIEGO PRODUCENTA MASZYN DO PRZEMYSŁU MEBLARSKIEGO IMA KLESSMANN

Jak wiadomo jednostronne okleiniarki potrzebne są nie tylko mniejszym producentom mebli, ale również dużym, jako urządzenia do okleiniowania wąskich elementów oraz do wykonywania bardzo krótkich serii lub pojedynczych elementów.

Okleiniarki IMA typu Advantage cieszą się na polskim rynku pozytywną opinią użytkowników ze względu na ich małą awaryjność oraz niezmienną jakość okleiniowania elementów mimo wielu lat eksploatacji. Ich w miarę duża wydajność wynikająca z posuwu elementów do 20 m/min sterowanego bezstopniowo w zakresie 14 – 20 m/min dla wszystkich grubości obrzeży oraz okleiniowania podłużnego i poprzecznego zaszerogowuje ją w kategorii okleiniarek o średniej wielkości.

System sterowania maszyny ICOS Expert oparty jest na komputerze PC zintegrowanym z SPS i elektronicznym sterowaniem drogi. Obsługa systemu oparta jest na ekranie dotykowym i umożliwia zapisanie max. 1000 programów obróbczych. System sterowania przygotowany jest do internetowej współpracy z portalem serwisowym.



## PARAMETRY TECHNICZNE OKLEINIAREK SERII ADVANTAGE:

Typ okleiniarki	Advantage 320	Advantage 400	Advantage 400 L
Szybkość posuwu elementu:	14 – 20 m/min		
Min długość elementu:	150 mm		
Szerokość elementu:	65*/150 mm [*przy maks. Grubości 25 mm ]		
Grubość elementu:	8 mm 12 mm z cykliną profilową do 60 mm wraz z kopiowaniem naroży		
Najmniejszy możliwy element:	65x380 / 150x380x19mm		
Grubość obrzeża z rolki:	0,3 – 3mm		
Grubość obrzeża z forniru lub obtogi	0,5 – 3 mm		
Grubość listew drewnianych	Nie możliwe	3,0 – 12 mm	3,0 – 12 mm
Wysokość obrzeża	Min 12 mm Max 65 mm		
Profile krawędzi elementów meblowych:	Obrzeża papierowe ca 0,4 mm – faza 15 stopni Obrzeże z tworzywa sztucznego – do 3 m promień zależny od narzędzia		
	Nie możliwe	Frezowanie wyrównujące	

MOŻLIWE WYPOSAŻENIE OKLEINIAREK SERII ADVANTAGE:

	Advantage 320	Advantage 400	Advantage 400 L
	Linia do wprowadzania elementów <u>Uwaga: Linia przestawiany ręcznie lub w opcji w ramach pakietu automatyzacyjnego za pomocą osi.</u>		
	Docisk górny elementu – kółka gumowe		
	lub w opcji Docisk górny elementu w – szeroki pas dociskowy 70 mm		
	W opcji - natrysk płynu antyadhezyjnego		
	W opcji - agregat do wstępnego frezowania krawędzi elementu z dyszami zdmuchującymi. - wyposażony w dwa silniki o mocy 4 kW, 8.800 1/min, 150 Hz, ze statyczną przetwornicą częstotliwości, z aluminiowymi głowicami frezarskimi o średnicy 125 mm z wymiennymi nożami skrawającymi.		
	Agregat okleinujący wyposażony z napędem paskowym (szeroki pasek zębaty) wyposażony w: - Garnek klejowy o pojemności 0,8 l i wysokości nakładania kleju 60 mm. - pneumatyczny system mocowania garnka klejowego - W boczny trzewik prowadzenia garnka klejowego ( naroże elementu nie uderza w wałek do nanoszenia kleju) - elektroniczna regulacja temperatury dla dwóch obwodów grzewczych - napędzany główny wałek dociskowy z regulacją prowadzenia obrzeża na wysokość i 5 szt. pomocniczych rolek dociskowych - nowoczesny system napędu agregatu zsynchronizowany z posuwem elementu. Napęd paskowy ( pasy zębate) wałców podających obrzeże, garnka klejowego oraz głównej roli dociskowej. <u>Uwaga: Strefa docisku przestawiana ręcznie lub w opcji w ramach pakietu automatyzacyjnego za pomocą osi.</u>		
	Agregat do kapowania nadmiaru obrzeża na narożach zawieszony na górnym docisku z pneumatycznym przestawianiem pił na cięcie proste i od kątem 8 stopni wyposażony w: - jeden silnik o mocy 660 W, 200 Hz , 12.000 1/min - w dwie płyty tarczowe o średnicy 160 mm - w statyczną przetwornicę częstotliwości i z elektronicznym hamowaniem wrzeciona		
	W opcji - (Absolutna nowość w tym standardzie okleinarek – patent IMA ) Servo agregat do kapowania nadmiaru obrzeża – agregat wyposażony jest w napęd servo, który umożliwia kapowanie nadmiaru obrzeża na narożach bez stosowanie trzewików tastujących wyposażony w: - jeden silnik o mocy 660 W, 200 Hz , 12.000 1/min - w dwie płyty tarczowe o średnicy 160 mm - w statyczną przetwornicę częstotliwości i z elektronicznym hamowaniem wrzeciona		
	W opcji - promiennik do podgrzewania krawędzi elementu o mocy 2 x 1,5 kW i długości 300 mm		

	Advantage 320	Advantage 400	Advantage 400 L
	Nie wchodzi w zakres dostawy	Agregat do wstępnego frezowania krawędzi obrzeża lub do frezowania wyrównującego listew. - Frezowanie proste lub możliwość wychylenia silników do 25 stopni z tastowaniem na wysokość oraz tastowaniem bocznym. - z dwupunktowym mechanizmem zapewniającym automatyczne przestawianie z obrzeża cienkiego na grube oraz automatyczne przestawianie pionowe – frezowanie wstępne obrzeża lub frezowanie wykończeniowe.	
	Agregat do profilowej obróbki dolnej i górnej wzdłużnej krawędzi elementów i kopiownia naroży SKF – pneumatyczny z urządzeniem do szybkiej wymiany silników (zmiana promienia zaokrąglenia krawędzi i naroży) - Rolka tastująca o średnicy 70 mm - dwa silniki o mocy 180 W i dwa silniki o mocy 400 W, obroty narzędzia 12.000 1/min - średnica narzędzi 80 mm mocowane za pomocą HSK 25. - Max grubość elementu 60 mm. - Min luka między elementami 400 mm. Uwaga: Agregat przestawiany ręcznie lub w opcji w ramach pakietu automatyzacyjnego za pomocą osi.		
	Agregat cyklony profilowej do wygładzania dolnego i górnego profilu krawędzi obrzeża z tworzywa sztucznego. Nóż cyklony profilowej zamocowany w imaku do szybkiej wymiany. Z poziomym i pionowym tastowaniem. Po wyłączeniu agregatu odsuwany jest on automatycznie ze strefy roboczej. Uwaga: Agregat przestawiany ręcznie lub w opcji w ramach pakietu automatyzacyjnego za pomocą osi.		
	W opcji - natrysk płynu czyszczącego		
	Samotastujący agregat cyklony płaskiej przeznaczony do usuwania resztek kleju spoiny klejowej z tastowaniem na wysokość i bocznym z dyszami do zdmuchiwania. Konstrukcja agregatu umożliwia perfekcyjną obróbkę również elementów oklejonych folią ochronną.		
	Agregat polerujący z dolnym i górnym silnikiem o mocy 180 W każdy.		
	W opcji - pakiet automatyzacyjny przeznaczony do automatycznego przestawiania za pomocą osi liniatu do wprowadzania elementów, strefy docisku w agregacie okleinującym, agregatu SKF przeznaczony do profilowej obróbki krawędzi wzdłużnych elementu oraz kopiowania naroży oraz cyklony profilowej. Uwaga: Pakiet automatyzacyjny umożliwia przestawianie w/w agregatów z poziomu sterowania maszyny. Np. w przypadku zmiany grubości obrzeża z 2 mm na 1,8 mm wystarczy do programu obróbczego wprowadzić korektę i wówczas okleinarka przestawi się automatycznie, a krawędzie elementów będą właściwej jakości.		



PIĄTA EDYCJA DESIGNU UDOMOWIONEGO

## NOC W POSZUKIWANIU DESIGNU

Tegoroczna, piąta edycja DESIGNU UDOMOWIONEGO we wrocławskiej Galerii Wnętrz DOMAR zwyczajowo już rozpoczęła się od NOCY Z DESIGNEM – okazji do spotkań, rozmów, dobrej zabawy i poznawania dobrego polskiego designu. W tym roku organizatorzy zaprosili nas w prawdziwą podróż w czasie: od lat 50. i 60. XX wieku po przyszłość polskiego wzornictwa, rysującą się coraz ciekawiej w projektach jego młodych adeptów.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW PROFUNDO

Ponad 4 tysiące wrocławian, którzy odwiedzili tego ciepłego wiosennego wieczora Galerię Wnętrz DOMAR, miało okazję przekonać się, że dobry design zawsze warto było udomowić. Fotele Romana Modzelewskiego, śmielowskie figurki i inne przedmioty „zamieszkujące” w domu historyka sztuki, Krystyny Łuczak-Surówki, to przykład tego, jak urokliwe, piękne i praktyczne – nawet w naszych czasach – mogą być dobrze zaprojektowane przedmioty pochodzące ze „złotej ery” polskiego designu – lat 50. i 60. Nic dziwnego, że wielu z nas ma do nich szczególny sentyment i chętnie z nich korzysta pomimo upływu czasu. Dowiedli tego wrocławianie, którzy na apel Galerii Wnętrz DOMAR i wrocławskich mediów zgłosili dziesiątki przedmiotów pochodzących z tamtych dekad. Na specjalnej ekspozycji pojawiły się m.in. popularne fotele projektu Józefa Chierowskiego i pralka Frania – najlepsza przyjaciółka polskich gospodyń.

### W poszukiwaniu nowych ikon

Nie tylko przeszłość, również współczesne polskie wzornictwo ma wiele do zaoferowania. 36 nowości zaprezentowanych w folderze promującym tegoroczną edycję DESIGNU UDOMOWIONEGO to zaledwie wycinek tego, co można było podziwiać w poszczególnych salonach podczas NOCY Z DESIGNEM. Galeria Wnętrz DOMAR gości u siebie wiele ambitnych, aktywnych marek, które co roku chcą zaskakiwać klientów nowymi pomysłami i proponować innowacyjne produkty. Można więc być pewnym, że wybierając się tam na wnętrzarskie zakupy trafimy na meble i inne przedmioty, które w przyszłości mają szansę stać się nowymi polskimi klasykami. Uczestnicy NOCY Z DESIGNEM nie dali się dwa razy namawiać na poszukiwania designu do udomowienia: wypróbowali krzesła, siadali na sofach, testowali stoły i meble kuchenne. Z dużym zainteresowaniem oglądali też przygotowane specjalnie na tegoroczny DESIGN UDOMOWIONY wystawy: projekty powstałe w ramach programu NOWA FORMA SWARZĘDZ 2012, prace studentów poznańskiego Uniwersytetu Artystycznego i wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych, najnowsze propozycje słynnej designerskiej marki Alessi i polską Porcelanę KRISTOFF.

DESIGN UDOMOWIONY trwał do 30 czerwca 2013 roku i do końca miesiąca można było oglądać wszystkie otwarte podczas NOCY Z DESIGNEM wystawy, a także uczestniczyć w ciekawych wykładach i spotkaniach.



36 NOWOŚCI ZAPREZENTOWANYCH W FOLDERZE PROMUJĄCYM TEGOROCZNĄ EDYCJĘ DESIGNU UDOMOWIONEGO TO ZALEDWIE WYCINEK TEGO, CO MOŻNA BYŁO PODZIWIĄĆ W POSZCZEGÓLNYCH SALONACH PODCZAS NOCY Z DESIGNEM. FOT. PROFUNDO

### Design nie ma sensu! Dobry design ma sens!

Galeria Wnętrz DOMAR połączyła w tym roku swoje siły ze Szkołą Wyższą Psychologii Społecznej, aby dzięki w ramach organizowanej 13 czerwca wspólnie konferencji „Design nie ma sensu!” dostarczyć swoim partnerom i kontrahentom, przedstawicielom branży wyposażenia wnętrz z Dolnego Śląska, projektantom oraz studentom kierunków projektowych praktycznej wiedzy dotyczącej różnych zagadnień związanych z wdrażaniem wzornictwa w organizacjach oraz z budowaniem strategii tego rodzaju działań. Partnerami merytorycznymi konferencji



były: Wyższa Szkoła Psychologii Społecznej we Wrocławiu, Wydział Grafiki Wyższej Szkoły Psychologii Społecznej we Wrocławiu oraz Harvard Business Review.

Już pierwsza prezentacja, przygotowana przez Bartosza Zamirowskiego oraz dział marketingu DOMAR S.A., jasno dowiodła, że co prawda każdy z nas ma własną definicję „designu”, ale nie oznacza to wcale, że są to definicje właściwe. Design to dla nas najczęściej synonim efektownej formy, modnego trendu, ładnego wyglądu produktu. Bardziej skłonni jesteśmy, by powiązać go z modą niż z przemysłem, a już sporadycznie przychodzi nam do głowy to, że mógłby on służyć rozwiązywaniu jakichś konkretnych problemów.

Tymczasem w designie, zgodnie ze słowami jednego z kolejnych prelegentów, prof. Michaela Fleischera, wcale „nie chodzi o to, żeby coś zaprojektować”. Chodzi o to, by zrozumieć mechanizm tworzenia i używania świata.” Co pomaga nam zrozumieć np. zachowania zakupowe klientów? Tomasz Zaleskiwicz, kierownik Katedry Psychologii Ekonomicznej oraz Centrum Badań nad zachowaniami Ekonomicznymi przy SWPS, bardzo ciekawie opowiedział o sile kontekstu, która sprawia, że jedna i ta sama oferta może wydawać się niezwykle atrakcyjna lub nie zwracać w ogóle uwagi kupujących. Z kolei Tomasz Wiktorski z B+R studio przedstawił konkretne wyniki badań dokumentujące popyt na wyposażenie wnętrz, a zwłaszcza meble na polskim rynku. Statystyczny Polak najchętniej robi zakupy w dużym centrum meblowym, a wychodzi stamtąd najczęściej z meblami do jadalni lub salonu. Jednak w obliczu kryzysu wielu z nas „zablokowało” tymczasowo meblowe zakupy, co w przyszłości może zaowocować wzmożonym popytem.

Michał Grech, pracownik Instytutu Grafiki SWPS zajmujący się przedstawianiem wyników badań nad tym, jak Polacy prezentują swój styl życia w komunikacji, ale również w konsumpcji: jakie marki, produkty wybierają, co traktują jako oznakę prestiżu. Koncepcję nowego narzędzia badawczego, pozwalającego poznać sprzedawcom oczekiwania klienta, przedstawił Szymon Hanczar, projektant biorący udział w poprzedzających konferencjach warsztatach „(Prze)myśleć przestrzeń”. Interdyscyplinarny zespół projektowy stworzył podczas nich rodzaj ankiety mogącej służyć do badań np. w salonach meblowych.

Projektowanie „pod wpływem impulsu”, bez uwzględnienia potrzeb klientów czy ich możliwości zakupowych, może się zakończyć fiaskiem. Michalina Mendelewska, dyrektor ds. rozwoju Bizzarto i Tombea opowiedziała o tym, jak ucząc się na błędach jej firma wypracowała sku-

teczną metodologię rozwoju produktu. To bardzo istotne, bo tworzenie dobrego designu wymaga sporych nakładów, co potwierdziła w swoim wystąpieniu Anna Vonhausen, dyrektor kreatywna SITAG Formy Siedzenia. O wysokiej cenie projektowych błędów, groźnej zwłaszcza dla małych i średnich przedsiębiorstw, mówił też Zbigniew Sobierajski, przedsiębiorca i propagator rozwoju produktu przez ergonomię i dobre wzornictwo. Jednocześnie trudno chyba znaleźć w Polsce kogoś, kto byłby większym zwolennikiem współpracy przemysłu z projektantami i rozwoju firm poprzez innowacyjność.

Michał Drózd, dyrektor działu strategicznego zarządzania wzornictwem ZELMER, niezwykle obrazowo opowiedział o przyczynach nieudanej współpracy między firmami i projektantami. Brak briefu, nieświadomość potrzeb rynku i firmy, „designowanie”, nieumiejętność kompleksowego budowania oferty – wszystko to prowadzi do marnotrawstwa, strat, konfliktów.

Jednocześnie jednak dobry, doświadczony projektant może wnieść do firmy nowe, świeże spojrzenie i zaproponować nowe, atrakcyjniejsze produkty i skuteczniejsze rozwiązania. Katarzyna Okińczyc, projektantka, stwierdziła, że czasem projektant musi być „zabójcą”, niszczącym z premedytacją pewne schematy myślenia, przestarzałe wzory, nieatrakcyjne wizerunki, niefunkcjonalne rozwiązania. Ciekawe informacje na temat tego w jakim zakresie mogą być pomocni projektanci zaprezentował też Hubert Anyżewski, wiceprezes Use Lab i specjalista w zakresie projektowania user experience.

Wrocławska konferencja pokazała dobitnie, że wszyscy zainteresowani rozwojem dobrego polskiego wzornictwa są zgodni co do tego, że musimy się jeszcze wiele nauczyć, jeśli chodzi o rozumienie istoty designu i jego wdrażanie. Zmiany potrzebne są na wszystkich poziomach: od polityki rządu, po sposób kształcenia projektantów i świadomość konsumentów. Katarzyna Świętek, marketing manager DOMAR S.A., podsumowując konferencję, zwróciła też uwagę na to, że konferencja „Design nie ma sensu” przybrała formułę dzielenia się wiedzą pochodzącą od różnych grup osób związanych z polskim wzornictwem.

– Od początku dążyliśmy do nadania naszej konferencji edukacyjnego charakteru, wpisania w jej program jak najbardziej ciekawych i inspirujących wystąpień, reprezentujących różne obszary wiedzy i różne doświadczenia. Wydaje nam się, że ta wymiana była w tym roku bardzo owocna i doprowadziła wielu uczestników konferencji do przemyślenia własnego podejścia do zjawiska nazywanego designer – powiedziała.



PRELENTAMI KONFERENCJI „DESIGN NIE MA SENSU!” BYLI M.IN. (OD LEWEJ): ANNA VONHAUSEN, DYREKTOR KREATYWNA SITAG FORMY SIEDZENIA, PROF. MICHAEL FLEISCHER CZY HUBERT ANYŻEWSKI, WICEPREZES USE LAB I SPECJALISTA W ZAKRESIE PROJEKTOWANIA USER EXPERIENCE. FOT. PROFUNDO

TARGI MEBLE POLSKA

## MYŚL GLOBALNIE

– Nie ma w tej chwili lepszego sposobu promocji niż udział w targach MEBLE POLSKA w Poznaniu – powiedział podczas minionej edycji tego wydarzenia, w wywiadzie dla targowej telewizji, Jan Szynaka.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW MTP

Prezes firmy Szynaka-Meble – jednego z liderów polskiej branży meblarskiej – podobnie jak wielu innych uczestników tegorocznych targów meblowych w Poznaniu był wyraźnie pod wrażeniem ich międzynarodowego charakteru oraz wypełnionych handlowcami pawilonów. Wiele wskazuje na to, że podczas edycji 2014, która odbędzie się w dniach 18-21 lutego, znów zostaną pobite wszelkie rekordy dotyczące udziału kupców meblowych z kraju i zagranicy.

### Zajmij pole position

Po tegorocznej wizycie w Poznaniu w fachowej prasie zagranicznej ukazały się entuzjastyczne artykuły na temat targów MEBLE POLSKA oraz kondycji i potencjału polskiej branży meblowej.

– Targom MEBLE POLSKA udało się w tym roku dokonać ostatecznego przełomu i ponownie stały się wiodącymi targami czołowego eksportera mebli na świecie – pisał w relacji z Poznania niemiecki „Moebelmarkt”.

Zdaniem zastępcy redaktora naczelnego Gerarda Schultheissa Poznań odzyskał stałe miejsce w europejskim kalendarzu najważniejszych targów branży meblowej – obok Kolonii, Moskwy, Mediolanu i Brukseli. Brytyjski „Cabinet Maker” twierdzi, że targi MEBLE POLSKA to bezcenna inwestycja w przyszłość. – Jeśli chcesz, by Twoja firma wyprzedzała konkurencję, odwiedź MEBLE POLSKA i zajmij pole position – radził artykuł podsumowujący poznańskie wydarzenie.

Podobnie pochlebnie pisał o targach MEBLE POLSKA konkurencyjny magazyn „The Furniture News”, którego zdaniem rosnące zainteresowanie imprezą wśród kupców zagranicznych potwierdza, że w ciągu ostatnich trzech lat MEBLE POLSKA utwierdziły swoją pozycję na meblowej mapie Europy. Także media z Europy Wschodniej doceniają siłę tego wydarzenia. – Poznańskie targi meblowe to doskonała trampolina do europejskich rynków, nie tylko dla polskich, ale także zagranicznych firm – podsumowała raport z Poznania dziennikarka rosyjskiego magazynu „Mebelszik”.

### Kupcy z 48 państw

Kto chce odnosić sukcesy w sprzedaży mebli i dotrzeć z ofertą do kupców meblowych w kraju i za granicą, musi być obecny w Poznaniu. Tegoroczna ekspozycja zajęła powierzchnię 31000 m<sup>2</sup>. Wśród prawie 200 wystawców byli niemal wszyscy liderzy rynku. Ale co najważniejsze – targi odwiedzili kupcy meblowi z 48 państw. Wśród ponad 15000 zwiedzających aż 24 proc. stanowili handlowcy z zagranicy. Oprócz polskich gości najliczniej reprezentowani byli kupcy meblowi z Niemiec, Czech, Litwy, Wielkiej Brytanii, Rosji, Słowacji, Belgii, Francji, Ukrainy, Węgier, Łotwy, Holandii, Rumunii, Białorusi, Hiszpanii, Szwecji i Estonii. Ale obecni byli także goście z tak egzotycznych rynków jak Azerbejdżan, Libia, Mongolia, Paragwaj czy Nowa Zelandia.

– W przyszłym roku spodziewamy się jeszcze większej liczby polskich i zagranicznych kupców. Będziemy kontynuować program obsługi profesjonalnych zwiedzających obejmujący specjalne pakiety kupieckie (przyp. red. – bezpłatny wstęp, miejsce parkingowe i catering) oraz program VIP dla kluczowych handlowców i przedstawicieli grup kupieckich – mówi Józef Szyszka, dyrektor targów MEBLE POLSKA.

Kupcy reprezentujący wyjątkowo duży potencjał (zwłaszcza przedstawiciele największych sieci meblowych) mają możliwość nieodpłatnego korzystania ze specjalnie dla nich zaaranżowanych pomieszczeń, służących



TEGOROCZNA EKSPOZYCJA MEBLE POLSKA ZAJĘŁA POWIERZCHNIĘ 31000 M<sup>2</sup>. WŚRÓD PRAWIE 200 WYSTAWCÓW BYLI NIEMAL WSZYSCY LIDERZY RYNKU. FOT. MTP



im za tymczasowe biura i miejsca spotkań, i gwarantujących komfortowe warunki pracy oraz pełną dyskrecję niezbędną przy prowadzeniu negocjacji biznesowych.

W przyszłym roku podobnie jak podczas edycji 2013 w ramach realizowanego na zlecenie Ministerstwa Gospodarki Branżowego Programu Promocji Branży Meblowej, którego MEBLE POLSKA są elementem, poznańskie targi meblowe odwiedzą zorganizowane grupy dystrybutorów mebli oraz dziennikarze z Niemiec, Rosji, Ukrainy, Wielkiej Brytanii i Francji. Organizator zapowiada także przygotowanie misji przyjazdowych kupców meblowych z Kazachstanu, Czech, Litwy i Estonii.

### Targi już w lutym

Przyszłoroczna edycja odbędzie się w lutym, około 3 tygodnie wcześniej niż ostatnio. Głównym powodem zmiany jest rosnące znaczenie poznańskich targów meblowych na arenie międzynarodowej. Dotychczasowy termin kolidował z wydarzeniami branży meblowej organizowanymi w Azji, przez co wystawcy i zwiedzający biorący w nich udział nie mogli uczestniczyć w targach MEBLE POLSKA. Lutowy termin nie zmienia

jednak nic, jeśli chodzi o komfort prowadzenia rozmów biznesowych podczas targów. Wszystkie pawilony, w których zlokalizowana będzie ekspozycja, połączone są w jeden kompleks specjalnymi łącznikami. Podobnie jak w roku 2013 targom MEBLE POLSKA towarzyszyć będą Targi Wnętrz HOME DECOR oraz wydarzenie poświęcone nowoczesnemu wzornictwu arena Design.

### Promocyjne ceny do 31 października

Sukces tegorocznej edycji sprawił, że już w trakcie targów MEBLE POLSKA 2013 część wystawców zarezerwowała stoiska na rok 2014. Cały czas wpływają do organizatora kolejne zgłoszenia od firm chcących uczestniczyć w targach. Dlatego ilość dostępnej powierzchni w dotychczasowej lokalizacji z każdym tygodniem jest coraz mniejsza. – Ale miejsca starczy dla wszystkich. W razie potrzeby poszerzymy ekspozycję o kolejne pawilony – mówi dyrektor Szyszka. Nie warto jednak zwlekać ze zgłoszeniem, ponieważ do końca października obowiązują specjalne, promocyjne ceny udziału w targach.



TARGI ODWIEDZILI KUPCY MEBLOWI Z 48 PAŃSTW. WŚRÓD PONAD 15000 ZWIEDZAJĄCYCH AZ 24 PROC. STANOWILI HANDLOWCY Z ZAGRANICY.

FOT. MTP

TARGI SoFAB 2013

## SoFAB DESIGN I STREFA PROJEKTANTÓW TKANIN

SoFab Design to konkurs na najlepszy projekt tkaniny obiciowej do mebli tapicerowanych.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW MTP

Konkurs SoFab Design kierowany jest do wszystkich osób zajmujących się projektowaniem wzornictwa przemysłowego w tym do studentów Akademii Sztuk Pięknych. Przedmiotem SoFab Design jest projekt tkaniny obiciowej, która może być zrealizowana w różnych technikach: druk, techniki tkackie i wszelkie inne formy produkcji tkanin.

Jury konkursowe wyłoni zwycięzcę, którego tkaniny wyprodukowane zostaną według projektu. Zadanie przekształcenia wizji w produkt materialny, zostanie powierzone jednej z firm, która będzie wystawcą targów SoFab 2013 odbywających się w listopadzie w Poznaniu.

Wyprodukowana tkanina zostanie pokazana na gotowym meblu, wykonanym przez firmę – partnera, producenta mebli tapicerowanych. Prezentacja skończonego i w pełni użytecznego dzieła odbędzie się w czasie targów Meble Polska 2014.

Podczas Międzynarodowych Targów Materiałów Obiciowych i Komponentów do Produkcji Mebli Tapicerowanych SoFab 2013 zobaczyć będzie można, już po raz drugi, przestrzeń specjalną Strefy Projektantów Tkanin. Miejsce to zostanie oddane w ręce studentów pro-

jektujących tkaniny we wszelkich technikach, w których są tworzone tkaniny dekoracyjne i obciowe. Tak jak w roku ubiegłym, przekształci się ono w wystawę ubarwiającą i urozmaicającą targi SoFab. Najzdolniejsi studenci Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzebińskiego w Łodzi, będą mieli szansę na zaprezentowanie swoich pomysłów oraz utworzenie sobie drogi do przyszłych sukcesów zawodowych.

Dużym zainteresowaniem odwiedzających targi SoFab cieszy się również Forum Trendów – Trend Design. Tegoroczna edycja, prowadzona jak zawsze przez wybitnego specjalistę, dra Marka Borowińskiego, koncentrować się będzie na tendencjach i trendach, jakie panować będą na rynku w roku 2014. Oprócz tematów związanych z designem, kolorami czy trendami w dziedzinie materiałów obiciowych, poruszone zostaną aspekty bardziej przyziemne, jednak niezwykle ważne dla działania firmy. E-Visual Merchandising, najnowsze trendy w komunikacji marketingowej, negocjacje handlowe czy rozwój i promocja marki – to również zagadnienia, jakie czekają na uczestników Forum Trendów.



STREFA PROJEKTANTÓW TKANIN NA TEGOROCZNYCH TARGACH SoFAB ZOSTANIE ODDANA W RĘCE STUDENTÓW PROJEKTUJĄCYCH TKANINY WE WSZELKICH TECHNIKACH. FOT. K. ORLIKOWSKA