

meble plus

RYNEK
WZORNICTWO
MATERIAŁY
PRODUKCJA

nr 1-2020 / 230 / ISSN 1428-4693
cena 12,90 zł (w tym 8% VAT) / INDEKS 345652

Niepewna przyszłość

Co dalej
z polskimi
firmami?

Branża w dobie kryzysu

Jak koronawirus
przemeblował rynek

Meble wypoczynkowe
Najgłośniejsze premiery



ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W TEKSTYLIACH MEBLOWYCH

Ekologia staje się już nie tylko modą, ale też społecznym obowiązkiem. Konsumenci i przedsiębiorstwa sięgają coraz częściej po rozwiązania przyjazne środowisku.



OTO ZWYCIĘZCY NAJSTARSZEGO KONKURSU MEBLOWEGO W POLSCE!

Za nami kolejna, dziewiętnasta już edycja konkursu Meble Plus – Produkt 2020, organizowanego przez magazyn branżowy Meble Plus i portal Biznesmeblowy.pl.

**BIZNES
MEBLOWY**

colorimo®

szkło lakierowane

10
LAT
MARKI

KOLEKCJA STANDARD

szkło lakierowane o wysokim połysku



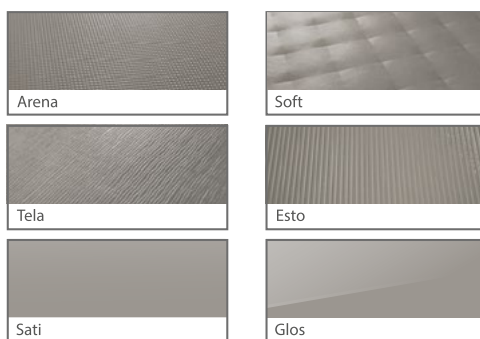
KOLEKCJA SATI

szkło lakierowane matowe



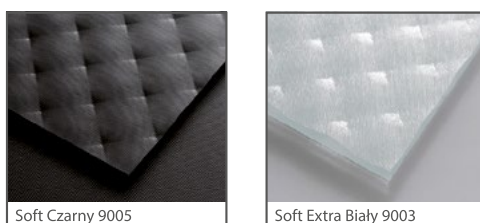
KOLEKCJA HEXI

szkło lakierowane z teksturą



KOLEKCJA ORNAMENT

szkło lakierowane trójwymiarowe



Produkty z **Kolekcji Standard** są dostępne w magazynie w standardowej grubości 4 mm i wymiarze 1605 x 2550 mm. Przy zachowaniu minimalnej ilości zamówienia, kolory mogą zostać wyprodukowane w grubościach 3, 5, 6, 8, 10 i 12 mm. Istnieje możliwość wykonania maksymalnego wymiaru 1800 x 4000 mm.

Produkty z **Kolekcji Sati** są dostępne w magazynie w standardowej grubości 4 mm i wymiarze 1605 x 2550 mm. Przy zachowaniu minimalnej ilości zamówienia, kolory mogą zostać wyprodukowane w grubościach 5, 6, 8, 10 i 12 mm. Istnieje możliwość wykonania maks. wymiaru 1800 x 3210 mm.

Produkty z **Kolekcji Hexi** są dostępne w magazynie w standardowej grubości 4 mm i wymiarze od 1605 x 2000 mm do 1000 x 3210 mm. Przy zachowaniu minimalnej ilości zamówienia, kolory mogą zostać wyprodukowane w grubościach 6, 8 mm. Istnieje możliwość wykonania maksymalnego wymiaru 1800 x 3210 mm (z wyłączeniem szkła ESTO).

Produkty z **Kolekcji Ornament** są dostępne w magazynie w standardowej grubości 4 mm i wymiarze 1000 x 3210 mm. Przy zachowaniu minimalnej ilości zamówienia, kolory mogą zostać wyprodukowane w grubościach 6, 8 mm. Istnieje możliwość wykonania maksymalnego wymiaru 1800 x 3210 mm.



Szkło Colorimo można ciąć, poddawać obróbce szlifowania, wiercenia, frezowania oraz grawerowania i piaskowania. Szkło Colorimo nie można jednak hartować. Szkło Colorimo można montować za pomocą silikonów i taśm dwustronnych. Zobacz kompatybilność szkła Colorimo na www.colorimo.eu

Kolory w niniejszej publikacji mogą różnić się od rzeczywistych. Zalecamy, aby decyzje zakupowe, były podejmowane na podstawie dystrybuowanych przez nas próbek szkła Colorimo.

Top-Stays

systemy otwierania
górných szafek



SE
SF ST
SQ

AMIX Sp. J.

Akcesoria meblowe
Rozwiązania systemowe

15-694 Białystok, Fasty
ul. Szosa Knyszyńska 6

tel.: +48 85 742 14 75
fax: +48 85 742 70 35

amix@amix.pl
www.amix.pl

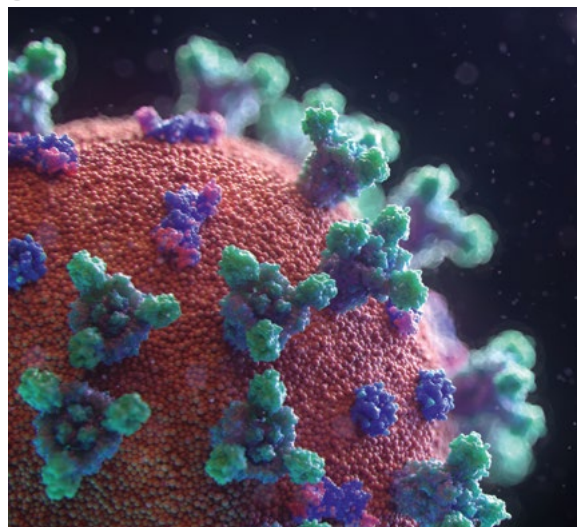
Znaleźliśmy się w zupełnie nowej rzeczywistości. Wszystkie dotychczasowe prognozy, przewidywania i plany okazały się zupełnie nieaktualne. Branża meblowa, jak zresztą wiele innych gałęzi gospodarki w Polsce, bardzo mocno ucierpiała z powodu szalejącej epidemii koronawirusa. Jak mocno? Ostrożne szacunki mówią o 17 miliardów zł straty i likwidacji co najmniej 40 tysięcy etatów. Badania wśród firm meblowych przeprowadzone przez B+R Analizy Rynku Meblarskiego pokazują to jasno – 52% firm z branży określa swoją sytuację jako krytyczną. 40% badanych już nie ma zamówień, a dla 30% portfel zamówień skończy się za 1-2 tygodnie.

Nawet biorąc pod uwagę deklarowaną pomoc państwa jasne jest, że rzeczywistość sprzed epidemii już nigdy nie wróci. Jak w perspektywie długofalowej zmieni się rynek mebli? Kto przetrwa, kto nie? Jaki nowy porządek się wykuje, gdy już wrócimy do względnej „normalności”? Oczywiście jest, że ludzie będą nadal potrzebować w swoich domach i biurach mebli, pytanie gdzie i od kogo będą je kupować. O tym piszemy w tym numerze magazynu „Meble Plus”, który, podobnie jak wiele innych wydawnictw, wydajemy w wersji on-line.

Serdecznie zapraszamy do lektury, życzymy Wam wszystkim zdrowia i pomyślności oraz mimo wszystko z nadzieją patrzymy w przyszłość!

Redakcja magazynu Meble Plus
oraz portalu Biznesmeblowy.pl

8



32



36

SPIS TREŚCI

AKTUALNOŚCI

Wirus groźny także dla mebli	8
Koronawirus: głosy branży	16
Koronawirus przemeblował polski rynek . .	18
Dziesięć lat polskich mebli	20

TARGI

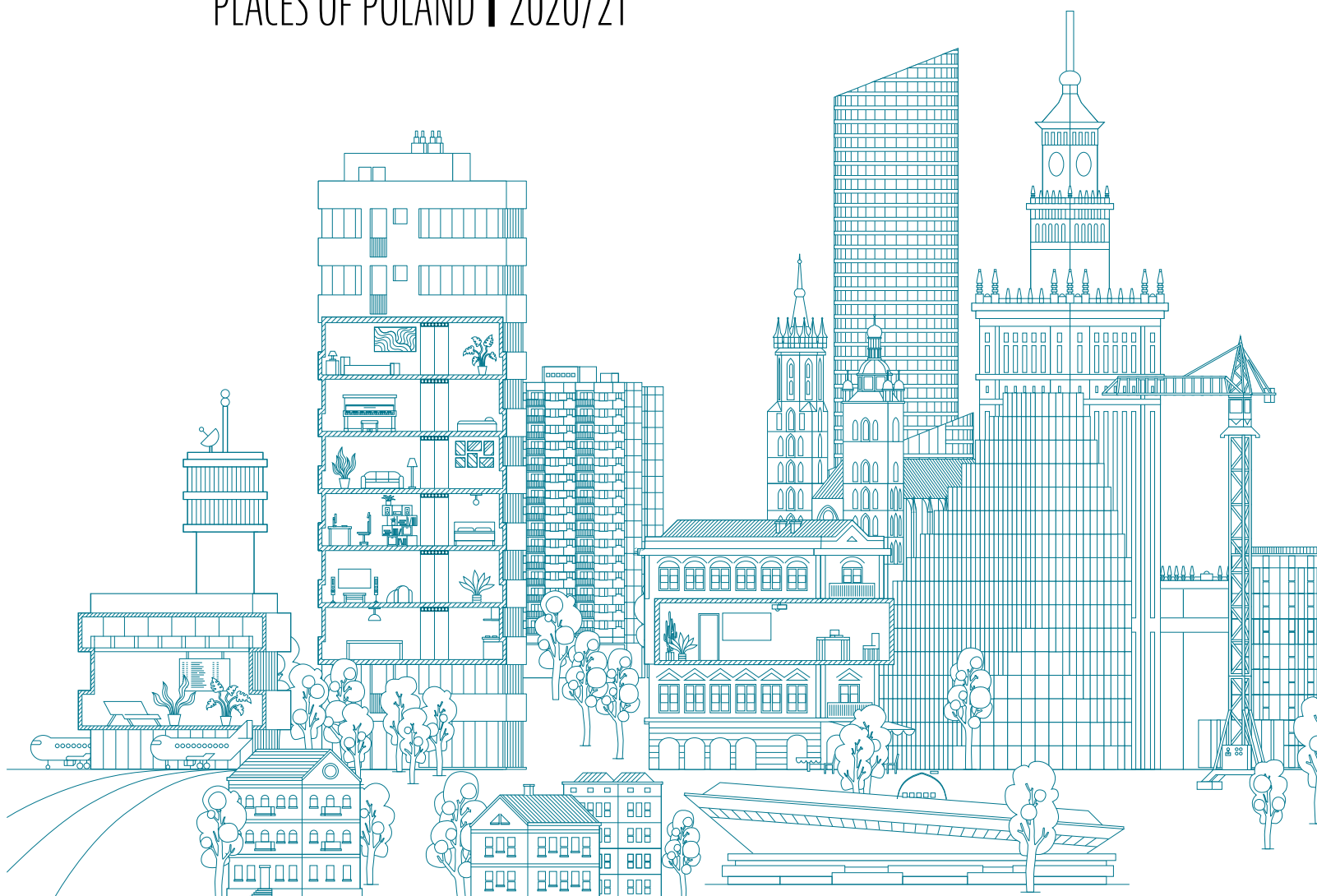
Oto zwycięzcy najstarszego konkursu meblowego w Polsce	28
--	----

Meble Plus Produkt Roku 2020: przedstawiamy laureatów	32
Wobec nowych wyzwań: branża meblowa na 4 Design Days 2020	36
Targi Meble Polska 2020: relacja	42
Targi Meble Polska 2020: co pokazali wystawcy	44
Powrót do koloru: relacja z IMM Cologne .	48
Heimtextil 2020: relacja z targów	54



URBAN STYLES

PLACES OF POLAND | 2020/21



ZAINSPIRUJ SIĘ MAGAZYNEM SCHATTDECOR
i dowiedz się jak trend urbanizacji wpływa na wygląd
naszych mieszkań, biur i miejsc publicznych.

schattdector One Source. Unlimited Solutions.

Magazyn dostępny na stronie: www.schattdector.pl
Follow us on Instagram @schattdecorgoup

Adres redakcji:

15-425 Białystok
ul. Cieszyńska 3A
www.biznesmeblowy.pl

Redaktor naczelna:

Justyna Łotowska
jlotowska@publikator.com.pl

Redakcja:

Ewa Kozioł, Wojciech Napora,
Anna Solomiewicz, Anna Usakiewicz

DTP: Studio Graficzne Publikator

Publikator



Wydawca: Publikator Sp. z o.o.
15-425 Białystok, ul. Cieszyńska 3A
www.publikator.com.pl
poczta@publikator.com.pl

Prezes zarządu: Tomasz Szurawski

Dyrektor finansowa:

Agnieszka Masiewicz

Dyrektor wydawnicza:

Justyna Łotowska

Dyrektor studia graficznego:

Bohdan Majewski

Reklama:

Zastępca dyrektora handlowego:

Alicja Klimowicz

(aklimowicz@publikator.com.pl)

Kolportaż i prenumerata:

salonprasowy@publikator.com.pl

www.salonprasowy.pl

tel. 509 526 255

Redakcja nie zwraca nie zamówionych materiałów oraz zastrzega sobie prawo do ich skracania. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam. Copyright by Publikator Sp. z o.o. Wszystkie materiały objęte są prawem autorskim.

Zdjęcie na okładce:

Materiały prasowe

TEMAT NUMERU: MEBLE

DO POKOJU DZIENNEGO

Pełen relaks. Nowoczesne meble 56
wypoczynkowe

Custom-made. Personalizacja mebli 62

Schowane czy eksponowane. Komody
i witryny 68

PRODUKCJA MEBLI

Autentyczność i personalizacja. Papiery
dekoracyjne i filie finisz 74

Tkaniny eko to przyszłość 78

Fronty meblowe i wyposażenie szuflad: czy
rynek czeka rewolucja? 82

SALONY PARTNERSKIE MAGAZYNU
MEBLE PLUS 84



Interprint na targach ZOW

Wydarzenia branżowe to świetna okazja do zaprezentowania nowości produktowych – z takiej możliwości regularnie korzysta firma Interprint. Na targach ZOW, które odbyły się na początku lutego w Bad Salzflun w Niemczech, pokazała m.in. najnowsze dekory Press Play.

Pod koniec zeszłego roku Interprint, prezentując najnowsze dekory, odszedł od tradycyjnego pojęcia zamkniętej kolekcji i postawił na nawiązanie do trendów panujących w mediach społecznościowych, będących głównym źródłem informacji, a także platformą, za pomocą której szukamy inspiracji, dzielimy się tym, co się nam podoba. Firma zaproponowała zupełnie nową koncepcję kolekcji – playlistę dekorów, czyli zmieniający się, otwarty zbiór, który może być z czasem uzupełniany o kolejne wzory. – Cząsy się zmieniły. Pokazywanie kolekcji raz w roku i ustanawianie megatrendu to stare podejście. Niezliczone feedy, streaming i Spotify oznaczają, że obecnie konsumujemy inaczej, szybciej i nieprzerwanie. Dzięki ciągłemu przepływowi informacji i stories jesteśmy na bieżąco z pojawiającymi się nowymi trendami. PRESS PLAY jest naszą odpowiedzią na te zmiany – wyjaśnia Salvatore Figliuzzi, dyrektor ds. marketingu i designu w firmie Interprint.

Zmienne trendy

PRESS PLAY stale się zmienia, dzięki czemu Interprint może szybko reagować na nowe trendy korzystając z playlisty dekorów. Obecnie Press Play liczy dziewięć dekorów, wśród których znajdują się wzory imitujące drewno, kamień i beton, a także metal i plecionkę. Odwiedzający stoisko Interprint mogli z bliska obejrzeć nowe dekory, mieli także okazję przekonać się, jak szybko może pojawić się nowy trend. Korzystając z programu Interprint Decor Creator projektowali „własny” dekor, urzeczywistniając przesłanie designerów. Każdy z gości mógł ułożyć dowolny wzór z dostępnych mate-

rialów i próbek. Kamera umieszczona nad blatem przenosiła kompozycję na ekran, na którym za pomocą dostępnych sterowników można było zmieniać obraz: powiększać, multiplikować itp. Tak powstały dekor po zapisaniu trafił na adres mailowy autora. Stoisko Interprintu zachęcało więc nie tylko do zapoznania się z ofertą firmy, ale także do obudzenia w sobie kreatywności i urzeczywistnienia przesłania designerów: trendy przychodzą i odchodzą, pomysły przeplatają się, znikają, cały czas pojawiają się nowe.

Nowe produkty w portfolio

Interprint specjalizuje się w drukowaniu dekorów z efektem perłowym i metalicznym. Firma podjęła współpracę z projektantem Udo Tünnte. Powstał nowy produkt – Beyond Metal, który zachwycił odwiedzających ZOW 2020 swoją estetyką i wyglądem prawdziwego metalu. Warto także wspomnieć, że od ubiegłego roku Interprint jest częścią japońskiej grupy Toppan – podczas targów ZOW po raz pierwszy przedstawiono wspólne portfolio, dodając do oferty dwa produkty – G-Effect i Fortina.





Fot. Unsplash.com

Wirus groźny także dla mebli

Pandemia koronawirusa w zaledwie trzy tygodnie kompletnie zmieniła naszą rzeczywistość. Także gospodarczą, co branża meblowa odczuła wyjątkowo boleśnie. Wiele producentów zawiesiło działalność, sprzedaż stoi, pracownicy i firmy tracą dochody. Jak wygląda sytuacja, jakie kroki i działania podejmowały firmy, jaka rysuje się przyszłość sprzedaży mebli w Polsce? Zapraszamy do przesiedlenia kalendarium wydarzeń związanych z tym niewątpliwie najgroźniejszym od wielu lat kryzysem polskiego rynku mebli.

13 marca 2020 r.

Premier ogłasza „lockdown”

W Polsce wprowadzony zostaje stan zagrożenia epidemiologicznego. Zamknięto granice, szkoły, restauracje i galerie handlowe, zawieszono połączenia lotnicze, zabroniono zgromadzeń. 22 marca stan epidemii dodatkowo nakłada na nas jeszcze większe obostrzenia, w tym zakaz opuszczania domów z wyjątkiem najpilniejszych potrzeb.

Wprowadzono ograniczenia w przemieszczaniu się. Z domu można wychodzić wyłącznie do i z pracy, w ramach wolontariatu walki z koronawirusem oraz w celu załatwienia najważniejszych spraw takich jak zakupy czy wizyta

w aptece. Według rozporządzenia nie powinny poruszać się razem więcej niż dwie osoby. Za złamanie zakazu, np. gromadzenie się na bulwarach, będzie kara od zwykłego mandatu do 5 tys. zł. Ograniczenia wprowadzono także

w komunikacji publicznej, gdzie zajęte powinno być co najwyżej drugie miejsce.

Polska branża meblowa praktycznie od razu odczuwa skutki krajowej kwarantanny. Przerwane łańcuchy dostaw oraz ograniczenia i zamknięcia sklepów skutkują natychmiastowym brakiem popytu. Co więcej, polska branża meblowa w 90% przeznaczająca swoje produkty na eksport, głównie do Europy Zachodniej z wynikiem

blisko 11 mld euro rocznie. Nasz kraj w rankingu eksporterów mebli zajmuje pierwsze miejsce w Europie i drugie na świecie. Obecnie wszystkie marki stoją w obliczu kryzysu, ponieważ sieci handlowe w państwach europejskich zawiesiły swoją działalność, a klienci nie są zainteresowani zakupem mebli. Szacuje się, że sytuacja nie zmieni się przynajmniej do połowy maja. Wiele firmom z branży meblowej grozi bakrakstwo.

14 marca 2020 r.

Wszystkie salony Agata zamknięte, milion złotych od firmy na walkę z koronawirusem

W dniu 14 marca 2020 r. wszystkie salony Agata pozostaną zamknięte. Zarząd firmy podjął też decyzję o przekazaniu miliona złotych na zakup sprzętu medycznego i środków zabezpieczenia sanitarnego na walkę z koronawirusem.

Decyzja firmy jest podyktowana ogłoszeniem stanu zagrożenia epidemicznego w Polsce.

Wszyscy, zarówno nasi pracownicy, klienci oraz ich rodziny – stoimy w obliczu nowej, trudnej sytuacji i nie wiemy, co przyniesie nam przyszłość – przyznaje Grzegorz Przdondziona, prezes zarządu Agata S.A.



Kwota miliona złotych przekazana od firmy zasili środki potrzebne obecnie służbie zdrowia na najważniejszy sprzęt medyczny i środki zabezpieczenia sanitarnego niezbędne w przeciwdziałaniu i leczeniu koronawirusa.

14 marca 2020 r.

IKEA zamyka sklepy stacjonarne w Polsce

W związku z ogłoszeniem stanu zagrożenia epidemicznego od 14 marca 2020 r. wszystkie 11 sklepów IKEA w Polsce pozostaje zamkniętych do odwołania.



– Dzisiaj najważniejszym zadaniem jest w troska o zdrowie i wspólne bezpieczeństwo wszystkich. Na bieżąco śledzimy doniesienia władz krajowych oraz lokalnych na temat zagrożenia epidemicznego w Polsce. Jesteśmy przygotowani na podjęcie adekwatnych działań zgodnych z rządowymi wytycznymi

– mówi Carolina Garcia Gomez, dyrektor generalna ds. zrównoważonego rozwoju i prezes IKEA Retail Polska

IKEA poinformowała, że w czasie, gdy stacjonarne sklepy będą zamknięte, spółka będzie intensywnie rozwijać sprzedaż poprzez sklep internetowy IKEA.pl.

15 marca 2020 r.

Salony Black Red White zamknięte, spółka planuje zwolnienia grupowe

W związku z rozporządzeniem Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2020 r. oraz wprowadzeniem stanu epidemiologicznego w Polsce salony firmowe Black Red White objęte zakazem działalności wskazanym w rozporządzeniu zostały zamknięte do odwołania.

Zakaz działalności dotknął prawie 30 salonów Black Red White. Zamknięte zostały również niektóre sklepy partnerów handlowych. Zakupy produktów z oferty Black Red White są nadal możliwe za pośrednictwem e-sklepu

na stronie www.brw.pl oraz punktach sprzedaży nie objętych zakazem działalności w ww. rozporządzeniu Ministra Zdrowia.

Jednocześnie, jak poinformował Kurier Lubelski, spółki Black Red White S.A. oraz Meble Black Red White Sp. z o.o. złożyły do Powiatowego Urzędu Pracy w Biłgoraju informacje o planowanych zwolnieniach grupowych. Pierwsza z nich zamierza rozstać się z 1500 osobami, druga z 400 osobami, w okresie od kwietnia do grudnia 2020 r. Zwolnienia mogą dotknąć pracowników z całej Polski, nie tylko lokalnych.



19 marca 2020 r.

Forte wstrzymało produkcję mebli

Zarząd Fabryk Mebli Forte SA podjął decyzję o czasowym wstrzymaniu produkcji we wszystkich zakładach produkcyjnych w dniach od 24 marca do 6 kwietnia. Termin ten wkrótce przedłużono do końca kwietnia.



Spółka podkreśla, że nadal realizuje zamówienia i dostawy do odbiorców, którzy wyrazili gotowość odbioru swoich zamówień oraz prowadzi działalność sprzedażową w takim zakresie, na jaki pozwalają aktualnie obowiązujące regulacje prawne. Decyzja zarządu o okresowym wstrzymaniu produkcji podyktowana jest troską o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników spółki, partnerów

biznesowych i kontrahentów oraz ograniczeniami wynikającymi z regulacji rządów poszczególnych państw w związku z rozprzestrzenianiem się koronawirusa COVID-19. Firma przyznała też, że z uwagi na dynamicznie zmieniającą się aktualną sytuację dot. rozprzestrzeniania się koronawirusa COVID-19, przestój ekonomiczny będzie mieć negatywny wpływ na wyniki spółki.

20 marca 2020 r.

Najwięksi producenci mebli w Polsce apelują do rządu o radykalne kroki

Branża meblowa nie ma możliwości dalszej produkcji. Większość podmiotów produkcyjnych z dniem 23 marca 2020 r. wstrzymuje produkcję i ogłasza przestój. W związku z tym działania osłonowe ze strony rządu muszą być wdrożone niezwłocznie – piszą we wspólnym piśmie prezesi największych spółek meblowych w Polsce oraz Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli.

W obliczu epidemii COVID-19 OIGPM, prezesi największych producentów meblowych z Polski oraz Agata Meble wystosowali wspólne pismo w sprawie rozwiązań przeciwdziałających następstwom koronawirusa.

– Istotne jest, aby pomoc dotyczyła wszystkich podmiotów, zarówno MSP jak i również dużych, albowiem duże i średnie przedsiębiorstwa z branży meblowej same generują ponad 75% obrotu całej branży i zatrudniają 75% wszystkich pracowników sektora meblarskiego – czytamy w piśmie skierowanym na ręce Prezydenta RP Andrzeja Dudy, Premiera RP Mateusza Morawieckiego, Ministra

Rozwoju Jadwigi Emilewicz oraz Prezesa PFR Pawła Borysa.

Proponowane przez branżę meblową rozwiązania to m.in.:

- określenie wynagrodzenia postojowego na poziomie od 80% minimalnego wynagrodzenia lub 40% wysokości wynagrodzenia średniego
- przejęcie przez Skarb Państwa pełnego obciążenia wynikającego z wypłaty nowo zdefiniowanego wynagrodzenia postojowego – na wzór sprawdzonego i obowiązującego rozwiązania w Niemczech (tzw. Kurzarbeit)
- wstrzymanie płatności do ZUS na okres 6 miesięcy i rozłożenie na 24 nieoprocenowane raty wygenerowanej zaległości wobec ZUS z rozpoczęciem spłaty od dnia 1 stycznia 2021 r.,
- zawieszenie w całości na okres minimum 12 miesięcy składek na PPK

Pismo podpisali: Jan Szynaka, prezes Grupy Meblowej Szynaka i Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, Maciej Formanowicz, prezes Forte SA, Grzegorz Przdondziona, prezes Agata SA, Piotr Wójcik, prezes Meble Wójcik Sp z o.o., Dariusz Formela, prezes Black Red White SA.

23 marca 2020 r.

Meble Wójcik zatrzymują produkcję

Do końca marca fabryki firmy Meble Wójcik, największego pracodawcy w Elblągu, zatrzymają produkcję. W kwietniu pracownicy przejdą na „postojowe”.

O zawieszeniu pracy zakładu doniósł lokalny portal portEl.pl. Pracownicy pozostają objęci postojowym w kwietniu i, jeśli będzie taka potrzeba, w maju. Jak zapewnia prezes Meble Wójcik, nie będzie grupowych zwolnień załogi, ale jednocześnie zaznacza, że kryzys dotyka całą branżę meblarską, może

z wyjątkiem sprzedaży e-commerce. – W przyszłym tygodniu zatrzymują się wszystkie największe fabryki meblowe w Polsce, niemieckie już stoją. Nasza branża będzie jedną z tych, która najbardziej ucierpi, tak jak turystyka, motoryzacja czy linie lotnicze – mówił w rozmowie z portEl.pl



25 marca 2020 r.

Szefowie największych spółek meblowych komentują propozycje Tarczy Antykryzysowej

Obecny stan to stan nadzwyczajny – nie można stosować środków, które sprawdzają się w czasie normalnego funkcjonowania gospodarki – komentuje Maciej Formanowicz, prezes Fabryk Mebli Forte. – Panujący przestój w sprzedaży, produkcji i eksporcie wymaga niezwłocznego wprowadzenia działań ze strony Rządu. Kluczowe jest, aby pomoc nie różnicowała polskich firm ze względu na ich wielkość – dodaje Grzegorz Przondziona, prezes zarządu Agata.

W ciągu kilku najbliższych miesięcy większość polskich producentów mebli i sieci handlowych popadnie w gigantyczne kłopoty, a niektóre będą musiały ogłosić upadłość. Oznacza to nie tylko problemy dla gospodarki, w tym spadek PKB o minimum 2 proc., ale również trwałe pozbawienie pracy około 180 000 pracowników, co z ich rodzinami daje blisko pół miliona osób bez stałego utrzymania – to szacowane skutki braku pomocy rządowej dla dużych przedsiębiorstw z branży meblarskiej.

– Kluczowe jest, aby pomoc nie różnicowała polskich firm ze względu na ich wielkość. Powinna dotyczyć zarówno małych i średnich przedsiębiorstw, jak i dużych, które generują znaczny udział obrotu całej branży oraz zatrudniają dominującą liczbę wszystkich pracow-

ników sektora meblarskiego – zaznacza Grzegorz Przondziona, prezes zarządu Agata S.A.

Firmy, na których spocznie ciężar utrzymania miejsc pracy, są gotowe w miarę możliwości współfinansować wypłaty zasiłków dla pracowników. Jednak środki te powinny być traktowane jako rodzaj pożyczki na rzecz państwa i zostać rozliczone w przeciągu 3 lat w podatkach. Tego typu rozwiązania dadzą firmom, które przetrwają kryzys jakąkolwiek szansę rozwoju.

– Tu trzeba szybkich i radykalnych kroków. Pieniądze dla pracowników za okres przestoju powinny pochodzić z budżetu państwa i być błyskawicznie przekazywane przedsiębiorcom. Nie powinny być też obciążone żadnymi składkami czy podatkami – mówi

Maciej Formanowicz, prezes Fabryk Mebli Forte.

Istotne jest, aby postulowane zmiany zostały uchwalone przez Parlament jak najszybciej, bez sztywnego ograniczania okresu, w którym państwo będzie udzielało wsparcia w kryzysie.

– Niezwłoczne wprowadzenie wymienionych działań jest szansą na utrzymanie polskiej branży meblarskiej w obliczu poważnego kryzysu, którego pierwsze symptomy już odczuwamy, a który w dalszej kolejności może mieć bardzo znaczące skutki dla polskiej gospodarki, w tym odczuwalny spadek PKB i widoczny wzrost bezrobocia – podsumowuje Grzegorz Przondziona, prezes zarządu Agata S.A.

Z racji na zerową sprzedaż, najwięksi producenci i dystrybutorzy zostali zmuszeni do wstrzymania produkcji i ogłoszenia przestoju. Oznacza to pozbawienie branży źródła przychodów, a jedynie wśród dużych przedsiębiorców – zamknięcie eksportu o wartości kilkuset milionów złotych miesięcznie. Branża, która była eksportową wizytówką pol-

skiej gospodarki, praktycznie z dnia na dzień przestanie istnieć.

Kryzys dotyka wielu sektorów polskiej gospodarki. Żadna z firm, niezależnie od jej wielkości, nie jest w stanie z własnych środków finansować kosztów przestoju, w tym wynagrodzenia pracowników. W perspektywie maksymalnie najbliższych tygodni bez rzeczywistej pomocy Państwa większość firm meblowych, w tym duże, będą zmuszone rozpocząć procedury zwolnień grupowych, a niektóre będą musiały ogłosić upadłość. Oznacza to trwałe pozbawienie pracy około 180 000 pracowników, a co za tym idzie znaczące pogorszenie sytuacji bytowej ich rodzin – łącznie blisko pół miliona osób. Biorąc pod uwagę wszystkie podmioty współpracujące z tym sektorem gospodarki, można mówić nawet o liczbie ponad 1 mln osób, które mogą zostać bez pracy. Przedsiębiorcy obawiają się, czy państwo polskie będzie stać na utrzymanie takiej liczby osób bezrobotnych, jak również na pozbawienie się znaczących wpływów z podatków od dochodów największych przedsiębiorców.

26 marca 2020 r.

Branża meblarska straci w tym roku 17 mld złotych

Głównym powodem kryzysu jest zablokowanie popytu w Polsce i innych krajach europejskich. Zwolnienia zapowiedziane na dziś w branży meblarskiej sięgną 40 tysięcy etatów. Polskie firmy meblowe stracą miliardy złotych - wynika z badania przeprowadzonego przez B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego.

Według stanu na 25 marca 2020 szacowany spadek obrotów branży meblarskiej w 2020 roku wyniesie w wariantcie optymistycznym 17 miliardów złotych czyli 35% - takie wnioski płyną z ankiety zrealizowanej 24-25 marca na 15 podmiotach branży meblarskiej (2 małe, 4 średnie i 9 dużych) oraz szacunków własnych B+R Studio, przy założeniach: przywrócenie handlu od czerwca 2020, nie będzie fali epidemii na jesieni.

Najtrudniejsza sytuacja jest w firmach produkujących meble mieszka-

niowe do sprzedaży w handlu tradycyjnym – relatywnie najlepsza w mikro-firmach realizujących meble na wymiar.

Z dnia na dzień nastąpiło drastyczne ograniczenie zamówień (80% wskazań) lub ograniczenie zamówień (20% wskazań). Największe tąpnięcie w dniach 16-17 marca, po ogłoszeniu w weekend ograniczeń w handlu na terenie Polski i innych krajów. 33% badanych wskazało, że zawiesza produkcję w kolejnym tygodniu. 40% firm zadeklarowało radykalne zmniejszenie produkcji. 27% niewielkie zmniejszenie produkcji.

Firmy na rynku kontraktowym i realizujące produkcję pod zlecenia posiadają portfel zamówień na 3-4 tygodnie, rzadko na dłużej, ale obawiają się o wycofywanie zleceń i uregulowanie zobowiązań za wykonane meble.

Powodem kryzysu jest brak popytu wynikający z zakazu handlu. Odcięcie popytu było najistotniejszym problemem dla wszystkich ankietowanych. Drugim problemem są zatory płatnicze – jako bardzo istotny oraz istotny problem to zagadnienie wskazało odpowiednio 20 i 47% firm. Nie są problemem w tym momencie absencje spowodowane koronawirusem, zaopatrzenie czy zapasy – żaden z tych aspektów nie został wskazany jako istotny problem.

Zwolnienia pracowników w firmach już mają miejsce. Zredukowane zostały miejsca pracy obsadzone przez pracowników agencyjnych. Zostały wstrzymane rekrutacje. Stopniowo nie będą przedłużane umowy terminowe. Bardziej drastyczne decyzje będą podejmowane w zależności od rozwoju sytuacji.

36% badanych deklaruje, że bolesne decyzje po 4 tygodniach, 29% respondentów chce uniknąć znaczących redukcji przez co najmniej 2 miesiące, a 21% przez okres do 4 miesięcy. Zaledwie 15% ankietowanych jest stanie przetrwać w obecnych warunkach.

Opracowanie: dr inż. Tomasz Wiktor, B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego przy współpracy z Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli.

27 marca 2020 r.

Mediolańskie targi iSaloni odwołane

Z powodu pandemii koronawirusa przełożone początkowo na czerwiec mediolańskie targi iSaloni zostały ostatecznie odwołane. Kolejna edycja odbędzie się tradycyjnie w kwietniu 2021 r.

Decyzja o odroczeniu została podjęta przez zarząd Salone del Mobile. Milano w świetle trwającej pandemii koronawirusa. Sytuacja, która doprowadziła do pierwotnej zmiany daty z kwietnia na czerwiec, ogłoszona 25 lutego, uległa zasadniczej zmianie.

– *Chociaż byliśmy zdeterminowani, aby dotrzymać terminu czerwcowego, aby coroczne wydarzenie odbyło się zgodnie z planem, obecne, niespoty-*

kane okoliczności i niepewność w średnim okresie oznaczają, że tegoroczna edycja Salone del Mobile nie może się odbyć – mówią organizatorzy.

Edycja 2021, podczas której będzie obchodzona 60. rocznica Salone, będzie wydarzeniem specjalnym dla całego sektora. Po raz pierwszy wszystkie odbywające się co dwa lata wystawy odbędą się w połączeniu z Salone Internazionale del Mobile, Międzynarodową Wystawą Wyposażenia Mebli, Workplace 3.0, S.Project i SaloneSatellite. Oznacza to, że EuroCucina, FTK (Technology For the Kitchen) i International Bathroom Exhibition odbędą się również w przyszłym roku, wraz z EuroLuce, który był już zaplanowany na 2021 rok.



31 marca 2020 r.

Milion euro dla Polski od IKEA

IKEA przekazuje dla Polski milion euro, aby wspomóc system ochrony zdrowia oraz zapewnić środki niezbędne do życia społeczeństwu i konsumentom dotkniętym koronawirusem.



IKEA Retail postanowiła udzielić pomocy doraźnej w formie darowizn o łącznej wysokości 26 milionów euro. Wsparciem w pierwszej kolejności będą objęte osoby z grup wysokiego ryzyka oraz osoby, które niosą pomoc w walce z epidemią koronawirusa. Działania będą się koncentrować na dostarczaniu najpotrzebniejszych rzeczy, takich jak: łóżka, pościel, jedzenie oraz zabawki do szpitali, centrów medycznych i schronisk. Darowizny pozwolą 30 krajom,

w których Grupa Ingka prowadzi swoją działalność, podjąć natychmiastowe działania w swoich lokalnych społecznościach. Do Polski trafi pomoc o łącznej wartości miliona euro.

– *Od początku sytuacji kryzysowej w Polsce analizujemy dynamicznie zmieniające się potrzeby społeczne. W tym momencie przewidujemy, że nasze wsparcie w postaci przekazanych produktów dla organizacji rządowych i pozarządowych w najbliższych*

miesiącach osiągnie wartość około 4,5 mln złotych. Zależy nam na dotarciu z efektywną pomocą przede wszystkim do osób, które są w pierwszej linii frontu z pandemią, jak personel medyczny. Planujemy także pomoc dla tych, którzy nie mogą schronić się bezpiecznie w domu, np. osobom doświadczających bezdomności, ale też szukamy sposobu dotarcia do najbardziej potrzebujących dzieci i rodzin, gdyż ich sytuacja bardzo się pogorszyła w ostatnich tygodniach – mówi Katarzyna Dulko-Gaszyna, dyrektorka ds. zrównoważonego rozwoju, stojąca na czele Krajowej Grupy w IKEA ds. wsparcia społecznego na czas przeciwdziałania rozprzestrzenienia się koronawirusa w Polsce.

Na różne sposoby firma IKEA już teraz wspiera lokalne społeczności w Polsce. Firma przekazała materace, koce i pościel lekarzom, którzy po wielogodzinnych dyżurach niejednokrotnie muszą odpoczywać i nocować w szpitalu. Darowizny rzeczowe otrzymały już: Wojewódzki Szpital Specjalistyczny im. J. Gromkowskiego we Wrocławiu, Krajo-

dzielny Publiczny Dziecięcy Szpital Kliniczny w Warszawie, Wojewódzka Stacja Pogotowia Ratunkowego w Poznaniu, Wielospecjalistyczny Szpital Miejski im. Józefa Strusia z Zakładem Opiekuńczo-Leczniczym SPZOZ w Poznaniu, Miejski Szpital Zespolony w Częstochowie, Szpital Specjalistyczny im. Stefana Żeromskiego SP ZOZ w Krakowie.

Poza tym IKEA przyłączyła się do ogólnopolskiej oddolnej inicjatywy #WzywamyPosiłki, w ramach której od 24 marca br. firma poprzez IKEA Food przekazuje nawet 1000 posiłków dziennie do szpitali, do pogotowia ratunkowego, laboratoriów oraz inspekcji sanitarnych. To forma zarówno wsparcia, jak i podziękowania dla tych, którzy stoją na straży naszego bezpieczeństwa i zapewniają ochronę przed rozprzestrzenianiem się koronawirusa. Ponadto we współpracy z Ministerstwem Aktywności Państwowych IKEA wsparła pracowników obiektów infrastruktury krytycznej. W ramach darowizny przekazała ponad 2 tysiące produktów takich, jak łóżka oraz pościel do tymczasowych miejsc noclegu dla pracowników elektrowni, elektrociepłowni i rafinerii.

1 kwietnia 2020 r.

Firmy meblowe pomagają!

Wielu mniejszych i większych producentów z branży meblarskiej aktywnie działa w zwalczaniu epidemii koronawirusa w Polsce. Skala zorganizowanej pomocy jest imponująca!



Firma Noti, w ramach akcji z Tarnowskim Stowarzyszeniem Przedsiębiorców TSP, szyje i dostarcza maski ochronne do Szpitala Zakaźnego w Poznaniu. Co kilka dni na miejsce przeznaczenia docierają kolejne transporty kilkuset uszytych przez pracowników Noti maseczek.

Pomoc w krojeniu materiałów przeznaczonych na maseczki ochronne oraz ich wysyłkę zadeklarowała firma Sits. 20 marca producent mebli ogłosił, że Zespół Ratownictwa Medycznego ZOZ w Brodnicy przekazano gogle, przyłbice, maski ochronne, rękawice oraz kombinezony. Pracownicy zebrali kwotę 4.839 złotych, a prezes zarządu Marek Dobrzeńcki zdecydował, iż drugie tyle dołoży firma Sits. Również 20 marca w firmie rozpoczęto cięcie materiału na maseczki ochronne dla GOPS Bartniczka.

W pomoc włączyła się firma Vank. Ponad 120 krzeseł Vank przekazanych zostało lokalnemu Oddziałowi Zakaźnemu Szpitala Miejskiego im. Józefa Strusia w Poznaniu, który walczy z koronawirusem.

Firma Polipol zadeklarowała, że uszyje 70 tysięcy maseczek ochronnych oraz 200 kombinezonów, które trafią na ręce szpitala w Chojnicach. Zakład zdecydował o rozpoczęciu produkcji zaraz po wprowadzeniu stanu epidemiologicznego w Polsce – 14 marca. Obecnie produkcja mebli jest wstrzymana, a wszyscy pracownicy są skupieni wyłącznie na szyciu maseczek.

Firma DES Meble z Myśliny niedawno Dobrodzienia, producent mebli tapicerowanych, szyje maseczki dla personelu Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego w Opolu.

– Akcja była błyskawiczna – w poniedziałek nas zapytano, czy taka pomoc nam się przyda, we wtorek sprawdzane były wszystkie atesty, przygotowywane wykroje, w środę ruszyło szycie – czytamy na stronie FB szpitala.

Nowy Styl wspólnie z Grupą SPLAST pomaga krośnieńskim ratownikom medycznym. Firmy ufundowały specjalistyczny sprzęt, który ma być wsparciem w trudnej sytuacji epidemiologicznej.

– Jesteśmy związani z regionem, do którego należymy – mówi Jerzy Krzanowski, współzałożyciel i Wiceprezes Zarządu Nowego Stylu. – Dlatego odpowiedź na potrzeby lokalnych służb medycznych, szczególnie w tym trudnym dla wszystkich czasie, była dla nas oczywistą decyzją. Na pomoc medykom ruszył także Podkarpacki Klub Biznesu, którego jednym z założycieli jest Nowy Styl. Stowarzyszenie zrzesza przedsiębiorców głównie z terenu województwa podkarpackiego, wspiera i integruje środowisko lokalnej przedsiębiorczości. W ramach przeciwdziałania skutkom pandemii Klub przeznaczył 300 tysięcy złotych ze środków własnych na rzecz sektora medycznego.

Firma Wajnert Meble początkowo uszyła maseczki dla swoich pracowników i ich rodzin. Po zabezpieczeniu pra-

cowników, firma postanowiła wesprzeć lokalną społeczność. Szwaczki w przeciągu kilku dni uszyły ponad 2000 szt. maseczek, które zostały rozdane strażakom, pielęgniarce, osobom starszym, trafiły do lokalnych szpitali, przychodni i aptek. Wajnert Meble szyje dalej włączając się w ogólnopolską akcję #szyjemymaseczki oraz akcję #wspierajmywalkęzkoronawirusem. Właśnie ruszyła też telewizyjna kampania społeczna „Cała Polska Walczy z koronawirusem”, gdzie wraz z innymi firmami marka jest partnerem kampanii.

Swiss Krono, producent płyt i wyrobów drewnopochodnych z siedzibą w Żarach przeznaczył 500 tys. zł na pomoc szpitalom w województwie lubuskim w walce z pandemią SARS-CoV-2. Środki zostaną przeznaczone na zakup wyposażenia, sprzętu medycznego oraz środków ochrony osobistej dla personelu placówek.

– Od samego początku czynnie włączamy się w walkę z epidemią koronawirusa i stąd wsparcie lubuskich szpitali. W obecnej sytuacji uważamy, że to coś naturalnego i niezwykle ważnego. To także wyraz naszego szacunku do wszystkich służb walczących z epidemią – tłumaczy Maciej Karnicki, prezes Swiss Krono.

Żarskie szpitale: 105. Kresowy Szpital Wojewódzki oraz Szpital na Wyspie otrzyma od firmy po 100 tys. zł na specjalistyczne urządzenia medyczne i wyposażenia.

– Z tej kwoty 25 tys. zł trafi do Żagańsko-Żarskiego Stowarzyszenia Pomocy Chorym ze Schorzeniami Układu Oddechowego. Jesteśmy w trakcie finalizacji darowizny. Mamy również zadeklarowaną pomoc od Urzędu Miejskiego w Żarach, w wysokości 100 tys. zł. Za otrzymane środki planujemy zakupić: dyfuzory do dezynfekcji, respiratory przenośne, środki do dezynfekcji, pakiety ochrony osobistej, maseczki z filtrem HEPA – wylicza Deniz Mrozik, rzeczniczka wojewskiej lecznicy.

Wielospecjalistyczny Szpital Wojewódzki w Gorzowie Wielkopolskim otrzyma od Swiss Krono 15 łóżek o wartości 214 tys. zł, w które wyposaży oddział neurologiczny. Firma przekazała ponadto 100 tys. zł na specjalistyczne urządzenia medyczne oraz wyposażenie Wojewódzkiego Szpitala Klinicznego w Zielonej Górze.

W pomoc włączyła się także firma Bejot.

– We współpracy z Sanepidem i Szpitalem w Śremie rozpoczęliśmy produkcję maseczek ochronnych, w które wyposażymy Szpital w Śremie, a także Szpital W Kościanie. W tym celu stworzyliśmy specjalne pomieszczenie, gdzie dedykowany zespół polsko-ukraińsko-białoruski szyje maseczki w bezpiecznych warunkach. Maseczki są trójwarstwowe, wykonane filizeliny medycznej. Dziś pierwszą partię wysyłamy do Szpitala w Śremie. Planujemy uszyć ponad 20 tys. szt. – czytamy w komunikacie firmy.

8 kwietnia 2020 r.

Narasta fala problemów branży meblarskiej

W wyniku restrykcji wprowadzonych po wybuchu epidemii COVID-19 znacząca liczba firm meblowych znajduje się w trudnej lub wręcz krytycznej sytuacji.

Sytuację w branży meblowej analizuje na bieżąco B+R Studio we współpracy z Ogólnopolską Izłą Gospodarczą Producentów Mebli. W badaniu z 8 kwietnia wzięło udział 25 podmiotów: 1 mikro, 7 małych, 4 średnie, 13 dużych. W badaniu z 25 marca 15 podmiotów: 2 małych, 4 średnich, 9 dużych.

Pomiędzy badaniami z dnia 25 marca i 8 kwietnia br. zaobserwowano:

- wzrost z 27% na 52% odsetka firm, które oceniają swoją sytuację jako złą lub krytyczną;
- spadek z 60 na 20% odsetka firm, które oceniają swoją sytuację jako dobrą lub bardzo dobrą;
- wykorzystanie mocy produkcyjnych spadło z ponad 80% do poniżej 40%;
- redukcja zatrudnienia w kwietniu w badanych firmach najczęściej nie przekraczała 5%, a w całej branży szacowana jest na maksymalnie 5 400 etatów;
- 40% badanych już nie ma zamówień, a dla 30% portfel zamówień skończy się za 1-2 tygodnie.

Nastroje w branży meblarskiej pogarszają się z tygodnia na tydzień. Potwierdzenie tego przyniosło ostatnie badanie, w którym odsetek firm oceniających swoją kondycję jako dobrą lub bardzo dobrą stopniast z 60% do 20%, a grupa tych, których sytuacja jest zła lub krytyczna wzrosła z 27 na 52 procent. Jest to związane z drastycznym ograniczeniem zamówień, które nastąpiło po zablokowaniu handlu w większości

krajów europejskich dokąd trafiają polskie meble.

Zjawisko ograniczania zamówień cały czas jest obecne na rynku i dotyczy obecnie tych firm, które dwa tygodnie temu nie miały tego problemu. W nielicznych przypadkach respondenci wskazali, że pojawiły się nowe zamówienia. Przewidujemy, że handel na Zachodzie Europy wznowi działalność w maju, ale sprzedaż w wymiarze tylko 30%, rynek z mocą 50% ruszy późną jesienią 2020r. Odbudowa rynku - do stanu sprzed pandemii to minimum 1,5 roku (2021/2022) – czytamy w komunikacie Ogólnopolskiej Izły Gospodarczej Producentów Mebli.

Złe nastroje są konsekwencją spadku zamówień i radykalnego obniżenia produkcji. 20% procent badanych firm miało przestój już w poprzednim tygodniu, a kolejne aż 44% wskazują, że będą miały przestój w tygodniu poświęconym. Większość badanych firm zgłaszało, że tak czy inaczej obniżyło wykorzystanie mocy produkcyjnych aby w mniejszym zakresie godzinowym ale dłużej utrzymywać pracę w zakładzie.

Firmy dostosowując się do sytuacji rynkowej rozpoczęły ograniczanie zatrudnienia. Najczęściej zwolnienia ograniczone były do nie więcej niż 5% załogi, a szacowana redukcja etatów w całej branży na przełomie marca i kwietnia wyniosła 5,4 tysiąca etatów. Nadal najistotniejszym problemem dla branży jest ograniczenie popytu,



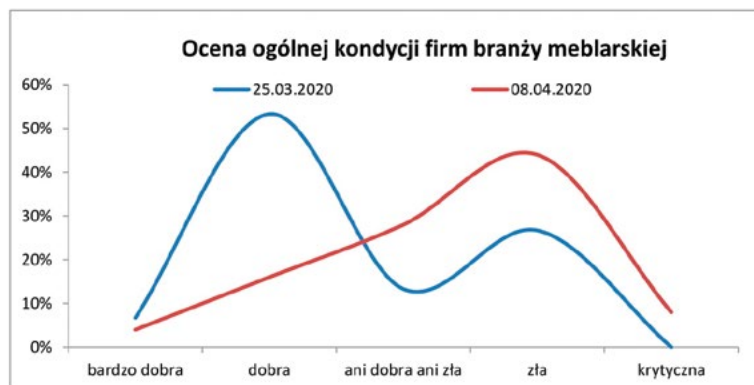
► Fot. Unsplash.com

ale od poprzedniego badania wzrosło znaczenie problemów z płynnością finansową i zaopatrzeniem. W związku z powyższym w celu poprawy sytuacji w branży istotnie jest nie tylko wsparcie w zakresie płynności firm i utrzymania zatrudnienia, ale odbudowanie popytu. Bez tego czynnika, żadna tarcza nie wystarczy dla obrony firm i miejsc pracy. Złe nastroje przedsiębiorców pogłębia uczucie niepewności, które

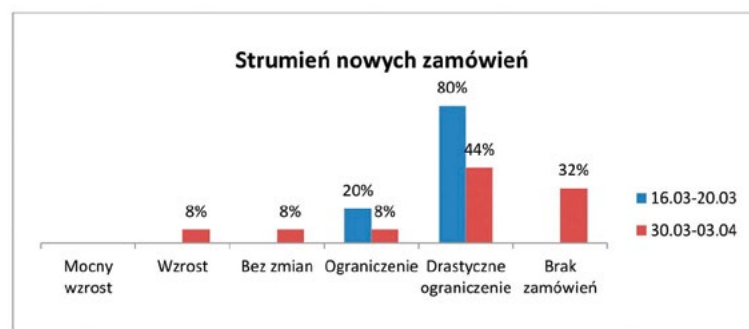
utrudnia przygotowanie bezpiecznych planów.

Część firm szybko zdecydowała się na dostosowanie do nowej sytuacji. W szczególności firmy produkujące meble tapicerowane ruszyły z szyciem masetek lub kombinezonów ochronnych.

Pozostałe wzmacniają reklamę produktu w Internecie, choć ten kanał również ucierpiał i odczuwa spadek zamówień.



Źródło: badanie B+R Analizy Rynku Meblarskiego



Źródło: badanie B+R Analizy Rynku Meblarskiego

Zadowolić klienta, czyli jak otrzymać znak „certyfikowany materiał Twoich mebli”

W dzisiejszych czasach każdy przedsiębiorca powinien spełniać oczekiwania swoich klientów, wychodzić klientowi naprzeciw, przewidywać jego zakupowy tok rozumowania. Również i branża meblarska spotyka się z odbiorcami swoich produktów, którzy oczekują od mebli wysokiej jakości, trwałości, aktualnego designu. W obliczu dużej konkurencji jakościowej i cenowej dobrym rozwiązaniem, aby utrzymać się na szczycie, jest wyróżnienie swojego produktu na tle innych. Jak temu wszystkiemu sprostać? Z pomocą branży przychodzi Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Przemysłu Skórzanego.



Przemysł meblarski od dawna jest nam bliski. Pracujemy dla branży, starając się rozwiązywać jej problemy technologiczne, nasze laboratoria stoją na straży jakości skór i materiałów, prowadząc badania próbek dostarczanych przez przedsiębiorców. W 2016 roku utworzyliśmy Platformę Technologiczną Mebli Tapicerowanych, która zrzesza naszych rodzimych przedsiębiorców. Kolejnym krokiem było przygotowanie kryteriów technicznych oraz znaku towarowego „Certyfikowany materiał Twoich mebli”.

Znak ten jest ukłonem zarówno w stronę klientów branży meblarskiej, jak i w stronę przedsiębiorców.

Celem kryteriów technicznych, które są nierozłącznie powiązane ze znakiem, jest stworzenie linii mebli o podwyższonej jakości obicia, promocja mebli za pomocą znaku, wpływanie na percepcję konsumentów,

kreowanie kultury zakupowo-sprzedażowej opierającej się na jakości produktów i usług, wspieranie rodzimych przedsiębiorców i polskiej gospodarki zgodnie z nurtem „dobre, bo polskie”.

Opracowane w Łukasiewicz – Instytut Przemysłu Skórzanego kryteria techniczne zawierają:

- wymagania stawiane skórom oraz naturalnym i syntetycznym materiałom włókienniczym przeznaczonym na obicia tapicerskie;
- warunki przyznawania licencji na stosowanie znaku towarowego CERTYFIKOWANY MATERIAŁ TWOICH MEBLI;
- warunki nadzoru nad stosowaniem znaku.

Kryteria są podstawą do certyfikacji dobrowolnej i nie dotyczą właściwości użytkowych całego mebla. Pamiętajmy, że to konsumenci decydują o sukcesie przedsiębiorstwa. Każda certyfikacja, która pociąga za sobą informację o zwiększonej jakości produktów jest w dzisiejszych czasach pożądana przez klientów.

Spójrzmy na fenomen certyfikacji „Oeko-tex®” czy „złotego M”. Możemy tego samego dokonać

Jakie etapy należy przejść aby móc posługiwać się znakiem „certyfikowany materiał Twoich mebli”?

To proste!

1. PRODUCENT MATERIAŁU OBICOWEGO (KWALIFIKOWANY DOSTAWCA)

- zleca badania do laboratorium IPS na zgodność z KT
- utrzymuje stabilne warunki produkcji materiału obiciowego

2. PRODUCENT MEBLA (CZŁONEK PTMT)

- typuje dostawców oraz materiały z których chciałby produkować wyroby o podwyższonej jakości (kwalifikowane listy)
- posiada lub wdraża elementy systemu organizacji zapewniające stabilne właściwości wyrobu (WTO)
- podpisuje umowę licencyjną na stosowanie znaku
- umieszcza znak na wyrobach spełniających wymagania

3. JEDNOSTKA CERTYFIKUJĄCA

- przeprowadza proces oceny zgodności
- upoważnia producenta mebla do stosowania znaku
- prowadzi nadzór nad stosowaniem znaku

w branży meblarskiej. Wszyscy wiemy, że najtrudniejsze są początki. Wierzymy, że potrzeba jedynie czasu, aby przedsiębiorcy stosujący znak „Certyfikowany materiał Twoich mebli” wybijali się ponad przeciętną, jeśli chodzi o ilość sprzedaży, rozpoznawalność, zadowolenie klientów, mocną pozycję marki na rynku.

Zachęcamy do zglębnienia tematu i kontaktu z nami aby uzyskać znak na swoje meble.

Kontakt:

Kierownik Ośrodka Certyfikacji
mgr inż. Agnieszka Pietrzak
tel. : 42 25 36 128
e-mail: a.pietrzak@ips.lodz.pl
Nasza oferta: www.ips.lodz.pl

Elastycznie i z naciskiem na bezpieczeństwo. Jak działają producenci?

Sytuacja związana z epidemią koronawirusa wpłynęła na funkcjonowanie całej branży, forsując wprowadzenie nowych rozwiązań i metod pracy. Część producentów, zwłaszcza dużych, czasowo zawiesiła swoją działalność. Inni – testują nowe możliwości.

Wielu producentów szybko zareagowało na obecne warunki i przygotowało ofertę dostosowaną do wymogów sytuacji.

Rozwiązania cyfrowe w służbie klienta

Z pomocą producentom i projektantom przychodzą rozwiązania cyfrowe. W obecnych warunkach większość profesjonalistów decyduje się na konsultacje zdalne.

W trosce o zdrowie naszych klientów, pracowników i ich rodzin, wprowadziliśmy kampanię #zostańwdomu, poprzez którą chcemy zachęcić klientów i architektów do kontaktu z nami poprzez email, telefon czy skype. Obecnie cały proces zakupowy, projektowy oraz konsultacje można przeprowadzić bez konieczności wizyty klienta w salonie Maxfliz. – opowiada Martyna Kozłowska, dyrektor ds. marketingu sieci MaxFliz.

Pojawiły się również dedykowane platformy ułatwiające składanie zamówień

Aby umożliwić klientom bezproblemowe korzystanie z naszych usług wprowadziliśmy możliwość zamówienia kuchni bez wychodzenia z domu. Wystarczy tylko wypełnić formularz na naszej stronie internetowej i czekać na telefon od projektanta. Podczas rozmowy projektant wstuchuje się w potrzeby klienta i jego oczekiwania, a następnie wykonuje projekt. – tłumaczy Monika Odoj z sieci ernestrust.

W pierwszej kolejności bezpieczeństwo

Poznańska firma Zajc oferuje możliwość umówienia się na wirtualny spacer po showroomie. Możliwe jest również wykonywanie pomiarów, jeśli klient udostępni puste pomieszczenie. Oczywiście odbywa się to przy zachowaniu wszystkich zasad bezpieczeństwa. W sytuacji, gdy przesłany projekt jest precyzyjny i nie budzi wątpliwości możliwe jest również zamówienie mebli i wyposażenia bez konieczności wykonywania dodatkowych pomiarów i wizyty w showroomie.

Troskę o bezpieczeństwo podczas spotkań deklarują zresztą praktycznie wszystkie firmy. W tej chwili to priorytet podczas spotkań z klientami. Arleta Kuznowicz ze Studia De Gosh dodaje: *W razie konieczności organizujemy spotkania, lecz zwracamy szczególną uwagę na zachowanie środków ostrożności. Niektórych kwestii nie da się omówić na odległość – klient musi mieć możliwość ocenić, czy proponowane materiały mają odpowiednią fakturę, głębię, wytrzymałość... Wprowadziliśmy więc obowiązek każdorazowej dezynfekcji omawianych materiałów.*

Realna sprzedaż w wirtualnym salonie?

Także polska marka VOX uruchomiła Wirtualny Salon, z którego można korzystać, w zgodzie z zaleceniami #zostańwdomu. *Wiemy, że obecna sytuacja zastała wielu z nas w środku mniejszych czy większych domowych*

rewolucji. Planowaliśmy remonty albo byliśmy w ich trakcie. Część z nas wprowadziła się do świeżo zakupionych a jeszcze nieumeblowanych mieszkań. Niemal z dnia na dzień musieliśmy wstrzymać działania związane z urządzaniem wnętrz w tradycyjny sposób. Nasz Wirtualny Salon umożliwia spacer po sklepie, w którym możemy obejrzeć zarówno ofertę mebli, jak i drzwi, podłóg,

listew, paneli ściennych czy artykułów dekoracyjnych. Możemy też umówić się na rozmowę online z doradcą albo zacząć od samego początku i zaprojektować wnętrze w programie VOXBOX. To kompletne rozwiązanie umożliwiające urządzenie swoich czterech kątów bez ich opuszczania – tłumaczy Julita Mańczak, PR manager VOX.

Okiem producenta



Michał Szynaka, dyrektor marketingu, Szynaka Meble

Z dniem 23 marca 2020 r. zakłady produkcyjne z Grupy Meblowej Szynaka wstrzymały produkcję. Decyzje osób zarządzających spółkami są podyktowane sytuacją gospodarczą na rynkach światowych. Polska branża meblowa w 90 % przeznacza swoje produkty na eksport, a swoją działalność zawiesiły prawie wszystkie sieci handlowe w całej Europie oraz na świecie. Klienci zawiesili odbiór towarów jednocześnie wstrzymując się z odbiorem już zamówionych partii. Tym samym wszelkie płatności zostały przez nich odroczone. Budżety spółek z Grupy Meblowej Szynaka gwarantują przetrwanie zakładów przez najbliższy okres, jednakże co będzie dalej jest wielką niewiadomą.

Dla jasności, zakłady wstrzymały produkcję z przyczyn związanych z sytuacją gospodarczą na rynkach zbytu. Nie jest to związane z jakimkolwiek zakażeniem, ponieważ jako Grupa już na początku marca 2020 r. wprowadziliśmy szereg działań prewencyjnych mających na celu utrzymanie najwyższego stopnia czystości. Na bieżąco informowaliśmy załogę o ryzyku zakażenia i jak istotna jest społeczna świadomość w tym przedmiocie. Wstrzymaliśmy jakiegokolwiek, poza niezbędnymi, wyjazdy pracowników w teren, ograniczyliśmy bezpośrednie spotkania z kontrahentami i wdrożyliśmy obowiązkowe telekonferencje, a przede wszystkim zamknęliśmy zakłady dla osób z zewnątrz, nie związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstw. Odezwy były bardzo pozytywne i z dumą możemy stwierdzić, że wszyscy pracownicy podeszli do kwestii higieny, czystości, monitorowania potencjalnych objawów zarażeń oraz minimalizacji kontaktów z osobami z zewnątrz bardzo odpowiedzialnie.

Wracając do kwestii gospodarczych, decyzja o czasowym wstrzymaniu produkcji jest podyktowana ograniczeniami transportowymi i wstrzymaniem produkcji także wśród dostawców surowców do produkcji mebli. Jednym słowem na chwilę obecna zakłady produkcyjne nie mają dla kogo i z czego produkować.

Pocieszeniem w całej sytuacji jest fakt, że spółki z Grupy Meblowej Szynaka są aktualnie na finalnym etapie wdrażania nowego systemu informatycznego ERP (do zarządzania przedsiębiorstwem), a tym samym obecny przestój wykorzystujemy w pełni na spokojny start tego systemu. Zarząd Grupy Meblowej Szynaka opracowuje plany przejścia przez ten nieoczekiwany i niewątpliwie trudny okres, jednakże nie mamy najmniejszych wątpliwości, że przetrwamy w niezmiennym kształcie.

Cały proces zwiedzania salonu i zapoznawania się z ofertą, projektowania własnego wnętrza, korzystania z doradztwa, a także finalizacji zakupów odbywa się za pomocą przeglądarki na stronie vox.pl.

Wirtualny spacer wykonany jest w specjalnej technologii, która pozwala na cyfrowe realistyczne odwzorowanie dowolnej przestrzeni. Po takim modelu można się swobodnie poruszać, oglądać wnętrza i ich wyposażenie oraz uzyskiwać dodatkowe informacje na ich temat. Złudzenie autentycznego spaceru po danym miejscu robi naprawdę duże wrażenie - mówi Damian Miziolek, z działu e-commerce VOX.

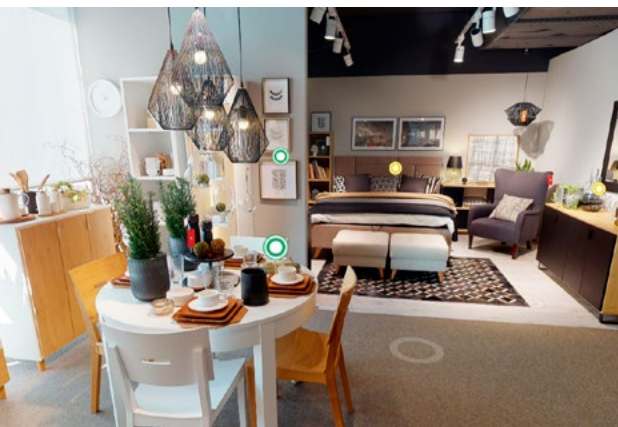
W trakcie takiego wirtualnego spaceru można też skontaktować się z doradcą VOX i przeprowadzić wideo rozmowę za pośrednictwem Google Hangouts. Klienci, którzy potrzebują kompleksowego wsparcia otrzymują od VOX darmowy projekt wnętrza wykonany w programie VOXBOX.

- Wystarczy, że klient przekaze nam informacje na temat wymiarów pomieszczenia, swoich potrzeb i preferencji, a doradca wykona dla niego projekt „szyty na miarę”. Potem można go wspólnie obejrzeć i dokonywać na bieżąco modyfikacji - mówi Maciej Syroczyński, odpowiedzialny za działanie VOXBOX.

Również BoConcept przeniósł cały warszawski salon pokazowy do wirtualnej rzeczywistości w technologii 3D. Klienci mogą go zwiedzić, nie wychodząc z domu (#zostanwdomu), przyrzeć się z bliska każdemu produktowi oraz poznać jego wymiary, cenę, a także możliwości dostosowania.

Mimo wyjątkowej sytuacji pracujemy wciąż bardzo intensywnie. Rozszerzyliśmy obsługę elektroniczną klientów w kanałach social media – na Facebooku i Instagramie oraz poprzez aplikacje Facetime i Zoom. Tą drogą udzielamy obecnie klientom indywidualnych porad w zakresie stylizacji wnętrz, a także przekazujemy szczegółowe informacje o naszych produktach i usługach. Wszystkie zamówienia i wysyłki realizowane są terminowo i bez przeszkód. Już dziś zapraszamy naszych klientów do Virtual Store, dzięki któremu, nie wychodząc z domu, mogą oni odwiedzić warszawski

► Wirtualny Salon z możliwością konsultacji on-line stworzyła marka VOX. Fot. VOX



Okiem importera



Joanna Markus-Budnik, właściciel firmy BM Housing

Oczywistym jest, że pandemia koronawirusa wpłynęła negatywnie na działalność naszej firmy. Prawie z dnia na dzień klienci wycofują się z różnych projektów lub je zawieszają. Z kolei u inwestorów nie widać zainteresowania angażowaniem się w jakiegokolwiek nowe projekty. W tej chwili największym naszym problemem jest brak szybkich decyzji ze strony rządu na temat sytuacji i pomocy dla przedsiębiorców. Dlatego niejednokrotnie małe firmy decydują się na bardzo drastyczne działania wiedząc, że nie mogą na nikogo liczyć. Spowolnienie rynku i ogromne bezrobocie postawi nas wszystkich w bardzo trudnej sytuacji, której nie będziemy mogli w żaden sposób nadrobić przez parę miesięcy! Straty będą przekładać się więc na następne lata.

W BM Housing bardzo szybko przeorganizowaliśmy własną pracę na działania zdalne. Niestety mamy zamknięty showroom, więc siłą rzeczy nasze kontakty z klientami są bardzo ograniczone. Natomiast cała drużyna BM Housing jest bardzo zmotywowana, aby przezwyciężyć te trudne dla wszystkich czasy pomagając sobie nawzajem, ale też wspierając pomocą naszych klientów.

Jakie prognozy na przyszłość? Branża meblarska ma w tej chwili ogromny problem, widzimy masowe zwolnienia, brak produkcji, zupełne zastopowanie eksportu. Tracimy świetnie działające do tej pory duże i małe firmy. Oczywiście próbuję pozostać optymistką, ale jako przedsiębiorca muszę też być realistką i przewidywać najgorsze scenariusze. Jeśli więc w grudniu BM Housing będzie mogło działać w niezmiennym sposób, będzie to z pewnością największy sukces 2020 roku.

salon BoConcept – mówi Kamil Maślanka, właściciel salonu BoConcept. Do dyspozycji klientów wciąż pozostaje usługa projektowania wnętrz. Bezpośrednie spotkania z projektantami zastąpiono konsultacjami wideo. W trakcie takiej rozmowy omawiane są oczekiwania klienta, a następnie odbywa się wirtualna prezentacja kolekcji. Klienci, którzy chcą na żywo zobaczyć kolekcję, a także poznać możliwości konfiguracyjne poszczególnych systemów, mogą umówić się telefonicznie na indywidualne spotkanie w salonie. Showroom udostępniany jest w uzgodnionym terminie tylko zainteresowanym klientom, przy jednoczesnym zachowaniu wszelkich niezbędnych środków bezpieczeństwa – dodaje Kamil Maślanka.

Olejni design KOVSKY

www.olejnikowski.pl



SYSTEM MODUŁOWY TETRIS

to zestawienie drewna i metalu lub metalu i płyty laminowanej.

Bazą systemu jest metalowy sześciąt o profilu 2 cm x 2 cm, malowany proszkowo na czarno.

W ilości zestawianych ze sobą elementów ogranicza wyłącznie wyobraźnia.

Pięć rodzajów wypełnień możliwych jest do wykonania z czterech różnych materiałów: laminat dąb złoty, laminat beton, naturalne drewno dębowe, naturalne drewno dębowe w połączeniu z czarną płytą MDF.

Ilość kombinacji pozwala na stworzenie własnego projektu, który podkreśli niepowtarzalne wnętrza najbardziej wymagających klientów.



Koronawirus przemeblował polski rynek mebli. Czy branża wyjdzie z kryzysu?

Każdy tydzień epidemii oznacza dla polskich meblarzy nawet miliard złotych strat. Zatrzymuje się produkcja i sklepy, pracownicy tracą pracę. To największy od lat kryzys, z jakim branża ma do czynienia. Jakie są scenariusze dla polskich mebli? Rozmawiamy z Tomaszem Wiktorskim, analitykiem rynku, założycielem agencji B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego.

■ Koronawirus zdecydowanie pogorszył kondycję polskiej branży meblowej. Jakie wymieniłby Pan główne i najważniejsze zagrożenia dla rynku meblowego w obecnej sytuacji?

Sytuacja jest bardzo poważna, a w przypadku wielu firm wręcz dramatyczna. Myślę, że takiego kryzysu nie mieliśmy w historii polskiej branży meblowej jeszcze nigdy. Stracą wszyscy bez wyjątku – duzi i mali gracze. Głównym problemem jest zatrzymanie popytu, które dotyczy rynku krajowego i rynków eksportowych. Za nim idzie oczywiście od razu zatrzymanie biznesowego krążenia i wstrzymanie płatności, co natychmiast blokuje wszystko, do czego sprowadza się biznes. Mamy zatem do czynienia z sytuacją bezprecedensową. Nie jest to kryzys finansowy, z jakim mieliśmy do czynienia chociażby w roku 2008 i kolejnych. Ograniczenia w handlu dotyczą w istocie wszystkich najważniejszych rynków eksportowych, w ślad za nimi idą także ogromne utrudnienia w transporcie. Cześć fabryk pracuje, duża część jednak już zamknęła lub wkrótce zamknie produkcję. Cały rynek meblarski dosłownie przewraca nam się jak

kostki domina. Światłem w tunelu jest internet, ale w zależności od grup mebli realizujemy w sieci zaledwie od 7 do 20% transakcji. To o wiele za mało, aby utrzymać cały rynek. Ważnym czynnikiem, który pogarsza kondycję polskiego meblarstwa jest również tzw. wskaźnik ufności konsumenckiej, który obecnie dramatycznie pikuje w dół. Wszyscy boją się, co będzie jutro, w związku z czym wstrzymujemy się decyzjami zakupowymi.

■ Rząd proponuje pewne działania, firmy meblowe uważają je za niewystarczające i wysuwają swoje propozycje, prosząc o radykalne kroki. Jakie działania pomogłyby firmom przetrwać obecny kryzys? Spróbujmy spojrzeć na tę sytuację z praktycznego punktu widzenia. Otrzymaliśmy formalny zakaz prowadzenia handlu chociażby w placówkach wielkopowierzchniowych. Z drugiej strony ludzie dostali zakaz wychodzenia z domu pod rygorem karnym. Mamy więc administracyjnie zamknięte możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, a z drugiej strony ta sama administracja oczekuje, że zobowiązania publiczne będą regulowane. Absolutnie nie da



Tomasz Wiktorski, założyciel B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego

Opracowuje strategię dla rynku meblarskiego, prowadzi projekty badawcze i doradcze, realizuje badania preferencji estetycznych oraz zachowań konsumenckich. Od 2003 roku współpracuje z Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli. Pracuje w Grupie Roboczej ds. Krajowych Specjalizacji Inteligentnych przy Ministerstwie Przedsiębiorczości i Technologii. Uczestniczył w przygotowaniu i realizacji takich przedsięwzięć jak: Program Flagowy Polskie Meble, Radomsko Mebluje, Krajowe Specjalizacje Inteligentne, Branżowy Program Promocji, Sektorowy Program Badawczy, Dobroteka i Laboratorium Apartament Przyszłości i wielu innych. Realizuje kontrakty i zlecenia dla dużych, średnich i małych firm meblarskich. Regularnie publikuje wyniki prac badawczych, raporty rynkowe oraz felietony. Cytowany przez krajowe i zagraniczne media gospodarcze i branżowe. Członek Światowej Konfederacji Meblarskiej. Członek Polskiego Towarzystwa Statystycznego. W 2019 roku wyróżniony przez radę izby meblarskiej tytułem „Ambasador Meblarstwa”.

się tego wykonać. Niezbędne jest więc, z naszego punktu widzenia, zawieszenie danin publicznych.

■ Jakie straty mogą ponieść firmy meblowe?

Przychody branży meblowej na ten rok były szacowane na 52 mld złotych. Każdy tydzień, w którym firmy nie pracują, generuje stratę rzędu 1 mld złotych. Oczywiście są w tym koszty zmienne i stałe. Wynagrodzenia i usługi zewnętrzne stanowią w branży ok. 30%. Sami pracownicy etatowi plus daniny publiczne to ok. 20%. Każdy tydzień bez pracy to więc 200 mln zł strat z tytułu samych kosztów pracowniczych – ludzie mają umowy, należy im oczywiście zapłacić, nawet jeśli nie pracują. Każdy kolejny tydzień generuje dodatkowe straty. I nie mówimy tu o sytuacji, że mamy zmniejszony ruch w biznesie – ten ruch właściwie i praktycznie zamarł. Meblarze nie mają obecnie ani możliwości prowadzenia biznesu, ani możliwości zmiany modelu biznesu – nie wywozą przecież z dnia na dzień mebli na inne rynki, ponieważ wszystkie są dla nich zablokowane. Aby dać szansę na względne ustabilizowanie sytuacji, ludzie powinni dostać pensje w formie odszkodowań, a producenci muszą zostać zwolnieni z danin publicznych. Firmy nie powinny być w takiej sytuacji obarczane wynagrodzeniami za swoich pracowników, a propozycje państwo dla samozatrudnionych i mikroprzedsiębiorców powinny być rozszerzone daleko i odważnie na większe firmy.

■ Najwięksi europejscy producenci mebli to Niemcy i Włochy. Włochy całkowicie wstrzymały działalność produkcyjną w związku z epidemią, podobny los być może wkrótce czeka i Niemcy i Polskę. Co to oznacza dla globalnego rynku mebli? Jakie mogą być scenariusze?

W Europie wszyscy producenci mebli mają podobnie trudną sytuację. Uważam, że w tej sytuacji lepsze byłoby całkowite zatrzymanie produkcji na miesiąc np. dotyczące całej Unii Europejskiej, zatrzymanie epidemii i próba odbudowania tego, co było. Jeżeli będziemy działać powoli, to przedłużający się marazm będzie jeszcze gorszy dla gospodarki i kondycji firm meblowych. Z tego kryzysu wszyscy wyjdziemy podobnie

poturbowani. Niektóre polskie firmy mają jednak trudniejszą sytuację, ponieważ nie wszystkie mają odłożone środki aby przetrwać najbliższe miesiące, nawet bez produkcji. Są tacy, którym środków starczy jedynie na dwa tygodnie – nie odłożyli „zapasów”, ponieważ ciągle się rozwijali i inwestowali. Można by powiedzieć, że są w gorszej sytuacji trochę na własne życzenie – jeśli ciągle inwestujesz i nie masz zabezpieczenia w postaci „poduszki finansowej” na czas kryzysu, to niestety w takiej sytuacji może być bardzo źle. I w przypadku wielu polskich firm tak właśnie się dzieje. Jak się wydaje, wiele firm w Europie Zachodniej jest lepiej przygotowanych na złe czasy, mówię tutaj w szczególności o przedsiębiorstwach niemieckich, w gorszej sytuacji jest zapewne sporo firm włoskich. Myślę, że 25 czy 35% to minimum strat, jakie poniesie polskie meblarstwo w tym roku, zakładając, że epidemia potrwa tylko dwa lub trzy miesiące. Realistycznie myśląc, może to być i 40% spadków.

■ Co z Chinami? W jaki sposób obecna sytuacja może zmienić ich pozycję na globalnym rynku mebli?

CO ZMIENI DZISIEJSZY KRYZYS? NA PEWNO PRZYSPIESZY KWESTIĘ AUTOMATYZACJI I DIGITALIZACJI. ZWIĘKSZYMY WYDAJNOŚĆ. ROZWINĄ SIĘ SYSTEMY TELEKONFERENCJI I PRACY ZDAŁNEJ. NIE MAM TEŻ WĄTPLIWOŚCI, ŻE ZA 10 LAT LUDZIE DALEJ BĘDĄ UŻYWAĆ MEBLI.

To bardzo ciekawa kwestia, na ile z obecnej sytuacji obronną ręką mogą wyjść firmy chińskie. Myślę, że, po pierwsze, są trzy miesiące przed nami jeśli chodzi o skutki epidemii i już wychodzą z fali, w której środek gospodarka europejska właśnie wpadła. Nie sądzę natomiast, aby moce produkcyjne jakoś istotnie przeniosły się w inne miejsca. Duże znaczenie odgrywać ciągle będzie logistyka, dostęp do surowców i pewna specjalizacja, czy to stylistyczna czy technologiczna. Zakładam, że moce produkcyjne zostaną w tych miejscach, w których są. Pytanie jest inne: jeżeli firmy europejskie zaczną wpadać w trudności finansowe, czy



▲ Wśród producentów mebli, którzy czasowo zawiesili produkcję jest też firma Forte.

nie będzie to czas na inwestycje ze strony kapitału azjatyckiego. Tu mamy duży znak zapytania. Jeszcze zanim epidemia wybuchła we Włoszech i dotyczyła tylko Chin, zakładałem, że konsekwencją epidemii koronawirusa w Chinach powinna być zwiększona intensywność inwestycji chińskich poza Chinami, czyli dywersyfikacja miejsc produkcji i dostawy, tak, by w sytuacji, gdy ponownie pojawi się zagrożenie epidemiologiczne mieć tzw. przesunięcie w fazie, oznacza-

potrwa dłużej niż wszyscy myślimy, w końcu się jednak odbijemy i realnie jest, że będziemy sprzedawać nawet dwa razy więcej mebli niż dotychczas. Pomimo wszystkich możliwych ograniczeń konsumpcji, pomimo nawoływań do realizowania założeń gospodarki obiegu zamkniętego, ludzie konsumować, bo po prostu lubią. Podobne wątpliwości, co będzie z polskimi meblami mieliśmy w roku 2001 czy 2002, kiedy także był kryzys w Polsce czy w latach 90-tych, kiedy się załamał rynek rosyjski. Wielokrotnie pokazaliśmy, że umiemy, że jesteśmy głodni sukcesu. Polakom ciągle bardzo chce się pracować. Cały czas jest możliwe, aby za 10 lat sprzedaż eksportowa polskich mebli wyniosła ponad 100 mld złotych. Co zmieni dzisiejszy kryzys? Na pewno przyspieszy kwestię automatyzacji i digitalizacji. Zwiększymy wydajność. Rozwiną się systemy telekonferencji i pracy zdalnej. Nie mam też wątpliwości, że za 10 lat ludzie dalej będą używać mebli. Zastanawiam się natomiast, jak się zmieni sposób na mieszkanie Polaków. Przez szereg lat ludzie migrowali do miast, parę lat temu mieliśmy już odwrócenie tej tendencji, czyli więcej ludzi wyjechało z miast niż do nich przybyło. Jak będzie teraz? Czy kryzys wywołany koronawirusem zmieni nasze zwyczaje? I w jaki sposób? To pytania, na które odpowiedź przyniosą najbliższe lata.

Rozmawiała: Justyna Łotowska

Czytaj też: BIZNES MEBLOWY

■ Zespół B+R Studio wydał na początku 2020 roku 10. edycję raportu Polskie Meble Outlook. Jak podsumowałby Pan wyniki branży meblarskiej w ciągu ostatnich lat? Jak widzi Pan kondycję branży w perspektywie kolejnego dziesięciolecia? Czy będziemy sprzedawać więcej mebli?

Jeśli mamy patrzeć na perspektywę następnych dziesięciu lat, nawet przy założeniu, że epidemia koronawirusa

Polskie meblarstwo: dziesięciolecie sukcesów i wyzwań

W ciągu ostatnich 10 lat polskie meblarstwo przeszło dynamiczne zmiany. Od 2008 do 2018 roku Polska urosła z szóstego na trzeciego producenta mebli w Unii Europejskiej z udziałem 10,9%. Przedstawiamy raport z marca 2020 roku przygotowany przez analityków Polskiego Funduszu Rozwoju. Raport przygotowywany jeszcze przed epidemią, ale dobrze pokazujący sukcesy, choć też wyzwania i bolączki polskiej branży meblowej. Jak w perspektywie długofalowej światowa epidemia zmieni ten stan rzeczy i w którą stronę zmiany podążą? Jak będzie wyglądał globalny rynek mebli? Czas pokaże.

Największym rynkiem kupującym zagraniczne meble są Niemcy. Następnie jest prawie równe sobie pod względem importu Francja oraz już nie będąca już w Unii Wielka Brytania. Łącznie Niemcy, Francja i Wielka Brytania odpowiadają za 47,8% importu mebli wśród wszystkich państw Unii Europejskiej. Polska w tym zestawieniu zajmuje siódme miejsce – importujemy mniej niż Włochy czy Hiszpania, ale więcej niż chociażby Belgia, Austria czy Czechy. Warto tu dodać, że zarówno Niemcy jak i Francja powiększyły swój import

dwukrotnie w dwie dekady. W Niemczech co prawda od 2016 r. w coraz większym stopniu krajowa produkcja zaspokaja rodzimy popyt na meble, ale także stopień, w którym polski eksport mebli zaspokaja niemiecką konsumpcję rośnie w ostatnich latach bardzo dynamicznie.

Polska największym importerem mebli do Niemiec

Obecnie czterema największymi dostawcami mebli na rynek

niemiecki są Polska, Chiny, Czechy oraz Włochy. Widać wyraźną „degradację” Włoch i duży wzrost Chin, które dopędziły Polskę w 2007 r. i idą z naszym krajem zblizoną ścieżką wzrostu. Import mebli do Niemiec wzrósł w latach 2001-2019 o 102% a udział Polski i Chin wzrósł odpowiednio z 16,2% do 23,1% oraz z 7,6% do 22,9%. Największy wzrost udziału w eksporcie na rynek niemiecki odnotowały Chiny i Polska, a największy spadek - Włochy i Dania. W podziale rynku niemieckiego widać wyraźnie największy

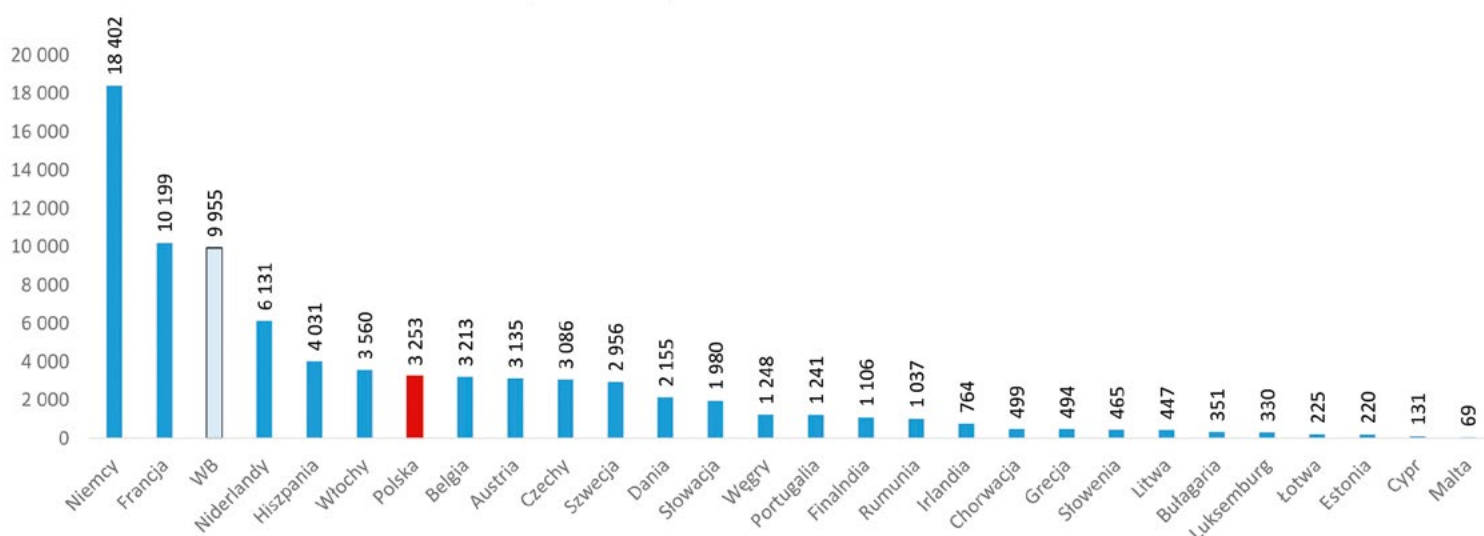
wzrost udziału Chin przy spadku większości pozostałych dostawców mebli.

Francja – najwięcej mebli dostarczają Chiny

Import mebli do Francji wzrósł w latach 2001-2019 o 109%. Najbardziej wzrósł udział eksporterów z Chin. Ich udział w imporcie do Francji wzrósł z 6,9% do 24,8%. Polska na drugim rynku importu mebli w UE zwiększyła swój udział z 2,8% do 7,2%. Największym dostawcą na rynek francuski

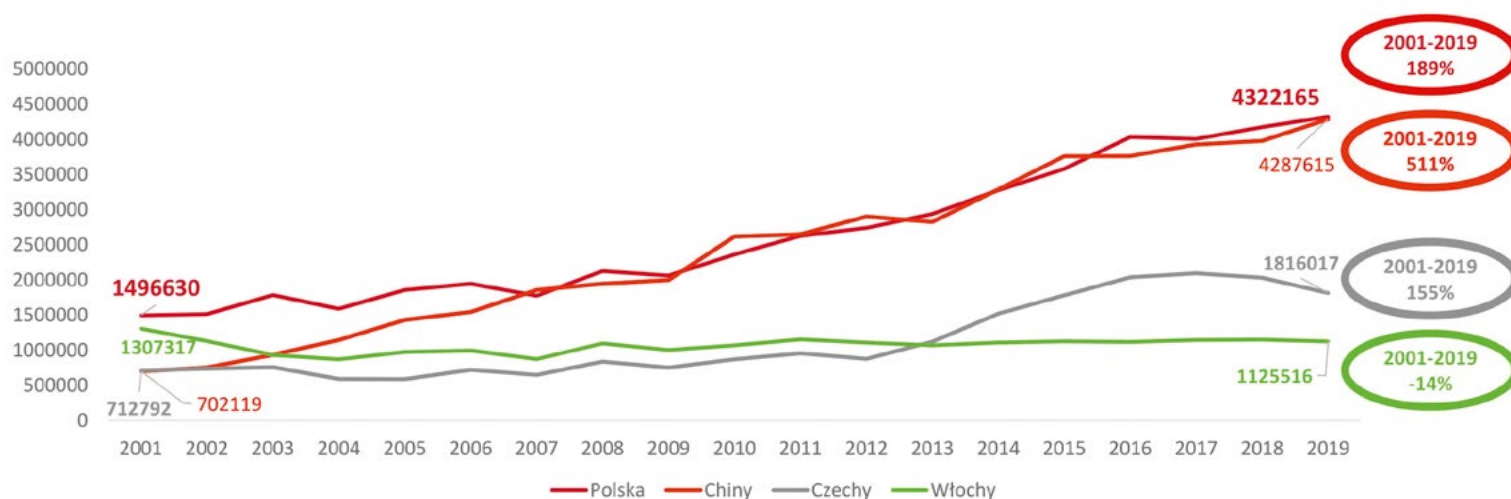
Import mebli krajów Unii Europejskiej + Wielka Brytania w 2018 roku

Źródło: Eurostat



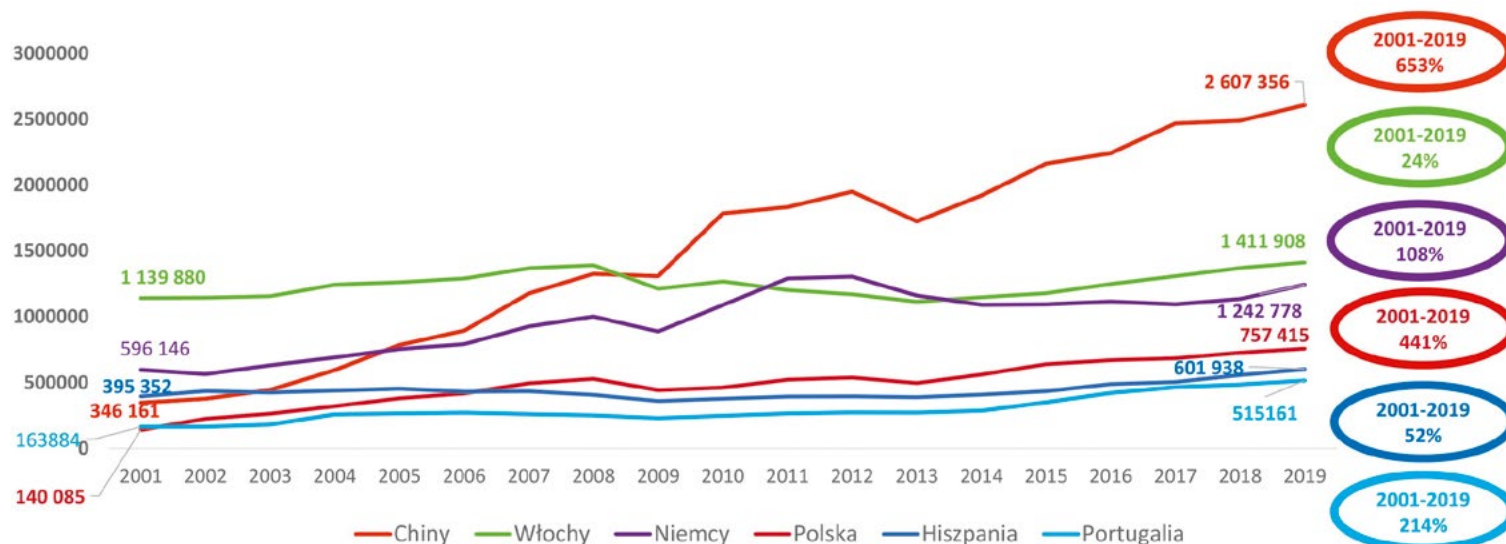
Eksport do Niemiec (w tys. euro)

Źródło: Eurostat



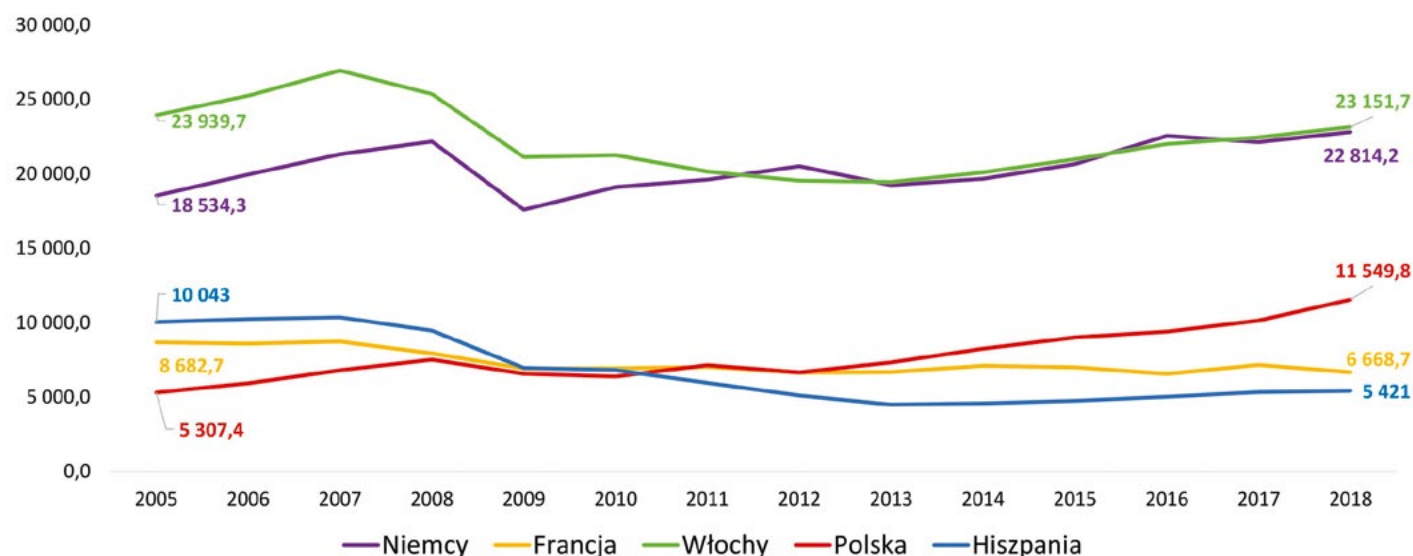
Eksport do Francji (w tys. euro)

Źródło: Eurostat



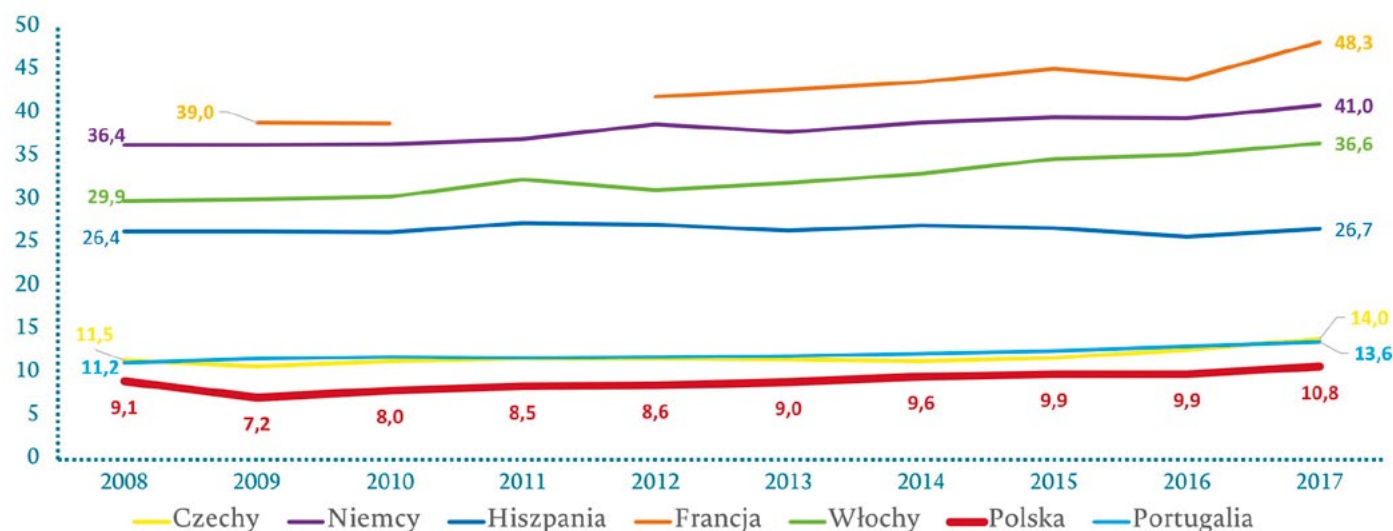
Produkcja mebli (w mln euro)

Źródło: Eurostat



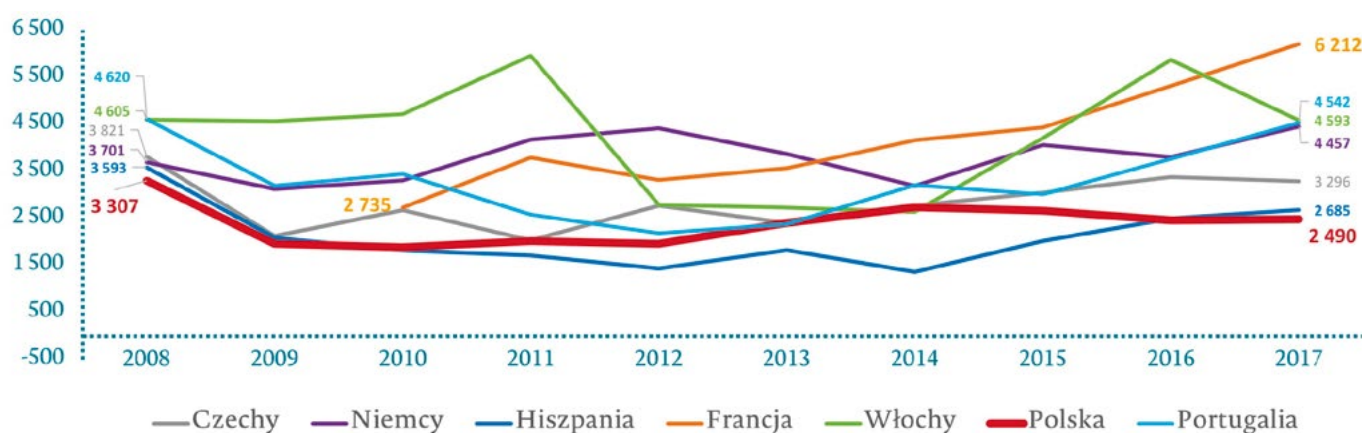
Przeciętny koszt pracownika w branży meblowej

Źródło: Eurostat



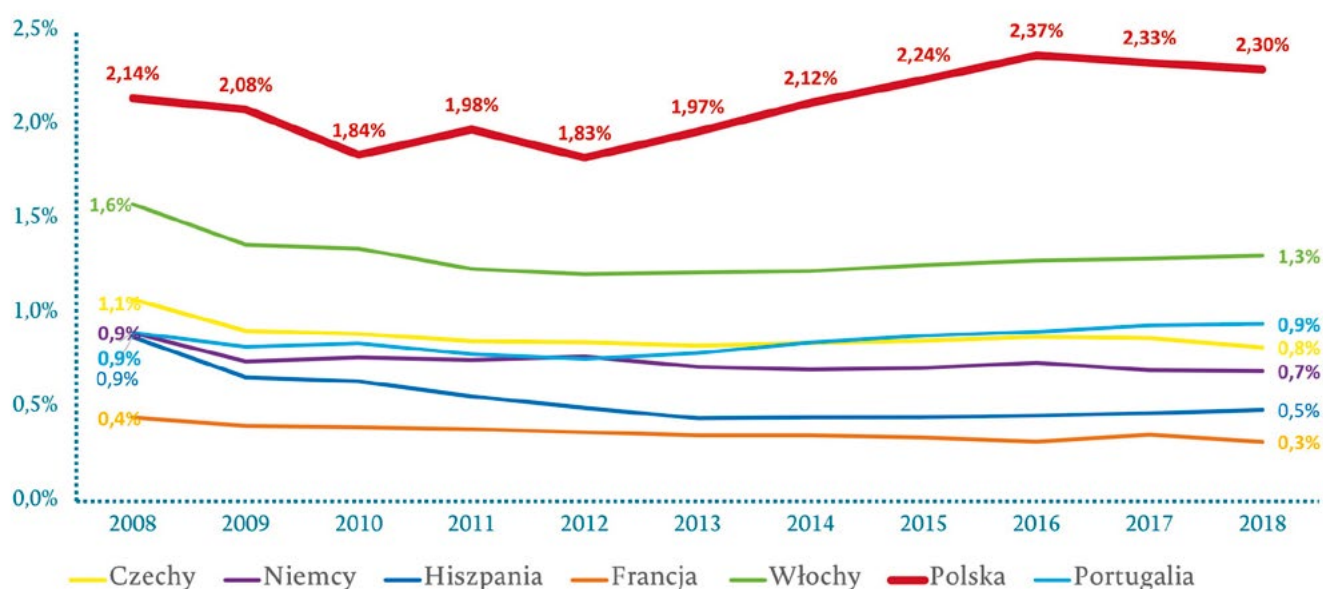
Nakłady na środki trwałe na głowę pracownika

Źródło: Eurostat



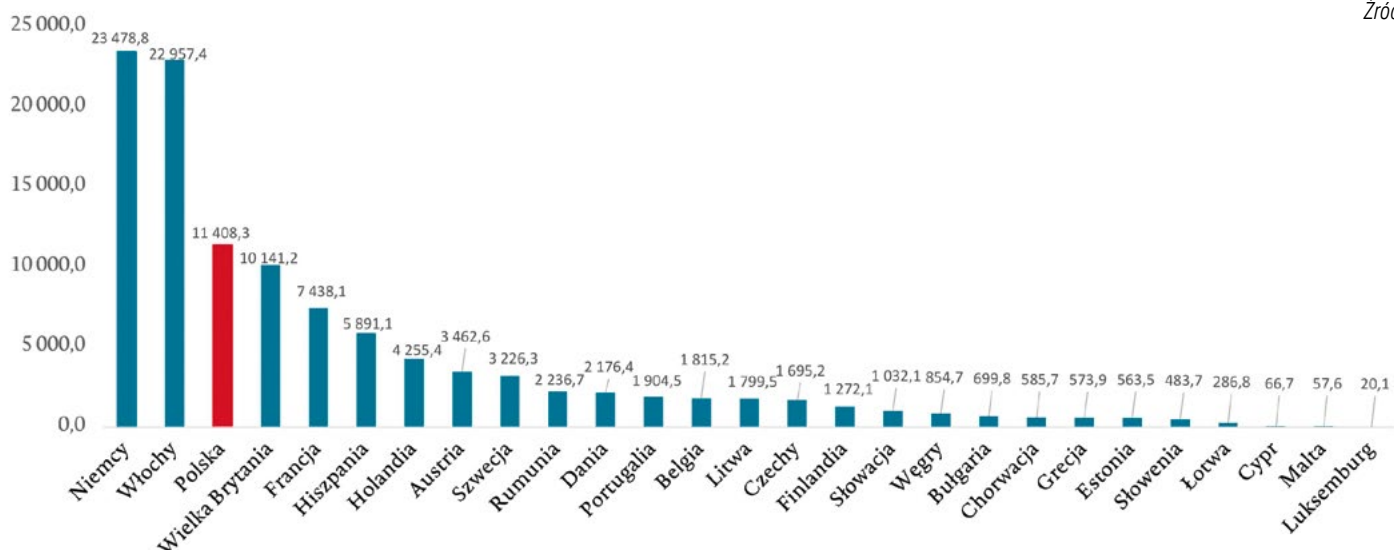
Udział sprzedaży mebli w krajowym PKB

Źródło: Eurostat



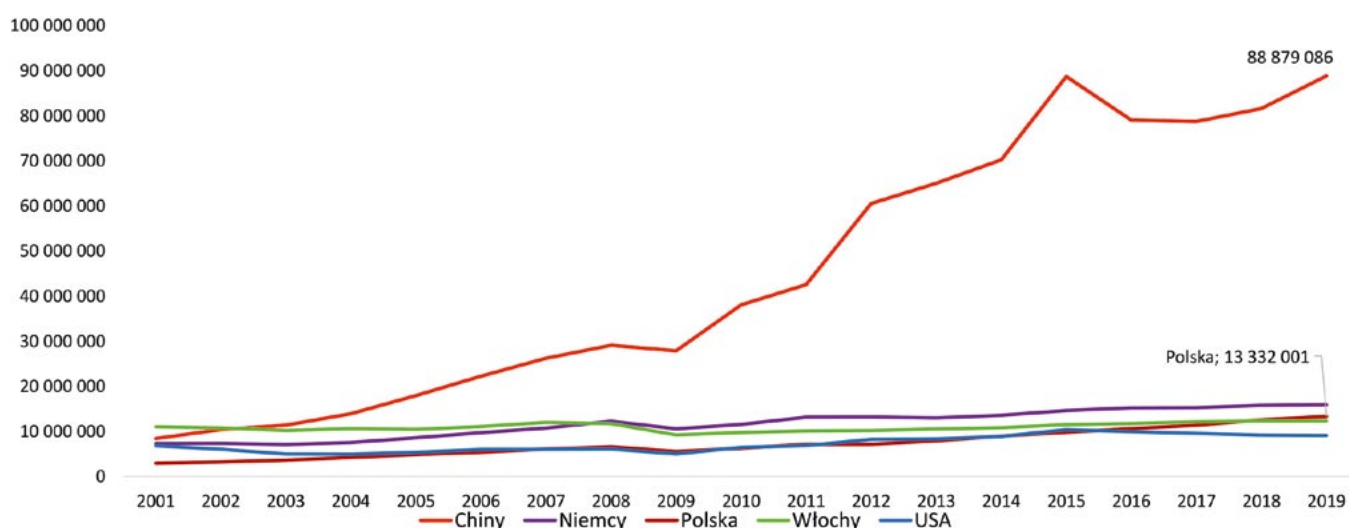
Wartość sprzedaży producentów mebli z poszczególnych państw UE w 2018 r. (w mln euro)

Źródło: Eurostat



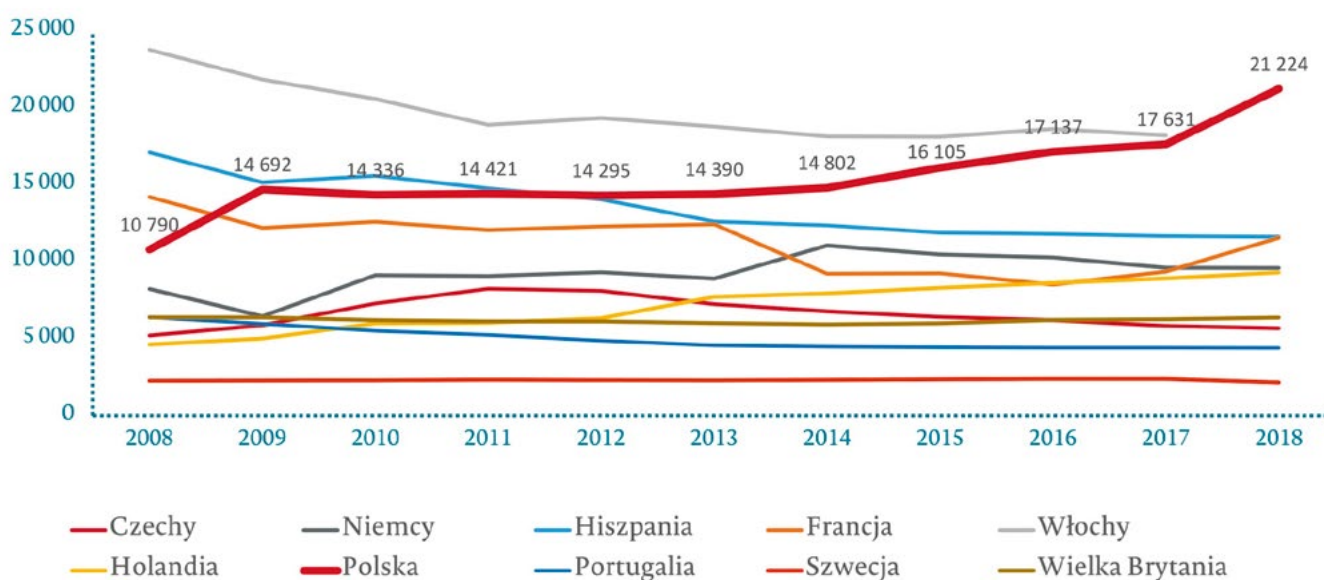
Najwięksi eksporterzy mebli na świecie (w tys. euro)

Źródło: International Trade Statistics



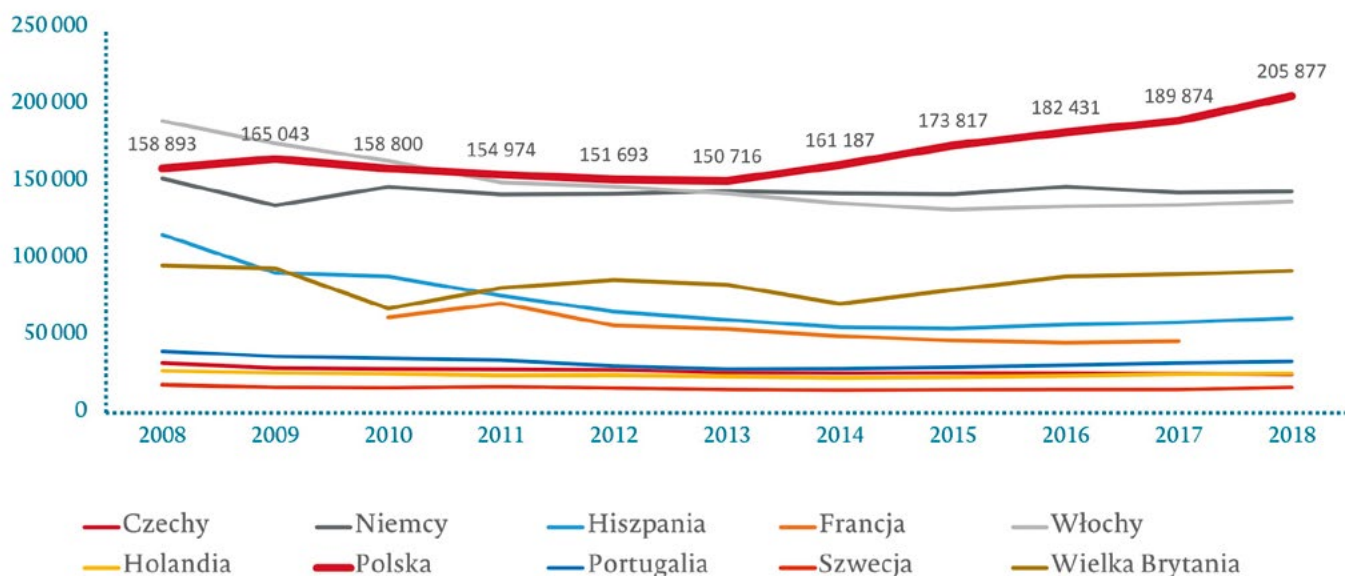
Liczba producentów mebli w krajach UE

Źródło: Eurostat



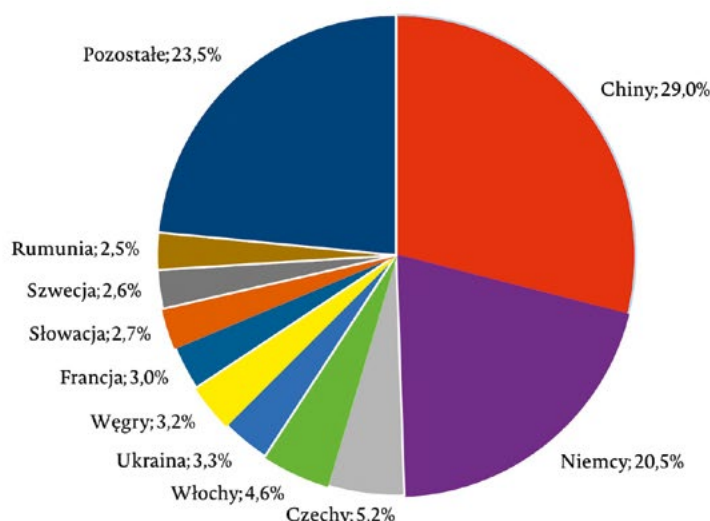
Liczba zatrudnionych pracowników

Źródło: Eurostat



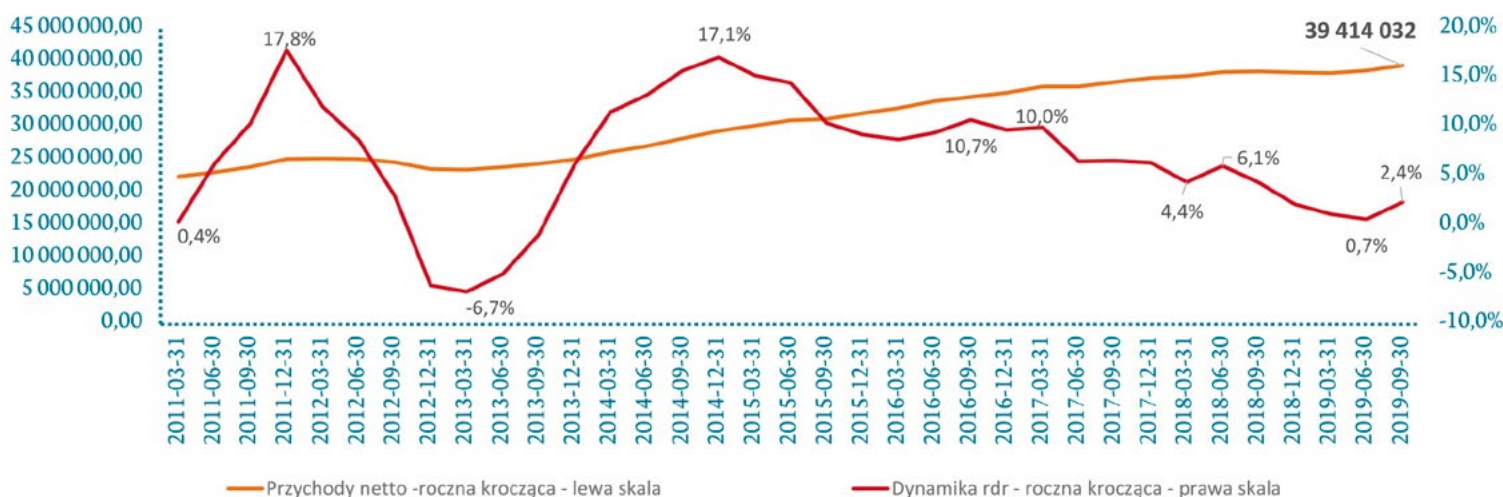
10 największych importerów mebli do Polski w 2019 roku

Źródło: International Trade Statistics



Przychody producentów mebli w Polsce (w tys. zł)

Źródło: GUS



PŁYTY I FRONTY MEBLOWE

o zwiększonej odporności
na zarysowania
i działanie promieniowania UV

HUBERTUS SUPER MAT



zwiększona
odporność
na wchłanianie
tłuszczu
i wyblyszczenie

HUBERTUS SUPER POŁYSK



nowość!
teraz fronty
HUBERTUS mają
praktycznie
niewidoczną spoinę
klejową dzięki
zastosowaniu in-
nowacji AIR FORCE
SYSTEM (obrzeże
laserowe) w mod-
ule okleinowania

ATRAKCYJNA CENA NAJWYŻSZA JAKOŚĆ KRÓTKIE TERMINY REALIZACJI

HUBERTUS DESIGN Sp. z o.o.

41-100 Siemianowice Śląskie
ul. Srokowiecka 22
tel. +48 32 229 02 59 (60)
fax. +48 32 228 30 53
biuro@hubertus-meble.eu
biuro@hubertusmeble.pl
www.hubertus-design.pl

mebli stały się zatem Chiny (wzrost o 653% w 2019 r. względem 2001 r.). Włochy na tym rynku utrzymały się na relatywnie zbliżonym poziomie (wzrost o 24% przy wzroście całego importu o ponad 100%) jak w 2001 r. Sprzedaż Niemiec w tym okresie wzrosła o 108%. Wzrost sprzedaży Polski o 441% wystarczył na awans na czwartą pozycję. Warto dodać, że w eksporcie na rynek francuski nastąpiła znacząca koncentracja. Udział sześciu największych państw eksporterów wzrósł z 55,2% w 2001 r. do 67,8% w 2019 r. Podobnie jak w przypadku Niemiec możemy zaobserwować dynamiczny wzrost udziału Chin w rynku francuskim połączony z obniżeniem udziału Włoch. Nastąpiła zdecydowana koncentracja dostawców na rynek francuski, gdyż udział sześciu krajów w 2001 r. wynosił 55,2%, a w 2019 r. już 67,8%.

Polska trzecim producentem mebli w Unii Europejskiej

Największymi producentami mebli w Unii Europejskiej wciąż pozostają Włochy i Niemcy. Widać duży awans Polski jako producenta mebli przy jednoczesnym spadku Hiszpanii. Produkcja włoska uległa niewielkiemu spadkowi pomiędzy 2008 a 2018 r., a niemiecka uległa zwiększeniu. Francja jako jeden z największych rynków importujących meble obniżyła swoją własną produkcję. Polska z kolei wyraźnie zwiększyła swój wolumen produkcji. W ślad za tym idzie znacznie większa liczba pracowników w polskim meblarstwie. Zarówno liczba firm, jak i liczba zatrudnionych w produkcji mebli w Polsce dynamicznie rośnie. W latach 2005-2018 liczba pracowników w meblarstwie polskim wzrosła o 24%, a spadła w hiszpańskim (56%), francuskim (41%), włoskim (32%) i portugalskim (28%). W przypadku Francji można zaobserwować wzrost liczby firm w ostatnim czasie przy stosunkowo stabilnym zatrudnieniu. Wyraźnie widać spadek liczby firm i zatrudnienia w Hiszpanii, co jest spójne z załamaniem wartości produkcji. Niemcy, Francja i Włochy posiadają przy tym stosunkowo zbliżoną relację sprzedaży do ilości pracowników. Widać wybiecie się

Francji w ostatnim okresie, co jest spójne ze zwiększeniem sprzedaży przy utrzymaniu zatrudnienia na tym samym poziomie. Hiszpania mimo drastycznego spadku produkcji odbudowuje swoją wydajność po okresie jej obniżenia. Polska branża meblarska utrzymuje swoją wydajność na poziomie Portugalii. Najbardziej znaczącym jest wzrost dynamiki sprzedaży na pracownika we Francji, co świadczy o zdecydowanych krokach branży w tym kraju nakierowanych na poprawę wydajności. Na tym tle sprzedaż na pracownika polskiego meblarstwa jest relatywnie niska, co świadczy o niskiej wydajności naszego meblarstwa.

Polski sukces dzięki niskim kosztom pracy

Polską przewagą nad konkurentami w Unii Europejskiej była dotychczas tania siła robocza. Mimo tego, iż w Polsce w ostatnich latach koszty pracownika znacząco wzrosły, to jednak nie wpłynęło to znacząco na naszą dotychczasową przewagę, gdyż w pozostałych krajach płace również rosną. Relacja kosztu pracownika w innych krajach do kosztu w Polsce pomiędzy 2008 a 2017 r. nie zmieniła się o więcej niż 5%. Wyjątkiem jest Hiszpania, gdyż przewaga ta zmalała o prawie 16%.

Drugą stroną tego zjawiska jest to, że polski sektor meblarski inwestuje w przeliczeniu na głowę pracownika najmniej w Unii wśród ważnych krajów dla tej branży. Nakłady na środki trwałe na głowę pracownika rosną od kilku lat w większości państw Unii Europejskiej. Największy poziom odnotowała Francja zwiększając nakłady z 2 725 euro na pracownika w 2010 r. do 6 212 euro na pracownika w roku 2017. Nawet Hiszpania, która w latach 2011-2015 inwestowała mniej niż Polska, zwiększyła swoje nakłady inwestycyjne ponad poziom Polski. Na tym tle wypadamy naprawdę słabo – polska branża meblarska na głowę pracownika inwestuje o połowę mniej niż państwo, które inwestuje najwięcej. I to pomimo faktu, że jak wynika z analizy Polskiego Funduszu Rozwoju, meblarstwo jest ważniejsze dla polskiej gospodarki, niż u innych wiodących producentów mebli w UE.

Udział sprzedaży mebli stanowi 2,3% polskiego PKB, podczas gdy w przypadku Francji to tylko 0,3%.

Polska drugim eksporterem mebli na świecie

Wartość polskiego eksportu netto (eksportu pomniejszonego o import) wyniosła na koniec 2018 r. 10 992 mln dolarów. Na pierwszym miejscu znalazły się Chiny (92 446 mln dolarów), a na trzecim Włochy (10 349 mln dolarów). Pod względem nominalnej wielkości eksportu jesteśmy na trzecim miejscu na świecie, za Chinami i Niemcami. Głównymi towarami w eksporcie mebli są meble drewniane, części mebli do siedzenia oraz meble do siedzenia, z drewnianą ramą, tapicerowane. Te trzy podpozycje odpowiadały w 2018 r. za 48% eksportu działu 94. Warto zwrócić uwagę, że koncentracja eksportu działu 94 zmniejsza się. Jeszcze w 2001 roku wymienione wyżej podpozycje stanowiły prawie 61% eksportu. Głównymi odbiorcami mebli z Polski są kraje Unii Europejskiej, do których trafia ponad 85,5% naszego eksportu.

Analizy PFR wzięły też pod uwagę wskaźnik, jakim jest relatywna przewaga eksportowa. Udział kraju w światowym eksporcie danego towaru podzielony przez udział tego kraju w światowym eksporcie ogółem może stanowić przybliżoną miarę względnej przewagi gospodarki w eksporcie danej grupy towarowej. Gdy wskaźnik przekroczy jeden, to sygnalizuje, że udział Polski w światowym eksporcie danego towaru jest większy od udziału Polski w światowym eksporcie ogółem. Sugeruje to istnienie względnej przewagi eksportowej. W przypadku Polski relatywna przewaga w eksporcie mebli nadal jest wysoka, lecz systematycznie spada.

Źródło danych i tekstu: raport
„Polskie meblarstwo - kruchy
sukces” oraz „Kwartalny
przegląd danych statystycznych
dotyczących polskiego meblarstwa”,
przygotowane przez Polski Fundusz
Rozwoju, marzec 2020

Czytaj też:  **BIZNES
MEBLOWY**

Libro z sukcesem na targach Meble Polska

Firma Libro świętowała na tegorocznych targach Meble Polska swoje 30-lecie. Jednak nie tylko z tego powodu edycję targów z 2020 roku ten czołowy producent mebli tapicerowanych może uznać za wyjątkową!

W trakcie targów Meble Polska firma Libro pokazała ponad 10 nowych modeli mebli, wszystkie ubrane w tkaniny z nowych, prezentowanych po raz pierwszy, kolekcji. Modele prezentowane na pokaznej ekspozycji Libro na antresoli hali 6 zostały bardzo dobrze przyjęte przez odwiedzających targi. W efekcie, każdy z zaprezentowanych modeli zostanie wdrożony do produkcji i już wkrótce będzie można go znaleźć w ofercie handlowej producenta.

Jubileusz 30-lecia firmy Libro – ważne wydarzenie z jej życia – był jedną z atrakcji tegorocznych targów meblowych w Poznaniu. Na stoisku Libro nie mogło więc zabraknąć akcentów i działań przypominających o 30-leciu. Z tej okazji tuż przy wejściu na stoisko Libro gości witał wyjątkowy projekt – popularny artysta malarz Robert Listwan swoje najnowsze dzieło wykonał, wykorzystując jedną z sof producenta. W ten sposób powstał „New Romantic” - niespotykany mebel łączący sztukę nowoczesną z w pełni funkcjonalną sofą. Repliki tej sofy były jedną z najlepiej sprzedających się nowości Libro.

30 lat życia firmy okazało się również doskonałą okazją, aby wyróżnić najlepszych partnerów biznesowych,



▲ Największą ozdobą stoiska Libro w trakcie tegorocznych targów Meble Polska była z pewnością jedyna w swoim rodzaju sofa-obraz wykonana przez artystę-malarza, Roberta Listwana.

◀ Zespół firmy Libro uroczystie świętował 30-lecie działalności przedsiębiorstwa.

Libro dziękuje swoim partnerom handlowym!

SALONY MEBLOWE AGATA

„BETA” TORUŃ
 „BOLERO” ŁÓDŹ
 „DEK” KIELCE
 „ELŻBIETA” OLSZTYN
 „GAMA” RABKA-ZDRÓJ
 „HEBAN” KOŁO
 „KRYSTIAN” SUWAŁKI
 „LIMBA” GODZISZÓW
 „MEBLE DOMO” KOŁOBRZEG
 „MEBLE POLSKIE” KROSNO
 „MEBLE WÓJCIK” IRZĄDZE
 „MEBLOSTACJA” OLSZTYN
 „M-LID” ŻARY
 „SONIK” ELBLĄG
 „ŚWIAT MEBLI” ZIELONA GÓRA
 „UFO” MIŃSK MAZOWIECKI
 „WIRO” DZIAŁDOWO
 PH „WPHW” SP. Z O. O. PIŁA
 WITEKS HOME SP. Z O. O. MODLNICZKA
 UAB PAULUMA LITWA
 UAB „DEINAVA” LITWA
 UAB „AUDEJO” LITWA
 „MEBELU NAMS” ŁOTWA
 OU VOLAND-PLUSS ESTONIA
 SIA ETG „ELKOR” ŁOTWA
 OU SEEGI MOOBEL ESTONIA
 POŁODNA NABYTEK CZECHY
 ENO NABYTEK CZECHY
 MIGRO NABYTEK CZECHY
 TAUER GROUP CZECHY
 AKRIM NABYTEK CZECHY



k którzy znacząco przyczynili się do zbudowania aktualnej pozycji firmy Libro na rynku. 32 firmy (patrz ramka) otrzymały z rąk właściciela i założyciela firmy, Marka Liberackiego podziękowania w formie okolicznościowej statuetki z miniaturą sofy „New Romantic”.

Choć rozwijająca się epidemia koronawirusa spowodowała mniejszą niż zwykle frekwencję na targach, wszystkie cele handlowe firmy Libro zostały osiągnięte. W rozmowach z przedstawicielami firmy dominowało z jednej strony zadowolenie z efektów jubileuszowej edycji targów, z drugiej - obawy i niepewność dotycząca postępującej epidemii. Realizacja zamówień targowych na pewno przesunie się w czasie. Wszystko też wskazuje, że w tym roku były to ostatnie targi, w których Libro wzięło udział.



▲ 30-lecie firmy było też okazją do podziękowania dotychczasowym partnerom handlowym.

◀ Statuetki z podziękowaniem dla partnerów handlowych składały się m.in. z miniaturowej repliki sofy - „New Romantic”.

Oto zwycięzcy najstarszego konkursu meblowego w Polsce!

Za nami kolejna, dziewiętnasta już edycja konkursu Meble Plus – Produkt 2020, organizowanego przez magazyn branżowy Meble Plus i portal Biznesmeblowy.pl. W trakcie gali, która odbyła się podczas tegorocznego wydarzenia 4 Design Days w Katowicach nagrody odebrało 9 firm, zaś wyróżnienia – kolejnych 7. Wręczyliśmy także tytuły w plebiscytach Człowiek Roku 2019 i Firma Roku 2019 branży meblowej.



▲ Zwycięzcy tegorocznej, 19. już edycji konkursu Meble Plus – Produkt 2020.

WYNIKI KONKURSU MEBLE PLUS – PRODUKT 2020

KATEGORIA MEBLE TAPICEROWANE DO SALONU

- Nagroda główna: Kolekcja mebli modułowych Carmen, Wajnert Meble
- Wyróżnienie: Modułowe meble Tactic, Stella
- Wyróżnienie: Narożnik Arte, Libro

KATEGORIA MEBLE SKRZYNIOWE DO SALONU

- Nagroda główna: Kolekcja Mebli Vertigo, Meble Olejnikowski
- Wyróżnienie: Kolekcja mebli Zoom, Fabryka Mebli Taranko
- Wyróżnienie: Kolekcja mebli Oslo, Szytnaka Meble

KATEGORIA MEBLE DO KUCHNI I ŁAZIENKI

- Nagroda główna: Kolekcja konsol łazienkowych z blatem i umywalką, Deante
- Wyróżnienie: Kolekcja mebli Marche, Black Red White
- Wyróżnienie: Kolekcja mebli łazienkowych Futuris, Elita

KATEGORIA MEBLE DO SYPIALNI, GARDEROBY I POKOJU DZIECIĘCEGO

- Nagroda główna: Garderoba Royal, Sevroll-System

KATEGORIA MEBLE DO PRZESTRZENI PUBLICZNEJ, GABINETU I BIURA

- Nagroda główna: Sofa Be a part of, Kinnarps

KATEGORIA MATERIAŁY TAPICERSKIE

- Nagroda główna: Tkanina tapicerska Vocal/Fargotex

KATEGORIA MATERIAŁY DO USZLACHTNIANIA PŁYT ORAZ ELEMENTY MEBLOWE

- Nagroda główna: Papier dekoracyjny Shirin Walnut, Impress Decor
- Wyróżnienie: Dekor Pietra Spezia, Interprint

KATEGORIA NAGRODA REDAKCJI

- System meblowy Avenir/ABM

KATEGORIA NAGRODA INTERNAUTÓW

- Narożnik Arte/Libro

CZŁOWIEK ROKU 2019 BRANŻY MEBLOWEJ

- Carolina Garcia Gomez – prezes i dyrektor do spraw zrównoważonego rozwoju firmy IKEA Retail w Polsce

FIRMA ROKU 2019 BRANŻY MEBLOWEJ

- Center Mebel



▲ Galę poprowadził znany dziennikarz Maciej Ortoś.



▲ Wyróżnienie przyznane firmie Stella za modułowe meble Tactic odebrał przedstawiciel firmy, Marek Grabarz.



▲ Drugie wyróżnienie w kategorii „Meble tapicerowane do salonu” odebrał Grzegorz Kalinowski z firmy Libro za narożnik Arte.



▲ Nagrodę w kategorii „Meble tapicerowane do salonu” odebrała Aldona Czechowska, menedżer produktu w firmie Wajnert Meble za kolekcję mebli modułowych Carmen.



▲ Drugie wyróżnienie, za kolekcję mebli Oslo, otrzymała firma Szynaka Meble. Wyróżnienie odebrała Łucja Przybysz – Stępień.



▲ Nagrodę główną w kategorii „Meble Skrzyniowe do salonu” przyznano firmie Meble Olejnikowski za kolekcję Mebli Vertigo. Odebrała ją Monika Wawrzyńczak.



▲ W kategorii „Meble do kuchni i łazienki” wyróżnienie otrzymała firma Elita za kolekcję mebli łazienkowych Futuris. Na scenie reprezentował ją Michał Falkowski – dyrektor sprzedaży krajowej.



▲ Nagroda główna przypadła w udziale firmie Deante za kolekcję konsol łazienkowych z blatem i umywalką. Odebrali ją Anna Słowińska-Owczarek – menedżer produktu oraz Michał Łój – projektant kolekcji.



▲ W kategorii „Meble do sypialni, garderoby i pokoju dziecięcego” nagrodę otrzymała firma Sevrill-System za garderobę Royal, którą przyjął dyrektor handlowy, Alina Tomaszewska.



▲ W kategorii „Meble do przestrzeni publicznej, gabinetu i biura” tytuł „Meble Plus – Produkt 2020” zdobyła firma Kinnarps za sofę Be a part of. Firmę reprezentował Marek Gorczyca – dyrektor sprzedaży regionu południowego.



▲ W kategorii „Materiały tapicerskie” nagrodę otrzymała firma Fargotex za tkaninę tapicerską Vocal. Przyjęła ją menedżer produktu, Ewelina Słaby.



▲ Nagroda główna trafiła do firmy Impress Decor za papier dekoracyjny Shirin Walnut. Odebrał ją Rafał Lemieszko – konsultant do spraw designu.



▲ Nagrodę Internautów zdobył narożnik Arte firmy Libro, a na scenie po raz kolejny pojawił się Grzegorz Kalinowski.



▲ Nagrodę redakcji otrzymał system meblowy Avenir firmy ABM, a odebrała ją prezes zarządu – Mirosława Morawska oraz dyrektor handlowy, Grzegorz Buzala.



▲ W kategorii „Materiały do uszlachetniania płyt oraz elementy meblowe” wyróżnienie za dekor Pietra Spezia otrzymała firma Interprint, którą reprezentowała Małgorzata Świerzevska – specjalistka do spraw marketingu i designu.



▲ Tytuł Człowieka Roku 2019 otrzymała Carolina García Gomez – prezes i dyrektor do spraw zrównoważonego rozwoju firmy IKEA Retail w Polsce. W imieniu pani prezes Garcii Gomez nagrodę odbierała dyrektor do spraw komunikacji Grupy IKEA Katarzyna Broniarek.



▲ Tytuł Firma Roku 2019 zdobyła firma Center Mebel, a nagrodę odebrał właściciel przedsiębiorstwa, Grzegorz Kurak.

Meble Plus – Produkt Roku 2020 – poznaj nagrodzone produkty!

Podczas Gali Meblowej 6 lutego 2020 w Katowicach wręczone zostały nagrody i wyróżnienia dla laureatów konkursu „Meble Plus - Produkt 2020”. Jakie kolekcje zyskały miano najlepszych w 2020 roku? Poznajmy je!

Dwudziestoosobowe jury wybrało najlepsze meble, akcesoria i materiały dla meblarstwa. Wśród jurorów byli eksperci od lat działający w branży meblowej. To profesjonaliści zajmujący się aranżacją wnętrz, przedstawiciele salonów meblowych, osoby reprezentujące stowarzyszenia i targi branżowe, wreszcie: projektanci i dziennikarze. Swoje nagrody przyznała także nasza redakcja oraz internauci, którzy oddali głosy za pośrednictwem portalu Biznesmeblowy.pl.

Zdjęcia: serwisy firm

Czytaj też:  **BIZNES
MEBLOWY**

► **MEBLE TAPICEROWANE DO SALONU.** Wyróżnienie przyznano firmie Stella za modułowe meble Tactic.



▲ **MEBLE TAPICEROWANE DO SALONU.** Nagrodę w kategorii otrzymała firma Wajnert Meble za kolekcję mebli modułowych Carmen.



► **MEBLE TAPICEROWANE DO SALONU.**
Drugie wyróżnienie zdobyła firma Libro za narożnik Arte, który wygrał także NAGRODĘ INTERNAUTÓW.

▼ **MEBLE SKRZYNIOWE DO SALONU.**
Nagrodę główną w kategorii przyznano firmie Meble Olejnikowski za kolekcję Mebli Vertigo.



▲ **MEBLE SKRZYNIOWE DO SALONU.** Fabryka Mebli Taranko została wyróżniona za kolekcję mebli Zoom.



▲ **MEBLE SKRZYNIOWE DO SALONU.** Drugie wyróżnienie, za kolekcję mebli Oslo, otrzymała firma Szyńska Meble.



▲ **MEBLE DO KUCHNI I ŁAZIENKI.** Nagroda główna przypadła w udziale firmie Deante za kolekcję konsol łazienkowych z blatem i umywalką.



▲ **MEBLE DO KUCHNI I ŁAZIENKI.** Wyróżnienie dla kolekcji mebli Marche Black Red White.



▲ **MEBLE DO KUCHNI I ŁAZIENKI.** Wyróżnienie otrzymała firma Elita za kolekcję mebli łazienkowych Futuris.

◀ **MEBLE DO SYPIALNI, GARDEROBY I POKOJU DZIECIĘCEGO.** Nagrodę otrzymała firma Sevrill-System za garderobę Royal.





▲ **MEBLE DO PRZESTRZENI PUBLICZNEJ, GABINETU I BIURA.** Tytuł „Meble Plus – Produkt 2020” zdobyła firma Kinnarps za sofę Be a part of.



▲ **MATERIAŁY TAPICERSKIE.** Nagrodę otrzymała firma Fargotex za tkaninę tapicerską Vocal.



▲ **MATERIAŁY DO USZLACHETNIANIA PŁYT ORAZ ELEMENTY MEBLOWE.** Nagroda główna trafiła do firmy Impress Decor za papier dekoracyjny Shirin Walnut.



▲ **MATERIAŁY DO USZLACHETNIANIA PŁYT ORAZ ELEMENTY MEBLOWE.** Wyróżnienie za dekor Pietra Spezia otrzymała firma Interprint.

◀ **NAGRODĘ REDAKCJI** otrzymał system meblowy Avenir firmy ABM.

Wobec nowych wyzwań

Dyskusje o kondycji polskiego meblarstwa, jego przyszłości i zagrożeniach oscylowały wokół nadchodzącego spowolnienia gospodarczego, zbliżającej się katastrofy ekologicznej, ale i w cieniu złych wieści dochodzących z Chin. Podsumowujemy, czym żyła branża meblowa w trakcie 4 Design Days 2020.



Na początku 2020 r. Polska wyprzedziła Niemcy w wartości sprzedanych za granicę mebli i zajęła pierwsze miejsce w eksporcie mebli w Europie. Według danych Eurostatu, wartość polskiego eksportu to prawie 11 mld euro. Jesteśmy też szóstym największym producentem mebli na świecie – przed nami są tylko tak silni gracze, jak Chiny, USA, Niemcy, Włochy czy Indie. W ciągu kilku lat awansowaliśmy na to miejsce z 10. pozycji. W 2016 roku w naszym kraju zarejestrowanych było łącznie ponad 16 tys. firm zajmujących się produkcją mebli. To drugi wynik w Europie po Włoszech, wyższy niż liczba podobnych firm

w Hiszpanii czy Niemczech. Ciągłe konkurujemy – głównie niższymi kosztami pracy, często anonimowym podwykonawstwem, niską ceną mebli, wciąż musimy walczyć o większą wydajność, wyższe marże czy lepszą rozpoznawalność. Polscy meblarze borykają się też z rosnącymi kosztami działalności i brakiem pracowników. Krajowe przedsiębiorstwa radziły sobie, zatrudniając pracowników z Ukrainy i Białorusi, ale obecnie duża ich część poszukuje wyższych stawek wynagrodzenia na zachodzie, co zwiększa i u nas presję płacową. Czy wzrost konkurencyjności, wydajności produkcji i rozpoznawalności polskich mebli

będą możliwe dzięki zwiększeniu innowacyjności firm? Jak wdrażać nowe modele biznesowe? Czy pozycję polskiego meblarstwa uratować może robotyzacja i automatyzacja? Czy warto inwestować w design? Na te i inne pytania przedstawiciele branży meblowej odpowiadali 6 i 7 lutego b.r. w ramach 4 Design Days.

MEBLE. ZRÓWNOWAŻONY DESIGN

Meble muszą być produkowane w sposób ekologiczny. Taką tezę postawili uczestnicy pierwszej z dyskusji poświęconej kondycji polskiego meblarstwa – „Meble. Zrównoważony

▲ Sesja dyskusyjna **Meble. Zrównoważony design**. Udział w sesji wzięli (kolejność alfabetyczna): **Magdalena Borowiec**, dyrektor marketingu, Profim i Flokk Polska; **Bartosz Chmielewski**, CEO, Founder, Zero Waste Design; **Magdalena Hubka**, projektant, Swallow's Tail; **Oskar Zięta**, architekt, projektant, założyciel, Zieta Prossdesign Sp. z o.o. Moderacja: **Justyna Łotowska**, redaktor, magazyn „Meble Plus” i portal Biznesmeblowy.pl

design”. Zgodnie przyznali oni, że każdy producent wcześniej czy później zmierzy się z tym wyzwaniem. Kluczem zaś do poradzenia sobie z nim jest świadomość zagrożeń, edukacja producentów, projektantów



Magdalena Borowiec, dyrektor marketingu, Profim i Flokk Polska

i inwestorów oraz polityka „małych kroków”.

Dyskusję, którą moderowała Justyna Łotowska, redaktor naczelna magazynu „Meble Plus” oraz portalu Biznesmeblowy.pl, rozpoczęły kwestie gospodarki obiegu zamkniętego w rodzimych fabrykach meblowych. Prelegenci zastanawiali się nad świadomością polskich konsumentów i producentów oraz koniecznością wprowadzenia właśnie takiego modelu ich funkcjonowania. Mam wrażenie, że nadal ciąży nam brak ogólnej wiedzy. Wszyscy czujemy że trzeba coś zrobić, ale nie wiemy jak – mówiła Magdalena Borowiec, dyrektor marketingu Profim i Flokk Polska. A tymczasem naprawdę niewiele trzeba, żeby wprowadzić zmianę. Zaczniemy od rozmów, od edukacji, od naprawdę małych zmian, które spowodują prawdziwą „kulę śnieżną” zmian – dodawała. Podobnego zdania był Oskar Zięta, projektant i założyciel zieta.prozessdesign, który odwołał się do wykładu inauguracyjnego architekta Dietmara Eberle oraz własnych doświadczeń. W latach

90., kiedy studiowałam w Szwajcarii, a Dietmar Eberle był jednym z moich profesorów, w Polsce hasło „zrównoważona produkcja” było kompletnie nieznane, choć na Zachodzie podejmowano już zdecydowane działania w tym kierunku. My byliśmy wówczas na takim etapie, że opakowania moich produktów w postaci kartonów z ekologicznymi farbami i sam pomysł, że mebel dostaje 100-letnią gwarancję, budziły wielkie zdziwienie. Do tej pory żyjemy w kulturze ciągłej zmiany wystroju wnętrz, ciągłej nadpodaży produktów, ciągłego kupowania więcej – nawet jeśli kupujemy ekologiczne produkty, to ciągle kupujemy po prostu za dużo – mówił. Designer apelował też, by po prostu kupować mniej, za produkty trwałe, które będą nam służyć przez lata;



Magdalena Hubka, projektant, Swallow's Tail

aby do zakupów podchodzić prosumencko, a nie konsumencko. Z kolei Bartosz Chmielewski, CEO Zero Waste Design wskazywał, iż działania proekologiczne nie są modą, ale obowiązkiem każdego producenta branży meblowej. Mnie osobiście bardzo denerwuje hasło „moda na ekologię”. To nie moda, to konieczność i nasz obowiązek – jako producentów, projektantów i konsumentów. Niestety wiele działań to działania pozorne, czysto marketingowe, a podłoże świata polega na tym, że niektórzy wydają miliony euro, żeby zamknąć obieg w swoim zakładzie, a inni po prostu wyprodukują broszurkę za 10 zł i też uważają się za ekologicznych – mówił.



Bartosz Chmielewski, CEO, Founder, Zero Waste Design

które każda firma meblowa powinna wdrożyć. Są to: niska waga, bo to mniej elementów, mniej potrzebnych materiałów i surowców; mała liczba komponentów, która oznacza mniejsze opakowania i wydajniejszy transport; brak szkodliwych dla środowiska materiałów i substancji; długi cykl życia produktu, dzięki ponadczasowemu wzornictwu i wymiennym częściom, wreszcie - projektowanie w taki sposób, aby produkty można było łatwo zdemontować do recyklingu za pomocą przedmiotów codziennego użytku – nożyczek czy długopisu – opowiadała Magdalena Borowiec.

Prelegenci poruszyli także temat ekologicznych materiałów i ich recyklingu. Zalety drewna jako materiału zrównoważonego podkreślała Magdalena Hubka, projektantka i założycielka Swallow's Tail: Drewno w swojej naturze jest w 100% ekologiczne, pod warunkiem, że gospodarka leśna jest biogospodarką, czyli że uprawy lasów są certyfikowane, chociażby certyfikatem FSC. Dzięki temu mamy pewność, że różnorodność gatunków jest podtrzymywana, a uprawy nie naruszają środowiska. Proces pozyskiwania drewna, przy prowadzeniu odpowiedniej gospodarki leśnej, jest w całości odnawialny, a przede wszystkim nie wymaga nakładów energii, ponieważ powstaje dzięki naturalnemu procesowi fotosyntezy, nie obciążając środowiska. Pozyskiwanie drewna, przy

założeniach zrównoważonej gospodarki leśnej nie powoduje nieodwracalnego przekształcenia środowiska. Korzystamy z drewna wyłącznie z certyfikowanych upraw. A w przyszłości będziemy się starać także o certyfikowanie produktu. Z kolei Oskar Zięta przekonywał o zaletach metali, z których wykonuje swoje produkty. Nasze produkty są wytwarzane w bardzo ekologiczny sposób i z bardzo zrównoważonych materiałów. Są wykonane w technologii monomateriałowej i staramy się, aby wszystkie dodatki również były wykonane z tego samego materiału, żeby po wyeksploatowaniu, można je było bez problemu poddać recyklingowi. Tworzymy rzeczy solidne, wytrzymałe, z „inteligentnego” materiału, który ma szansę być powtórnie użyty, bo zużyte i przetworzone aluminium, miedź czy stal, wracają do życia jako nowy metal.

Uczestnicy dyskusji zgodnie podkreślali rolę ekologicznej świadomości wśród producentów i konsumentów, ale też potrzebę krytycznego podejścia do komunikowanych przez różne



Oskar Zięta, architekt, projektant, założyciel, zieta.prozessdesign

firmy działań proekologicznych, gdyż często okazują się one jedynie marketingową kampanią produktu. Poświęciliśmy sporo wysiłku aby odnaleźć producentów prawdziwie ekologicznych, wiele podróżowaliśmy też po Europie, aby porozmawiać z nimi, zobaczyć, jak tworzą i wykonują swoje produkty, a przede wszystkim, by przekonać się, czy stoi za nimi marketing czy faktyczna potrzeba, aby wytwarzać produkty o krótszym śladzie ekologicznym – wyjaśniał Bartosz Chmielewski, CEO Zero Waste Design, zamykając tym samym dyskusję.



Justyna Łotowska, redaktor, magazyn „Meble Plus” i portal BiznesMeblowy.pl



MEBLE, KTÓRE O NAS DBAJĄ

W trakcie 4 Design Days poruszano także tematykę ekologicznego podejścia do projektowania, tym razem jednak z perspektywy dostępnych na rynku produktów. Jeszcze 10 lat temu nikt nie wyobrażał sobie, że z obierek ziemniaków można tworzyć woreczki na jedzenie, a z fusów po herbacie meble. Jak w dobie zrównoważonego

portalu Propertydesign.pl, wszyscy zgodnie stwierdzili, iż w obecnych czasach meble muszą być przede wszystkim trwałe, a od ekologii nie ma ucieczki. Co ważne, eko powinien być nie tylko sam produkt, ale cały proces jego powstania. Wszyscy muszą przestrzegać zrównoważonego projektowania - zaznaczyła Karolina Janczy, architekt wnętrz, Studio projektowe JanczyArt Design. Wtórował jej Max Kobiela, architekt, designer, założyciel marki phormy.com, który podkreślał rosnącą odpowiedzialność projektanta i producenta.

Naszą odpowiedzialnością jest wytworzenie produktu, który nie dołączy do góry śmieci. Zmora naszych czasów jest tworzenie rzeczy, które nie są nikomu potrzebne. Poprzez kampanie marketingowe tworzymy potrzebę ich posiadania. Głód posiadania morduje nas i naszą planetę - przekonywał.

Jak zatem w dobie zrównoważonego designu świadomie i mądrze projektować? Na to pytanie nie padła jednoznaczna odpowiedź. Jednak projektanci próbowali wskazać właściwą drogę. Umiejętne połączenie fantastycznego designu i tego, czego rynek potrzebuje, to strzał w dziesiątkę. Jednak bardzo trudno

zaprojektować produkt, który sprzeda się w milionach. Ale warto podążać za marzeniami - mówił Max Kobiela.



Katarzyna Dzieciol, projektantka

designu świadomie i mądrze projektować? Czy można stworzyć mebel dobry dla wszystkich? O tym rozmawiali paneliści sesji „Meble, które o nas dbają”.

Już na wstępie debaty, którą poprowadziła Anna Liszka, dziennikarz



Karolina Janczy, architekt wnętrz, Studio projektowe JanczyArt Design

Karolina Janczy pokazywała zaś, że warto stawiać na nieoczywiste rozwiązania. Jeszcze 10 lat temu nikt sobie nie wyobrażał, że z obierek ziemniaków można tworzyć woreczki na jedzenie czy panele akustyczne ze starych liści. Nikt nie rozmawiał o tym, że z fusów po herbacie można zrobić meble - mówiła. Z kolei Marcin Trzcinski, CEO, Mirror Investment, którego firma projektuje lustra interaktywne, podkreślał, że najważniejsze przy projektowaniu jest słuchanie odbiorców. Analiza potrzeb jest kluczowa. Projektujemy zawsze pod pewnym

◀ Sesja dyskusyjna Meble, które o nas dbają. Udział w sesji wzięli (kolejność alfabetyczna): **Katarzyna Dzieciol**, projektantka; **Karolina Janczy**, architekt wnętrz, Studio projektowe JanczyArt Design; **Max Kobiela**, architekt, designer, twórca multidyscyplinarny, właściciel autorskiego studia założyciel marki phormy.com; **Tomasz Pietrzak**, Sales & Product Director, North & Central Europe, Royo Group International Bathroom; **Marcin Trzcinski**, CEO, Mirror Investment Sp. z o.o. Moderacja: **Anna Liszka**, dziennikarka, PropertyDesign.pl

kątem, ale także zostawiamy sobie pewną „furtkę”, bo trzeba patrzeć w przyszłość - opowiada. Natomiast Tomasz Pietrzak, Sales & Product Director, North & Central Europe, Royo Group International Bathroom, wskazywał na trudności przy projektowaniu produktu - ograniczenia technologiczne czy budżetowe, które mogą być siłą napędową. Ograniczenia są dobre, ponieważ pobudzają kreatywność, co może prowadzić do powstania naprawdę ciekawego produktu - przekonywał, dodając, że może właśnie brak świadomości technologicznej pozwala na większe bycie kreatywnym. Jeszcze inny aspekt zagadnienia naświetliła projektantka Katarzyna Dzieciol, która nacisk położyła na pracę zespołową w procesie twórczym. Możemy budować zespoły z osób, które będą uzupełniać nas w obszarach, w których my nie mamy wiedzy i nasze możliwości mogą być nieskończone - podkreślała.

Zdaniem Karoliny Janczy ograniczenia są związane przede wszystkim z finansami. Architekt uważa, że na researchu, który jest konieczny do projektowania, bazuje cały sukces projektu i wykonawstwa. Jednak często od wykonawcy można usłyszeć, że się „nie da”. Wykonawcy chcą nam wmówić, że czegoś nie da się wykonać. Po to się szkolimy i uczymy, aby być pewnym rodzajem demiurgów, którzy stwarzają potrzeby, uczą inwestorów, a z tego powstają świetne projekty wnętrz czy mebli. Nasza wiedza i wiedza technologów buduje potem sukces produktu - podkreślała architekt wnętrz. Trzeba postawić na odpowiedzialność i naukę od podstaw. Dobrze wyedukowani architekci czy projektanci są w stanie uświadamiać inwestorów. Jeśli to młode pokolenie

nie zostanie odpowiednio wyedukowane i pozwolimy na 3-miesięczne kursy projektowania wnętrz czy mebli



Marcin Trzciński, CEO, Mirror Investment Sp. z o.o.

łazienkowych, to nic z tego dobrego nie będzie - zaznaczała.

Dyskutanci poruszyli także temat trwałości mebli. Postulowali by większy nacisk kłaść właśnie na to, by produkt służył nam przez lata, by nie był meblem na chwilę, który zostanie wyrzucony przez klienta i zastąpiony kolejnym. Żyjemy w Europie zdominowanej przez duże sieci handlowe, które sprowadzają producenta do dostarczenia produktu na chwilę. Prowadzimy od 2 lat odwrót od tego modelu, nie chcemy brać udziału w kolejnych konkursach piękności: kto będzie tańszy, po to aby na samym końcu zawisła na billboardzie «cena cud» dla klienta finalnego. Niestety jest rzesza klientów oczekujących taniego produktu i tej samej ceny, która była 5 lat temu – opowiadał Tomasz Pietrzak. W opinii Karoliny Janczy, nie do końca jest tak, że polski klient chce iść

do jednej ze znanych sieciówek handlowych i kupić taną szafkę za 200 zł. Tak robi, bo nie ma alternatywy. Produkty firm polskich czy zagranicznych z tzw. średniej półki cenowej nie są w żaden sposób promowane. *Mamy albo produkt premium włoskich marek albo zostawiamy inwestora bez nadzoru z «oszczędnym, polskim» podejściem do sprawy – mówiła architekt wnętrz. Jej zdaniem tzw. „złą robotę” robią polskie programy telewizyjne o wnętrzach, które pokazują, że można coś dobrego i trwałego kupić w supermarkecie. Wszyscy projektanci powinni być odpowiedzialni za promocję lokalnych producentów, świetnego designu i trwałości – postulowała.*

Zastanawiając się nad kondycją designu, prelegenci zgodnie podkreślali, że zmierza on w kierunku



Anna Liszka, dziennikarka, PropertyDesign.pl

zrównoważonego rozwoju. Co więcej, zauważali też że od tej drogi nie ma odwrotu. Także w polskim przemyśle meblarskim ekozmiany powoli zaczynają być widoczne. *Będąc w jednej z fabryk w Hiszpanii widziałem, że na jednej z taśm produkcyjnych leżała wielka góra starych mebli z odzysku, które wykorzystywano ponownie do produkcji. Nasi rodzimi producenci takich praktyk nie stosują, nie używa się u nas tzw. złomu meblarskiego w produkcji na nowo płyt wiórowych czy MDF, co jest błędem - opowiadał Tomasz Pietrzak, który od 10 lat zajmuje się rozwojem fabryki Elita w Polsce. Zaczęliśmy pracę nad używaniem lakierów bezemisyjnych. Odchodzimy od sztucznych*



Tomasz Pietrzak, Sales & Product Director, North & Central Europe, Royo Group

materiałów do produkcji umywalek, w tej chwili 99,5 proc. sprzedaży to umywalki ceramiczne produkowane w tradycyjny sposób - starą chińską metodą wypalania ceramiki. Wprowadziliśmy też blaty z kamienia - wymieniał. Zdaniem projektantki Katarzyny Dzieciol, ekozmiany będą następować, gdy będzie przynosiło to realny zysk. *Im więcej ludzi będzie chętnych, aby wybrać produkt, który niesie jakąś wartość, tym więcej producentów będzie zmuszonych do zmian. Projektanci i producenci muszą wykreować „ekopotrzebę” – mówiła projektantka. Z kolei Marcin Trzciński zauważył, że obok produktów ekologicznych, pojawiają się tzw. produkty z „eko-ściemy”. - To, że produkt wygląda jak ekologiczny, nie znaczy, że taki jest. To, że plastik okleimy recyklingowym papierem i będziemy mówić, że jest to ekologiczne, nic nie zmieni. Bo nie tylko sam produkt ma być ekologiczny, ale sam proces prowadzący do powstania tego produktu musi być zrównoważony - zaznaczał.*

MEBLE. WYZWANIA BRANŻY MEBLOWEJ

Rynek pracy, widmo spowolnienia gospodarczego – jaki będzie 2020 rok i kolejne lata dla sektora meblowego? Kto zyska, kto straci? Jak przygotować się na trudniejsze czasy? O tym dyskutowano w trakcie ostatniej sesji poświęconej rodzimemu meblarstwu - „Wyzwania branży meblowej”.

Sesję tematyczną poświęcono perspektywie rozwoju branży meblowej w Polsce w perspektywie krótko- i długo terminowej. Moderatorzy dyskusji - Justyna Łotowska, redaktor

naczelnia magazynu „Meble Plus” i portalu Biznesmeblowy.pl oraz Urszula Tatur, redaktor prowadząca portalu Biznesmeblowy.pl, rozpoczęły od próby podsumowania minionego roku. Zaproszeni goście zgodnie przyznali, że dla rodzimego meblarstwa był to czas prosperity, zwracając jednak uwagę, że tak dobra passa nie trwa wiecznie. *W moim mniemaniu rok 2019 był sprzedażowo znacznie lepszy niż poprzedni. Ogromna konkurencja cenowa, która de facto nam wszystkim szkodzi. W 2020 i 2021 będziemy mieli się czego bać – mówiła Joanna Markus, właścicielka, BM Housing. Dla nas rok był znakomity – wtórował Marcin Dymarski, dyrektor generalny, wiceprezes zarządu, Elita. Był też dobrym prognostykiem na przyszłość. Nasza branża jest jednak tak zróżnicowana, że dosyć ciężko będzie powiedzieć, że jest jeden model wspólny dla wszystkich – zauważył prelegent. W przypadku Gali to był bardzo dobry rok – potwierdzał Krzysztof Kobus, członek zarządu ds. eksportu, Grupa Gala Collezione. Patrząc na przyszłość ten rok 2020 oceniamy z dużym niepokojem. Pewne sygnały rynkowe zarówno w Polsce, jak i za granicą dają dużo do myślenia jeśli chodzi o przyszłość – dodawał. Także Przemysław Pienio, współwłaściciel Claudie Design, podsumował miniony rok z optymizmem: W Claudie Design rok był rekordowy*



Marcin Dymarski, dyrektor generalny, wiceprezes zarządu, Elita Sp. z o.o.

jeśli chodzi o sprzedaż i wyniki. Również spodziewamy się ciekawych lat 20. Jest dobrze i wszyscy czekamy, aż coś pęknie – prognozował. Kontynuując te propagandę sukcesu ten



Max Kobiela, architekt, designer, twórca multidyscyplinarny, właściciel autorskiego biura projektowego marki phormy.com



rok był fantastyczny, był to najlepszy rok kiedykolwiek. Rok prosperity i rozwoju – zamknął wątek Tomek Rygalik, projektant, Studio Rygalik.

Choć miniony rok należał w opinii prelegentów do udanych, wyraźnie w ich wypowiedziach wybrzmiewały obawy związane ze spowolnieniem gospodarki. Stąd nowe wyzwania i zagrożenia, z jakimi będzie musiała się zmierzyć polska branża meblowa stały się głównym tematem dyskusji. Naszą branżę tworzą przedsiębiorstwa, które zatrudniają kilka, kilkanaście tysięcy osób, ale i przedsiębiorstwa, które mają zatrudnienie na poziomie 3-4-5 osób. Razem stanowimy wielki konglomerat, jesteśmy wiodącą siłą w Europie, z tej perspektywy możemy śmiało powiedzieć, że nasza branża się rozwija – mówił Marcin Dymarski. Natomiast niepokojące jest to, że obserwujemy, że Europa Zachodnia zwalnia. Spowolnienie gospodarcze to mniejsza ilość produkcji sprzedanej, automatyczny wzrost presji cenowej – jeżeli na to nałożymy rosnące koszty pracy, energii, potrzebę inwestycji, to część

przedsiębiorstw może w przyszłym roku mieć kłopot z utrzymaniem poziomu rentowności. Wiele zauważy spadek tego poziomu, co oznacza mniejsze inwestycje, mniej nowych miejsc pracy, mniejszą odwagę



Krzysztof Kobus, członek zarządu ds. eksportu, Grupa Gala Collezione

i determinację w działaniu. I tego się bardzo obawiam, bo najgorszą sytuacją, jaka się w takich momentach pojawia, to jest ta niepotrzebna, sztucznie tworzona presja cenowa – konkludował dyrektor generalny i wiceprezes zarządu Elita.

Krzysztof Kobus dodał, że inwestycje w naszym kraju już spadły. Jeżeli popatrzymy z perspektywy targów, które odbyły się w Europie w tym roku, to jest zdecydowanie stagnacja, konserwatyzm i oczekiwanie, że tymi samymi środkami coś się zmieni, a się nic nie zmieni. Chciałbym zwrócić uwagę na jeszcze jedną rzecz, której nikt nie brał pod uwagę jeszcze kilka tygodni temu. To co się zdarzyło dzisiaj w Chinach oznacza olbrzymie kłopoty również dla polskiego przemysłu meblowego. My jesteśmy potęgą, jeśli chodzi o eksport, jesteśmy trzecim eksporterem mebli na świecie, natomiast tę potęgę tworzą niskokosztowe produkty, a one bazują na komponentach chińskich – prognozował.

Z kolei Przemysław Pienio przekonywał, że dobrze zarządzana firma nie musi obawiać się kryzysu. Wskazywał też na konkretne działania, jakie firmy mogły i nadal mogą przedsięwziąć, by przygotować się na trudne czasy: My się nie obawiamy ani korekty, ani nawet głębszego

◀ Sesja dyskusyjna Meble. Wyzwania branży meblowej. Udział w sesji wzięli (kolejność alfabetyczna): **Marcin Dymarski**, dyrektor generalny, wiceprezes zarządu, Elita Sp. z o.o.; **Krzysztof Kobus**, członek zarządu ds. eksportu, Grupa Gala Collezione; **Joanna Markus**, właścicielka, BM Housing; **Przemysław Pienio**, współwłaściciel Claude Design; **Tomek Rygalik**, projektant, Studio Rygalik; Moderacja: **Justyna Łotowska**, redaktor naczelna, magazyn Meble Plus i portal Biznesmeblowy.pl; **Urszula Tatur**, redaktor, magazyn Meble Plus i portal Biznesmeblowy.pl

kryzysu, ponieważ myśmy się na ten moment przygotowaliśmy przez ostatnie 10 lat. Mimo iż inwestycje tak globalnie w Polsce spadły, my cały czas inwestujemy i cały czas szycujemy się na ten moment, kiedy to wszystko, co do tej pory robiliśmy stanie się naszą przewagą konkurencyjną. Już dzisiaj to widzimy. Spodziewając się, że rynek zareaguje negatywnie, jesteśmy przygotowani i to pod względem zarówno parku maszynowego, czyli różnego rodzaju inwestycji, jak i IT, ale również jeśli chodzi o zasoby ludzkie. Bardzo dużo firm w Polsce narzeka, że brakuje ludzi do pracy, zwłaszcza ludzi wykwalifikowanych, ale z drugiej strony niewiele w tym temacie robi. My poczyniliśmy bardzo duże kroki, aby wyprzedzić trochę problemy, które nas spotkają naprawdę za niedługi czas. Myślę że w najbliższym czasie wygrają firmy nieduże, średnie do 150-200, rodzinne, w których rękę na pulsie najczęściej trzyma właściciel i ma bardzo dużą oraz rozległą wiedzę na temat tego, co się dzieje nie tylko wewnątrz firmy, ale też na zewnątrz. To firmy rodzinne będą



Joanna Markus, właścicielka, BM Housing

na pozycji wygranej, nie wszystkie, bo nie wszystkie będą potrafiły się dostosować do zmian. Kryzys nie dotknie tych, którzy są do niego przygotowani.



Przemysław Pienio, współwłaściciel Claude Design

Z opinią tą polemizował Marcin Dymarski: Tylko duże organizacje, takie, które mają wystarczający kapitał zdolają przetrwać każdy kryzys. Takie, w których chociażby będziemy zmniejszali koszty wytworzenia nie poprzez redukcję poziomu zatrudnienia, poziomu płac, tylko będziemy mówili o prowadzeniu permanentnego procesu poprawy samego łańcucha produkcyjnego, łańcucha logistycznego. Tu są prawdziwe pieniądze. I tu firmy polskie radzą sobie coraz lepiej, jesteśmy coraz skuteczniejsi, widać nas w całej Europie. Natomiast dalej potrzebujemy jakiejś wielkiej siły, żeby zmieniać procesy wewnętrzne. I nie decyduje kwestia tego, czy na czele przedsiębiorstwa stoi zarząd, czy właściciele. Tu decyduje zdolność przedsiębiorstwa do permanentnego uczenia się, do zaprogramowanego rozwoju danego przedsiębiorstwa. Te firmy, które niestety nie mogły lub nie będą chciały prowadzić takich procesów innowacyjnych, zmieniając organizację i technologię, będą miały coraz trudniej. To co nasz dzisiaj ratuje, to jest bardzo dobra koniunktura na rynku polskim. 90% produkcji sprzedanej z naszego sektora to jest eksport... więc nie wszyscy mogą korzystać z dobrodziejstwa jednego rynku, który się rozwija. Jest tylko jedna droga i metoda – permanentna zmiana.

Panu Marcinowi Dymarskiemu rację przyznawała Joanna Markus:

Myślę, że zmieniać się jest absolutnie konieczne. My jesteśmy małą firmą, więc mogę powiedzieć, że małym firmom nie jest łatwo. Ja bym patrzyła może jeszcze trochę dalej, dlatego że jesteśmy dobrymi fachowcami w Polsce. Europa kupuje od nas, 90% produkcji idzie na eksport. Natomiast duża zmiana powinna też nastąpić w zachowaniu ludzi. Konsument powinien sobie zacząć zdawać sprawę, że jeśli coś kupuje, to w jakimś celu, na jak długo i dlaczego. Pozwalamy wszystkim, żeby te rzeczy, które są nam niepotrzebne wyrzucać albo wysyłać z powrotem. Jeśli chcemy tworzyć produkty, które będą godne tego, żeby je sprzedawać, szanujemy je i szanujemy ludzi, którzy za nimi stoją. Przestańmy robić low-budgetowe rzeczy, które szybko sprzedajemy, bo oczywiście chcemy zaraz wyprodukować następne i znowu je sprzedać. Zrobimy dobre produkty, które nie muszą do końca być tak jak u naszych babć i dziadków przez 50 lat w salonach, ale na tyle dobre, że będziemy mogli je oddać, sprzedać i wymienić. Jako branża jesteśmy bardzo mało solidarni ze sobą. Ważne, żebyśmy zdali sobie z tego na każdym szczeblu sprawę, żebyśmy byli świadomi tego, co robimy – od konsumenta do producenta.



Justyna Łotowska, redaktor naczelna, magazyn Id i Twoje Biuro

Tym samym właścicielka BM Housing dotknęła ważkiego problemu, jakim jest szeroko pojęty design produktu, na który poza wyglądem powinno się składać kilka innych, równie zasadniczych elementów. Wątek ten rozszerzył Tomek Rygalik: Design to atrakcyjność



Tomek Rygalik, projektant, Studio Rygalik

produktu w szerszym kontekście, również w funkcjonalnym, użytkowym. Strategiczne projektowanie produktu jest to przecięcie się trzech osi – atrakcyjności, w głębokim tego słowa znaczeniu z wykonalnością i opłacalnością. Daje to produkty, które mają biznesowe znaczenie dla przedsiębiorstw i budują je. Perspektywa spowolnienia to jest bardzo dobra perspektywa, ponieważ daje do myślenia właśnie w kontekście nadprodukcji, nadkonsumpcji rzeczy, których używamy. Zmobilizuje wszystkich wokół do tego, by robić rzeczy mądrzejsze, trwalsze, przemyślane dogłębnie – na wskroś, które są naprawdę w stanie swoją jakością nie tylko wzorniczą, ale jakością wykonania walczyć na arenach świata o najwyższe trofea, o rynek i o branżę. To jest jedyna recepta.

Także Krzysztof Kobus podkreślał rolę dobrze zaprojektowanego produktu zarówno pod względem designu i funkcji, jak też w szerszej perspektywie ekologicznej: Design produktu należy rozumieć bardzo szeroko, nie tylko jako zewnętrzne, ale również środek i funkcjonalność. Siła jest w tym, żeby piękną formę połączyć z funkcjonalnością, ergonomią i odpowiednim marketingiem; żeby sprzedawać przez marketing, a nie tylko przez cenę. Większość naszego sektora sprzedaje przez cenę, stąd też wyniki eksportowe w dużym stopniu są także realizacją sprzedaży poprzez cenę, a to zabójcza strategia w kontekście narastających kosztów. Także zdecydowanie popieram rozwój poprzez rozwój produktu, zarówno, jeśli chodzi o formę zewnętrzną, jak

i funkcjonalność. I technologie, które będą przyjazne dla klienta. Na pewno też szansą będzie ekologia i trend, który do Polski dociera powoli, ale za granicą jest już bardzo mocno widoczny.

Na aspekt ekologiczny i zrównoważony rozwój przedsiębiorstw szczególną uwagę zwracał także Przemysław Pienio: Rosnąca presja właśnie na ekologię wynikająca ze świadomości ludzi, potem rządów powoduje to, że rządy ustanawiają odpowiednie zasady, na jakich powinno funkcjonować przedsiębiorstwo, by tego odpadu produkowało jak najmniej. Produkt ekologiczny to produkt zawierający jak najmniej rzeczy, które potem się nie zdegradowują. Skutkiem tej wyższej świadomości będzie to, że klient jest chętny i zgodny na wyższą cenę, po której ten produkt będzie sprzedawany. Ten produkt będzie droższy, ale jeżeli klient zapłaci troszeczkę



Urszula Tatur, redaktor, magazyn Id i Twoje Biuro

więcej i w momencie, gdy do tego dojdzie jeszcze kryzys i nie będzie już takiej dużej skłonności, by ten produkt wymieniać cyklicznie co jakiś czas, to być może ta właśnie świadomość spowoduje, że klient będzie jeszcze bardziej racjonalnie operował dobrami, które zakupuje. Wszyscy prelegenci nie mieli wątpliwości, że zrównoważony rozwój i produkcja mebli jest jednym z kluczowych zagadnień, które w przyszłości zdeteminuje działania wszystkich firm.

Oprac. Urszula Tatur
Fot. PTWP

Czytaj też: **BIZNES MEBLOWY**

Kupcy meblowi z 69 krajów na targach Meble Polska 2020

Największe międzynarodowe kontraktacje meblowe w Europie Środkowo-Wschodniej, które odbyły się w Poznaniu od 25 do 28 lutego 2020 r. przyciągnęły kupców meblowych z 69 krajów.



W ostatnich latach targi Meble Polska odbywały się w marcu, kiedy w Azji trwa prawdziwy maraton targowy chętnie odwiedzany przez kupców meblowych. Z uwagi na liczne głosy wystawców organizator targów postanowił umożliwić handlowcom, którzy planowali uczestniczyć w azjatyckich wydarzeniach, wzięcie udziału także w kontraktacjach meblowych w Poznaniu.

– W pierwsze dwa dni targów zanotowaliśmy znaczący wzrost liczby zwiedzających, co dostrzegli na swoich stoiskach także wystawcy, z którymi mieliśmy okazję rozmawiać. Niepokojące informacje o zbliżającym się do Polski koronawirusie sprawiły jednak, że druga połowa targów, a zwłaszcza ostatni ich dzień, stała pod znakiem nieco mniejszej frekwencji – wyjaśnia Józef Szyszka. Ostatecznie ogólna liczba uczestników wyniosła 21.949 osób i była o niespełna 2 proc. większa niż w ubiegłym roku.

Zwiedzający z 69 krajów

Tradycyjnie wśród zagranicznych zwiedzających najwięcej było kupców z Niemiec (12,5 proc.). Bardzo liczne grupy handlowców przyjechały także z Ukrainy, Czech, Litwy, Wielkiej Brytanii, Rumunii, Rosji, Francji i Białorusi. Reprezentacje niektórych firm liczyły nawet kilkadziesiąt osób. Silną grupą zjawiał się w Poznaniu na przykład potentat handlu meblami w Europie, koncern XXXLutz. Z danych wynika, że udział zwiedzających z zagranicy jest w tym roku jeszcze większy niż poprzednio i wynosi 38 proc.

Najnowsze kolekcje pokazali w Poznaniu niemal wszyscy wiodący producenci mebli z Polski zaintereso-



wani rozwojem eksportu. Pojawiło się też dość liczne grono targowych debiutantów. Tradycyjnie dużą część ekspozycji stanowiły meble z płyty meblowej, ale obecnych było też całkiem sporo wystawców oferujących produkty wytwarzane z litego drewna oraz inne meble z segmentu high-end. Dobrze prezentowały się pawilony z meblami tapicerowanymi. Jak zwykle bogatą ekspozycję przygotowali również producenci materacy. Wśród wystawców byli producenci mebli z 13 krajów: Polski, Belgii, Białorusi, Danii, Estonii, Irlandii, Litwy, Niemiec, Rosji, Słowacji, Szwecji, Turcji i Ukrainy. Łącznie na terenie targów w 11 pawilonach prezentowało się około 500 firm i marek.

Fot. serwis prasowy Meble Polska

Czytaj też:  **BIZNES MEBLOWY**



Meble Polska — co pokazali producenci?

Za nami kolejna edycja targów meblowych w Poznaniu. Co można było zobaczyć na stoiskach wystawców? Zobaczcie naszą redakcyjną fotorelację.



Giętych (obecnie FAMEG) w Warszawie. Kielichowata, organiczna forma fotela była efektem prac Teresy Kruszewskiej nad plastycznymi możliwościami sklejki, które zapoczątkowała już w latach 50. Ale niech nas nie zwiedzie ta malarska i bardzo wizualna forma fotela. W swoich projektach Teresa Kruszevska zawsze koncentrowała się na człowieku, na relacji jaką mebel tworzy z odbiorcą - użytkownikiem. Nigdy nie dawała się ponieść wizualnej fantazji, a użytkową wartość i ergonomię zawsze stawiała na pierwszym miejscu.

Teresa Kruszevska

Teresa Kruszevska (1927-2014) polska architektka wnętrz, projektantka mebli, wykładowca akademicki, profesor Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie. Jedną z czołowych przedstawicielek polskiego wzornictwa użytkowego po II wojnie światowej. Meble przez nią projektowane, w tym fotele TULIPAN, znajdują się w zbiorach Muzeum Narodowego w Warszawie, Muzeum Narodowego w Poznaniu, a także w VITRA Design Museum w Weil am Rhein w Niemczech. Przez wiele lat projektantka była związana z Fabryką Mebli Giętych w Radomsku, gdzie powstało wiele prototypów mebli przez nią zaprojektowanych.



Fameg



Davis



Meble Taranko



Fargotex







Powrót do koloru

Targi IMM Cologne tradycyjnie już otworzyły targowy kalendarz najważniejszych na świecie imprez meblowych. Ostatnia edycja wydarzenia przyciągnęła rekordowe 128 tys. zwiedzających, którzy mogli poznać ofertę ponad 1200 wystawców z całego świata.

Choć trudna rzeczywistość, w jakiej się znaleźliśmy, drastycznie zrewidowała targowe plany związane właściwie ze wszystkimi branżami, w tym także z branżą designu i wyposażenia wnętrz, to początek roku zapowiadał się bardzo obiecująco. Od 13 stycznia oczy całego meblarskiego świata były zwrócone jak co roku na Kolonię. W tegorocznej edycji wydarzenia IMM Cologne ponad 50% odwiedzających stanowiły osoby

spoza Niemiec. Kraje o największej liczbie odwiedzających to Holandia, Belgia, Włochy, Szwajcaria i Francja. Znacząco wzrosła również liczba odwiedzających z Ameryki Północnej. Wśród ponad 1200 wystawców nie zabrakło firm z Polski – w tym roku było ich 50. Jakie trendy rządzą tegorocznymi premierami meblowymi? Zdecydowanie ekologia i kolor. Zrównoważona produkcja i rozwój były jednym z głównych

tematów wydarzenia, podobnie jak miało to miejsce w przypadku innych wielkich wydarzeń z dziedziny designu. Z pewnością widać też było większą odwagę we wprowadzaniu żywych barw, które w tym roku były motywami przewodnimi na stoiskach meblowych „gigantów”. Pozostaje tylko mieć nadzieję, że obecny globalny „lockdown”, który spowodował paraliż i masowe odwoływanie najważniejszych targowych

wydarzeń nie potrwa długo i kolejna edycja IMM Cologne odbędzie się bez przeszkód – planowana data to 22-24 stycznia 2021. A tymczasem zapraszamy do obejrzenia kolorowej fotorelacji z najciekawszych tegorocznych stoisk i premier.

Fot. serwis prasowy IMM Cologne

Czytaj też:  **BIZNES MEBLOWY**





Pulpo



Bretz



COR





Edra



Ondaretta



Treca



Woud



Artifort



Sculptures Jeux



Ton



Heimtextil 2020: dominowały trendy i tematyka przyszłości

50. edycja targów tekstyliów dla gospodarstw domowych i obiektów komercyjnych Heimtextil we Frankfurcie była w tym roku rekordowa – odwiedziło ją 63 tys. gości, którzy poznać mogli ofertę 2 952 wystawców. Wśród tematów zdecydowanie królował zrównoważony rozwój.





Bogate aktywności w trakcie targów unaocznily, jak zmieniają się na bardziej proekologiczne procesy przetwarzania surowców na całym świecie oraz jak rośnie społeczna odpowiedzialność wobec osób zatrudnionych w branży tekstylnej. Mimo tego, że nie jest to ciągle opłacalne, a gotowość konsumentów do wydawania większych kwot pieniędzy na przyjazne dla środowiska tekstylia jest wciąż niska, to podaż i popyt na największych na świecie targach tekstyliów dla gospodarstw domowych i obiektów komercyjnych były większe niż kiedykolwiek wcześniej. Producenci wyraźnie wzięli sobie do serca zagadnienia trwałości i dawania produktom drugiego życia. *Re-think to naprawdę dopiero początek* – mówił Martin Auerbach, dyrektor generalny Niemieckiego Związku Branży Tekstyliów Domowych. – *Aby faktycznie zbudować gospodarkę*

obiegu zamkniętego, musimy działać z myślą o całym łańcuchu tworzenia wartości. Ponadto do tej pory to produkt był najważniejszy w fazie rozwoju. Teraz musimy zmienić to myślenie o 180 stopni. Tak więc nasuwają się pytania: Jak wyglądałby produkt zoptymalizowany pod kątem gospodarki obiegowej? Jak możemy wtedy osiągnąć wymagane funkcjonalności? I w końcu: W jaki sposób producenci mogą odróżnić się od konkurencji swoimi produktami?

Nowi konsumenci robią różnicę

Przedsiębiorstwa coraz częściej postrzegają zrównoważony rozwój jako szansę. Wystarczy spojrzeć, ile firm prowadzących zrównoważoną działalność zapisało się do Zielonego

Katalogu na Heimtextil. Było ich 259, czyli więcej niż kiedykolwiek wcześniej. Zrównoważona produkcja i zachowanie zgodne z tymi zasadami stają się czymś oczywistym i można je zaobserwować na Heimtextil w wielu aspektach: narzuty z dżinsów z recyklingu, przetworzonej bawełny i butelek PET, „zrównoważone” szlafroki kąpielowe i ręczniki z materiałów z certyfikatem GOTS z nadrukowanymi kwiatowymi wzorami, ekologiczne poduszki z butelek PET z recyklingu. Również opakowania uległy wpływowi trendu zrównoważonego rozwoju. Duże zainteresowanie koncepcjami zrównoważonego rozwoju znalazło odzwierciedlenie również w nowo utworzonej „Future Materials Library” w „Trend Space” w hali 3.0. Nacisk położono tu m.in. na tkaniny z recyklingu i tzw. „żywe” tkaniny hodowane. W części

dotyczącej „Natural Assets” (Bogactwa naturalne) zwrócono uwagę na dotychczas niewykorzystywane skarby natury, takie jak glony i pokrzywy. Podobnie w części dotyczącej „Living Materials” (Żyjące materiały) wskazano na możliwość wykorzystania materiałów hodowanych na siatce rosnących włókien grzybów, a część „Biological Byproducts” (Biologiczne produkty uboczne) dotyczyła zasobów rolnych: skórki pomarańczy i liści agawy. Z kolei w części „Remade” (Wytworzone ponownie) wykazano potencjał ponownego wykorzystania odpadów włókienniczych.

Zdjęcia: serwis prasowy Heimtextil 2020

Czytaj też: **BIZNES MEBLOWY**



Nowoczesna bryła narożnika Arte marki Libro zwraca uwagę niebanalną formą oraz symetrycznymi przeszyciami; regulowane zagłówki oraz podwójne sprężynowanie zapewniają komfort; z funkcją spania i pojemnikiem na pościel. Fot. Libro



Pień relaks

W nowocześnie urządzonym salonie liczy się nie tylko efektowny design, ale także rozwiązania gwarantujące najwyższy komfort użytkowania mebli wypoczynkowych oraz możliwość skonfigurowania zestawu w zależności od indywidualnych potrzeb.

Połączenie atrakcyjnej formy z wygodą i funkcjonalnością to cechy wyróżniające najnowsze propozycje producentów mebli wypoczynkowych. Wśród oferowanych modeli kanap i narożników te o nowoczesnej stylistyce zwracają uwagę prostą, lekką formą, którą zapewniają delikatne linie, płaskie poduchy oraz subtelne, najczęściej metalowe nóżki lub stelaże. Takie propozycje z pewnością przypadną do gustu zwolennikom minimalizmu, ale idealną kanapę znajdują dla siebie także poszukujący rozwiązań odważnych i niebanalnych.

Będą to modele o większych gabarytach, z wyraźnymi, symetrycznymi przeszyciami, uzupełnione o zagłówki.

Nowe wzory i nowe technologie

O nowoczesnym charakterze mebli wypoczynkowych decydują również tapicerki – tak kolor i rodzaj materiału. Stosowane obecnie materiały obiciowe charakteryzują się wysoką trwałością, są również niezwykle odporne na zabrudzenia i łatwe w czyszczeniu. Wszystko to sprawia,



▲ Trzyosobowa sofa Oslo marki Muuto. Sofa zaprojektowana jest przez Andersena i Volla, wykonana w Norwegii, a tapicerowana w Danii. Pokryto ją wysokiej jakości tkaniną firmy Kvadrat. W skład kolekcji wchodzi również: sofa 2-osobowa, krzesło, ławka oraz pufa. Fot. Muuto/Pufadesign.pl

► Modułowa sofa Jax marki HK Living. Możliwość zestawiania z kilku różnych elementów. Materiał: 100% PES, kolor jasno-szary. Fot. HKLiving/Dutchhouse.pl

że meble zachowują nienaganny wygląd na lata, a ich estetyka w miarę użytkowania nie ustępuje efektownej formie. Producenci oferują również wiele, często nawet kilkadziesiąt opcji kolorystycznych. Dobierając mebel do nowoczesnego wnętrza warto zawęzić swój wybór do kolorów ponadczasowych, takich jak odcienie szarości (od popielatych po grafitowe), ale w przypadku mebli o wyrazistej formie zdecydowanie trzeba postawić na barwy podkreślające ich charakter. W tym sezonie nie brakuje propozycji w modnym głębokim odcieniu niebieskiego, czyli classic blue, który w wyjątkowy sposób łączy klasykę z nowoczesnością; w trendach są także zgaszony róż oraz miętowa zieleń.

Nowoczesne meble wypoczynkowe nie tylko kuszą atrakcyjnym designem, ale również przekonują nieprzeciętnym komfortem użytkowania dzięki zastosowaniu nowoczesnych rozwiązań. Do tych, które odpowiadają za wygodne i miękkie siedziska należy zaliczyć wypełnienia. Producenci stosują m.in. wysokoelastyczne pianki, w niektórych modelach wzbogacone pierzem, umieszczone na sprężynach (falistych lub bonell). Z kolei oparcia są ergonomicznie wyprofilowane, co sprzyja wypoczynkowi, a komfort podnoszą dodatkowo regulowane zagłówki. Na rynku znajdziemy również modele z możliwością regulowania boku mebla, co pozwala zająć wygodną pozycję zarówno gdy siedzimy, leżymy czy pracujemy na kanapie. Praktyczne rozwiązanie stanowią także przesuwane oparcia



► Sofa Star marki Zuiver wyposażona w drewniany stolik-pomocnik. Materiał: 100% poliester (tapicerka). Pianka PU. Półka fornirowana dębowa. Rama stalowa malowana proszkowo. Podstawa z listew z PCV. Fot. Zuiver/Dutchhouse.pl



▼ Oryginalna sofa Audrey inspirowana postacią Audrey Hepburn to projekt Magdaleny Kasprzycy dla nowej marki SoFem. W modułowej kolekcji także inne elementy do zestawiania oraz duża gama kolorów. Fot. SoFem



▼ Kolekcja Lomi duńskiej marki Bolia. Konstrukcja z drewna certyfikowanego FSC, dostępna w opcji 2-osobowej, 2,5-osobowej i 3-osobowej, czarne stalowe nogi, szeroki wybór tkanin obiciowych. Fot. Bolia/Scandinavianliving.pl





◀ Narożna sofa Fiem marki Zuiver, prawostronna lub lewostronna, kolor musztardowy (ochra). Materiał: drewniana rama, obicie 100% poliestru, wysokoelastyczna pianka. Fot. Zuiver/Dutchhouse.pl

w dowolnym momencie. Składają się one z elementów, które można ustawiać, zestawiać, przystawiać i przestawiać do woli. Co więcej, nie trzeba zestawiać ich zgodnie z instrukcją, można zrobić to po swojemu.

Zalet mebli modułowych jest bardzo wiele, ale z pewnością najważniejszą jest pełna personalizacja. To dzisiaj z pewnością najsilniejszy trend wnętrzarski, a rozwiązania modułowe w pełni odpowiadają na to zapotrzebowanie.

Anna Usakiewicz

Czytaj też: 

zwiększające głębokość siedziska, co pozwala wykorzystać całą powierzchnię do komfortowego wypoczynku.

Ceniona modułowość

Meble modułowe to rozwiązanie, które wprost zaspokaja potrzebę indywidualności klientów i rozwiązań szytych na miarę. To dlatego tego typu systemy są tak chętnie wybierane, bez względu na to, czy pomieszczenie docelowe jest przestronnym loftem, czy też mniejszym pokojem dziennym w bloku. Można sobie z nich wykreować dowolny układ, ograniczeniem są tylko liczba i formy elementów dostępnych w danym zestawie. Niektóre systemy mogą składać się nawet z kilkudziesięciu modułów, wśród których znajdują się nie tylko części „miękkie”, czyli różne formy siedzisk i oparcia, ale również to, co może wypełnić przestrzeń pomiędzy nimi, a więc stoliki, schowki, półki. Miękkie, szerokie pufy z odpowiednią nakładką mogą pełnić funkcję stolików kawowych, w podłokietniku schowamy piloty do tv, książki i gazety, a na półce, pomiędzy oparciami, postawimy kubek z kawą. Idealną opcją dla tych klientów, którzy lubią zmieniać swoje wnętrza w zależności od potrzeb i nastroju, są te zestawy, które dają się przekształcać



▲ Rozkładana sofa Flottebo IKEA, indywidualnie owinięte sprężyny kieszeniowe, duża przestrzeń do przechowywania pod siedziskiem, zdejmowalne pokrycie. Fot. IKEA



▲ Wyważone proporcje w połączeniu z miękkimi konturami sofy modułowej Newbridge marki Flexform (proj. Carlo Colombo) zachęcają do odpoczynku. Wysoki podłokietnik można ustawić pod dowolnym kątem, co zwiększa poczucie komfortu. Fot. Flexform/Mood-design.pl



◀ Miękki, puszysty narożnik Bianco Stagra z ruchomymi poduchami na oparciu oraz ruchomymi boczками polecany do większych salonów. Kontrastowe pliski dodają elegancji, siedzisko z pianki wysokoelastycznej. Fot. Stagra

▶ Sofa Party marki Libro. Elementem ozdobnym jest listwa z drewna bukowego i czarne matowe nóżki wykonane z metalu. Niska bryła zmienia swoją optykę dzięki regulowanym zagłówkom – zwiększamy w ten sposób wysokość oparcia. Dzięki zastosowaniu podwójnego sprężynowania – sprężyna falista i bonell kieszeniowy – uzyskano wysoki komfort użytkowania. W podtłokietnikach znajdują się pojemniki na pościel. Fot. Libro



◀ Regularne kształty i klasyczna forma narożnika Mexico Meble Emilia pasuje do nowoczesnych i niewielkich wnętrz; sprężyny faliste oraz pianka elastyczna zapewniają wygodę; z funkcją spania; w dwudziestu wersjach kolorystycznych. Fot. Meble Emilia



▲ Kolekcja Lipari marki Meblomak. Elektrycznie sterowane ruchome zagłówki i podnóżki – mechanizmy uruchamiane niezależnie za pomocą przycisków. Elementy EPR / ETR posiadają otwierany pojemnik, gniazdo USB 5V oraz ładowarkę indukcyjną (do urządzeń przystosowanych do bezprzewodowego ładowania baterii). Fot. Meblomak

◀ 3-osobowa sofa Delaktig IKEA, rama z aluminium, zdejmowalne pokrycie. Fot. IKEA



◀ Modułowy zestaw Mių Magic polskiej marki Miųform. Kolekcja zaprojektowana przez Agnieszkę Moździer. To modułowy zestaw siedzisk o geometrycznych formach z innowacyjnym systemem oparć, które można samodzielnie zestawiać w dowolnych konfiguracjach. Zmiana kolorów oparć i siedzisk oraz ich różnorodne kombinacje dają możliwość błyskawicznych metamorfoz przestrzeni. Fot. Miųform

▼ Muse marki Noti to szeroka rodzina wygodnych mebli salonowych, która oprócz sof, otoman, okrągłych puf i fotela – obejmuje również leżankę i ławkę. Projektant: Piotr Kuchciński. Charakterystyczną cechą kolekcji Muse jest prostopadłościenna poduszka podłokietnika skierowana pod kątem do wnętrza siedziska. Geometryczne oparcia składają się z twardszego korpusu i miękkiego wnętrza, a połączone są w jedną formę wspólnym materiałem tapicerskim. Fot. Noti

▼ W sofie modułowej Raksa (proj. Tomek Rygalik) samodzielnie zdejmujemy pokrowce nie tylko z siedziska i oparcia, ale także z podłokietników czy podstawy. Oparcie skomponowane jest z dużych poduch, a w zestawie poza modułami umożliwiającymi różnorodne konfiguracje, znajduje się również twardy moduł w postaci stolika. Fot. Nobonobo



▼ Kolekcja Wadi marki Nobonobo. Projekt: Tomek Rygalik. Forma sofy skonstruowana jest poprzez odpowiednie połączenie wąskich modułów, które pozwalają na dopasowanie jej do każdego wnętrza, zgodnie z preferencjami użytkownika. Kolekcja Wadi obejmuje również fotel oraz pufę. Fot. Nobonobo



▲ Kolekcja Scandinavia Remix duńskiej marki Bolia. Projekt: Glismand & Rüdiger. Konstrukcja z drewna pozyskiwanego w sposób zrównoważony, w kolekcji modele 2, 3, 4, 5, 6 i 7-osobowe, w różnych opcjach, wykończeniach i kolorach. Fot. Bolia/ Scandinavianliving.pl





▲ Dwustronna sofa Slide to projekt Marty Krupińskiej dla marki VOX. Niezależnie przesuwane siedziska pozwalają zmienić układ sofy w każdym momencie. Może ona pełnić rolę klasycznej kanapy, kanapy dwustronnej, kanapy z jednym lub dwoma szezlongami. Fot. VOX



▲ Lina to modułowy program mebli projektowany z myślą o wypełnieniu dużych, przestronnych wnętrz. Cechy takie jak głębokość przestrzeni siedziskowej, ruchome zagłówki z regulacją kąta oparcia czy szeroka możliwość wyboru modułów z elektrycznie sterowaną funkcją relax to elementy wpływające na komfort wypoczyniania. Program oferowany w szerokim wyborze tkanin, również w tkaninach z technologią AquaClean. Fot. Stella/Poldem



▲ Kolekcja Norton marki Stella. Wysokie drewniane nogi nadają lekkość formy. Program oferowany w szerokim wyborze tkanin, również w tkaninach z technologią AquaClean. Fot. Stella/Poldem

▼ Z kilku modułów składających się na kolekcję Vint można zbudować sofę w wybranym kształcie; wygodne siedziska i wyprofilowane oparcia obite brązowym lub szarym sztruksem. HK Living/Dutchhouse.pl



► Przesuwne oparcia narożnika Axel pozwalają na dopasowanie głębokości siedziska. Miękkie podłokietniki można ustawić pionowo lub odchylić na zewnątrz; możliwość stworzenia powierzchni do spania po dostawieniu pufa; różne kolory. Fot. Gala Collezione



▲ Funkcjonalne moduły kolekcji Tango Wajnert Meble można ustawiać, zestawiać i przestawiać dowolnie. Regulowane, mobilne zagłówki, możliwość regulowania boku mebla, przesuwane oparcia zwiększające głębokość siedziska; z funkcją spania i pojemnikiem. Fot. Wajnert Meble



Sofa Slide to przykład mebla, który personalizuje się poprzez transformację.
Fot. Vox

Custom-made

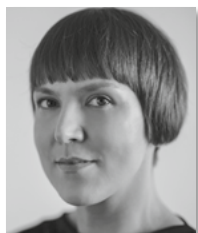
Klienci nie są już zainteresowani wyłącznie standardowymi rozwiązaniami. Ważna jest możliwość dopasowania mebla do własnych potrzeb czy też nadania mu indywidualnego charakteru. Jak obecnie rozwija się trend personalizacji? O to m.in. zapytaliśmy przedstawicieli znanych i cenionych marek meblowych.

Według *Słownika języka polskiego* trend to «istniejący w danym momencie kierunek rozwoju w jakiejś dziedzinie». Jeżeli pojmować trendy jako pewne stałe, długofalowe tendencje na rynku, to jednym z czołowych nurtów wśród producentów i konsumentów mebli będzie personalizacja. Produkowanie rzeczy na miarę naszych potrzeb stało się jednym z wyznaczników współczesności. Różnimy się między sobą i na każdym kroku chcemy tę indywidualność manifestować. Funkcjonujemy w myśl zasady „Wyróżnij

się, albo zgiń”. Dotyczy to zarówno stylu naszego życia, jak i przestrzeni, w której żyjemy. Urządzamy wnętrza tak, by wyrażały naszą osobowość, ale i były dopasowane do codziennych potrzeb.

Dlatego klienci nie są już zainteresowani wyłącznie standardowymi rozwiązaniami oferowanymi przez producentów mebli. Także dla tych ostatnich coraz ważniejsze staje się, aby móc dostarczyć odbiorcy możliwość dopasowania mebla do własnych potrzeb czy też nadania mu indywidualnego charakteru.

Kontakt z klientem i wsłuchiwanie się w jego potrzeby mamy w DNA



Kinga Smardz-Gawłowska, właścicielka marki Borcas

Powrót do korzeni

Kto z nas nie marzy o unikatowych przedmiotach w swoim domu? W czasach licznych sieciówek i powtarzającego się wyposażenia wnętrza, zwracamy uwagę na to, czym naprawdę się otaczamy.

Dawniej rzemieślnicy produkowali produkty, które na pierwszy rzut oka może i były podobne, jednak tak naprawdę różniły się od siebie. Przykładowo, drewniane komody pod względem konstrukcji prezentowały się podobnie, jednak rysunek naturalnego drewna sprawiał, że powstawał unikatowy mebel. To czyniło je wyjątkowymi, dlatego my jako polski producent mebli proponujemy naszym klientom personalizowane produkty. Jako projektanci i producenci mebli musimy spojrzeć wstecz i wrócić do korzeni. Dziś każdy chce coś unikatowego i jedyne w swoim rodzaju.

Jesteśmy wyjątkowi

Każdy człowiek chce być ważny. Jesteśmy różni i jesteśmy wyjątkowi. Coraz częściej chcemy, aby właśnie w taki sposób traktowali nas producenci przedmiotów, którymi się otaczamy. Już na etapie kontaktu z klientem musimy być otwarci na wszelkie możliwości. Oprócz samego projektowania mebli czy też produktu musimy zaprojektować cały ciąg usług, aby wyjść naprzeciw użytkownikom i zadbać o to, aby czuli się dla nas wyjątkowi. Jako producenci mebli powinniśmy stworzyć narzędzia, za pomocą których użytkownik będzie realnie uczestniczył w procesie tworzenia swojego mebla. Kiedyś wszystkie produkty były wytwarzane przez rzemieślników i zachowywały swój indywidualny charakter. Naturalne „skazy” produktu były czymś oczywistym. Dziś jesteśmy otoczeni produktami, które wyglądają identycznie. Zachłysnęliśmy się masową produkcją i wszystko zrobiło się takie same.

Szyte na miarę

Trend personalizacji ma się całkiem dobrze. Zauważamy u naszych klientów zwiększoną ilość zapytań o produkty szyte na miarę. Atutem naszych mebli jest również to, że na etapie projektowania nowego produktu bierzemy pod uwagę jego funkcjonalność. Dzięki temu np. biurko vogel może pełnić rolę biurka do pracy w domu, toaletki czy biurka dla dziecka. Nasze meble to w większości przypadków lekkie, ażurowe konstrukcje, które swoją formą wpisują się we wnętrza o bardzo różnym charakterze.

Wymiary personalizacji

Personalizacja naszych mebli najczęściej ma miejsce w obszarze wymiarów mebla i kolorystyki. Meble oferujemy w kilku podstawowych rozmiarach, natomiast często klienci dopasowują mebel idealnie w miejsce, w którym chcą go ustawić. Zmieniamy rozmiary blatów, wysokość mebla. Dopasowujemy również kolorystykę pod oczekiwania klienta. Niekiedy modyfikacjom podlega również sam materiał, z którego wykonujemy np. biurka czy regały.

Bezpieczeństwo użytkowania

Jesteśmy otwarci na personalizację naszych produktów i wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom klientów. Nadrzędną cechą jest jednak zapewnienie stabilności konstrukcji i funkcjonalności samego mebla. Zdarza nam się powiedzieć „stop” zbyt daleko idącym zmianom, które mogą negatywnie wpłynąć na bezpieczeństwo użytkownika produktu.

Wsluchujemy się w potrzeby

Kluczem do stworzenia mebla czy też wnętrza skrojonego na miarę użytkownika jest poznanie jego potrzeb. U podstaw DNA naszej marki leży otwartość. Od samego początku postawiliśmy na kontakt z klientem i wsłuchiwanie się w jego potrzeby. Już na etapie projektowania założyliśmy, że wszystkie nasze produkty będą mogły być customizowane przez klienta tak, aby mógł on otrzymać spersonalizowany i skrojony na miarę produkt. Powinniśmy dać użytkownikowi możliwość dopasowania i stworzenia swojego unikalnego produktu. Rozmowa z klientem jest kluczowa, aby mówić o sensownej personalizacji.

Oferowanie produktów „na wymiar” przestało więc być domeną rzemieślników. Dzięki nowoczesnym liniom produkcyjnym i zaawansowanym technologiom także manufaktury i fabryki są w stanie zaoferować produkty „szyte na miarę”. Taka masowa customizacja pozwala spersonalizować produkt pod względem estetycznym, jak i funkcjonalnym. Przede wszystkim jednak daje poczucie zadowolenia z nabytego produktu oraz pozwala poczuć się jego współtwórcą.

Personalizacja mebli zazwyczaj zaczyna się od możliwości selekcji każdego szczegółu estetycznego, mieszczącego się oczywiście w ramach danego projektu. Nie ogranicza się to tylko i wyłącznie do wyboru koloru tapicerki, frontów czy korpusu. Producenci mebli poszli o krok dalej, pozwalając swoim klientom personalizować takie detale, jak nóżki, uchwyty, dekory i printy, a nawet materiały. Co więcej w ramach jednej kolekcji



Biuurko drewniane vogel
S pomoże w pracy lub
przysłuży się jako toa-
letka. Fot. Borcas

Dajemy klientowi możliwość zaprojektowania komfortu



Tomasz Matejczyk, współwłaściciel marki Nobonobo

Wzajemnie się różnimy

Obecnie klienci szukają rozwiązań unikalnych, idealnie dopasowanych do siebie. Ten wyraźny trend ma dwie przyczyny. Po pierwsze wzajemnie różnimy się od siebie. Mamy różne potrzeby, inaczej rozumiemy komfort, w końcu też inne rzeczy uznajemy za piękne. Po drugie, naturalną potrzebą człowieka jest chęć odróżniania się. Nie chcemy mieszkać we wnętrzach zunifikowanych. Przeciwnie, nasze domy czy mieszkania mają być odzwierciedleniem naszego charakteru, temperamentu i pasować do stylu życia. Stąd popularność produktów, które dają szerokie możliwości personalizacji, „szytych na miarę”.

Potrzeba zmiany

Jesteśmy w trakcie ogromnej zmiany na polskim rynku meblarskim. Powoli dobijamy do krajów zachodnich, gdzie liczy się najwyższej klasy design i umiejętność zaintrygowania klienta oryginalną formą. Dziś w Polsce już nie tylko jakość czy atrakcyjna cena decydują o sukcesie komercyjnym. Coraz bardziej liczy się zdolność spełnienia wysokich wymagań konsumentów. Na takim rynku liczą się te marki, które tworzą zaawansowane wzorniczo, oryginalnie zaprojektowane produkty. To po prostu najlepszy sposób na zdobycie przewagi konkurencyjnej. Stąd w Nobonobo już w zeszłym roku zdecydowaliśmy się na współpracę z Tomkiem Rygaliem, wspólnie z którym postanowiliśmy pchnąć markę na nowe tory. Pierwszym efektem tej współpracy jest pięć nowych kolekcji. Poszczególne modele można ze sobą zestawiać, tworząc spójną wzorniczo przestrzeń.

Dobry design

Tak jak wspominałem klient stał się niezwykle wymagający. A oczekiwania stale rosną. Polacy wiedzą już, czym jest dobry design. A ten to nie tylko mebel określany mianem „ładny”, ale również funkcjonalny i starannie wykonany z jakościowych materiałów. W segmencie średnim plus i premium ten trend będzie się tylko nasilać. Tylko niewielu producentów może mu sprostać. Dlatego niedawno zdecydowaliśmy się o przeniesieniu naszej produkcji do nowych hal i na kolejne inwestycje w park maszynowy. Technologia i doświadczenie pracowników pozwala nam na szybkie dostosowanie się do coraz wyższych wymagań rynku. Jesteśmy w stanie zaproponować meble mocno zindywidualizowane, co de facto stanowi naszą specjalizację.

O krok dalej

Jeszcze do niedawna personalizacja ograniczała się do wyboru ilości modułów oraz tkaniny. My idziemy jeszcze dalej. Dajemy klientowi możliwość zaprojektowania komfortu. W końcu każdy odczuwa go na swój sposób. Zatem teraz nasz klient będzie mógł precyzyjnie dobrać miękkość wypełnienia poduszek czy też zmienić wymiary standardowych modułów.

Pole do wyboru

Nasze sofy są tak przygotowane, aby każdemu zostawić jak największe pole dla własnych wyborów. Takim modelem jest nasza tegoroczna nowość, zaprojektowana przez Tomka Rygaliaka sofa Wadi. Jest ona najbardziej charakterystycznym meblem z całego zestawu nowości, które w marcu zaprezentowaliśmy pierwszy raz. Jej forma skonstruowana jest poprzez odpowiednie połączenie wąskich modułów, które pozwalają na dopasowanie jej do każdego wnętrza, zgodnie z preferencjami użytkownika. Kolekcja obejmuje również fotel oraz pufę. Pokrowce mebli tapicerowanych można zdjąć i wyprać, co pomaga utrzymać je w czystości.

Polacy mają więcej odwagi i satysfakcji, stając się autorami swoich wnętrz



Katarzyna Bryze, zarządzająca działem rozwoju VOX

Permanentna potrzeba

Trend personalizacji widać w każdej dziedzinie naszego życia. Jesteśmy przyzwyczajeni do tego, że możemy dostosowywać do swoich potrzeb różne produkty i usługi. Personalizujemy swoje telefony poprzez instalowanie interesujących nas aplikacji, kupujemy samochody z wyposażeniem spełniającym nasze oczekiwania, korzystamy z usług VOD i oglądamy filmy dopasowane do naszego gustu. Wielu z tych czynności nie traktujemy jako personalizację, a raczej jako coś oczywistego i naturalnego, praktycznie niezauważalnego. Personalizacja nie jest już wartością dodaną, lecz koniecznością, a sam proces personalizacji produktu czy usługi musi być prosty i intuicyjny.

Odważne decyzje

Minęły czasy, kiedy klient przychodził do sklepu z wyposażeniem wnętrz i kupował cały pokój z wystawy wraz z dodatkami. Dziś Polacy mają więcej odwagi, a jak wynika z przeprowadzonych przez nas badań, również satysfakcji, stając się autorami swoich wnętrz. Rynek meblowy oferuje produkty, które za pomocą prostych narzędzi użytkownik może samodzielnie skonfigurować i z zaproponowanych przez projektanta elementów stworzyć swój własny zestaw.

Do koloru, do wyboru

Marka VOX od lat oferuje swoim klientom meble z możliwością personalizacji. Są to zarówno meble do pokoju dziecka, salonu czy meble tapicerowane. Nasi klienci mogą personalizować meble zarówno pod względem funkcjonalnym, jak i estetycznym. W kolekcji Simple klient może stworzyć mebel w 4 krokach – wybierając kolor frontu, korpusu, dopasowując uchwyty i nóżki. Z kolei w kolekcji Young Users personalizacja może odbywać się zarówno na etapie zakupu, jak i w trakcie użytkowania mebli – jest to bowiem kolekcja modułowa, w której poszczególne elementy możemy dokupić do pokoju dziecka, kiedy będą potrzebne. Z kolei dzięki metalowym nakładkom na fronty możemy personalizować estetycznie wnętrza i dostosowywać meble Young Users do aktualnych zainteresowań dziecka. Natomiast sofa Slide to przykład mebla, który personalizuje się poprzez transformację. Dzięki przesuwalnym siedziskom możemy stworzyć m.in. tradycyjną kanapę lub dwustronną sofę, w zależności od tego jak chcemy odpoczywać.

Fokus na mebel

W VOX od lat analizujemy potrzeby naszych klientów, prowadzimy badania etnograficzne, obserwujemy jak ludzie żyją w swoich domach. Nasze kolekcje poddajemy także opinii grup fokusowych. Są one dla nas bardzo cennym źródłem wiedzy o tym, czy zdiagnozowane przez nas potrzeby zostały dobrze odzwierciedlone w projektowanych przez nas produktach. Takim badaniom został poddany także system meblowy, nad którym obecnie pracujemy. Został on zaprojektowany tak, że klient będzie mógł personalizować produkty zarówno pod względem funkcjonalnym, jak i estetycznym w niespotykanym dotychczas zakresie.

Jesteśmy w stałym kontakcie z klientami, dyskutujemy i zawsze poszukujemy najlepszego rozwiązania



Elżbieta Frankiewicz, właścicielka fabryki mebli tapicerowanych TETRIS

Apetyt na więcej

Rozbudowa przestrzeni wielkomiejskich, dostępność szerokiej palety usług w sektorze budowlanym sprawiła, że wystrzyły się też gusta Polaków. Dzisiaj obok tradycyjnych form mebli, które znajdziemy na liniach produkcyjnych TETRIS, możemy sobie pozwolić na wyjście z własnej strefy komfortu poprzez stworzenie innowacyjnej kolekcji mebli, która będzie alternatywą dla mebli produkowanych masowo.

Dobra luksusowe

Rynek dóbr luksusowych determinują dwie kwestie. Jedna mówi o kliencie, który wynajmuje biuro projektowe, architekta do zaaranżowania przestrzeni oraz w efekcie oddania gotowego projektu pod klucz. Drugą jest klient, który postanawia sam urządzić swoje cztery kąty, poświęcając przy tym dużo więcej czasu, mając z reguły dużo większe oczekiwania. Najnowsza kolekcja mebli luksusowych „Pluma” stara się spełnić oczekiwania wszystkich, dedykując im linię produktów personalizowanych.

Nowe rozwiązania

Trend personalizacji w produkcji mebli tapicerowanych pojawił się kilka lat temu i na naszym rynku zadomowił się na dobre. Wynika to z kilku czynników. Kluczową rolę przy rynku dóbr luksusowych,

mebli wyższej jakości i ich personalizacji odgrywa silna gospodarka i pozycja polskiego rynku meblowego na świecie. Napędzamy europejski jak i światowy rynek, a przy tym ilość zamówień oraz projektów, które otrzymują fabryki powoduje, że na rynku pojawiają się nowości. Poszukujemy nowych rozwiązań, dzięki którym stale podwyższamy wartość branży meblarskiej.

Ciągłe modyfikacje

Nasza nowa kolekcja mebli luksusowych „Pluma” nawiązuje do lekkości oraz delikatnych, zrównoważonych kształtów i proporcji mebli. Najwyższa możliwa jakość wykonania łączy nowoczesne formy, jak zastosowanie rozwiązań modułowych, a także łączenie wełny, drewna czy metalu przy personalizacji mebli. Do każdego mebla można dobrać dwa warianty nóg, dopasować kolorystykę z najmłodniejszej palety barw oraz ubrać w ulubioną tapicerkę, dobierając spośród wielu naturalnych i ekologicznych tkanin. Dzięki modułowości i funkcjonalności mebli możemy modyfikować, przekształcać je w dowolny sposób, np. sofa może być 2- lub 3-osobowa, dzienna lub sypialniana oraz posiadać 3-stopniową regulację nachylenia oparcia.

Silna pozycja

Od 15 lat współtworzymy projekty mebli, biorąc pod uwagę sugestie klientów, a także konsultując wybraną opcję z technologami w naszej fabryce. Zaistnieliśmy na rynku niemieckim, holenderskim oraz angielskim i francuskim. Mamy aspirację do zdominowania polskiego rynku meblowego. Od momentu projektu, poprzez produkcję, po ostateczne opinie jesteśmy w stałym kontakcie z klientami, dyskutujemy i zawsze poszukujemy najlepszego rozwiązania. Nasze social media funkcjonują także na wysokim poziomie.



Kolekcja mebli luksusowych Pluma nawiązuje do lekkości oraz delikatnych, zrównoważonych kształtów i proporcji mebli. Fot. Tetrís



▲ W kolekcji Wadi forma mebli skonstruowana jest poprzez odpowiednie połączenie wąskich modułów, które pozwalają na dopasowanie jej do każdego wnętrza. Fot. Nobonobo



▲ Nanoszenie nadruku na mebel w technologii Paged Prints, pozwala klientowi zostać współtwórcą danego produktu. Fot. Paged

Produkty zawsze były nośnikiem wizerunku użytkownika



Jan Czerniawski
Product Manager w Paged Meble

Współcześni nomadzi

Styl życia konsumentów się zmienił. Z jednej strony, dzisiejszy klient jest bardziej wymagający, oczekuje od produktu idealnego dopasowania do swojej wizji. Z drugiej, wszyscy żyjemy dzisiaj w bardziej dynamicznej rzeczywistości. Użytkownik naszych mebli oczekuje, że produkt, który kupi, będzie doskonale dopasowywał się do zmiennej sytuacji w jego życiu, do przeprowadzek, zmian aranżacyjnych, nowych trendów dekoracyjnych czy kolorystycznych, itd.

Wysoka konkurencyjność

Rynek jest bardzo mocno nasycony. Klienci doskonale zdają sobie z tego sprawę, dlatego nie czują konieczności kupowania czegoś, co nie jest w 100% zgodne z ich oczekiwaniami. Dla producenta oznacza to tyle, że nie może tworzyć wyrobów w próżni – one muszą podążać za określonymi trendami lub nawet je współtworzyć.

Współtwórca projektu

Trend personalizacji rozwija się nieustannie i wszystko wskazuje na to, że w kolejnych latach zjawisko to stanie się dominujące na wielu rynkach. Produkty zawsze były, poza swoją wartością funkcjonalną, nośnikiem wizerunku użytkownika. Personalizacja produktu w niektórych zakresach, tak jak np. nanoszenie nadruku na mebel w technologii Paged Prints, pozwala klientowi zostać współtwórcą danego produktu. Poza ewidentną korzyścią finansową (konsument otrzymuje produkt skrojony na miarę, często w tej samej cenie) dochodzi do tego aspekt emocjonalny („to ja tak wymyśliłem, to jest takie, jak chciałem”).

Na użytek estetyki

W Paged Meble dzielimy możliwości personalizacji na dwie grupy: użytkowe i estetyczne. Dla niektórych modeli wprowadzamy warianty gabarytowe (szersze/węższe lub wyższe/nizsze), wersje „lewe” i „prawe”, pozwalamy też kupować stoły z mniejszą ilością wkładek wydłużających blat, dobierać sobie indywidualnie gabaryty blatów biurek w kolekcji Sandiss, itd. W obrębie personalizacji estetycznej mówimy przede wszystkim o ogromnym wyborze wariantów wykończenia. Kilkadziesiąt wariantów wybarwień drewna w połączeniu z ponad 20 kolekcjami tkanin powoduje, że standardowy fotel tapicerowany można wykonać w co najmniej 2 400 różnych kombinacji. Proponujemy także rozwiązania mniej masowe: barwienie arkuszy sklejkę wewnątrz przekroju mebla (technologia Inner Stripes), personalizowane nadruki na meblach (Paged Prints), czy zabezpieczanie mebli „wewnętrznych” przed wpływem czynników atmosferycznych, co pozwala na ich swobodne używanie poza lokalem (technologia WRB™).

meblowej oferują różne wymiary tych samych brył meblowych. Dzięki temu można nie tylko dopasować wybrane moduły mebla do wielkości pomieszczenia, w którym ma stać, ale też wybierać między różnymi gabarytami tych samych elementów. To jednak nie wszystko. Producenci mebli, stawiając na funkcjonalność i komfort użytkowania, coraz częściej pozwalają

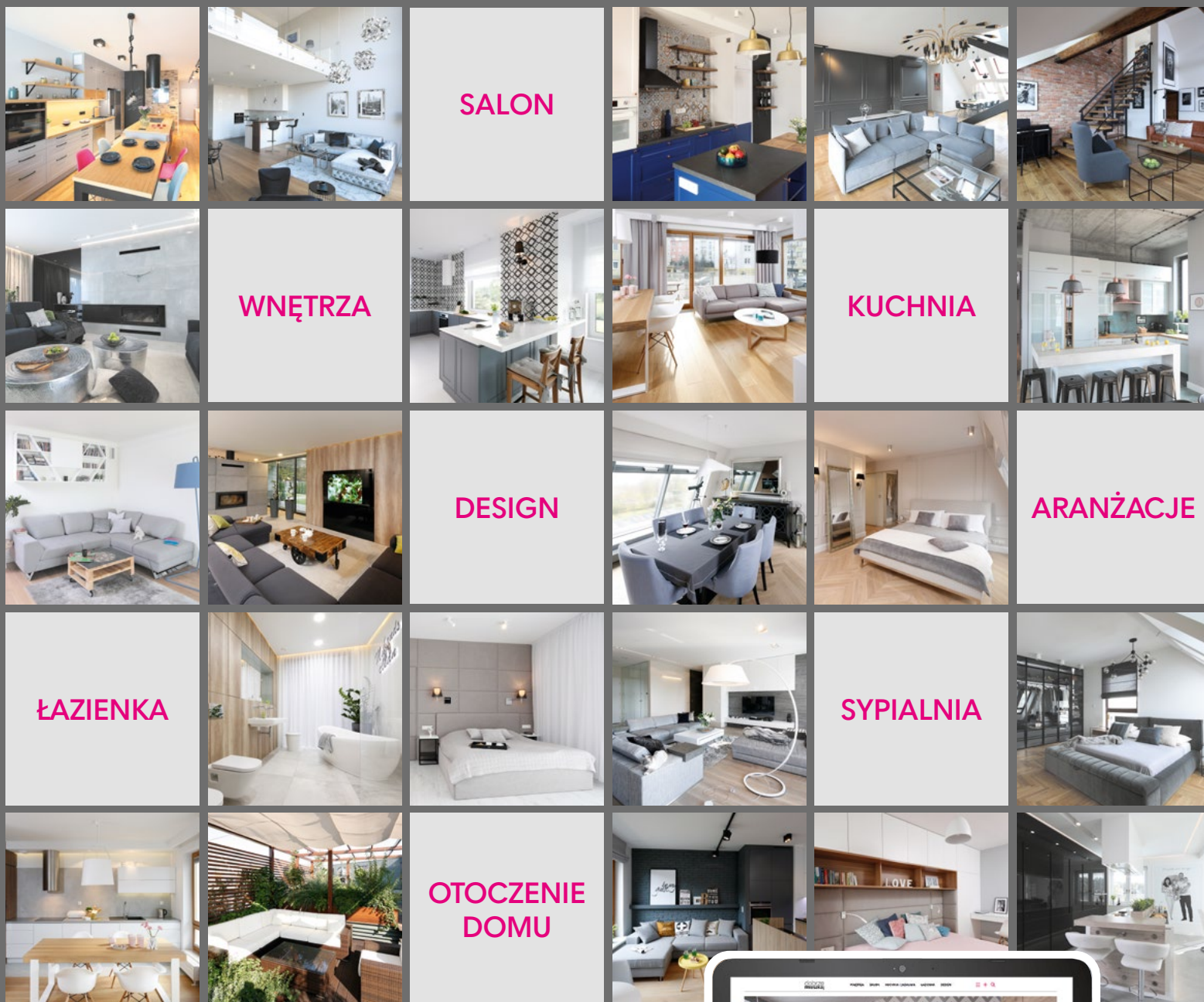
dopasować mebel także do tych jego aspektów (np. przez transformację), odkrywając tym samym nowe oblicze customizacji.

Oprac. Urszula Tatur
Fot. Serwis firm

Czytaj też:  **BIZNES MEBLOWY**

dobrze mieszkaj

PORTAL PIĘKNYCH WNĘTRZ



WWW.DOBRZEMIESZKAJ.PL



Meble pochodzą z kolekcji Overpass, której główną zaletą jest lite drewno dębowe wybarwione w eleganckim kolorze grafitu. Fot. Meble Olejnikowski



Schowane czy eksponowane?

W naszych domach znajduje się wiele przedmiotów wyposażenia, które chcemy schować. Tak, by nie rzucały się w oczy domownikom czy odwiedzającym gościom. Inne przedmioty chcemy wyeksponować, aby cieszyły wzrok na co dzień. Do osiągnięcia takiego efektu i stworzenia spójnej, harmonijnej aranżacji niezbędne są odpowiednie meble. Wśród nich prym wiodą komody i witryny.

Współczesne meble pełnią nie tylko funkcję praktyczną, ale są też ozdobą wnętrza. Dobiera się je zgodnie ze stylem, w którym urządzono pomieszczenia. Dobrze wkomponowana komoda czy witryna potrafi być nietuzinkową dekoracją przestrzeni. Rynek oferuje tyle modeli, wzorów wykończenia, kolorów i produktów różniących się cenowo, że z pewnością każdy znajdzie coś dla siebie.

Komody – istotny element wyposażenia

Trudno sobie wyobrazić aranżację pokoju dziennego bez komody. Mebel

ten umożliwia przechowywanie rzeczy w sposób niewidoczny dla oczu domowników i gości. Zachowuje przy tym estetyczny wygląd. Ponadto, dzięki temu, że komody mają blat, możliwe jest ustawienie przedmiotów, które chcemy widzieć na co dzień, np. zdjęcia, pamiątki rodzinne, dekoracje, ozdoby.

Zaletą tych mebli jest duża rozpiętość rozmiarowa. Od niewielkich komód z dwiema lub trzema szufladami, po duże modele, umożliwiające przechowywanie wielu różnych przedmiotów (ubrań, pościeli, zastaw, drobiazgów). W ofercie rynkowej dostępne są produkty wąskie, wysokie, podłużne i niskie. Niektóre

z modeli wsparte są na nogach, które nadają im lekkości, inne z kolei stoją płasko na podłożu. Komody różnią się między sobą także zastosowanymi rozwiązaniami. W jednych szafki wyposażone są w drzwiczki, w innych w wysuwane szuflady. Dostępne są także modele łączące oba rozwiązania. Komody mają też różne wykończenia kolorystyczne. Dostępne są modele zupełnie białe, czarne, w kolorze drewna lub łączące różne barwy. Jedne doskonale wpisują się w styl klasyczny, inne są minimalistyczne i surowe, dzięki czemu znajdują zastosowanie w nowoczesnych wnętrzach. Dostępne są też bardzo wyszukane i nietypowe

komody, z oryginalnym wzornictwem, które świetnie będą się prezentować we wnętrzach, w których dominują nieszablonowe rozwiązania.

Witryny – stylowa ekspozycja

Innym meblem znakomicie łączącym funkcję praktyczną – przechowywania przedmiotów – z dekoracyjną – stanowiącą ozdobę wnętrza – jest witryna. Przede wszystkim to doskonałe miejsce do przechowywania talerzy, kubków czy filiżanek. Te szczególnie atrakcyjne warto wyeksponować za szklanymi drzwiami. Witryna to doskonałe miej-

Proste formy



Monika Wawrzyniak, przedstawiciel handlowy Meble Olejnikowski

Aktualne trendy powodują, że odchodzimy od klasyki w kierunku nowoczesności. Widoczne jest teraz połączenie ze sobą różnych naturalnych surowców, co można zobaczyć w naszej kolekcji Vertigo: zestawienie litego drewna dębowego z metalem oraz z blatem w palisandrze brazylijskim. Trendy są teraz proste formy.

Meble, które zajmują mało przestrzeni. Bardzo popularny jest minimalizm w urządzeniu wnętrz, dlatego meble muszą spełniać kilka funkcji – poza użyteczną bardzo ważna jest też estetyka. W tym momencie już na równi można postawić funkcję użyteczną oraz wizualną. Do produkcji nowoczesnych witryn oraz komód wykorzystywane są materiały, które wcześniej nie kojarzyły się z meblami, jak na przykład wspomniany wcześniej metal. W nowej kolekcji Overpass pokazaliśmy zestawienie drewna dębowego w modnym grafitowym kolorze, połączonego ze spiekem kwarcowym. Istotne jest także zastosowanie oświetlenia ledowego w witrynach. Estetycznie wykonane akcesoria do szuflad są niezbędne do utrzymania porządku w głębokich szufladach.

sce do zaprezentowania pamiątek rodzinnych, fotografii bliskich osób czy innych ozdobnych akcesoriów. Pozwala na wygodne przechowywanie książek czy kolekcji płyt. Co ważne, trzymane w niej przedmioty znacznie mniej się kurzą.

Podobnie jak komody również witryny dostępne są w różnych rozmiarach. Są modele niskie – konstrukcją przypominające tradycyjne komody – odróżniają je przeszklone fronty, oraz witryny wysokie – te z kolei posiadają kształt nawiązujący

do spotykanych w wielu mieszkaniach regałów.

Niezwykle efektownie prezentują się witryny podświetlane. Posiadają one wbudowane oświetlenie LED, które z jednej strony jest źródłem dodatkowego światła w pomieszczeniu, a z drugiej subtelnie podświetla zawartość półek.

Zdjęcia: serwisy firm

Czytaj też:  **BIZNES MEBLOWY**



▲ Witryna pochodząca z kolekcji HK Living, to mebel skierowany przede wszystkim dla miłośników stylu skandynawskiego i rustykalnego. Zapewnia wiele miejsca do przechowywania (wys. 200 cm). Wykonana z drewna i utrzymana w pastelowych odcieniach różu i szarości. HK Living, dutchhouse.pl

◀ Minimalistyczna konsola Alcor wyróżnia się użyciem szlachetnych gatunków drewna. Meble są inkrustowane charakterystycznym wzorem w szachownicę, wykonanym z desek z chilijskiego drewna tineo lub dębu (w odmianie jasnej i ciemnej szczotkowanej, szarej i wędzanej). Mesmetric, mesmetric.com

▼ Komoda Brinkk to unikatowy mebel, który intryguje minimalistyczną prostotą i rzeźbiarskimi, ostrymi cięciami bryły. Komoda w tej wersji wymaga montażu do ściany. Korpus i fronty fornirowane dębem. Projekt: Natalia Wieteska, Swarzędz Home, swarzedzhome.pl



▲ Jak wszystkie meble skrzyniowe z kolekcji Essence komoda wyróżnia się ponadczasową formą z charakterystycznymi zaokrąglonymi krawędziami bocznymi. Subtelne metalowe uchwyty podkreślają monolityczny kształt mebla. Projekt: Jacek Mikołajczak, Swarzędz Home, swarzedzhome.pl

► Komoda z kolekcji Overpass. Jej zaletą jest wykonanie z litego drewna dębowego. Ciemny, grafitowy kolor nadaje jej elegancji. Na frontach zastosowano spiek kwarcowy. Wykończenie wnętrza komody to płyta MDF naturalnie czarna. Meble Olejnikowski, olejnikowski.pl



▲ Witryna z kolekcji Overpass. Jej zaletą jest wykonanie z litego drewna dębowego. Ciemny, grafitowy kolor nadaje jej elegancji. Na frontach zastosowano spiek kwarcowy. Meble Olejnikowski, olejnikowski.pl



▲ Komoda Gamla to mebel dla wielbicieli surowych, loftowych wnętrz. Do dyspozycji są 3 pojemne szuflady i praktyczna szafka. Grafitowy stelaż stanowi podstawę, na której umocowany jest korpus komody. Ciepłe wybarwienie dąb grandson i widoczne usłojenie drzewa dodają wnętrzu ciepła. Black Red White, brw.pl



▲ Elegancka czarnobrzowa komoda Hemnes dobrze prezentuje się zarówno w salonie jak i sypialni. W meblu tym, o wysokość 96 cm, zaprojektowano 8 szuflad różnej wielkości. IKEA, ikea.pl



▲ Witryna Lommarp, w kolorze czarnym, najlepiej prezentuje się w jadalni. Ten elegancki mebel, o wysokości 199 cm, podzielono na dwie części. Na dole zaprojektowano praktyczną zamykaną szafkę. Na górze znajduje się witryna. IKEA, ikea.pl



▲ Komoda Perłato. Mozaikowy wzór na froncie oraz zastosowanie naturalnych, wysokiej jakości surowców, nadają komodzie niepowtarzalnego charakteru. Miloo, miloohome.pl



▲ Nowoczesne i eleganckie witryny z kolekcji Frame dostępne są w opcji lewej oraz prawej. Przydymane szkło dodaje witrynie ekskluzywności i ułatwia eksponowanie przedmiotów. Metalowe nóżki dodają bryle lekkości. Projekt: Joanna Leciejewska i Wiktoria Lenart. Vox, vox.pl



▲ Regał niski z przesuwными drzwiami, kolekcja Sandiss, umożliwia przechowywanie zarówno na wyeksponowanych półkach, jak i w przestrzeni znajdującej się za przesuwными drzwiami – istnieje możliwość zamknięcia lewej i prawej strony.
Paged Meble, paged.pl



Komoda Luca z najnowszej kolekcji na wiosnę/lato 2020 to elegancki mebel, który łączy w sobie najmodniejsze trendy na ten sezon – prostą formę oraz ciemne drewno. Korpus: lite drewno mangowe, szczotkowane i lakierowane. Stelaż: metal malowany proszkowo. Westwing, westwing.pl



▲ Drewniana komoda Noelle. Romboidalne kształty i złote wykończenia przyciągają wzrok wszystkich miłośników dobrego designu. Miloo, miloohome.pl

▼ Komoda „H High” marki Do_M nawiązuje do wzornictwa lat 50, do-m.pl



▼ Przeszkolona witryna z frontami w systemie uchylnym Opal OP1 sprawdzi się w jadalni, efektownie eksponując naczynia. Komandor, komandor.pl



▲ Na fali popularności stylu skandynawskiego do polskich domów coraz częściej trafiają białe, minimalistyczne meble. Na zdjęciu: kolekcja „Toledo” firmy Meble Wójcik, meblewojcik.com.pl

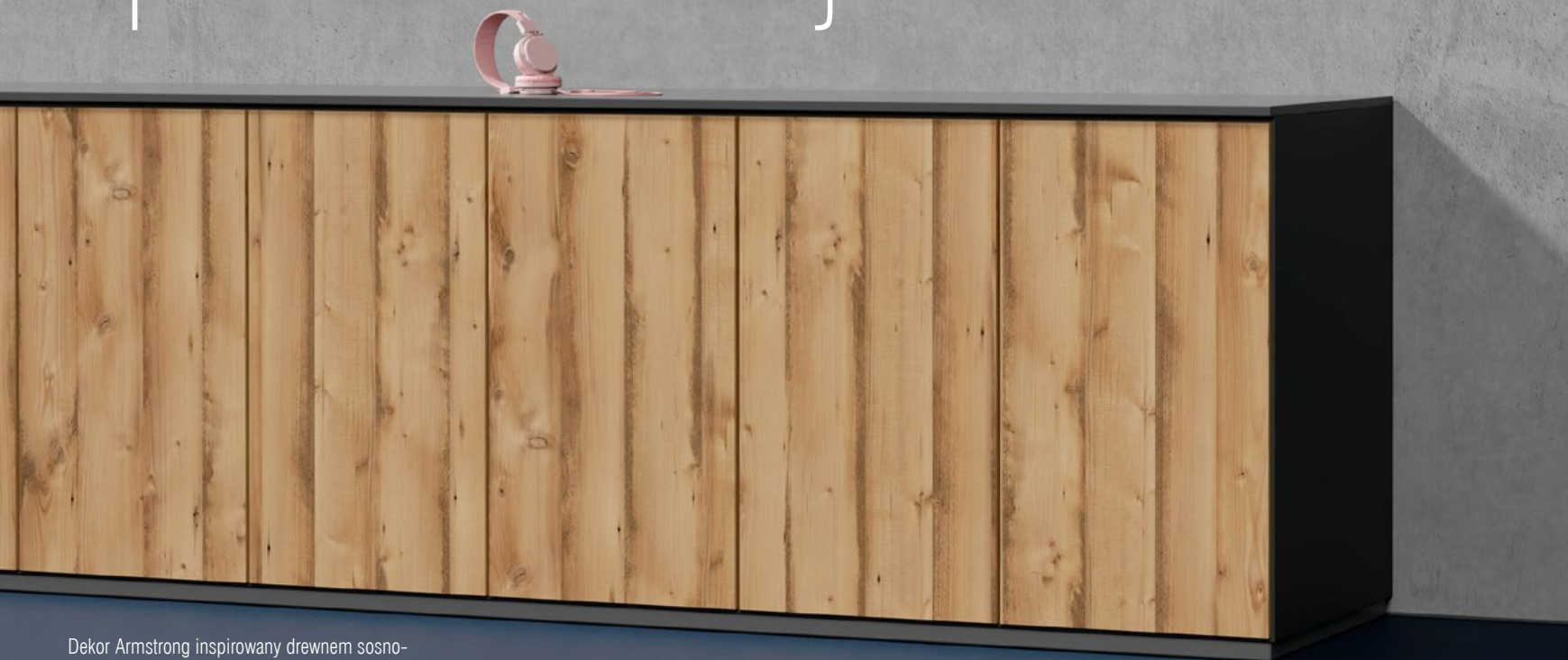


◀ Komoda z szufladami z kolekcji Nature dostępna jest w wersji z frontem białym lub z dekokiem dębowym. Zaoblone, drewniane uchwyty wpisują się w estetykę mebla. Skośny układ nóg nadaje komodzie lekkości. Projekt: Tabanda. Vox, vox.pl

▶ Tesauro to seria wyrafinowanych komód dostępnych w trzech różnych wysokościach i szerokościach, z dwoma lub czterema drzwiami, z szufladami i drzwiami klapowymi. Podstawa to odlewana aluminiowa konstrukcja, blat wykonano z czarnego marmuru Marquina, a wnętrza z klonu. Mesmetric, mesmetric.com



Autentyczność i personalizacja



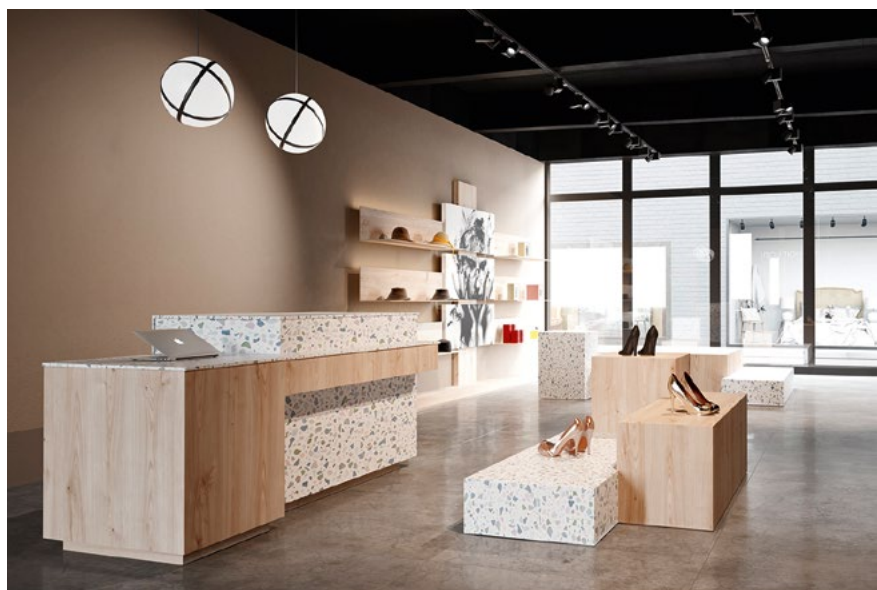
Dekor Armstrong inspirowany drewnem sosnowym. Wyraźny rysunek słoików i sęków oraz skazy i przetarcia sprawiają, że pasuje do rustykalnych i industrialnych aranżacji. Fot. Interprint

Organizacja przestrzeni, czy to mieszkalnej, czy biurowej, nieustannie ewoluuje. Kierunek tych zmian wyznaczają nowe potrzeby użytkowników.

Zmiany odciskają swoje piętno także na designie mebli, a tu ich dobrym wyznacznikiem są trendy w dekorach meblowych.

Różnorodność zmian dotyczących współczesne społeczeństwo wpływa na wielość proponowanych rozwiązań aranżacyjnych, w które starają się wpisać producenci mebli. Chcąc znaleźć dla nich wspólny mianownik, należy odwołać się do megatrendów. Jednym z głównych jest urbanizacja, która wymusza poszukiwanie nowych rozwiązań w sytuacji, gdy pojawiają się na przykład problemy mieszkaniowe czy też metraż lokali zdecydowanie

się kurczy. Wnętrze ma być dziś też przede wszystkim oazą spokoju. To odpowiedź na tempo naszego życia i postępującą cyfryzację. Jednocześnie jego wystroj służy podkreśleniu naszej indywidualności, stąd wyraźne dążenie do personalizacji produktów. W tej sytuacji w wyposażeniu wnętrz stawia się przede wszystkim na naturalność i autentyczność powierzchni, co znajduje odzwierciedlenie w ofercie producentów dekorów.



▲ Autentyczność, personalizacja i moda na naturę – to główne trendy rozwoju dekorów meblowych. Na zdjęciu dekor Canyon Malibu Chestnut Schattdecor. Fot. Schattdecor

Papiery dekoracyjne – jakie trendy na rynku?



**Violeta Pietrasik, doradca klienta
ds. designu, Interprint**

Industrializacja i automatyzacja generują naturalną potrzebę poszukiwania indywidualności, która jest realizowana poprzez personalizację produktu. Dzięki różnorodności, która stanowi główną cechę w obecnych trendach na rynku, otwierają się nieograniczone możliwości w projektowaniu wyjątkowych i spersonalizowanych wnętrz. Łączenie materiałów i nieoczekiwane zestawienia kolorystyczne coraz częściej zaskakują i przyciągają naszą uwagę.

Bardzo silnym trendem jest czerń, która świetnie się wpisuje we wnętrza z elementami art déco, minimalistyczne, ale także te zaczerpnięte z postmodernistycznego stylu Memphis. Tego typu dekory, zainspirowane drewnem, w czarnym kolorze, będą atrakcyjnie się prezentować w zestawieniu z modnym terazzo, mocnym kolorem, szkłem, kamieniem i ciekawymi detalami w kolorze złota lub mosiądzu. Nietypowym uzupełnieniem wnętrza będzie wzór zainspirowany marmurem w czarnym kolorze taki jak Pietra Spezia, który zgodnie z trendami może się pojawić nie tylko na blacie kuchennym, ale również na frontach lub korpusach mebli.

Z popularnym nie tylko w postindustrialnych budynkach betonem doskonale komponują się dekory rustykalne – ocieplają go i nadają charakter, budując ciekawy kontrast pomiędzy surową powierzchnią a ciepłym drewnem. Dekory o wyraźnym charakterze i ciekawej strukturze, takie jak Justus i Armstrong, będą świetnie uzupełniać wnętrza w stylu loft, tworząc interesujące zestawienia w połączeniu z cegłą, metalem i betonem.

Komputeryzacja i coraz szybszy rytm życia nasilają chęć wyciszenia się i stworzenia przytulnej przestrzeni zainspirowanej dalekimi podróżami. Wnętrza w stylu lat 70. i 80., pełne ciepłych i miękkich odcieni zaczerpniętych z palety kolorów ziemi, w zestawieniu z zielenią roślin, dobrze uzupełnią dekory ponadczasowe i z charakterem vintage. Ciepła kolorystyka wzoru Arios stworzy przytulne i jednocześnie nietypowe wnętrza, które będzie otwierać nowe horyzonty dla wyobraźni.



▲ Dekor Invisible Grey. Ekspresyjna struktura ciemnoszarych żył na białym tle ujawnia ekskluzywny charakter pomieszczenia, w którym dekor jest stosowany. Wzorniczo elastyczny, co powoduje dopasowanie do różnej stylistyki wnętrza. Fot. Impress Decor



▲ Miódowy odcień dekoru Amberwood doskonale sprawdzi się w przestrzeniach, które należy ocieplić wizualnie, takich jak sypialnie. Fot. Schattdecor



▲ Dekor Pietra Spezia odwzorowuje twardy, solidny kamień ozdobiony subtelnym wzorem. Wyraźne, jasne żyłki są dość luźno rozmieszczone, dzięki czemu wyjątkowo efektownie kontrastują z grafitowym tłem. Wzór jest na tyle uniwersalny, że sprawdzi się zarówno we wnętrzach klasycznych, jak i urządzonych w bardziej nowoczesnym stylu – wszystko zależy od pozostałego wyposażenia i dodatków. Fot. Interprint

Dekory odpowiedzą na trendy społeczne



Danuta Pawlik, kierownik ds. komunikacji w przedsiębiorstwie, Schattdecor

Przeglądając się ostatnim trendom w projektowaniu wnętrz oraz meblom prezentowanym na największych w Polsce targach meblowych Meble Polska na początku bieżącego roku, można wysnuć wniosek, że wszystkie przestrzenie: biurowe, publiczne czy też prywatne – mają pełnić funkcję prospołeczne, służyć nawiązywaniu relacji oraz budować atmosferę, nastrój. Naczelnyymi hasłami, towarzyszącymi temu zjawisku są ekologia i humanizm. Obecnie czynnikiem, który z perspektywy firmy najbardziej oddziałuje na kierunek zmian stylu życia, jest proces urbanizacji. Intensywny rozwój miast w sposób bezpośredni i pośredni wpływa na decyzje dotyczące tworzenia przestrzeni, w której mieszkamy, pracujemy czy spędzamy czas wolny. Opisane przez Schattdecor w aktualnym trendbooku „Urban Styles. Places of Tomorrow” strefy aktywności życiowych noszą nazwy: First Place, Second Place i Third Place.

First Place to miejsce zamieszkania – dom, oaza, gdzie można odciąć się od świata zewnętrznego i cieszyć się życiem prywatnym. Ze względu na braki mieszkaniowe i rosnące ceny powierzchni, potrzebne są w tym obszarze nowe, kreatywne rozwiązania. Połączenia bieli i szarości zdominowały polskie mieszkania w ubiegłej dekadzie. Obecnie coraz śmielej wprowadzane są kontrastowe akcenty i płaszczyzny koloru do wnętrza, by zindywidualizować przestrzeń. W takich wnętrzach wprowadza się dekory dobrze prezentujące się na dużych powierzchniach, zarówno reprodukcje kamieni, jak i drewna, często w połączeniu z jasnymi kolorami. Takie struktury jak Grey Caspio z ciemnym żyłowaniem i efektem metalicznym, mocne wzory drewnopodobne jak Delano Oak czy Black Glow – to przykłady hitów wzorniczych tworzących funkcjonalne mieszkania przyszłości. Przeglądając propozycje meblowe z tegorocznych targów odnosi się wrażenie dążenia do dużej rustykalności zastosowanych powierzchni. Duże nawiązania do masywnego drewna o szerokich deskach w połączeniu z palonym drewnem dodają autentyczności i wielkości bryłom.

Second Place to miejsce pracy, szkoła czy uczelnia. Miejsca pracy wspólnej (coworking spaces) to idealny sposób organizacji wszechstronnej i rozbudzającej kreatywność przestrzeni biurowej. Choć stanowią zaledwie kilka procent dostępnych powierzchni biur, sposób aranżacji coworkingów wywiera dziś najsilniejszy wpływ na trendy w organizacji przestrzeni pracy. Kluczem do stworzenia inspirującej przestrzeni pracy jest umiejętne zróżnicowanie materiałów. Zestawienie eleganckiej powierzchni – Dąb Catania (elegancki orzech) z akcentami grafiki, kamienia lub rustykalnego drewna może nadać wyjątkowego charakteru wnętrzu. Zastosowanie dekorów tkaninowych, takich jak Tweed na powierzchniach mebli to ciekawa alternatywa dla wzorów uni – jednobarwnych. W dalszym ciągu można zaobserwować duży udział ciemnych szarości i grafitów (Matera, Raw Steel).

Third Place to miejsca spotkań o charakterze publicznym. Mogą to być place miejskie, lotniska, dworce, a także sklepy, restauracje czy bary. Będą one w przyszłości odgrywać bardzo ważną rolę w budowaniu jakości życia, gdzie liczy się komfort i czas. Third Places choć określane są jako przestrzeń pomiędzy domem, a miejscem pracy, staną się przestrzenią, w której autentycznie toczy się nasze życie. Ich funkcjonalność umożliwia nam rekreację i pracę. Miejsca trzecie, zamiast epatować elegancją pozwalają na relaks w otoczeniu naturalnych struktur. Połączenie drewna, kamienia i grafiki tworzy swobodną atmosferę. W przestrzeń publiczną idealnie wkomponowują się nietuzinkowe dekory, takie jak Grey Caspio – reprodukcja wapienia z efektem metalicznych żył, Canyon Malibu Chestnut o bardzo delikatnej strukturze czy dąb miodowy, jak np. Halifax.

▲ Dębowy dekor Arios z charakterystycznymi wyraźnymi pęknięciami, które urozmaicają dosyć jednolitą powierzchnię z równoległe ułożonymi liniami stojów i niewielkimi sękami. Fot. Interprint



▲ Walory estetyczne orzecha sprawiają, że kojarzony jest z komfortowymi i luksusowymi wnętrzami. Dekor Shirin Walnut cechuje subtelna gra kolorów i struktura sprzyjająca pracy z każdą bryłą. Fot. Impress Decor



▲ Zestawienie eleganckiej powierzchni – Dąb Catania (elegancki orzech) z akcentami grafiki, kamienia lub rustykalnego drewna może nadać wyjątkowego charakteru wnętrzu. For. Schattdecor



▼ Justus to dekor inspirowany drewnem dębowym z wyraźnymi liniami stojów, urozmaicony ciemniejszymi pęknięciami i skazami. Doskonale wpisuje się w styl wabi-sabi, rustykalny czy industrialny. Fot. Interprint



◀ Dekory drewnopodobne, w ciemnym wybarwieniu i o wyrazistej strukturze są coraz bardziej popularne. Wzorcem dla Black Glow były zwietrzałe deski, które zostały nadpalone. Surowa powierzchnia doskonale odnajdzie się w oryginalnych wnętrzach. Fot. Schattdecor

▼ Canyon Malibu Chestnut to połączenie rustykalności i ciekawej struktury. Nowoczesna struktura drewna podkreślona jest przez mocne sęki. Fot. Schattdecor



◀ Dekory, których rysunek podkreśla bliski związek z naturą. Na zdjęciu: dekor „Pitch Pine” firmy Impress Decor. Fot. Impress Decor

▶ Dekor „Artisan” (Interprint) wiernie odwzorowuje surową deskę z widocznymi, zaszpachlowanymi sękami. Fot. Interprint



Tkaniny eko to przyszłość branży tekstylnej

Ekologia staje się już nie tylko modą, ale też w pewnym sensie społecznym obowiązkiem. Zarówno konsumenci jak i przedsiębiorstwa sięgają coraz częściej po rozwiązania przyjazne naszemu środowisku. Branża tekstylna także nie jest obojętna wobec tego zagadnienia.





▼ Mango/Berry to gładka tkanina o interesującej, drobnej strukturze. Jej atutem jest duża gama kolorystyczna 58 melanzowych barw inspirowanych najnowszymi trendami. Fot. Dekoma

▼ Tkanina welwetowa Claude – przyjazna środowisku, trudnopalna. Skład: 50% bawełna, 50% poliestr, gramatura 410 g/m² ± 5%. Fot. Fargotex



Ekologia w przypadku tkanin tapicerskich ma bardzo różne oblicza. Jednym z nich jest certyfikacja, która pozwala wyróżnić tkany wytwarzane w sposób zrównoważony, bezpieczny dla środowiska i dla człowieka.

Po pierwsze – certyfikacja

Jednym z najpopularniejszych certyfikatów jest Oeko-Tex, wydawany przez międzynarodową unię Oeko-Tex. W jej skład wchodzi 16 Instytutów Badań i Kontroli Włókiennictwa z Europy i Japonii. Standard 100 by Oeko-Tex jest wiodącym w świecie znakiem bezpieczeństwa wyrobów włókienniczych. Produkty, którym przyznano ten znak, są wolne od substancji szkodliwych w stężeniach mających negatywny wpływ na stan zdrowia człowieka m.in. pestycydów, chlorofenoli, formaldehydu,

▼ Tkanina Mango/Berry rekomendowana jest dla rodzin z dziećmi oraz osób prowadzących aktywny tryb życia. Nadaje się do nowoczesnych, przytulnych wnętrz, jako materiał obiciowy na sofy i fotele. Fot. Dekoma

barwników alergizujących, zabronionych barwników azowych i ekstrahowalnych metali ciężkich. Certyfikat ten oznacza więc, że tkanina, która go posiada, jest wytwarzana i przechowywana w sposób całkowicie bezpieczny oraz wolna od niebezpiecznych substancji. Jednym z warunków, aby tkanina otrzymała certyfikat, jest pozytywne przejście kompleksowych testów laboratoryjnych. Wielu czołowych polskich producentów tkanin posługuje się tym certyfikatem i z pewnością oznacza to, że dbają o „zieloną” stronę własnej produkcji.

Po drugie – czy naturalne zawsze znaczy ekologiczne?

Przeciętny konsument myśląc o tkaninach ekologicznych zwraca uwagę na te wykonane z materiałów naturalnych – bawełny, jedwabiu, wełny czy lnu. Warto jednak pamiętać, że to, co naturalne, nie zawsze będzie produkowane w sposób zrównoważony. Kluczowe jest tu właśnie



▲ Como to tkanina wykonana w 100% z bawełny z recyklingu – jest przyjazna dla użytkowników i wolna od pozostałości chemicznych substancji, a także o ok. 90% mniej szkodliwa dla środowiska w swoim cyklu życia. Ta tkanina o gładkim, płóciennym splocie i wysokiej gramaturze najlepiej sprawdzi się jako materiał tapicerski. Polecana jest na meble o prostych kształtach i geometrycznych poduchach. Fot. Dekoma

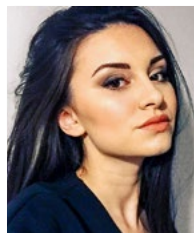
certyfikowanie – bawełna powinna być wytwarzana bez dodatku szkodliwych środków chemicznych, uprawy tradycyjnego jedwabiu często oznaczają degradację środowiska i tutaj należy zwracać uwagę na ekologiczny proces hodowli jedwabników. Także skóra, choć z nazwy naturalna – z ekologią nie ma nic wspólnego.

Z kolei tkany sztuczne coraz częściej są wytwarzane w sposób przyjazny środowisku – chociażby z butelek PET oraz odpadów pochodzących z przemysłu tekstylnego. Wykorzystywanie włókien z odzysku, korzystanie z tego, co już jest, aby ograniczyć nadmierną konsumpcję, recykling to trend, który powinien zdominować branżę tkaninową, ponieważ z pewnością jest kluczem do bardziej

▲ Szlachetna, gęsto tkana tkanina wełniana Wool o zastosowaniu tapicerskim z możliwością zastosowania dekoracyjnego. Posiada dobre parametry techniczne – jest naturalnie trudnopalna; przechodzi test papierosa i zapalki według brytyjskich standardów trudnopalności. Fot. Dekoma

zielonej przyszłości. Wielu producentów tkanin poczyniło już zresztą śmiałe kroki na tej ścieżce. Na rynku

Stawiamy na włókna naturalne



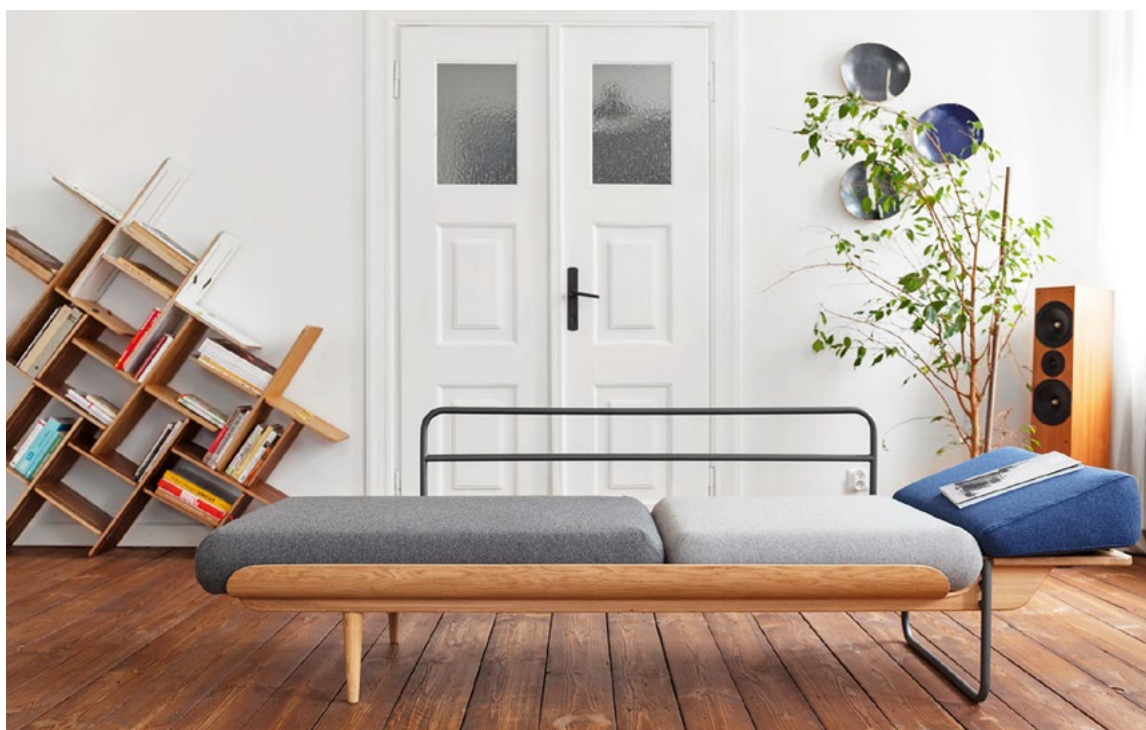
Ewelina Słaby, Product Manager, Fargotex

Nasza skóra ma nieustanny kontakt z różnego rodzaju tekstyliami, warto więc na początek podkreślić, że wszystkie tkaniny z Grupy Fargotex posiadają certyfikat Oeko-Tex, zaświadczały, że wyroby są wolne od alergenów i substancji szkodliwych dla zdrowia i życia człowieka. Nasi klienci coraz częściej zwracają uwagę nie tylko na estetykę produktu, ale również na to z czego

jest on wykonany. Oferowane przez nas materiały z grupy Eco Friendly zawierają w składzie m.in. włókna bawełny, lnu czy też wiskozy, które są biodegradowalne i w pełni odnawialne, co sprzyja środowisku. Każdy z nas w codziennym użytkowaniu miał styczność z bawełną czy lnem, choćby w postaci ubrań, które są niezwykle miękkie, przewiewne i bezpieczne dla naszej skóry. Len dodatkowo wykazuje działanie antybakteryjne. Kolejnym włóknem, stosowanym w naszych tkaninach, jest wiskoza – bardzo miękka i elastyczna, właściwościami podobna do bawełny, w dotyku zaś do jedwabiu.

Wybierając włókna naturalne warto opierać się o ziemiste wybarwienia, podkreślające efekt naturalności tkanin. Struktura tych materiałów jest niepowtarzalna i oddaje estetykę nieidealnej, pięknej natury. Co więcej włókna naturalne w tkaninach charakteryzują się także wieloma dodatkowymi zaletami jak choćby higroskopijnością czyli pochłanianiem wilgoci i antystatycznością czyli nieelektryzowaniem się. Właściwości te są niezwykle istotne w przypadku tkanin obiciowych.

Ponadto marka stawia na wysoką jakość tkanin, która pozwala na jej długie użytkowanie. Jej potwierdzeniem są bardzo dobre wyniki testów Martindale sprawdzających odporność materiału na ścieranie. Dzięki temu konsumenci nie są zmuszeni do częstej wymiany swoich mebli i mogą się cieszyć ich pięknem znacznie dłużej. Fargotex w swoich procesach dąży także do generowania jak najmniejszych odpadów materiałowych. Produkowane przez firmę próbki zostały zaprojektowane tak, aby podczas ich wykonywania optymalnie wykorzystać tkaniny bez konieczności jej marnowania.

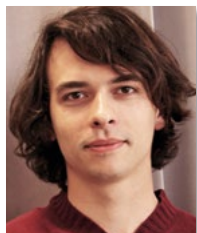


mamy już pierwsze tkaniny meblowe wykonane z butelek PET, przykładem może być tu polski poducent Lech Modern Fabrics, który z 12 butelek PET otrzymuje 1 m² materiału, nie wywierającego żadnego szkodliwego wpływu na środowisko. Cały proces zużywa kilkakrotnie mniejszą ilość wody, a przy tym emituje znacznie mniej CO₂ niż produkcja konwencjonalnego poliestru. W ofercie firmy Dekoma znajdziemy z kolei tkaniny meblowe z ponownie przetworzonych t-shirtów, z surowca odzyskanego ze swetrów czy nawet z odpadów z procesu destylacji ropy naftowej.

Tekst: Justyna Łotowska
Fot. serwisy firm

Czytaj też:  **BIZNES MEBLOWY**

Przekonujemy Polaków do tkanin naturalnych



Filip Kuchareczko, Dekoma

Na Zachodzie len i wełna są od bardzo dawna popularne, cenione i poszukiwane jako tkaniny tapicerskie i dekoracyjne. Naturalne tkaniny są bardziej wymagające w utrzymaniu, ale za to bardziej wdzięczne w dotyku, bardziej estetyczne i eleganckie. Atutem są naturalne właściwości tkanin, jak np. wchłanianie wilgoci przez wełnę, które korzystnie wpływa na mikroklimat i jakość powietrza we wnętrzach. Stale poszukujemy tkanin naturalnych, tworzonego z włókien z odzysku. W 100% bawełniana Como, jedna z nowości z kolekcji 2020, powstaje z ponownie przetworzonych t-shirtów. Z kolei w 70% wełniany Wool produkowany jest m. in. z wykorzystaniem surowca odzyskanego ze swetrów. Cieszy nas fakt, że coraz więcej naszych meblowych kontrahentów wybiera te tkaniny.

Recykling włókien naturalnych to naszym zdaniem najbardziej przyjazny środowisku kierunek poszukiwań w przemyśle tekstylnym, choć z pewnością nie jedyny. Mamy np. w ofercie bardzo ciekawe, łatwo czyszczące tkaniny Mango i Berry, które wytwarzane są z wcześniej nie wykorzystywanych w żaden inny sposób odpadów w procesie destylacji ropy naftowej. Powstaje z nich w Belgii opatentowane włókno Harmolan®, które ma wiele cech istotnych z punktu widzenia minimalizowania szkodliwości produkcji tekstyliów dla środowiska. W przeciwieństwie do np. nylonu i wielu innych włókien syntetycznych do jego produkcji wystarczy temperatura zaledwie 120 stopni Celsjusza, a więc zużywamy znacznie mniej energii. Można je barwić w masie, co eliminuje wysokie zużycie wody w procesie barwienia. Jest łatwy do czyszczenia bez konieczności stosowania dodatkowych chemicznych zabezpieczeń: impregnatów czy teflonu. Wreszcie by uczynić tkaniny z Harmolanu® trudnopalnymi wystarczy ekologiczny podkład z grafitu.



▲ Tkanina szenilowa Dazza - wynik poszukiwań pozwalających na zastosowanie technologii łatwego czyszczenia przy użyciu włókien naturalnych. Została wykonana z wysokiej jakości bawełny (23%), lnu (13%), wiskozy (12%) oraz poliestru. Zastosowana technologia Magic Home, pozwala w łatwy sposób usunąć z niej większość plam. Za sprawą wysokich parametrów użytkowych (m.in. 35 tys. Cykli Martindale'a, kat.A) – zapewni beztroskę na długie lata. Fot. Fargotex

Innowacja wyznacza nowe standardy

Fronty meblowe czeka prawdziwa rewolucja. Innowacje i rozwój technologiczny znacząco wpływają także i na ten segment rynku. Nowinki technologiczne odnajdziemy również wśród akcesoriów meblowych i wyposażenia szafek. Szuflady i systemy otwierania w nowoczesnych meblach do kuchni, salonu, czy sypialni przenoszą je na wyższy poziom komfortu użytkowania.



▲ Kolekcja płyt Velvet do produkcji frontów o ultramatowej powierzchni. Fot. Forner



▲ Prowadnice do szuflad drewnianych z regulacją 3D. Fot. Amix

Ultramatowe powierzchnie



Dawid Kolanowski, menedżer ds. kluczowych klientów, Forner

Jeszcze 10 lat temu fronty meblowe wykonywano poprzez opłaszczowanie MDF-u folią 2d. Technika ta została wyparta, ponieważ pojawiły się nowe możliwości i techniczne i materiałowe.

Forner rozpoczął produkcję płyt meblowych i frontów akrylowych 8 lat temu. Dzięki nowoczesnym maszynom mogliśmy odpowiedzieć na zapotrzebowania klientów i z czasem standardowy akryl na powierzchni płyty zastąpiliśmy materiałem o zdecydowanie wyższej jakości – odporności na zarysowania, czy czynniki zewnętrzne, jak promienie UV. Korzyści z wykorzystania płyt akrylowych Forner to: szybsza produkcja frontów, powtarzalność i niezmienność koloru, a także wysoka trwałość.

Po zakupie nowej obrzeżarki wyznaczaliśmy wysokie standardy, jeśli chodzi o obrzeże i jego grubość. Jeszcze niedawno królowały obrzeża o grubości aż 2 mm. U nas standardem jest obrzeże od 0,3 do 1 mm, dzięki czemu gotowy element meblowy ma bardzo delikatnie zarysowaną linię łączenia.

Rozwój parku maszynowego pozwolił nam na stworzenie kolejnego topowego produktu – Velvet, czyli kolekcji płyt do produkcji frontów o ultramatowej powierzchni. Kiedy trend na powierzchnie matowe dopiero raczkował, klienci obawiali się, że fronty będą się łatwo brudzić. W szczególności chodziło o odciski palców. Zastosowaliśmy więc materiał w technologii antifingerprint, o wysokiej odporności na zarysowania i z tzw. nanotechnologią, czyli możliwością termicznego odtworzenia powierzchni. Produkowane przez nas obrzeże Velvet ma zaledwie 0,35 mm grubości i jest niemal niewidoczne w gotowym elemencie meblowym. Konsumenci mogą więc cieszyć się nowoczesnymi frontami Velvet o eleganckim wyglądzie, w trendy kolorach, a do łatwych w utrzymaniu i trwałych. A skoro materiał się nie palcuje, można zrezygnować z frontów z uchwytem na rzecz rozwiązania push to open.

Wszystko to pokazuje, że w segmencie frontów meblowych, mamy cały czas do czynienia z ewolucją, a nie rewolucją. Jej kierunek dyktują głównie trzy czynniki, o których wspominałem na przykładach produktów Forner: rosnące wymagania klienta, rozwój możliwości technologicznych oraz nowe komponenty do produkcji.

Bezokuciowe korpusy



Katarzyna Bryze, zarządzająca Działem Rozwoju VOX

Marka VOX od lat stawia na innowacyjne rozwiązania, zarówno jeśli chodzi o sposób projektowania produktów, technologię, jak i stosowane materiały. Innowacyjne podejście do frontów meblowych pokazuje kolekcja Young Users zaprojektowana przez Martę Krupińską, w której zostały wykorzystane powierzchnie ferromagnetyczne w formie wymiennych nakładek na fronty. Dzięki temu oferujemy użytkownikom personalizację zarówno funkcjonalną, jak i estetyczną. Na metalowych nakładkach znajdują się różnego rodzaju akcesoria, które ułatwiają przechowywanie, mogą służyć do zabawy, ale przede wszystkim wspierają rozwój dzieci. Jednak innowacje materiałowe mogą dotyczyć nie tylko frontów, lecz całych mebli. Bezokuciowe składanie korpusów meblowych, bez widocznych szczelin i połączeń meblowych, to obszar, który do tej pory nie był zagospodarowany w wystarczającym stopniu na rynku meblowym. Była to domena wyłącznie rozwiązań stolarskich, żmudnego rzemiosła, które wymagało umiejętności i precyzyjnego wykonania połączeń w meblach na zamówienie. VOX jako pierwszy wprowadził do produkcji seryjnej rozwiązanie bazujące na spajaniu korpusów bez widocznych okuć. Mowa tu o kolekcji mebli Ribbon, na którą składają się regały, półka, szafka RTV i stoliki kawowe. Bryty mebli z tej kolekcji powstają z jednej wstęgi materiału, a zamknięcie korpusu następuje wyłącznie w jednym miejscu. Pozwala to na uniknięcie zbędnych okuć, które użytkownikowi przysparzają problemów montażowych, a z drugiej strony wymagałyby przygotowania mało estetycznych gniazd i otworów. Klienci mogą łatwo zmontować mebel – wystarczy, że wsuną gotowe skrzynki jedna w drugą, a te zaczepią się o siebie zgodnie z zasadą działania klina.



▲ Systemy szuflad Zajc z drewnianymi separatorami wewnętrznymi. Fot. Zajc



▲ W kolekcji Young Users zostały wykorzystane powierzchnie ferromagnetyczne w formie wymiennych nakładek na fronty. Fot. Vox



Naciśnij i otwórz – systemy wspomaganie ruchu

Damian Rybak, doradca ds. produktu firmy REJS

Jeszcze do niedawna, systemy elektrycznego wspomaganie otwierania były uznawane przez wiele osób za niepotrzebny gadżet. Wszak coś może być trudnego w otwarciu szafki czy szuflady? A jednak, dziś mechanizmy te swoją funkcjonalnością zdobywają serca kolejnych użytkowników, stając się pożądanym, a niekiedy wręcz nieodzownym elementem wyposażenia meblowej zabudowy. Jak nie docenić wygody jaką oferują? Zwłaszcza wtedy, gdy pracując w kuchni mamy zajęte lub brudne obie ręce i nie możemy otworzyć frontu bez jego ubrudzenia, odkładania trzymany przedmiotów, lub wręcz proszenia kogoś o pomoc.

Obecnie REJS swoim klientom proponuje systemy oferowane przez wiodących producentów akcesoriów meblowych – w tym marki Blum i Hettich, a także opracowany przez niemieckich specjalistów, dostępny wyłącznie w ofercie REJS, system Hailo Libero 2.0. Ten ostatni przeznaczony jest do szuflad, w tym tych przeznaczonych na systemy do segregacji odpadów. Rozwiązania te są w pełni kompatybilne z rozwiązaniami producenta z Rypina.

Zasada działania mechanizmów wspomaganie ruchu jest bardzo prosta. Dzięki nim, aby otworzyć nawet mocno obciążoną szufladę, wystarczy delikatnie nacisnąć front kolaniem czy stopą – w przypadku Servo Drive i Easys lub – w przypadku HailoLibero – przesunąć stopą w okolicach czujnika ruchu zlokalizowanego w wieńcu dolnym. Front otworzy się bezszelestnie i praktycznie samoczynnie. System Hailo umożliwia ponadto otwieranie szuflady za pomocą pilota lub odpowiedniej aplikacji w telefonie (Hailo Smart-Phone „Hailo Connect” dla Androida i iOS). Zastosowanie dobrej jakości przewodnic gwarantuje płynny ruch, a mechanizm cichego domyku – koniec niepotrzebnego huku podczas zamykania frontów.

Dzięki Hailo, po wykryciu ruchu przez czujnik, szuflada wysunie się bezszelestnie z regulowaną, odpowiednią siłą. Hailo przeznaczony jest do standardowych szafek o szerokości od 300 mm do 1200 mm, w których szuflady mocowane są do dna korpusu. To urządzenie niskonapięciowe (wejście 5 V), wyposażone w gniazdo Micro-USB, które zasila się za pomocą standardowej ładowarki do telefonu komórkowego. Jego montaż jest bardzo prosty.

Warto pamiętać, że systemy elektrycznego wspomaganie sprawdzają się nie tylko w kuchniach, ale i innych wnętrzach – w łazienkach i garderobach, a nawet salonach i sypialniach. Wyjątkowo przydatne są w przypadku frontów bezuchwytowych, a także tam gdzie jest mało miejsca.

Systemy montowane są wewnątrz korpusów szaf i szafek, dlatego też dla postronnego obserwatora są kompletnie niezauważalne. Dzięki temu, sprawdzają się nawet w meblach klasycznych i stylizowanych, w których widoczne elementy osprzętu mogłyby budzić niepotrzebny dysonans między technologią, a klasycznymi formami mebli. Co ważne, nawet w przypadku awarii i braku zasilania, dostęp do zawartości szafek nie jest niczym utrudniony – wówczas fronty można otworzyć manualnie. Dodatkowo zaawansowana technologia pozwoliła zminimalizować zużycie prądu do tak niskiego poziomu, że jest on w zasadzie niezauważalny.

◀ System elektrycznego wspomaganie otwierania szuflad Hailo Libero 2.0. Fot. Rejs



▲ Model prowadnic CB80TS to wersja push-open. Fot. Amix

Prowadnice z regulacją 3D

Komfort użytkowania mebli to przede wszystkim łatwy dostęp do przechowywanych produktów. W przypadku szuflad zapewnią go wysokiej jakości prowadnice z regulacją 3D. Tak zaawansowane technicznie produkty odnajdziemy w ofercie firmy Amix. Modele CB70ST, CB80TS to prowadnice dolnego montażu dedykowane do szuflad drewnianych. CB70ST to model z pełnym wysuwem, z dociąganiem i hamulcem, a CB80TS to wersja push-open. Obydwie propozycje są wyposażone w regulację pionową, poziomą oraz dodatkowo – regulację głębokości, która sprawdzi się przy szufladach z bezuchwytyowym otwieraniem, ale też gdy występuje większa ilość szuflad obok siebie. Wyrównanie frontów do jednej płaszczyzny z zastosowaniem prowadnic pełnego wysuwu odbywa się szybko oraz bezproblemowo. Prowadnice zapewniają płynny ruch przez cały okres użytkowania, ciche i delikatne domykanie oraz nieograniczone możliwości w zabudowywaniu każdej powierzchni. Duże obciążenie dynamiczne, wysoka jakość przy jednoczesnym zachowaniu korzystnej ceny, łatwy sposób montażu i demontażu to ich istotne zalety. Produkty te są przeznaczone do szuflad z drewna lub płyty. Wytrzymują obciążenie dynamiczne do 40 kg i są dostępne w długościach od 250 do 600 (mm). Do ich wykonania użyto wysokiej jakości stali ocynkowanej.

Rekomenduje: Amix

Czytaj też: **BIZNES
MEBLOWY**

WOJ. DOLNOŚLĄSKIE

CENTRUM MEBLOWE ŚWIDNICA

58-100 Świdnica
ul. Spacerowa 2-4
tel. (74) 857-81-91
faks (74) 851-38-62
kontakt@centrummeblowe.swidnica.pl
www.centrummeblowe.swidnica.pl



Betty
ul. Ścinawska 22
59-300 Lubin

Daro 2 S.c.

ul. Rolna 14
58-260 Bielawa
tel./faks (74) 834 10 03
faks (74) 833 14 60
daro.bielawa@gmail.com



Intar Syców
Syców Nowy Dwór 1F
56-500 Syców
tel. (62) 786 83 03
faks (62) 786 83 29
sycow@intar.pl

Intar Wrocław

ul. Wrocławska 74
51-166 Wrocław
tel. (71) 358 37 20
faks (71) 358 37 24
wroclaw@intar.pl



Korner Hurtownia Wrocław
ul. Grabiszyńska 231 E, F
53-234 Wrocław
tel. 662 298 351
wroclaw@korner.pl

Korner Hurtownia Jelenia Góra

ul. Spółdzielcza 27
58-500 Jelenia Góra
tel. (75) 753 69 20
faks (75) 764 82 05
jelenia.gora@korner.pl

Korner Hurtownia Wałbrzych

ul. Ludowa 58A
58-304 Wałbrzych
tel. (74) 842 53 74
faks (74) 845 30 36
walbrzych@korner.pl



Marko S.j. Stefan Markiewicz
ul. R. Weigla 12
53-114 Wrocław
tel. (71) 766 13 71/72
faks (71) 337 08 40
wroclaw@dlamebli.pl
www.dlamebli.pl



Meblostyl Sp. z o.o.
tel. (71) 889 07 80 (centrala)
www.meblostyl.com

Meblostyl Wrocław

51-318 Wrocław, ul. Zakrzowska 25
info@meblostyl.com

Meblostyl Wrocław

52-408 Wrocław, ul. Cesarzowska 5
wroclaw@meblostyl.com

Meblostyl Wałbrzych

58-306 Wałbrzych, ul. Wrocławska 142
walbrzych@meblostyl.com

Meblostyl Twardogóra

56-416 Twardogóra, ul. Jagiełły 4
twardogora@meblostyl.com

WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIE



Abler FHUP Sp. z o.o.
ul. Mazowiecka 63/65, 87-100 Toruń
tel. (56) 611 63 70 (23)
torun@abler.pl
www.abler.pl

Abler FHUP Sp. z o.o.

ul. Gajdy 4, 87-300 Brodnica
tel. (56) 495 01 15 (16)
brodnica@abler.pl

Abler FHUP Sp. z o.o.

ul. Budowlana 5, 88-100 Inowrocław
tel. (52) 358 04 60
inowroclaw@abler.pl

Abler FHUP Sp. z o.o.

ul. Łęczyska 8, 85-957 Bydgoszcz
tel. (52) 371 77 57
bydgoszcz@abler.pl



Daro PHUP oddział Białe Błota
ul. Szubińska 87E, 86-005 Białe Błota



Dawex PPHU
ul. Legionów 222, 87-100 Toruń



Forpłyt PPUH Sp. j.
ul. Fabryczna 15B
85-741 Bydgoszcz

Forpłyt PPUH Sp. j.

ul. Chrobrego 129, 87-101 Toruń



Leitz Polska oddział Grudziądz

ul. Paderewskiego 24A
86-300 Grudziądz
tel. (56) 465 07 99
grudziadz@leitz.pl



YORK Salony Meblowe

ul. Przemysłowa 5A
87-700 Aleksandrów Kujawski
tel. (54) 282-41-16
faks: (54) 282-41-16
york-meble@wp.pl
www.york-meble.pl

WOJ. LUBELSKIE



Daro PHUP

ul. Makowa 4A, 20-442 Lublin
tel. (81) 748 65 20
info@daro.com.pl

Daro

ul. Rusalka 4A, 20-103 Lublin

Domar PHU SA

20-102 Lublin, ul. Zamojska 29
tel. (81) 532-40-30
faks (81) 532-79-45
poczta@domar.lublin.pl
www.domar.lublin.pl

Forpłyt PPUH Sp. j.

ul. Budowlana 1, 20-469 Lublin
tel. (81) 745 50 79, 745 50 69
faks (81) 745 50 79
lublin@forplyt.pl



Korner Hurtownia Lublin

ul. Zemborzycka 112E, 20-445 Lublin
tel. (81) 744 96 85
faks (81) 744 96 84
lublin@korner.pl



Leitz Polska oddział Biłgoraj

Korczów 50, 23-400 Biłgoraj
tel. (84) 687 13 79
bilgoraj@leitz.pl



Salon Meblowy M-LID

ul. Moniuszki 11, 68-200 Żary
tel. / fax: (68) 470-64-10
sklep@m-lid.pl; www.m-lid.pl
facebook.com/SalonMeblowy



SALON MEBLOWY SKOREK

22-100 Chelm, ul. Podgórze 36
tel. (82) 563-48-91
skorekmeble@onet.eu
www.skorekmeble.pl



OTEX Spółka Akcyjna

20-313 Lublin, ul. Łęczyńska 51
tel. (81) 746-10-44, faks (81) 746-26-17
sekretariat@otexlublin.com
www.otexlublin.com

WOJ. LUBUSKIE



Betty

ul. Foluszowa 70, 65-751 Zielona Góra
tel. (68) 322 13 14, 325 46 37
betty@betty.pl



Internetowy Sklep Meblowy

67-100 Nowa Sól, ul. Południowa 2A
tel. (68) 356-10-80
faks (68) 388-08-43
info@kelman.pl, biuro@kelman.pl
www.kelman.com.pl



Meblostyl Zielona Góra

65-707 Zielona Góra, ul. Żimna 8
zielonagora@meblostyl.com



Otar-Meble Salon Meblowy

65-705 Zielona Góra, ul. Naftowa 4
tel. (68) 451-98-65, faks (68) 451-98-55
otar@otar.pl; www.otar.pl



Timbex PPH Sp. z o.o.

ul. Koniawska 41
66-400 Gorzów Wielkopolski
tel. (95) 723 96 74/75
faks (95) 723 96 76
timbex@timbex.com.pl
www.timbex.com.pl

WOJ. ŁÓDZKIE

Pawilon Handlowy „Danuta”

97-400 Bełchatów, ul. Wyspiańskiego 17
tel. (44) 632-87-22, (44) 733-05-57
faks (44) 632-81-41
ph_danuta@hotmail.pl
www.mebledanuta.pl



Daro PHUP oddział Łódź
ul. Zbąszyńska 3, 91-342 Łódź



Korner Sp. z o.o.
ul. Kochanowskiego 2c, Strzałków
97-500 Radomsko
tel. (44) 685 08 50
www.korner.pl

Korner Hurtownia Krakowska
Radomsko
ul. Krakowska 259,
97-500 Radomsko
tel./faks (44) 683 91 82
krakowska@korner.pl

Korner Hurtownia Folwarki
Radomsko
ul. Ładna 12 (Folwarki)
97-500 Radomsko
tel./faks (44) 683 77 76
folwarki@korner.pl



Leitz Polska centrala
ul. Duńska 4
97-500 Radomsko
tel. (44) 683 03 88
faks (44) 683 04 77
leitz@leitz.pl
www.leitz.pl



Mago PHU
ul. Kolumny 220A, 93-613 Łódź
tel. (42) 646 40 66
pphumago@o2.pl



Mebin Producent Mebli
97-561 Ładzice
Stobiecko Szlacheckie 135
(koło Radomska)
tel. (44) 682-11-95
fax (44) 682-08-32
mebin@mebin.pl
www.mebin.pl



Mikomax-Hurtownia Sp. z o.o.
ul. Elektronowa 4
94-103 Łódź
tel. (42) 688 74 73
faks (42) 688 75 70
biuro@mikomax-hurt.com.pl

WOJ. MAŁOPOLSKIE



Cordia PPHU
Agnieszka Studnicka
ul. Krótka 5
34-130 Kalwaria Zebrzydowska
tel. (33) 876 49 73
faks (33) 443 27 37
kalwaria@cordia.pl
www.cordia.pl



Drew-Gips PHU
Marek Podraza
ul. Padarewskiego 6
33-100 Tarnów
tel. (14) 622 04 64
drewgips.biuro@interia.pl



Intar Kraków
ul. Stoczniovców 3,
30-709 Kraków
tel. (12) 258 36 00
faks (12) 258 36 16
krakow@intar.pl



Korner Hurtownia Tarnów
ul. Klikowska 101C
33-100 Tarnów
tel. (14) 626 62 40
tarnow@korner.pl



Leitz Polska oddział Kraków
Śledziejowice 222
32-020 Wieliczka
tel. (12) 658 93 17
serwis.krakow@leitz.pl



Centrum Mix Meble
30-415 Kraków
ul. Wadowicka 8A
tel. (12) 269-11-18
faks (12) 269-06-11
salon@mix-meble.pl
www.mix-meble.pl



Retana FHUP
ul. 11 Listopada 76, 38-300 Gorlice
tel./faks (18) 353 62 55
biuro@retana.pl



Salon Meblowy Top-Cezar P.H.U
ul. Bednarzy 4, 34-600 Limanowa
tel. (18) 337-60-97
biuroobslugi@topcezar.pl
www.topcezar.pl

WOJ. MAZOWIECKIE

ABC Meble Sp. z o.o.
ul. Nowogrodzka 50 lok. 515
00-695 Warszawa
tel. (89) 679 03 69
faks (89) 679 03 41
www.abc-meble.com.pl



Abler FHUP Sp. z o.o.
ul. Kostrogaj 5, 09-400 Płock
tel. (24) 268 85 12
plock@abler.pl



Dac-Ter Akcesoria Meblowe
ul. Bodycha 116
02-495 Warszawa (Ursus)
tel./faks (22) 723 00 77
dacter@dacter.pl

Dac-Ter Akcesoria Meblowe
ul. Przepiórki 56
02-410 Warszawa (Włochy)
tel./faks (22) 863 84 93
przepiorki@dacter.pl

Dac-Ter Akcesoria Meblowe
ul. Synów Pułku 12
01-354 Warszawa (Jelonki)
tel./faks (22) 664 07 28
jelonki@dacter.pl

Dac-Ter Akcesoria Meblowe
ul. Broniewskiego 59A
01-865 Warszawa (Żoliborz)
tel./faks (22) 639 88 04
zoliborz@dacter.pl



EKO MEBLE WARSZAWA
05-506 Lesznowola k. Warszawy
ul. Słoneczna 129
tel. (22) 465-99-81
biuro@ekomeble.eu, www.ekomeble.eu



Fermag Sp. z o.o.
ul. Różana 14
05-825 Grodzisk Mazowiecki
tel./faks (22) 755 55 04
rozana@fermag.pl
fermag@fermag.pl

Fermag Sp. z o.o.
ul. Raclawicka 10, 02-601 Warszawa
tel. (22) 845 39 77
raclawicka@fermag.pl

Fermag Sp. z o.o.
ul. Strzygłowska 28
04-872 Warszawa
tel. (22) 740 40 09
strzygłowska@fermag.pl



Fabryki Mebli „FORTE” S.A.
07-300 Ostrów Mazowiecka
ul. Biała 1
tel. (29) 644-22-22
faks (29) 644-21-10
forte@forte.com.pl
www.forte.com.pl/pl



GreteX Gaczyński
Spółka Jawna
08-300 Sokółów Podlaski
ul. Kosowska 81
tel. (25) 781-24-91
tel./faks (25) 781-27-91

ul. Wolności 19
tel./faks (25) 781-56 05
e-mail: greteX@wp.pl
www.greteX.webpark.pl



Heban Sp. z o.o. Sp.k.
ul. Trakt Brzeski 73
05-077 Warszawa
heban@heban.pl



Lambud
ul. Jagiellońska 82
03-301 Warszawa
tel. (22) 512 77 52
faks (22) 512 77 53
warszawa@lambud.pl



Mazi Tadeusz Gryglas
Stanisław Skalski S.j.
ul. Posąg 7 Panien 10A
02-495 Warszawa
tel. (22) 478 26 91
faks (22) 478 26 95
ursus@mazi.pl

Mazi Tadeusz Gryglas
Stanisław Skalski S.j.
ul. Górczewska 179A
01-459 Warszawa
tel. (22) 836 91 69
faks (22) 877 23 06
gorczewska@mazi.pl

**Rad-Pol Meble Stylowe**

05-800 Pruszków, ul. Sadowa 56
tel. (22) 758-66-69
kom. 696 008 008
faks (22) 728-28-71
biuro@rad-pol.com.pl
www.rad-pol.com.pl

WOJ. OPOLSKIE

Arka ZH

ul. Solna 3
46-380 Dobrodzień
arka_ar@op.pl

EBAN**Eban Sp. z o.o.**

ul. Składowa 2
45-125 Opole
tel./faks (77) 454 77 00
www.eban.com.pl
eban@eban.com.pl

Eban Sp. z o.o.

ul. Wyspiańskiego 19
48-300 Nysa
tel./faks (77) 445 95 48

**Centrum Meblowe Hermes
Sławęcice**

47-230 Kędzierzyn-Koźle
ul. Sławęcicka 23
tel. (77) 406-01-00
faks (77) 406-01-00
cmhermes@interia.pl
www.cmhermes.pl

**Intar Dobrodzień**

ul. Opolska 36A
46-380 Dobrodzień-Błachów
tel. (34) 351 52 10
faks (34) 351 52 11
dobrodzien@intar.pl

**Leitz Polska oddział Opole**

ul. Mehla 32
45-771 Opole
tel. (77) 464 93 99
opole@leitz.pl

**Marko oddział Opole**

ul. Światowida 2
45-325 Opole
tel. (77) 457 76 05
faks (77) 457 79 08
opole@dlamebli.pl

WOJ. PODKARPACKIE

**Bartix.pl Jerzy Bartkowicz**

Malawa 675
36-007 Rzeszów
tel./faks (17) 855 42 83
biuro@bartix.pl
www.bartix.pl

**akcesoria meblowe****D. i M. Zbrożek Damian,
Bober Piotr**

ul. Krakowska 150
35-506 Rzeszów
tel. (17) 853 65 92
biuro@dim.vpl.pl
www.dim.rzeszow.pl

**Domator Beata Sokół**

ul. Jasińskiego 2
37-700 Przemyśl
tel./faks (16) 678 42 77, 678 66 70
biuro@domator.eu
www.domator.eu

**Drewpol Stanisław Bosek**

ul. Wetlińska 3
35-082 Rzeszów
tel. (17) 854 75 02
drewpol@drewpol.rzeszow.pl

**Halmar, A. Mysior, W. Gęsiorowski sp.k.
– Salon Meblowy Centrum**

37-450 Stalowa Wola
ul. Niezłomnych 86
tel. (15) 843-28-40
faks (15) 843-28-48
centrum@halmar.com.pl
www.halmar.com.pl

**Korner Hurtownia Rzeszów**

al. Żołnierzy Wojska Polskiego 18
35-301 Rzeszów
tel. (17) 857 10 90
rzeszow@korner.pl

Korner Hurtownia Jasło

ul. Towarowa 18
38-200 Jasło
tel./faks (13) 448 30 40
(13) 446 80 03
jaslo@korner.pl

Meble Polskie sp.j.

38-400 Krosno
ul. Kletówka 15
tel. (13) 436-70-93
fax (13) 436-70-93

WOJ. PODLASKIE

**Amix sp. j.**

15-694 Białystok-Fasty
ul. Szosa Knyszyńska 6
tel. (85) 742 14 75
faks (85) 742 70 35
amix@amix.pl

**Anix ZPUH**

Jerzy Złotorzyński
ul. Rzemieślnicza 4
16-400 Suwałki
tel./faks (87) 566 36 14
kuchnie@anix.pl

**Center-Mebel Sp. z o.o. sp. k.
Grzegorz Kurak**

al. Legionów 141F, 18-400 Łomża
tel. (86) 218 36 47
faks (86) 212 50 61
www.center-mebel.pl

**De Novo Handel i Technika
Waldemar Krajewski**

ul. Przędzalniana 8
15-688 Białystok
tel. (85) 66 27 229
faks (85) 66 27 231
www.denovo.pl

**Hass Wasiluk S.j.**

ul. Boczna 1
15-181 Białystok
tel. (85) 65 39 737
tel./faks (85) 67 55 293
bok@meblownia.pl
www.meblownia.pl

**meble:idea
MEBLE IDEA**

15-688 Białystok
ul. Przędzalniana 8
tel. (85) 653-96-20
faks (85) 733-10-77
salon@mebleidea.pl
www.mebleidea.pl

**Lambud**

ul. Pogodna 18
15-354 Białystok
tel./faks (85) 745 53 93
lambud@lambud.pl

**Leitz Polska oddział Łomża**

ul. Poznańska 90F, 18-400 Łomża
tel. (86) 218 82 95
lomza@leitz.pl

**TOBO Datczuk Spółka Jawna**

15-589 Białystok
Kuriany 104
tel. (85) 674-94-21/31
tel./fax (85) 674-94-71
faks (85) 674-94-01
kom. 662 055 425
www.tobo.pl
www.sklep.tobo.pl
biuro@tobo.pl

**Wiór Sp. j. Kostro, Romaniuk**

ul. Andersa 38, 15-113 Białystok
tel. (85) 66 49 740
66 49 743
66 49 751
faks (85) 66 49 741
biuro@wior.pl
www.wior.pl

WOJ. POMORSKIE

**Abler FHUP Sp. z o.o.**

ul. Poznańska 10, 76-200 Słupsk
tel. (59) 847 51 84
slupsk@abler.pl

Abler FHUP Sp. z o.o.

ul. T. Wendy 7/9, 81-341 Gdynia
tel. (58) 660 63 66
gdynia@abler.pl

**DAB GDYNIA M.S.P.**

81-960 Gdynia
ul. B. Krzywoustego 3
tel. (58) 667-22-98
tel. kom. 601 760 226
www.dab.gdynia.pl

**First PPHU Ryszard Antosz**

ul. Meblowa 10, 83-010 Straszyn
tel. (58) 692 32 42
first@first.net.pl
www.first.net.pl

First sklep Ryszard Antosz

ul. Droszyńskiego 15, 80-381 Gdańsk
tel. (58) 345 48 36 / 344 41 09
sklep@first.net.pl



HORST Okucia i Akcesoria Meblowe

ul. Hutnicza 5
81-061 Gdynia
tel. 58 664 18 14
horst@horst.pl
www.horst.pl

HORST Okucia i Akcesoria Meblowe oddział Gdańsk

ul. Trakt Św. Wojciecha 223/225
81-017 Gdańsk
tel. 58 308 99 16
gdansk@horst.pl



KLEO Salon Meblowy

ul. Kasztanowa 4
89-600 Chojnice
tel. 52 395 50 90
chojnice@kleomeble.com.pl
www.kleomeble.pl



Kornix Sp. z o.o.

ul. Kościarska 18
83-250 Skarszewy
tel. (58) 560 13 71
(58) 560 13 72
faks (58) 560 13 70
skarszewy@kornix.com.pl

Kornix Forest Sp. z o.o.

ul. Podmiejska 12
84-200 Wejherowo
tel./faks (58) 677 98 13
j.zurek@kornix.com.pl



Kosmaz Sp. z o.o.

ul. Zielona 7
78-200 Słupsk
tel. (59) 848 28 90
faks (59) 848 28 91
slupsk@kosmaz.com.pl

Mebel Konstruktor Beata Kondratowicz

pl. Dąbrowskiego 3
76-200 Słupsk
tel. (59) 847 52 90
mebelkonstruktor@op.pl



„MEBLE” PHU Spółka z o.o.

80-266 Gdańsk
ul. Grunwaldzka 219
tel. (58) 346-04-68
faks (58) 341-46-68
biuro@phumeble.pl
www.phumeble.pl



SPAR MEBLE P.P.H.

A. Stucki, R. Stucki,
S. Magnuszewski sp.j.
89-600 Chojnice
Pawłówko ul. Bydgoska 5
tel. (52) 397-11-88, (52) 397-96-61
salon@sparmeble.pl
www.sparmeble.pl



Wip

ul. Sobieskiego 127A
84-230 Rumia
tel./faks (58) 671 55 55
671 33 30
biuro@wiprumia.pl

WOJ. ŚLĄSKIE



Akces PPHU

Lachowicz Eugeniusz
ul. M. Konopnickiej 11
41-100 Siemianowice Śląskie
tel. (32) 228 18 64
akces@akces.katowice.pl



Daro Południe Sp. z o.o.

ul. Waryńskiego 17, 43-190 Mikołów
tel. (32) 226 71 76, 226 71 75
kom. 600 352 247, 660 487 091
biuro@darpo-ludnie.pl,
www.darpo-ludnie.pl



HUBERTUS DESIGN Sp. z o.o.

ul. Srokowiecka 22
41-100 Siemianowice Śląskie
tel. (32) 229-02-59/60
faks (32) 228-30-53
biuro@hubertus-meble.pl
office@hubertus-meble.eu
www.hubertus-meble.eu
www.hubertus-meble.pl



Korner Hurtownia Częstochowa

ul. Legionów 90/100
42-200 Częstochowa
tel. (34) 360 22 00
faks (34) 360 22 01
czestochowa@korner.pl

Korner Hurtownia Zawiercie

ul. 11-go Listopada 9, 42-400 Zawiercie
tel. (32) 670 39 03
faks (32) 670 39 05
zawiercie@korner.pl

Korner Hurtownia Bytom

ul. Siemianowicka 105B
41-402 Bytom
tel./faks (32) 289 11 36
bytom@korner.pl



Lunit Polska

ul. Strzelców Bytomskich 98
41-906 Bytom
tel. 518 635 638
akcesoria@lunitpolska.eu
www.lunitpolska.eu



FIRMA HANDLOWA PIK

Świerklany/Pawłowice
tel. (32) 472-51-36
faks (32) 472-51-36
pik.pawlowice@poczta.internetdsl.pl
www.meblepik.pl



Remontex Sp. j.

ul. Zabrzeńska 78
41-907 Bytom
tel. (32) 280 83 72
info@remontex.com.pl



Spółdzielnia Meblarska „RAMETA” ZPCH

47-400 Racibórz
ul. Królewska 50
tel. (32) 453-92-50
fax (32) 415-33-51
marketing@rameta.com.pl
www.rameta.com.pl



Soma Sp. z o.o.

ul. Podleska 2
43-100 Tychy
tel. (32) 216 80 54
faks (32) 790 78 55
biuro@soma.tychy.pl



Sonea Sp. z o.o.

ul. Hajduka 2
43-400 Cieszyn
kom. 604 597 893
tel. (33) 85 14 134



Sonwit Henryka Małkowska FHU

Sonwit FHU

Autoryzowany przedstawiciel Indeco

ul. Świętego Jana 4
44-300 Wodzisław Śląski
kom. 668-130-316
692-091-658
sonwit2@gmail.com
www.sonwit.pl
www.sonwit.indeco.pl
WOJ. ŚWIĘTOKRZYSKIE



Akcesoria Meblowe od A do Z

ul. Chęcińska 14A
25-020 Kielce
tel./faks (41) 368 40 16
akcesoria.az@op.pl

Akcesoria Meblowe od A do Z

ul. Zagnańska 149
25-563 Kielce



GF Akcesoria Meblowe

25-558 Kielce, ul. Robotnicza 10
tel: 531 425 433
kom: 660 449 997
gfakcesoria@interia.pl



KJK Biuro Handlowe

ul. Górna 20, 25-415 Kielce
tel./faks (41) 343 22 26
biuro@kjk.com.pl
www.kjk.com.pl

KJK Sklep Akcesoria Meblowe

ul. Górna 25
25-415 Kielce
tel./faks (41) 343 18 44
sklep@kjk.com.pl

KJK Hurtownia Płyt Wiórowych

ul. Górna 25
25-415 Kielce
tel./faks (41) 344 50 83
hurt@kjk.com.pl

KJK Salon Firmowy Mebli

Biurowych
ul. Solidarności 21B
25-323 Kielce
tel./faks (41) 346 15 26
salon@kjk.com.pl



Korner Hurtownia Kielce

ul. Wincentego Witosa 63,
25-561 Kielce
tel. (41) 346 00 40
faks (41) 368 37 98
kielce@korner.pl

**Salon Meblowy Meblotap**

ul. Józefa Radoszewskiego 29
27-200 Starachowice
tel./faks (41) 275-54-40
meblotap96@wp.pl
www.meblotap.net

WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE

**Center-Mebel Sp. z o.o. sp. k.**

Grzegorz Kurak
ul. Ciepła 8, 19-300 Elk
tel./faks (87) 621 37 53

**Fest Sp. z o.o.**

ul. Metalowa 3 C, 10-603 Olsztyn
tel. (89) 532 96 40
faks (89) 532 96 46
fest@fest.olsztyn.pl
www.fest.olsztyn.pl

**Ita-Met FHU**

ul. 1 maja 6A
14-200 Ilawa
tel./faks (89) 649 39 45
biuro@ita-met.pl
www.ita-met.pl

**Intar Olsztyn**

ul. Towarowa 17K
10-416 Olsztyn
tel. (89) 537 74 10
faks (89) 537 74 15

**Kornix Sp. z o.o.**

ul. Borek 1
14-260 Lubawa
tel. (89) 640 10 68
tel./faks (89) 645 36 60
lubawa@kornix.com.pl

**Lambud**

al. J. Piłsudskiego 72D
10-450 Olsztyn
tel. (89) 537 01 11
tel./faks (89) 537 01 10
olsztyn@lambud.pl

**LIBRO Marek Liberacki**

14-260 Lubawa, ul. Grunwaldzka 22C
tel. (89) 645-59-33
faks (89) 645-27-47
libro@libro.lubawa.pl
www.libro.lubawa.pl

**Galeria Mebli Markann**

12-200 Pisz
ul. Wołodyjowskiego 2C
tel./faks (87) 423-32-59
kom. 691 490 101
www.meble.pisz.pl
markann@meble.pisz.pl

**PMW Wojciech Mielczarek**

13-100 Nidzica, Piątki 86
tel. (89) 650-03-40
faks (89) 650-03-45
pmw@pmw.net.pl
www.pmw.net.pl

**Top Ten Sp. z o.o.**

ul. Augustowska 20, 10-683 Olsztyn
tel. (89) 535 75 01
faks (89) 534 73 99
www.top-ten.com.pl

WOJ. WIELKOPOLSKIE

**Abler FHUP Sp. z o.o.**

ul. Złota 34/38, 62-800 Kalisz
tel. (62) 768 74 70
kalisz@abler.pl

**ARIS CONCEPT**

ul. Letnia 1E
62-021 Paczkowo k/Swarzędza
tel. (61) 855-14-10
www.arisconcept.pl
biuro@arismebel.pl

**Intar Ostrów Wielkopolski**

i Akcesoria Meblowe
ul. Odolanowska 60
63-400 Ostrów Wielkopolski
tel. (62) 737 51 31
faks (62) 73751 21
intar@intar.pl
www.intar.pl

Intar Kępno

ul. Wrocławska 5
63-600 Kępno
kepno@intar.pl

Intar Kalisz

ul. Wrocławska 48
62-800 Kalisz
tel. (62) 760 58 00
faks (62) 760 58 01

**INTERMEBLE Sp. z o.o.**

62-610 Sopot, Sopotinek 18
tel. (63) 262-30-10
faks (63) 262-30-11
fabryka@intermeble.com.pl
www.intermeble.com.pl

**Korner Hurtownia Czarnków**

ul. Przemysłowa 4, 64-700 Czarnków
tel. (67) 253 06 86
faks (67) 25 3 06 87
czarnkow@korner.pl

**Kosmaz Sp. z o.o.**

ul. Poznańska 13
62-020 Swarzędz
tel. (61) 815 74 93
faks (61) 815 73 94
swarzedz@kosmaz.com.pl

**Leitz Polska oddział Poznań**

ul. Topolowa 1
62-090 Rokietnica
tel. (61) 814 57 17
serwis.poznan@leitz.pl

**UNION KNOPF
POLSKA SP. ZO.O.**

62-700 Turek, ul. Kączkowskiego 8
tel. (63) 289-86-00
faks (63) 289-86-18
info@ukpolska.com
www.unionknopf.com

WOJ. ZACHODNIO-POMORSKIE

Elwi Sp. z o.o. Sp. K.

ul. Wenedów 3E, 75-847 Koszalin
tel. (94) 347 14 04
elwi@elwi.pl
www.elwi.pl

**Kosmaz Sp. z o.o.**

ul. Lniana 8, 75-213 Koszalin
tel. (94) 34 64 913
faks (94) 340 89 52
koszalin@kosmaz.com.pl

Kosmaz Sp. z o.o.

ul. Rolna 1, 78-230 Kołobrzeg
tel. (94) 355 14 53
faks (94) 355 14 64
kolobrzeg@kosmaz.com.pl

Timbex oddział Szczecin

ul. 1 maja 34, 71-627 Szczecin
tel. (91) 422 44 04
faks (91) 422 44 10
sekretariat.szczecin@timbex.com.pl

Centrum Meblowe**Top Shopping**

ul. Hangarowa 13
[Struga/Gryfińska (Parter)]
tel. (91) 469-52-92,
faks (91) 469-52-91
www.pieknebiele.pl

JAK ZOSTAĆ PARTNEREM?

Już 200 zł wystarczy, aby zostać naszym
Partnerem i skutecznie reklamować swój
Salon Meblowy.

KORZYŚCI Z PARTNERSTWA:

- Regularny dostęp do eksperckiej wiedzy branżowej, otrzymywanie miesięcznika w formie papierowej i elektronicznej;
- Przepływ informacji branżowych;
- Roczna obecność wizytówki teleadresowej Salonu wraz z logo w czasopiśmie;
- Wzmocnienie pozycji Salonu na rynku poprzez rozbudowaną sieć dystrybucji;
- Promocja Salonu na polskich i zagranicznych targach, imprezach branżowych, konferencjach, szkoleniach, targach wewnętrznych;
- Sprzedaż magazynów w Empikach na terenie całego kraju.

ZAMÓWIENIA I INFORMACJE:

prenumerata@publikator.com.pl
kom. 509 526 255