

ИНДУСТРИЯ МЕБЕЛИ

• ЖУРНАЛ О МЕБЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ •

№1 (26) январь-февраль 2020

industry-mebel.ru



По ресторанам



Профессия дизайнер
в России



Мебель
для ванной

p-system®
➤➤➤

10

ЛЕТНИЙ
ЮБИЛЕЙ
ПАТЕНТА

100

УСПЕШНЫХ
ВНЕДРЕНИЙ У
ЗАКАЗЧИКОВ

1.000

ПРОИЗВЕДЕННЫХ
ФРЕЗ

10.000

ВИДОВ МАТЕРИАЛОВ,
КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ
ОБРАБОТАНЫ

100.000

РЕЖУЩИХ
КРОМОК С
УГЛОМ 70°

1.000.000

МЕТРОВ МЕЖДУ
ПЕРЕТОЧКАМИ

Только в LEUCO.

Спросите нас, как Вы можете извлечь выгоду
от внедрения LEUCO p-system



141004 Россия, г. Мытищи
ул. 1-й Силикатный переулок стр.14Б/1
тел: +7 (495) 135-80-20
info@leuco.ru

Пожалуйста, свяжитесь с нашими
региональными представителями



LEUCO
MAGENTIFY WOOD PROCESSING

Willi-Ledermann-Str. 1
72160 Horb a. N., GERMANY
info@leuco.com

www.leuco.com

POWERMATIC

деревообрабатывающие станки

Золотой
Стандарт
с 1921г.



JPW
INDUSTRIES

www.powermatic.ru
www.jettools.ru

JET-ЦЕНТР МОСКВА
ООО «ИТА-СПБ»
ПЕРЕВДЕНОВСКИЙ ПЕР., Д. 17
(М. БАУМАНСКАЯ)
(495) 626-71-00
NEO@JETTOOLS.RU

JET-ЦЕНТР САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ООО «ИТА-СПБ»
СОФИЙСКАЯ УЛ., Д. 14
(М. МЕЖДУНАРОДНАЯ)
(812) 334-33-28
NEO@JETTOOLS.RU

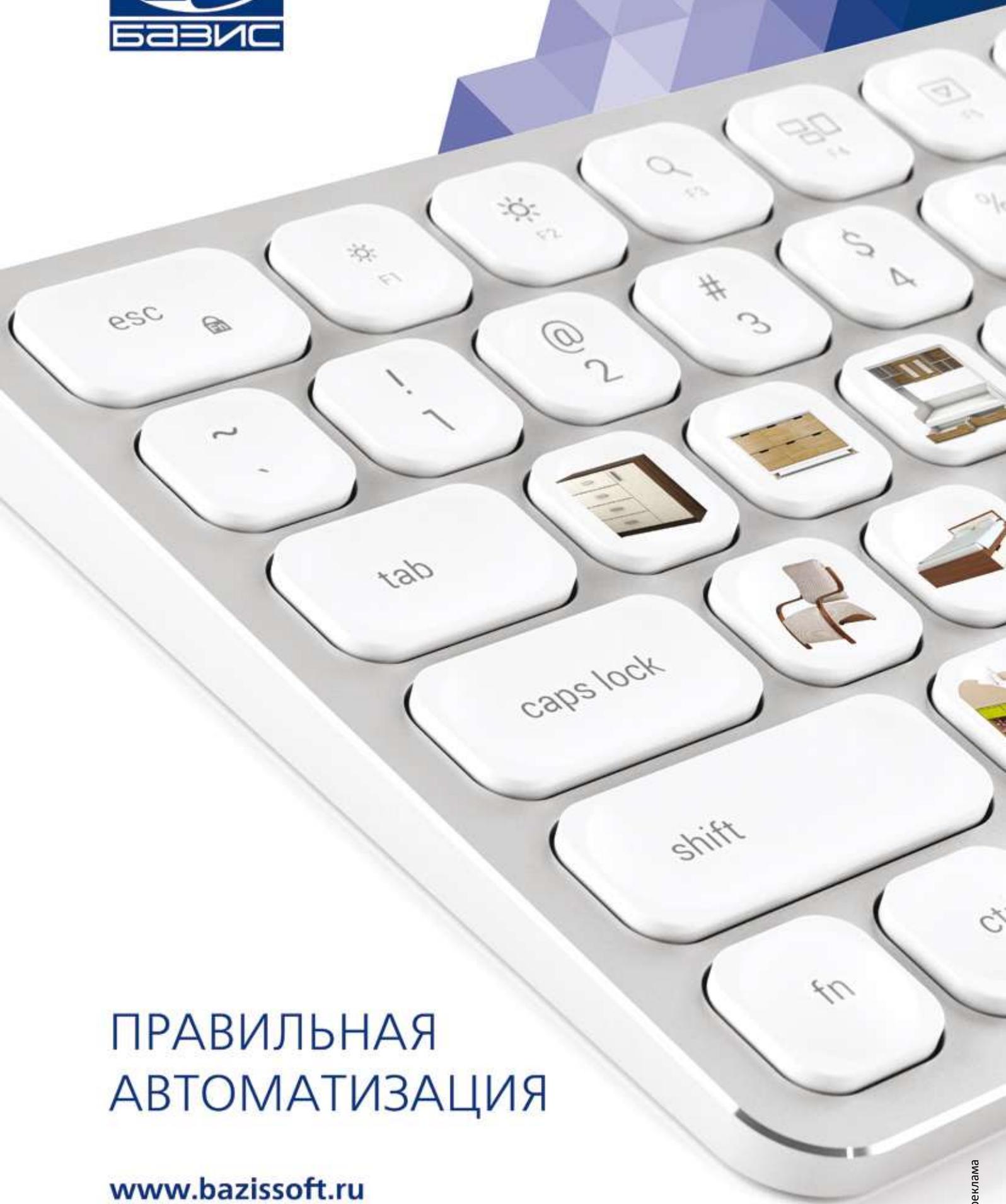
JET-ЦЕНТР НОВОСИБИРСК
ООО «СТК СИБИРЬ»
УЛ. ВОИНСКАЯ, 133, К1
(383) 286-04-56
(813) 019-02-40
SIBIRSTK@MAIL.RU

JET-ЦЕНТР КРАСНОЯРСК
ООО «АРСЕНАЛ»
УЛ. КАЛИНИНА, Д. 106
(391) 218-12-70
(967) 611-05-68
KRASJET@MAIL.RU

на прямую со склада



+7 (496) 623-09-90



ПРАВИЛЬНАЯ
АВТОМАТИЗАЦИЯ

www.basissoft.ru

Третий лишний

стр. 16

От первого лица



Правительство решило ввести послабления для импортной продукции. Что изменится, по какому формату теперь будут проводить госзакупки и поможет ли проект российским мебельщикам? За ответами мы обратились к генеральному директору Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) Тимуру Иртыганову.

Мебельный бизнес

стр. 22 Мебель-2019: итоги и прогнозы

Крупные отраслевые выставки не только собирают под своей крышей самые свежие новинки, но и позволяют «прощупать пульс» отрасли. И посетив 31-ю международную выставку «Мебель, фурнитура и обивочные материалы», мы поняли, что пульс отечественной экономики скачет. И потому состояние российской мебельной промышленности нельзя назвать стабильным.

Профессия дизайнер в России

стр. 50

Мы задумались о том, каково быть промышленным мебельным дизайнером в России? Какой он — отечественный дизайн? В чём его «фишка» и что ещё следует подтянуть? Каким должен быть современный дизайнер и как такой специалист может отточить мастерство и пополнить своё портфолио?

Мебельный бизнес

стр. 36 Как прописать мебель в квартиру?

«На московском рынке новостроек уже 38% от общего предложения — это квартиры с полной отделкой. И сегодня уже порядка 20% покупателей готовы приобретать квартиру и с ремонтом, и с мебелью». Такая статистика прозвучала на круглом столе «Квартиры с мебелью — необходимый элемент на рынке недвижимости» в рамках выставки «Мебель-2019».

Мебельный бизнес



Выиграть на «растоможке»

стр. 58

Правовая страница



Оформляя мебель на таможне важно учесть массу нюансов и не ошибиться, потому что за просчёт потом придётся поплатиться рублём. И далеко не одним. Так если есть вероятность «попасть» на лишние деньги, то стоит ли заниматься этим самостоятельно? Попробуем разобраться.

На фабрике

стр. 72 Что нам стоит шкаф построить?

Посетили фабрику по производству корпусной мебели и шкафов-купе. Ознакомились с технологией работы по штрихкодам, увидели процесс декорирования стекла и узнали, какими станками оборудовано такое предприятие и сколько ли на современной мебельной фабрике задействовано ручного труда.

стр. 6 Информ

Горячие новинки

стр. 10 Самая креативная отечественная мебель – победители конкурса ARTLIGA 2019

стр. 12 Традиции в новом формате: Победители «Российская кабриоль 2019»

От первого лица

стр. 14 Мебельный брендинг: проблемы, ошибки, перспективы

стр. 16 Третий лишний

стр. 18 Объять необъятное

стр. 20 В чём сила мебельной «классики»?

Мебельный бизнес

стр. 22 Мебель-2019: итоги и прогнозы

стр. 34 Ближайшее будущее в красках

стр. 36 Как прописать мебель в квартиру?

стр. 40 NESTRO – надёжные решения в сфере аспирации

стр. 42 По ресторанам

стр. 48 Комплексная автоматизация

стр. 50 Профессия дизайнер в России

стр. 56 Дизайн в деталях

Правовая страница

стр. 58 Выиграть на «растоможке»

стр. 62 Дарить или не дарить?..

Производства

стр. 66 Мебель для ванной – чужой среди своих

стр. 70 TopZero

На фабрике

стр. 72 Что нам стоит шкаф построить?

Уникально

стр. 80 Природный вклад в мебельный дизайн

стр. 84 Органайзер

Ехро

стр. 86 «Мебель-2019» – краткий обзор итогов выставки

стр. 88 UMIDS-2020 – мебельный рынок как на ладони

реклама

Латофлекс

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ГНУТО-КЛЕЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ С ДУГООБРАЗНЫМ ПРОФИЛЕМ

Применение для производства кроватей, кресел и диванов. Мебель с использованием основания из латофлекса хороши тем, что при своей прочности рейки являются и достаточно гибкими и чувствительными – т. е. реагируют на движения человека.



КАЧЕСТВЕННЫЙ



ЛАТОФЛЕКС
И ГНУТО-КЛЕЕННЫЕ ДЕТАЛИ
МЕБЕЛИ ИЗ ШПОНА
РОССИЙСКОЙ БЕРЕЗЫ

18 ЛЕТ НА РЫНКЕ



617000, Пермский край, г. Нытва,
+7 929 233 20 05, +7 902 791 34 34,

latoflex1@yandex.ru, vk.com/club59301380

На «Мебель-2019» наградили победителей конкурса по качеству мебельной продукции

Фото: пресс-служба АО «Экспоцентр»



В заключительный день работы международной выставки «Мебель-2019» в «Экспоцентре» наградили финалистов 15-го международного конкурса по качеству продукции в номинациях «За высокие потребительские свойства товаров» и «За успешное продвижение качественных товаров». Конкурс ежегодно проводят АНО «Союзэкспертиза» ТПП РФ и АО «Экспоцентр».

Конкурсная комиссия провела экспертную оценку уровня потребительских свойств 24 образцов товаров, представленных на конкурс.

По итогу выявили 13 моделей, получивших 13 дипломов первой степени и 13 золотых медалей в номинации «За высокие потребительские свой-

ства товаров», а также один диплом в номинации «За успешное продвижение качественных товаров» с присвоением знака маркировки для последующего нанесения на продукцию.

Награды получили ООО «Опт Мебель», Торговый дом «Улгран», компания «ГринТри», мебельная фабрика «Миф», мебельная фабрика «ЭКО», ООО «Футука кидс». ЗАО «Боровичи-Мебель» получили 5 медалей за ряд моделей.

Цель конкурса — содействовать повышению конкурентоспособности мебельной продукции и комплектующих на отечественном и зарубежном рынках, а также продвижению товаров высокого уровня качества из других стран на потребительский рынок России.

Экологичный мебельный комплекс возведут в ЦАО



Фото: pbs.twimg.com

В Пресненском районе центрального округа Москвы появится новый комплекс по изготовлению мебели. Информацию о том, что Москомэкспертиза согласовала документацию по этому проекту, разместили на официальном сайте мэра Москвы.

«В здании будут производиться мебель, в нем запланированы складские помещения и производственные цеха: форматно-раскroечный и широкоформатной печати. Поступающие на склад плиты из древесины будут распиливать на детали, обрабатывать и собирать в готовую продукцию», — процитировали в сообщении председателя Москомэкспертизы ВАЛЕРИЯ ЛЕОНОВА.

Также в сообщении отметили, что большое внимание уделяет энергоэффективности комплекса. Такой подход приводит к тому, что несмотря на расширение столичного сройкомплекса, потребление энергоресурсов снижается. На новом производстве установят современную водосберегающую сантехнику, осветительные приборы с высокой степенью светоотдачи. Также в здании будут использовать системы автоматического управления — координировать работу систем вентиляции и кондиционирования, электроснабжения, освещения, противопожарной защиты можно будет с рабочего места диспетчера.

В московских новостройках сдают всё больше квартир «под ключ»



Новосёлы московского жилищного комплекса «Лайнер» получили ключи от квартир, которые уже оборудованы всем необходимым для жизни. Мебелью и техникой оснастили кухни, зоны отдыха и прихожие.

Меблировку выполнили в едином стиле: много светлых оттенков, преобладание глянцевых поверхностей, цветовые акценты расставлены при помощи мягкой мебели. Для малогабаритных квартир предусмотрели особые конструкторские решения — например, шкаф для прихожей двойного назначения: часть внутреннего объёма шкафа отдана под встроенный холодильник.

Обустройством жилого комплекса занималась компания «Феликс». «Собственникам квартир остаётся только переступить порог и праздновать новоселье», — отметил председатель Совета директоров ООО ТПК «Феликс» ИЛЬЯ КОНДРАТЬЕВ.

Популярность квартир с ремонтом и отделкой растёт с каждым годом. По статистке, только в Москве застройщики закладывают для жилья «под ключ» около 30% предложения.

GRIGGIO CENTRE

Приглашаем посетить
наш стенд на выставке
«UMIDS 2020»



ООО «ГРИДЖО ЦЕНТР» поставляет в Россию форматно-раскроечный станок QUADRA 400 от производителя GRIGGIO MACHINERY SRL, Italia. Станок представляет собой совокупность достоинств, которые позволяют выполнять качественный рез на протяжении всего срока эксплуатации станка.

МОДЕЛЬ ВЫПУСКАЕТСЯ В НЕСКОЛЬКИХ ВАРИАНТАХ: QUADRA 400 BASE, QUADRA 400 PLUS, QUADRA 400 EVO, QUADRA 400 DIGIT.

Компоненты высокого качества (пыльный узел, подвижная алюминиевая каретка и форматный стол) определяют высокий уровень данной модели в категории форматно-раскроечных станков.

Максимальный диаметр пильного диска, устанавливаемого на станок 400 мм, 3 скорости работы 3000-4000-5000 об/мин., мощность мотора 7,5 ЛС (5,5 кВт), ширина реза 1250 мм, наклон пильного диска $-1^{\circ}+46^{\circ}$, блокировка каретки во всех положениях, компенсация реза в зависимости от угла наклона пилы, 5 механических упоров быстрого позиционирования для установки откидных флажков в стопорное положение. Подробную информацию можно получить у официального представителя завода GRIGGIO MACHINERY SRL компании ООО «ГРИДЖО ЦЕНТР».

ООО «ГРИДЖО ЦЕНТР»

ОФИС: 125493, г. Москва
Ул. Флотская, д. 5А, офис 608
тел.: +7 (495) 544-5420
e-mail: info@griggio.ru

СКЛАД: Московская обл., г. Химки,
квартал Клязьма, владение 3Е, стр. 1
тел.: +7 (985) 271-7560
e-mail: sklad@griggio.ru



реклама



*Воплощаем
Ваши мечты
в реальность!*

НОВЫЙ ОФИС!
в г. Новосибирск,
ул. Мира, 54,
офис №4, 2 этаж,
8-991-448-50-55



КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕБЕЛЬНЫЕ ФАСАДЫ ИЗ МДФ

634062, г. Томск, ул. Иркутский тракт, 92, т.: 8 (3822) 66-26-84; 8 (903) 955-33-83; 8 (991) 391-65-56
e-mail: modui-t_fasad@mail.ru http://instagram.com/mebelnie_fasady

реклама

Расписание международных мероприятий ЛПК на 2020-2021 гг



| Выставка | Место | Даты | Сроки приёма заявок |
|----------------------------------|---------------------|-------------------|------------------------|
| IMM 2020 | Кёльн, Германия | 13-19.01.20 | |
| India Wood 2020 | Бангалор, Индия | 27.02. - 02 03.20 | |
| Dubai WoodShow 2020 | Дубай, ОАЭ | 16 – 18.03.20 | |
| MebelExpo Uzbekistan 2020 | Ташкент, Узбекистан | 29.04. – 01.05.20 | |
| Xylexpo 2020 | Милан, Италия | 26 – 29.05.20 | |
| INDEX DUBAI 2020 | Дубай, ОАЭ | 15 – 17.09.20 | до 18 мая 2020 г. |
| IMM 2021 | Кёльн, Германия | 18 – 31.01.21 | до 20 сентября 2020 г. |
| Delhi Wood 2021 | Нью-Дели, Индия | Март 2021 | до 1 ноября 2020 г. |
| LIGNA 2021 | Ганновер, Германия | 10 – 14.05.21 | до 1 января 2021 г. |
| INDEX DUBAI 2021 | Дубай, ОАЭ | Сентябрь 2021 | до 4 мая 2021 г. |
| Woodex 2021 | Москва, Россия | Декабрь 2021 | до 3 августа 2021 г. |

Стартовал новый рабочий год, и мебельщики уже заранее регистрируются на специализированные мероприятия, сообщает Ассоциация мебельной и деревообрабатывающей промышленности России. Утвердили окончательный список конгрессно-выставочных мероприятий лесопромышленного комплекса на ближайшие два года с поддержкой Российского экспортного центра. Первая выставка года уже завершилась в Кёльне, и специалисты

могут готовиться к поездке в Индию и Дубай.

«Учитывая большое количество запросов от отечественных компаний и интерес к выставке IMM в Кельне и другим зарубежным мероприятиям, Ассоциацией предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России проделана большая работа по подбору обосновывающих материалов для включения тех или иных выставок в список РЭЦ. В частности, мы рады, что

благодаря этому в перечень поддерживаемых мероприятий вернулась выставка в Кельне. Также выставки в Индии и на Ближнем Востоке традиционно входят в сферу интересов российских предприятий», — отметил генеральный директор АМДПР ТИМУР ИРТУГАНОВ.

Полный актуальный перечень мероприятий с поддержкой Российского экспортного центра, а также информацию о порядке и формате необходимых документов можно найти на сайте Экспоцентра.

«БАЗИС-Центр» выпустил новый релиз облачных сервисов

Немногим меньше года прошло с того момента, когда компания «БАЗИС-Центр» впервые предложила на рынке облачные сервисы по автоматизации мебельных предприятий. За это время ими воспользовались почти 400 клиентов.

Сегодня сервис «БАЗИС-Облако» — это три услуги, направленные на организацию эффективной работы с удалёнными клиентами.

Синхронизация заказов в салоне — инструмент построения эффективной территориально распределённой сети приёма заказов на мебельные изделия.

Менеджер может одним нажатием кнопки переслать принятый заказ в облако, о чём мгновенно выдаётся уведомление специалистам центрального офиса.

Содержимое заказа оперативно анализируется и согласовывается, после чего передаётся в производство. Последовательное прохождение этапов работы над ним фиксируется определёнными статусами. Информацию об этом получает менеджер салона, а, соответственно, и клиент.

Обновление прайс-листов. Сервис позволяет автоматически отслеживать все изменения номенклатуры практически в режиме реального времени. Администратор центрального офиса создаёт новый или редактирует существующий прайс-лист. После этого на его основе в автоматическом режиме формируется множество прайс-листов для отдельных групп салонов в соответствии с индиви-

дуальными условиями их работы. В салонах обновление текущих прайс-листов происходит в инкрементальном режиме, причём ритм их работы не изменяется.

Коммерческий раскрой материалов — автоматизация приёма заказов на распиловку и обработку деталей для предприятий, работающих по принципу «производство, как услуга». Чаще всего это высокоавтоматизированные производства, оснащенные современными станками с ЧПУ, которых в мебельной отрасли с каждым годом становится всё больше.

Любой мебельщик имеет возможность изучить сервисы «БАЗИС-Облако», получив временный сертификат доступа.

На правах рекламы

Российские компании на международной выставке IMM Cologne 2020

Новый рабочий сезон для мебельщиков открыла Международная выставка мебели и интерьера IMM Cologne 2020 в Кельне (Германия). В течение 6 дней свои достижения и возможности продемонстрировали 1 233 экспонента. Выставку посетили 128 000 посетителей.

Российская экспозиция, организованная АО «Российский экспортный центр», заняла площадь более 400 м² и объединила 9 российских компаний: ООО «Алмаз» (ТМ Любимый Дом), ООО «Риваль» (ТМ Rivalii), ООО «АРС» (ТМ GreenTree), ИП Линевиц А.А. (Мебельная компания Е1), ООО «ДЕДАЛ», ООО «Мебельная фабрика Априори», ООО «ДиАйВай Комплект» (ТМ VARDEK), ООО «ТД ЧФМК» и ООО «СВЕЗА-Лес». Оператором российского участия выступил лидер российской выставочной индустрии компания АО «ЭКСПОЦЕНТР».

Российская экспозиция на IMM Cologne вызвала большой интерес – её посетили широкий круг представителей деловых кругов не только Германии, но и других европейских стран,



заинтересованных в сотрудничестве с российскими производителями мебели. Состоялись встречи отечественных участников с представителями крупнейших европейских торгово-закупочных союзов, мебельных торговых центров и других компаний – игроков мебельного рынка. По итогам проведённых переговоров были подписаны экспортные контракты с сетями XXXLutz, Vega, Agata, одним из крупнейших интернет-ритейлов Interdesign24.de на поставку мебели отечественного производства.

В рамках деловой программы для российских экспонентов и посетителей состоялась коллективная встреча с компанией Panalpa Handels und Entwicklung KG, посвящённая обмену опытом работы на немец-

ком и австрийском рынках. Модератором выступила директор по развитию АМДПР Марина Шкарбун. Основные вопросы, которые обсуждались на встрече – особенности работы на экспорт, вопросы доставки, диджитализация мебельного рынка, специфика продаж мебельной продукции через интернет-магазин на европейских площадках.

Российские экспоненты посетили семинар, посвящённый глобальным трендам в дизайне и производстве мебели. Семинар проводила Mara Michel, генеральный директор Ассоциации дизайнеров VDMD, объединяющей тематики интерьера, моды и текстиля, спикер Совета немецкой культуры в Берлине по тематике дизайна.

Фото и информация: пресс-служба АО «Экспоцентр»

INSIDE

ТЕЛ. +7 495 29 20
INFO@BIESSE.RU

Biesse Россия открывает свои двери, чтобы познакомить клиентов с самыми современными технологиями и инновационными решениями для упрощения и автоматизации производственных процессов.

Это возможность прикоснуться к заводу будущего, которую невозможно пропустить.

В открытом доступе для гостей будет 12 станков на площади 2 700 квадратных метров.

зарегистрируйтесь по ссылке: biesse.com/InsideMoscow



INSIDE RUSSIA
25 - 26 МАРТА 2020
MOSCOW CAMPUS

BIESSE

реклама

САМАЯ КРЕАТИВНАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ МЕБЕЛЬ — ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА ARTLIGA 2019

В первом номере нового года мы подводим итоги прошедшего 2019. Результаты подбивают не только производители мебели, но и дизайнерские сообщества. Особенно это касается специализированных дизайнерских конкурсов. В конце прошлого года наградили победителей двух основных отечественных конкурсов мебельного дизайна: «Российская кабриоль» и «ARTLIGA». Последнее событие пусть и более молодое, но успело привлечь значительное количество участников.

В 2019 году прогрессивный конкурс в области промышленного дизайна отметил своё шестилетие. Принципы, которыми руководствуется

независимое жюри конкурса, остались неизменными. Эргономика, эстетика, функциональность — ключевые критерии при отборе конкурсных проектов.

Благодарим за помощь в создании материала ООО «Тексима» (бренд «Аметист»)



В НОМИНАЦИИ NEXT

первый приз достался московской компании «Дриада» с кухней Couture. Вдохновением для создания этой модели послужили иконы высокой моды. Объёмный декор поверхностей фасадов напоминает простежку крест-накрест на коже и тканях культовых сумок Chanel, появление которых поставило знак равенства между красотой и удобством. Нежные пудровые оттенки фасадов создают атмосферу лёгкости и эфемерности. Модель Couture легко представить в пространствах для проведения светских раутов.



В НОМИНАЦИИ HOME DESIGN

победу празднует компания «Наша марка» из Костромы. Коллекция детской мебели «Умка» подарит комфорт и детям, и родителям. Северные пейзажи, состоящие из неприступных ледников, полярного неба и нетронутого снега, нашли своё воплощение в каждом элементе мебельной композиции.



В НОМИНАЦИИ INNOVATION

лучшей признана московская мебельная компания Unital. Диван «Элемент» — это современное решение для нетривиальных офисов. Отличительная особенность серии — возможность изготовления спинок разной высоты (одно-, двух- или трёхъярусной). Можно подобрать любой цвет и конфигурацию модулей. Модель отлично впишется в переговорные зоны, холлы и офисы формата open space. Диван «Элемент» добавит немного игры в любое утилитарное пространство.



В НОМИНАЦИИ WORK SPACE

не было равных «Первой Мебельной фабрике» из Санкт-Петербурга. Серия офисной мебели «Эко» выполнена из натуральных материалов: массива дерева, шпона, текстиля. Вариативная система предназначена для современных офисов: в зависимости от формата помещения (open space или кабинет) можно выбрать либо бэнч-системы, рассчитанные на двух сотрудников, либо одноместные столы. Фронтальный экран рабочей станции имеет мягкий элемент с звукопоглощающими свойствами, на котором можно размесить напоминания и другие записи с помощью кнопок. Стол для руководителя интегрирован в боковую тумбу, фасады которой оснащены механизмом Push-to-Open для открытия без лицевой фурнитуры.



В НОМИНАЦИИ FUTURE

лауреатом стала Полина Бодрухина с проектом модульной мебели для ванных комнат Moon. В этой работе раскрывается потенциал HPL-панелей — материала, который не боится влаги и по некоторым физическим свойствам выигрывает у аналогичных листовых материалов (фанеры, ЛДСП, МДФ) при толщине всего 6 мм. Акцентная часть модульной конструкции — это подвесная полка с подсветкой и передвигающимся вдоль неё зеркалом.

Конкурс ввели для повышения международной конкурентоспособности отечественной мебельной продукции, популяризации новых разработок мебели российских производителей, повыше-

ния имиджа промышленных дизайнеров мебели, привлечения внимания к лучшим образцам мебельной продукции отечественного производства. Организаторы конкурса являются бренды «Аметист» и Via

Ferrata, крупные поставщики комплектующих для производства мебели. Партнёры конкурса — компания по продаже мягкой и корпусной мебели «Цвет диванов» и выставочный комплекс «Экспоцентр».



Контактная информация:

Московская область, г. Видное,
ул. Донбасская, дом 2, Бизнес Центр «ДОН» [1,5 км от МКАД]
+7 (495) 223-68-67 — многоканальный телефон

forkom.ru



ТРАДИЦИИ В НОВОМ ФОРМАТЕ: ПОБЕДИТЕЛИ «РОССИЙСКАЯ КАБРИОЛЬ 2019»

На 31-й международной выставке «Мебель-2019» в рамках форума «RusМебель-2019 наградили победителей национального конкурса промышленного дизайна «Российская кабриоль». И в этот раз церемония награждения была особенной, потому как премия получила обновлённый формат. Изменения коснулись не только номинаций, но и состава жюри.

По материалам Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности (АМДПР)



СУТЬ ПЕРЕМЕН

Как отметили организаторы, число номинаций сократилось почти вдвое, а в состав жюри вошли практикующие сегодня крупные промышленные дизайнеры. Целью конкурса всегда были повышение конкурентоспособности мебельной продукции, продвижение отечественных компаний и дизайнеров. Однако обновлённый формат позволяет выйти на более высокий уровень качества.

«Абсолютно новый формат, который на нас, как на организаторов, возлагал очень большую ответственность. Прежде всего, мы взяли на себя смелость перестать награждать и вручать премии всем заявившимся на конкурс. Это было важно, потому что за последние годы люди привыкли получать награду уже за сам факт своего участия. Если мы хотим развивать премию и популяризировать это направление, важно установить чёткие и жёсткие критерии, ниже которых мы не сможем позволить номинантам опу-

скаться. Именно поэтому, к слову, в одной из номинаций этого года даже не был вручён главный приз. Мы надеемся, что это послужит очень хорошим мотивационным стимулом участникам повышать требования к себе, а не просто заявляться в премии, чтобы получить грамоту, которой потом можно будет хвастаться в своих салонах. Премию надо заслужить. Именно поэтому в этом году действуют новый формат отбора, новые номинации и новый состав жюри. Мебель является товаром народного потребления, а все что связано с вкусовыми предпочтениями потребителей, завязано на красивом виде и эргономичности. Именно эти критерии в первую очередь оценивают жюри премии по всем номинациям», — уточнил генеральный директор АМДПР ТИМУР ИРТУГАНОВ.

ЛУЧШИЕ ИЗ ЛУЧШИХ

Всего на соискание Национальной премии в области промышленного дизайна «Российская кабриоль» в этом году было подано 66 заявок.

Голосование началось 18 ноября и завершилось торжественной церемонией чествования победителей 21 ноября в рамках форума «RusМебель». Эффективность в современных условиях» на главной отраслевой выставке страны — «Мебель-2019».

НОМИНАЦИЯ «КОРПУСНАЯ МЕБЕЛЬ»

15 мебельных компаний представили свои работы для участия в конкурсе в этой номинации. Лучшего в своей номинации объявил начальник отдела лесной, целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей промышленности Минпромторга России Григорий Гусев. Им стал дизайнер ООО «ДИЭМАЙ РУС» (бренд «Дятково») Дмитрий Родин и его проект — гостиная «Турин».

НОМИНАЦИЯ «МЯГКАЯ МЕБЕЛЬ»

В этой номинации были рассмотрены 16 проектов мебельных компаний. Член жюри Национальной премии «Российская кабриоль», основатель и руководитель мебельной фабрики Moonzapa, Мак-

ЖЮРИ

Председателем стала Ольга Косырева, дизайнер-критик, историк дизайна, редактор, журналист, преподаватель и основатель и руководитель «Дизайн-лектория Ольги Косыревой».

Также в состав жюри вошли: Сергей Гравчиков — ведущий дизайнер и глава R&D отдела компании Unika moblar, магистр предметного дизайна Istituto Europeo di Design (Милан).

Максим Октябрьев — российский промышленный дизайнер, владелец фабрики «Moonzapa» и шеф одноименной дизайн-студии, получивший образование в Барселоне. Ларс Ингольф — в мебельной отрасли 35 лет, последние 25 из которых — в сфере разработки продуктов, в основном мебели для гостиных в «IKEA Швеция». Несколько лет работал в должности руководителя отдела разработки продукции для Fleming Furniture.



сим Октябрьев назвал победителя. Престижная награда досталась архитектору ООО «Зебрано» Арсению Леоновичу с работой «Family Look».

НОМИНАЦИЯ «МЕБЕЛЬ ДЛЯ КУХНИ»

Из 17 работ, выставленных на конкурс в этой номинации, лучшей стал проект кухни «Silver Slate» мебельной фабрики CUCINA, о чём торжественно объявил член жюри национальной премии «Российская кабриоль», ведущий дизайнер, глава R&D отдела компании Unika moblar Сергей Гравчиков.

НОМИНАЦИЯ FUTURE STARS

Future Stars — одна из самых интересных и перспективных номинаций конкурса, ведь свои работы здесь представляли не действующие промышленные дизайнеры и архитекторы, а студенты, те, кто лишь учится основам профессии, но уже совсем скоро будет диктовать моду и задавать тренды в дизайне мебели.

В этом году номинация была учреждена впервые, и сразу же в оргкомитет поступило 15 заявок от будущих звезд.

Имя победителя огласил член жюри национальной премии «Российская кабриоль», шведский дизайнер с опытом работы в отрасли более 35 лет Ларс Ингольф. Лучшей стала Полина Бодрухина, МГХПА им. С. Г. Строганова, кафедра «дизайн мебели», проект «Экологическое проектирование специального оборудования на примере мебели для санитарных зон жилища с использованием панелей HPL».

НОМИНАЦИЯ «МЕБЕЛЬ ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ»

В этой номинации из трёх представленных на конкурс работ жюри не выделили победителя, отметив, что в дизайне офисной мебели отечественным дизайнерам ещё следует подрасти. Награду отложили до следующего раза.

Зато ещё одна статуэтка «Российской кабриоли» досталась пензенской мебельной фабрике «Эко» за набор мебели для спальни «Барселона». В сентябре 2019 года региональный смотр проходил в Екатеринбурге и вот награда, наконец-то, нашла своего героя в Москве. Приз победителю уральского конкурса вручил Александр Гуревич, человек, много лет посвятивший национальной премии. К слову, естественно, в рамках торжественной церемонии была отдана дань и истории «Российской кабриоли», и тем людям, которые творили эту историю: генеральный директор АМДПР вручил почётные грамоты и самому Александру Гуревичу, а также Светлане Крижижановской и Галине Новак.

ДВИГАТЬСЯ ДАЛЬШЕ

Организаторы отметили, что продолжают активно продвигать обновлённую премию и в том числе привлекать не только отечественных специалистов.

«На мой взгляд, перспективы у конкурса самые радужные. Мы постоянно пользуемся мебелью и хотим, чтобы она выглядела красиво. Поэтому востребованность дизайна год от года только растёт. Соответственно, премия будет развиваться, планируем перевести её в международный формат. Продолжится её реформирование, будет увеличено количество номинаций, при этом будут ужесточены правила отбора.

Мы раньше начнём принимать заявки. Будем проводить популяризаторскую и разъяснительную работу, как надо заполнять эти заявки и что мы хотим от номинантов. Я надеюсь, что сами потенциальные участники премии 2020 года, когда будут подавать работы на следующую «Кабриоль», будут понимать, как определяется победитель и какие тренды и критерии задаются. Ведь если компании действительно хотят быть узнаваемыми, они поймут в каком направлении надо двигаться!» — подчеркнул ТИМУР ИРТУГАНОВ. 📍

**В ЭТОМ ГОДУ
В КОНКУРСЕ «РОССИЙСКАЯ
КАБРИОЛЬ» БЫЛО ЗАЯВЛЕНО
5 НОМИНАЦИЙ:**

- Корпусная мебель
- Мягкая мебель
- Мебель для общественных помещений
- Мебель для кухни
- Future Stars

Впервые конкурс на соискание национальной премии прошёл в

2005 году

С тех пор его участниками

стали более

1600

мебельных компаний России



НАТАЛЬЯ БАРШЕВА,
основатель и руководитель маркетингового агентства
для мебельных и производственных компаний «REKANA»

— Наталья, Вы занимаетесь этим маркетинговым вопросом уже много лет. Каков российский мебельный брендинг сегодня?

— Многие эксперты считают, что на российском мебельном рынке брендов нет — и я поддерживаю эту точку зрения. Но сразу оговорюсь — нет брендов сугубо мебельных. Потому что сам рынок покупателя ещё только формируется, а вместе с ним формируются и бренды.

Многие российские мебельные фабрики появились тогда, когда существовал рынок исключительно производителя — покупатели «брали» то, что дают. Но ситуация кардинально изменилась, и мебельщиков, которые не вкладываются в свой бренд (или бренды), ждёт нерадостное будущее.

Примеров мебельных брендов в мировом масштабе достаточно: VITRA, KARTELL, BO-CONCEPT, SCAVOLINI, Poliform, Minotti, ARTEK, Ashley. Их мебель узнаваема и любима, а сам бренд выбирают и рекомендуют, разделяя его философию и ценности.

На российском рынке самым популярным брендом является ИКЕА, но это в большей степени бренд готовых интерьерных решений, нежели мебельный. Можно сказать, что к бренду, в глобальном понимании этого слова, вплотную приближается компания Askona — из стандартного производителя ортопедических матрасов компания в своей коммуникации пришла к глобальному позиционированию «Территория здорового сна», ориентированному на клиента и его потребности (постоянно расширяя товарную линейку под эти потребности). И это путь по формированию бренда абсолютно верный, хотя и не быстрый. Как раз в тему приведу одну из свежих цитат Романа Ершова, CEO Askona Life Group: «Бренд в постинформационном обществе — самая большая ценность компании и результат работы всех её подразделений. И получается, что теперь главная задача CEO — быть хранителем бренда».

МЕБЕЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ: ПРОБЛЕМЫ, ОШИБКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

На специализированных мебельных выставках и прочих отраслевых мероприятиях больше всего людей привлекают семинары и мастер-классы по вопросам маркетинга и продаж. Начинает набирать популярность и тема мебельного брендинга. Многие мебельщики просто не знают, что это такое, зачем он нужен, и какие задачи решает для бизнеса. Хотя на примере компаний из других отраслей можно увидеть, что бренд и чёткое позиционирование способны вывести компанию на новый уровень доходов. Об этом сложном процессе нам рассказала основатель и руководитель маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний «REKANA» Наталья Баршева.

Благодарим за помощь в создании материала конгрессно-выставочную компанию «Империю»

— То есть, отечественные мебельщики до сих пор не осознали важность этой маркетинговой операции?

— Другие игроки рынка тоже начинают понимать важность брендинга и правильной «упаковки» своего продукта для клиента. Конечно, задачи у всех разные. Кто-то действительно хочет построить бренд, который станет нематериальным активом (ведь бренд сегодня — это, в первую очередь, про деньги, а не про красоту, пиар или статус). И среди наших клиентов есть такие компании (Wellige, OPRIME, СОНУМ). Есть, конечно, и другие подходы, когда брендом занимаются, потому что модно. А ведь мы создаём бренд не для моды, а для того, чтобы покупатель увидел именно нас среди других брендов. Причём, если раньше мебельщики конкурировали только друг с другом, то теперь, в связи с падением доходов населения, им приходится «сражаться» и с продуктовыми брендами других категорий (бытовая техника, электроника, дорогостоящие предметы одежды и т. д.).

— Какие основные проблемы Вы считаете наиболее важными с точки зрения мебельного брендинга? Какие частые ошибки совершают мебельные компании в этом направлении?

— Сегодня мы находимся на той стадии, когда очень многие мебельные компании решаются на глобальный ребрендинг — все крупнейшие игроки рынка либо уже «переупаковались», либо сейчас как раз в процессе этого.

И вот тут я вижу серьёзные ошибки. Например, многие приравнивают ребрендинг к рестайлингу, то есть исключительно к изменению фирменного стиля компании (сделать логотип более привлекательным и современным, поменять фирменные цвета на более трендовые). И на этом процесс обновления брен-



Фото: ekaterinburg.promo.firmika.ru

да считают окончанным и, как следствие, не получают ожидаемого результата.

На самом деле, ребрендинг этим, конечно же, не ограничивается, а включает в себя целый комплекс работ, и компании с грамотным подходом к бизнесу это понимают.

Всё начинается с формулировки позиционирования. Его исторически не было даже у лидеров отрасли — лейбл компании и подпись «мебельная фабрика», которая просто отражает область деятельности, не в счёт. Позиционирование бренда — это отстройка от конкурентов, это вектор развития, это описание его ключевой компетенции, той главной выгоды, которую он несёт потребителю. Все эти данные впоследствии становятся базой для создания бренд-платформы.

Далее идёт ренейминг (смена/корректировка названия) — кто-то решает на кардинальные изменения, кто-то оставляет прежнее имя компании (но при этом его правильно легендирует, чтобы оно дарило нужные эмоции и было запоминающимся). Только после этого начинается визуальная переупаковка бренда, что, безусловно, также очень и очень важно.

— Какие сложности могут возникнуть в процессе ребрендинга или запуска нового бренда?

— Одну из них назову «испорченный телефон»: агентство-разработчик изначально взаимодействовало только с собственником компании, а тот позже передал все работы исполнителю, который должен выводить на рынок новый бренд, но при этом вообще не участвовал в разработке позиционирования. В итоге нет понимания, что заложено в бренд и на чём были построены гипотезы с ключевыми выгодами для покупателя.

Ещё две распространённых ошибки, о которых нельзя не сказать. Первая — «ловушка производителя» — когда мы выводим на рынок не то, что нужно покупателю, а то, что можем произвести. Вторая — скорость разработки — отдельные компании годами выводят на рынок свои новые бренды — когда это уже становится неактуально или появляются более сильные игроки.

В качестве резюме напомним известное высказывание Эйнштейна: «Бессмысленно продолжать делать то же самое и ждать других результатов». Поэтому мебельщикам нужно понять, что изменения неизбежны: меняется потребитель и форматы продаж. И бренд-платформа, о которой я говорила выше, — это фундамент бизнеса. Невозможно перестраивать бизнес с учётом этих глобальных изменений, продвигать продукт, пытаться выйти на новые рынки и новую ЦА, использовать новые форматы продаж, если фундамент бизнеса безнадежно устарел.

Очень радует то, что сегодня у многих мебельщиков появился хороший, стильный, качественный продукт. Проблема рынка в том, что они не могут (не хотят,

не умеют) его упаковать — определить ключевого потребителя и его факторы выбора, правильно сегментировать свой ассортимент, выделив стилистические группы, и под это всё проработать бренд-платформу.

— Какие тренды сегодня преобладают в мире мебельного брендинга? На что стоит обратить внимание? И главное — чего ждут от современного мебельного бренда потребители? Потому как сегодня доходы большинства россиян весьма невысоки и многие смотрят в первую очередь на цену продукта.

— Действительно, сегодня цена для потребителя играет важную роль. Но я бы акцентировала — не просто цена, а наличие скидок и акций. К примеру, за последние 5 лет наблюдался заметный рост доли продаж по промоакциям, в прошлом году она составила 64%. Покупатели товаров в любом сегменте ждут скидок для того, чтобы совершить покупку.

Но это вовсе не значит, что нужно давать скидку в 40-50% и выше (это часто работает в обратную сторону). Здесь важно попасть в, так называемый, «коридор справедливой цены», когда человек считает рационально обоснованную заявленную цену на конкретный товар конкретного бренда.

И вот именно в данной ситуации роль брендинга важна как никогда! Согласитесь, фанаты айфона платят не за запчастки, а за дизайн, упаковку, те обещания и ценности, которые транслирует бренд. Дополнительная ценность у брендов гораздо выше основной стоимости продукта. По статистике, 15-20% потребителей готовы легко переплатить за бренд, который знают и которому доверяют.

Поэтому упаковывая свой мебельный бренд — через все каналы коммуникации с клиентом (сам продукт, салон, сайт, социальные сети и т. д.) и с использованием омниканальной модели маркетинга (бесшовной связи всех каналов между собой), дайте клиенту то самое ощущение справедливой цены. И тогда, видя грамотную упаковку, отличный продукт и, возможно, какой-то дополнительный бонус (в виде скидки, бесплатной сборки и т. п.), он будет готов заплатить больше. 📦

Брендинг (branding) — это комплекс маркетинговых мероприятий, который позволяет создать целостный и востребованный имидж продукта или услуги.

Брендинг включает в себя:

- исследование рынка;
- позиционирование продукта;
- создание имени (brand name), дескриптора (подпись к торговой марке, объясняющая назначение бренда) и слогана;
- разработка системы визуальной и вербальной идентификации (товарный знак, фирменный стиль, упаковка, специальные звуки и т. д.);
- определение отличий, которые позволяют дифференцироваться бренд и удовлетворять потребности покупателей;
- взаимодействие с целевой аудиторией и трансляция идеи бренда;
- рекламная поддержка.

Цель брендинга — сформировать у потребителя положительное отношение к марке.



Тимур Иртуганов,
генеральный директор Ассоциации предприятий
мебельной и деревообрабатывающей промышленности
России (АМДПР)

Правительство решило ввести послабления для импортной продукции. Что изменится, по какому формату теперь будут проводить госзакупки и поможет ли проект российским мебельщикам? За ответами мы обратились к генеральному директору Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) Тимур Иртуганову.

— Тимур Равильевич, расскажите подробнее, чем планируют заменить постановление на запрет закупки импортной мебели государственными и муниципальными учреждениями?

— Ещё весной 2019 года Минпромторг продекларировал поддержку нашей инициативы по пролонгации постановления. Мы уже начали процесс подготовки обосновывающих документов для Минэко и Минфина. Однако в августе появилось распоряжение заместителя председателя Правительства Дмитрия Козака (ныне зам. главы администрации президента) об отмене прямых запретов на закупки импортной продукции и переводе их на систему финансовых преференций или «третий лишний».

Суть системы в том, что импортные компании допускаются к участию в госзакупках. Однако они автоматически снимаются с торгов, если на площадку выходит минимум две отечественных компании. И это правило коснулось не только мебельной отрасли, но и других сфер, например, химической и лёгкой промышленности.

ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ

По данным Росстат, в 2018 году рост производства мебели составил более 25% (в денежном выражении — 189,7 млрд рублей). В первом полугодии 2019-го уже зафиксировано +8% по сравнению с этим же периодом прошлого года (90,9 млрд рублей). Эксперты отмечают, что во многом такие показатели стали возможны благодаря мораторию на закупки иностранной мебели. Вывод кажется очевидным: раз наблюдается рост, нужно продлить запрет на закупку зарубежной продукции. Но, несмотря на доводы мебельщиков и впечатляющие цифры, постановление не было пролонгировано.

Беседовала Мария Бобова

— По какой причине ввели «третий лишний»?

— Для гармонизации обязательств России перед ВТО как члена Всемирной торговой организации.

— Однако важно ведь и поддерживать отечественных производителей. Разве постановление о запрете закупки импортной мебели не дало эффекта для отечественной мебельной отрасли?

— Результаты действия этого положения как раз доказали, что это эффективный инструмент господдержки отрасли.

С чем это связано в первую очередь? У нас существенно выросли объёмы производства мебели за 2018 год. А это, напомню, был первый год действия Постановления целиком. Ввели его в декабре 2017 года, то есть оно действовало ещё месяц, но это очень короткий период, чтобы говорить о каком-либо эффекте или его отсутствии.

И вот в течение 2018 года мы можем констатировать, что объёмы производства мебели в Российской Федерации увеличились на 25%.

Более того, данные за первое полугодие и за три квартала 2019 года показывают ту же тенденцию роста. То есть итоги 2019-го мы будем подводить по факту. Может, такого же роста на четверть и не будет, но прирост на 10% по сравнению с 2018 годом уже есть.



Фото: ezylet.com

Есть ещё один факт, доказывающий эффективность моратория. Закупки по 44 ФЗ, несмотря на то что они распространяются на мебель для государственных муниципальных учреждений (туда входят, естественно, больницы, детские и учебные учреждения), в первую очередь всё же подразумевают закупки для офисных помещений. И по данным РОССТАТ, за 2018 год объём производства офисной мебели вырос в 1,5 раза только в относительных величинах. Не в абсолютных, если говорить в деньгах, а в структуре производства. В 2017 году офисная мебель занимала всего 11% среди прочих видов мебели. В 2018 её объём составил уже 16%.

И это тоже показывает, что мораторий — действенная мера, которая влияет на развитие и отрасли в целом, и связанных непосредственно с ней сфер. Посему нас очень разочаровало то, что не последовало прямой пролонгации.

Кроме этого, мы ещё с января 2019 года в письмах к Гордееву, курирующему отрасль, заместителю Председателя Правительства, обращались с просьбой не просто пролонгировать постановление о запрете, но и ввести в сферу его деятельности и ответственности ещё и 223 Федеральный закон, по которому закупки осуществляются госкомпаниями и госкорпорациями. Потому что там, по оценкам экспертов, изучавших рынок закупок на «Госуслугах», торгов проходит как минимум в три раза больше, чем по 44 ФЗ.

— В чём, на ваш взгляд, минусы правила «третий лишний»?

— Есть недостатки, на которые мы бы хотели обратить внимание. Во многих

субъектах РФ зачастую нет более одной крупной отечественной мебельной компании, которая способна обеспечить качественные услуги и выйти на торги соответственно с госорганизацией.

Таким образом, во многих субъектах, особенно небольших, не развитых промышленно, создают благоприятные условия для импортной, конкурирующей с нами продукцией. Позитивным этот момент не назовёшь.

Хотя, если проработать нюансы, правило может быть весьма неплохим. Например, принять нормы для учреждений, осуществляющих закон по 223 ФЗ, определяющий им 50% минимум закупок отечественной продукции. То есть все госкорпорации и госкомпании при закупках каких-либо товаров должны будут как минимум 50% отечественного ассортимента использовать.

Самое главное, чтобы эти проценты распределялись не в общей массе. То есть, утрируя, туалетную бумагу отечественного производства покупают, а все технологичные товары, к которым мебель относится, исключительно импортного. Такого быть не должно. Если закупаете мебель в течение года, то среди неё должно быть 50% отечественных изделий. Вот это было бы просто великолепно, и это было бы существенной нормой поддержки.

— Тимур Равильевич, давайте представим такую ситуацию. Услов-

На момент подготовки номера к печати мы получили информацию, что предложение о пролонгации моратория на закупку иностранной мебели на данный момент находится на рассмотрении у вице-премьера России Юрия Борисова. Мы продолжим следить за развитием ситуации.

но, не будем ничего обобщать, но какой-нибудь региональный чиновник решит обставить кабинет или учреждение итальянской премиальной мебелью. А как Вы уже сказали, в регионах часто нет компаний, которые смогли бы достойно конкурировать с зарубежной продукцией. Не будет ли это правило, на ваш взгляд, создавать прецедентов для некоего отсеива на торгах отечественных производителей?

— Я вас понял. Я не буду сейчас моделировать каких-то ситуаций и наговаривать на людей, но исключать этого нельзя. Безусловно, есть возможность для создания подобных прецедентов. Что и как будет происходить, не могу прогнозировать.

Но мы понимаем, что изрядную долю субъективизма и субъективных оценок вносим в эту ситуацию. Вместо чётко поставленных рамок мы как бы создаём некие такие условные границы. Как они будут трактоваться? Поживём — увидим.

— Вы рассказали, в каком случае правило «третий лишний» могло бы поддержать отрасль. А в случае если оно так не работает, каковы будут потери?

— Не хотелось бы оперировать цифрами, потому как множество факторов могут изменить ситуацию. Счёт, конечно, идёт на миллиарды рублей, но будет ли это 1 миллиард или 10, неизвестно — точную цифру назвать невозможно.

Тем более что есть ответственные чиновники, которые грамотно и рачительно используют бюджетные деньги. С некоторыми я говорил ещё до введения моратория и до разговоров о правиле «третий лишний». Они сказали: «А мы и так отечественную мебель покупаем».

Поэтому неправильно утверждать, что мораторий отменяют, введут правило «третий лишний» и все чиновники сразу кинутся закупать только импорт. Будем смотреть и анализировать.

— Каковы дальнейшие планы ассоциации?

— Будем пробовать добиваться того, чтобы под правило «третий лишний» попадали госкорпорации, введения 50%-й обязательной квоты, ну и чтобы эта квота распространялась на все виды товаров равноценно. 🇷🇺



Эдуард Авакян,
директор мебельной фабрики LEVOX
(ИП Авалян Лев Эдуардович, Краснодарский край)

Если компания выбрала для себя многозадачность, то стоит выработать и определённый план действий. Как нужно оптимизировать производство, чтобы оно было способно изготавливать настолько разнообразный ассортимент? С кем работать сложнее: с частным или корпоративным клиентом? Об этих моментах нам рассказал директор мебельной фабрики LEVOX (ИП Авалян Лев Эдуардович, Краснодарский край) Эдуард Авакян.

— Эдуард Львович, в чём преимущества производства широкого диапазона мебели? Ведь многие бренды заработали себе имя производством именно узкого ассортимента, например, кухонь.

— Если компания нацелена работать с ретейлом, то это однозначно преимущество. Мы, например, производим мягкую и корпусную мебель, а также стулья и столы из массива. Ещё фабрика является официальным представителем ряда других крупных производителей мебели и товаров для дома. Товары реализуем не только через мебельные магазины, но и через интернет, что облегчает жизнь клиенту.

Ретейлерам намного проще закупать много позиций у одного производителя. Кроме того, тогда оборот вырастает, а логистика становится более быстрой и дешёвой.

— А что с выбором ценового сегмента? На какого клиента сегодня выгоднее ориентироваться?

— Стоит чётко определить для себя сегмент. Производителям мебели вовсе не нужно ориентироваться только на состоятельных клиентов. Это отдельная целевая аудитория, к которой нужен свой подход.

Мы, например, ориентированы на клиентов с минимальным и средним достатком. Также индивидуально работаем с кафе, ресторанами и гостиницами.

— А какова специфика работы с направлением HoReCa, с такими клиентами сложнее вести дела? Воз-

ОБЪЯТЬ НЕОБЪЯТНОЕ

Сегодня мебельные предприятия чаще всего имеют узкую специализацию: или только кухни, или исключительно столы и стулья, или сугубо корпусная мебель. Многие специалисты мебельного маркетинга утверждают, что лишь сосредоточенность на одном направлении позволяет добиться высокого качества продукции. Однако в каждом правиле есть свои исключения. В России можно встретить примеры мебельных фабрик, объединяющих в себе несколько не только производственных, но и торговых направлений. И такие предприятия не просто находятся на плаву, а имеют достаточные возможности для расширения и развития.

Беседовал Сергей Кузмицкий

можно, есть необходимость создания с нуля дизайн-проектов для каждого заведения отдельно?

— Как правило, большинство клиентов уже имеют на руках дизайн-проект, и им просто остаётся выбрать модели товара и расцветки. Работа практически такая же, как и с клиентом, покупающим единицу товара себе домой. Временные затраты зачастую одинаковые, только оптовый клиент делает заказ по сумме на порядок выше.

И отмечу, что работать сложнее всё же с мебелью для жилого помещения. Нередко приходится долго согласовывать, так как клиент сам не знает, чего хочет. Его приходится «соблазнять» образцами, выставленными в магазине, убеждать в качестве товара. А клиент, заказывая мебель для кафе, уже примерно знает, что ему нужно. Остаётся только определиться с цветом и договориться по цене.

— Возвращаясь к ценовой политике. На ваш взгляд, как сегодня стоит действовать мебельным производителям, чтобы продукция отличалась высоким качеством, но при этом оставалась доступной по цене?

— Нужно закупать все материалы большими объёмами, что позволит получать минимальные цены от поставщиков. Стоит оснащать производство передовым оборудованием, которое по максимуму исключает ручной труд и ошибки, связанные с человеческим фактором. Кроме того, нужно развивать собственную розничную сеть магазинов. Собственное производство и собственная сеть магазинов позволяют минимизировать расходы, так как посредники остаются не у дел. Это даёт возможность предлагать лучшие цены на рынке.

— В таком случае какое оборудование, по вашему мнению, больше всего подходит для такой задачи?

— Наше предприятие использует современное оборудование немецких, корейских и итальянских производителей.



лей. Из дорогостоящей техники можно упомянуть автоматический форматно-раскrojный центр с ЧПУ, который позволяет идеально кроить сразу целую пачку ЛДСП. Ещё стоит отметить автоматический сверлильно-присадочный станок с ЧПУ, позволяющий делать точные отверстия на деталях. Мы также используем автоматический лазерный раскrojный центр с ЧПУ, который позволяет осуществлять лазерный раскroj мебельных тканей, что делает лекала диванов точными до мелочей.

— И, наверное, можно как-то особо наладить производственный процесс?

— Каждому предприятию стоит разработать наиболее выгодные и подходящие для себя технологии. Мы, к примеру, в каркасах диванов полностью исключили применение массива древесины и ДСП. Эти материалы обладают существенными недостатками и не соответствуют нашим требованиям. Прежде всего, невозможно избежать деформации каркаса, если он изготовлен из данных материалов. Дело в том, что 90% производителей работают с влажным лесом, так как он вдвое дешевле просушенного. Из-за этого ещё новые диваны начинают рассышаться, деформироваться и скрипеть.

Кроме того, в лесе часто присутствуют сучки, из-за которых каркас

сиденья не выдерживает нагрузки и ломается.

Если ящик для белья и боковины сделаны из ДСП, то существует риск, что они раскrojатся из-за пролитой на пол воды. Именно поэтому для изготовления каркасов диванов мы используем не ДСП или массив древесины, а берёзовую фанеру. К тому же фанера очень прочная: даже если попрыгать на таком сиденье, оно не сломается. Чтобы его испортить, нужно очень постараться.

Также повышенный запас влагостойкости не позволяет фанере разбухать сразу после контакта с водой. Немаловажно и то, что такая фанера является экологичным материалом и не содержит токсичных примесей, в отличие от ДСП.

реклама



АДАМ САДУЛАЕВ,
генеральный директор ООО «СКФМ»

В ЧЁМ СИЛА МЕБЕЛЬНОЙ КЛАССИКИ?

Модернизм, минимализм, фьюжен, модерн, эклектика, лофт — об этих стилях много говорили в 2019 году. Немудрено — такое оформление отлично подходит для малогабаритных квартир, коих в нашей стране большинство. И несмотря на господство более молодых мебельных стилей, есть компании, которые решают работать в «классике». Почему производители так уверены в этом направлении? Каков спрос на такую мебель и какие мощности нужны для производства таких изделий? Об этом нам рассказал генеральный директор ООО «СКФМ» Адам Садулаев.

Беседовала Мария Бобова

— Несмотря на то что сейчас многие потребители смотрят на более современные стили мебели, ваша фабрика всё же обратилась к полноразмерной классике. Почему выбрали это направление?

— Классический стиль по-прежнему остаётся популярным и модным, несмотря на то что появляются новые направления дизайна, которые рано или поздно сходят на нет, как, например, стиль лофт в Европе. Наверное, это было одним из основных критериев выбора направления.

Наши клиенты по большей части люди семейные, с традиционными, даже где-то патриархальными устоями. Как сказал Марсель Пруст: «Всякая мода меняется; ведь она же и вырастает из потребности в перемене». Однако наши покупатели не желают постоянно что-то менять, они понимают, что настроения моды сиюминутны, а выверенная временем стабильность, традиции и качество никогда не подведут.

В нашем мире «классика» зачастую воспринимается как синоним вечных ценностей и беспроблемного варианта. В этом, на наш взгляд, залог её популярности.

— По вашему опыту, в каких регионах России мебель в классическом стиле наиболее востребована?

— По статистике, южные регионы — основные ценители этого стиля, хотя и жители центральной части нашей страны всё чаще приобретают себе частичку роскоши и изыска в виде нашей мебели.

— Дизайн классической мебели чаще основан на итальянских традициях. Вносите ли вы некую частичку русского менталитета?

— А что подразумевается под русским менталитетом? Что можно назвать рус-

ским в мебельной моде, кроме изразцов, росписи, резьбы и скани? Если не учитывать эти элементы, то русского в нашей мебели нет.

Другой вопрос, если рассматривать Россию, как территорию, объединяющую Запад и Восток.

В традициях итальянской мебели на первом месте аристократизм, эстетика, историческая основа интерьера. Используя эти принципы как базовую составляющую, мы стараемся добавить в наши модели определённые восточные мотивы.

Впервые такое сочетание мы использовали в комплекте для гостиной «Маркиза». Этот комплект был дебютным проектом нашего дизайнера. Его задача состояла в том, чтобы деликатно соединить восточный дизайн с классическим стилем. Комплект получился очень функциональным, ярким, с акцентом на золотую отделку. Воздушность ему придают стеклянные фасады и большое зеркало, а плавность — радиусные фасады.

— Какой минимальный пакет оборудования необходим для изготовления такой продукции?

— Такая мебель должна обладать не только соответствующим внешним видом, но и высоким качеством. Крупные размеры, сложные формы, соединения деталей — всё это требует соответствующего подхода. Наша производственная площадка оснащена современным высококачественным итальянским и немецким оборудованием таких брендов, как HOMAG GROUP, ORMA, GARDINA, PADE, IMA. Эти станки способны справиться с нашими объёмами и требованиями. Материалы используем и импортные, и отечественные.

И всё же замечу, что недостаточно просто приобрести станки. Важно подобрать команду квалифицированных специалистов. Во-первых, станками нужно

грамотно управлять, а во-вторых, ручной труд необходим на разных этапах цикла производства, начиная от создания декоров новых моделей, заканчивая подготовкой деталей к покраске и нанесением ЛКМ, патины и потали. Причём эти операции выполняются не только малярами, но и штатным художником.

— Как вы сами отметили, изделия в «классике» подразумевают особый декор — эффект старения, позолота, патина. Какие способы декорирования используете у вас на фабрике?

— Что касается декора. Ещё раз упомяну о гостиной «Маркиза». Она отличается от других моделей, выпускаемых фабрикой, тем, что при окрашивании деталей из пенополиуретана применяют античную патину, которая даёт имитацию потали с эффектом старения.

Но это лишь один из множества методов. Добиться роскошного внешнего вида можно и другими путями.

Например, спальный гарнитур «Фериде». Он изготовлен из очень доступных материалов (ЛДСП, пенополиуретан) с применением стандартных технологий, поэтому модель имеет очень демократичную цену.

Но богатый внешний вид ей придают уникальные элементы — вручную изготовленные дизайнером молдинги и золочение поталью.

— Откуда ваши дизайнеры черпают вдохновение?

— Конечно, интернет, социальные сети, тематические информационно-аналитические издания являются сейчас основными поставщиками информации для дизайнеров и разработчиков мебели.

Но наши специалисты черпают вдохновение в первую очередь от окружающей обстановки. Для их продуктивной

работы, несомненно, необходимо также тесное общение с людьми, вовлечёнными в мебельный бизнес. Кроме того, жизненный опыт помогает им воплощать свои идеи в разработку новых моделей.

— **Наверняка источником вдохновения и дополнительных данных являются отраслевые специализированные выставки, особенно мировые. Например, вы посещали «INTERZUM 2019» в Кёльне...**

— Для нас посещение этой выставки было необходимо для ознакомления с тенденциями и инновационными решениями в области дизайна мебели. Инновации, представленные на выставке Interzum, определяют материалы, поверхности и технологии для дизайна интерьеров завтрашнего дня. Наши сотрудники получили неоценимый опыт, необходимый для проектирования будущих моделей мебели.

— **И, по вашим наблюдениям, насколько популярна классика в современной Европе?**

— Несмотря на развитие новых тенденций и веяний в мебельной отрасли, акцент на натуральность и функциональность, классика до сих пор остаётся актуальной в Европе. Особенно востребована продукция итальянских дизайнеров.

— **Планируете ли посещение европейских выставок в текущем году?**

— В этом году наше внимание обращено на другую часть мира — Дальний Восток. Мы планируем посетить китайскую международную выставку в Гуанджоу, чтобы изучить рынок китайской мебели, ознакомиться с тенденциями в мировых мебельных трендах и решениями, идеальными с точки зрения стиля, качества и цены.

В России планируем посетить все крупнейшие мероприятия мебельного бизнеса, а в некоторых принять и непосредственное участие. Работа на выставках позволяет нам получать обратную связь от клиентов, узнать новинки предстоящего сезона, посмотреть достижения конкурентов и выстроить свою политику на дальнейшую перспективу.

— **Говоря о перспективе, какие у фабрики планы на 2020 год?**

— Большей частью наши текущие модели нацелены на объёмные помещения, которые характерны для частных домовладений южных регионов.

В этом году планируем наращивать клиентскую базу в средней полосе России, Урала и Сибири и развивать розничную сеть в этих регионах.

В связи с этим при разработке новых гарнитуров мы планируем сделать акцент на минимизации размеров нашей мебели. 📏





Мебель-2019: итоги и прогнозы

Текст и фото: Мария Бобова

Крупные отраслевые выставки, в число которых входит и столичная «Мебель», не только собирают под своей крышей самые свежие новинки, но и позволяют, скажем так, «прощупать пульс» — как чувствует себя отрасль? И посетив 31-ю международную выставку «Мебель, фурнитура и обивочные материалы», мы поняли, что пульс отечественной экономики скачет. И потому состояние российской мебельной промышленности тоже нельзя назвать стабильным.

Из-за непростой экономической ситуации итоги 2019 года каждая компания видит для себя по-разному. Кто-то оценивает год как очень успешный, а кто-то называет настолько сложным, что его последствия будут ощущаться ещё и в начале 2020 года. В материале мы озвучим все эти разносторонние оценки.

Но в чём все экспоненты единодушны — главное, не ждать помощи со стороны и всегда быть готовым к переменам. Тогда даже в непростое время компании будут не только чувствовать себя комфортно, но и извлекать прибыль и расширяться.

И благодаря комментариям наших партнёров мы смогли выделить ряд отраслевых тенденций, которые, вероятно, перекочают и в 2020 год.

ПОТЕРЯ СЕЗОННОСТИ

Мебельная — одна из тех отраслей, которая отличается сезонностью, зависящей от вида продукции. Очень резкая сезонность существует в нише садовой мебели — спрос на неё самый

активный поздней весной и летом, а с началом осени востребованность падает. В других сегментах сезонность более плавная, но всё же тоже довольно чётко прослеживается. Она же наблюдается и в поставках комплектующих. Когда у мебельщиков начинается активный период, у поставщиков могут быть «пробки».

Но, как отметили многие экспоненты, в 2019 году сезонность «потерялась». И для некоторых это сыграло даже в плюс.

«Работаем в основном в эконом-сегменте. Замечу, что в России большинство компаний, специализирующихся на офисных креслах, ориентированы именно на это направление. Премиальными изделиями в основном занимаются Италия и Германия, там стоимость продукции может доходить до 4 500 евро. В среднем ценовом активнее всего работает Польша и иногда Китай».

Работаем в основном с регионами, и они закупают в основном более традиционные модели — потребители там очень консервативные. А вот в случае с детскими креслами упираем на яркость. Сейчас при выборе мебели родители стали боль-



ше ориентироваться на желания детей, а не так, как раньше, что родители купили, тем и пользуйся. А детям очень нравятся цветные модели.

И новинку привезли на выставку — компьютерные кресла. Они очень востребованы у молодёжи, поэтому представляем их в сегментах и «эконом», и «эконом плюс».

Подводя итоги, отмечаем, что 2019 год был довольно спокойным. Обычно к сезону бывают провалы в поставках, причём в разных областях. Однако в этом году всё как-то ровненько.

Что нас ждёт в 2020 году, спрогнозировать трудно. Например, в 2018 году мы уже не принимали заказы на следующий год, потому что весь график был забит. Вот сейчас тот же период 2019 года, но мы ещё принимаем заявки. Однако это не говорит о низких показателях — всплеск заказов может произойти в январе будущего года. Не угадаешь, тем более что в разных регионах совершенно разные факторы, влияющие на спрос», — поделилась менеджер ООО «ПТК Фактор» ТАТЬЯНА ШАРГАЕВА.

«Совсем недавно были на уральской выставке, но в Москву привезли совершенно другой ассортимент. Меланжевая коллекция всё ещё не вышла из моды, более того, по нашим наблюдениям, спрос на неё стал больше. На «Мебели» показали меланжевую серию в новых формах, цветах и размерах.

В столице делаем акцент на спокойных коллекциях в пастельных и светлых тонах, которые располагают к домашнему уюту. Может быть, весной изменим тренд, но пока по-прежнему видим стабильный спрос на такие комфортные линейки.

Повысился интерес к керамическим столам, люди наконец «распробовали» такую мебель. Долгое время клиенты просто не могли оценить всех преимуществ мебели из этого материала. На этой выставке у нас из пяти представленных столов две модели с керамическими столешницами. Может показаться, что это капля в море, но на самом деле это показатель того, что интерес к ним возрос», — рассказала менеджер оптовых продаж «М-Сити» (ИП Сибгатулин М. С.) КСЕНИЯ ШУСТОВА.





И, как отметила наш частый эксперт, в направлении продажи готовых столов и стульев для комнат и кухонь сезонность также пропала.

«Вообще 2019 год себя неплохо показал, но мы отметили, что бизнес-тенденции последних лет стали меняться. Если в предыдущие годы мы наблюдали весенне-летний спад и осенне-зимний прирост, то сейчас мы не чувствуем этой сезонности. В 2019-м это проявилось особенно ярко — весь год оказался достаточно ровным, без особой динамики, которая наблюдалась ещё года 3-4 назад. И пока мы не можем точно сказать, хорошо это или плохо.

Ещё и за счёт этого трудно предугадать, каким будет 2020 год. К тому же

у нас очень динамичный ассортимент, что тоже усложняет составление чёткого прогноза. Мы смотрим, если активность по продажам какой-то модели упала, то мы её больше не привозим.

Мы отталкиваемся в первую очередь от запросов наших дилеров, то есть наших прямых покупателей. Если они просят привезти, условно, коллекцию зелёных стульев, значит, мы их везём.

Но, повторюсь, по-прежнему актуальны меланжевые серии и возрастает интерес к керамике. В 2020 году ожидаем увеличения продаж по этим позициям. Однозначно будут в моде светлые каркасы мебели (серые, бежевые, белые и серебристые ножки столов и стульев). В принципе, эту тенденцию, кроме нас,

уже задали и другие импортёры», — добавила КСЕНИЯ ШУСТОВА.

НЕТ СЕЗОННОСТИ — НЕТ РАЗВИТИЯ

Среди специалистов, которые говорили нам про исчезновение сезонности, есть те, кто считает, что это весьма нехороший знак.

«На «Мебель-2019» демонстрируем новые декоры. Последнее изучение спроса показало, что сейчас в России тенденция на «лофт», поэтому вводим декоры в этом стиле. Например, кромку с текстурой бетона.

Продолжаем также отслеживать то, какие ширины кромки сегодня наиболее покупаемы. Сегодня тренд — кромить всё единичкой. Лет 5 назад этот размер был вообще не востребован, а сейчас производители активно переходят на такую кромку.

С января 2019 года наблюдаем спад на рынке — год был довольно непростым. Уже второй год в нашем бизнесе отсутствует сезонность. Нет активности, как раньше, всё идёт стабильно, а где-то с некоторыми провалами. То есть развития отрасли нет, что, на мой взгляд, отражает общую ситуацию в экономике страны.

Потому что конечные потребители на мебели попросту экономят. Большая часть людей выплачивает ипотеку, а потому для экономии несут в квартиру старую мебель. А ещё часть потребителей предпочитают при появлении дополнительных средств потратить их на поездку на отдых, чем на ремонт или новую мебель.



И лучше, вероятнее всего, в 2020 году не станет, пока ничего не предвещает роста для нашей мебельной промышленности. Все уходят в экономсегмент, всё стараются удешевить. Хотя на выставке демонстрируют много впечатляющих моделей, выглядящих очень презентабельно, но многие из них не востребованы массовым конечным потребителем», — поделилась менеджер проекта ООО «Мегастрой» (бренд Finn Plast) Яна Пылаева.

ПРОДАВЦАМ ЛЕГЧЕ

Нельзя сказать, что этот момент касается всех направлений мебельной отрасли. В каких-то сегментах продажи тоже могут идти довольно туго, например, в нише комплектующих определённого ценового сегмента. Но определённо продавцам существовать на рынке всё же немного легче, чем производителям. Просто по причине того, что не нужно поддерживать работу станков, расширять производство и искать дефицитных специалистов, типа оператора станков ЧПУ или дизайнера.

Особенно это касается готовой продукции. Ведь в ней заинтересованы не только мебельные салоны, интернет-магазины и DIY-ритейлеры, но и в первую очередь непосредственно конечные потребители. И хотя финансовые возможности покупателей тоже нельзя назвать высокими, однако люди всегда требуют чего-то нового. А производителей, которые работают напрямую с конечным производителем, не так уж и много.

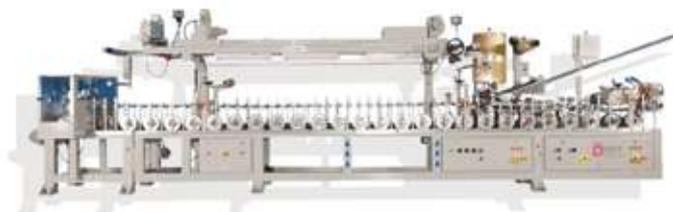
«Мы являемся одним из крупнейших импортёров мебели из Малайзии и Китая. В этой нише конкуренция очень высокая. На этой выставке мы представили самые новые и интересные, на наш взгляд, позиции — это столы, стулья, обеденные группы, соответствующие последним модным тенденциям. Среди новинок — столы с хромированными фигурными подстолями и столешницами из закалённого стекла в 12 миллиметров, столы-трансформеры на тумбе, дизайнерские стулья и кресла из современного текстиля, большое количество мебели в актуальных направлениях дизайна, типа лофт, неоклассика, модерн и т. д.

Что касается отечественных производителей, они выпускают довольно качественную конкурентоспособную

реклама

Экстру-Тех

Линии от полуавтоматических до полностью автоматизированных для флет-ламинации и ламинации МДФ, ДСП, пенопласта (EPS), ПВХ, алюминиевых и деревянных профилей глянцем высокого качества, РР, АБС, ПЭТ, финишпленками, ламинатом, шпоном (листовыми и рулонными материалами), пленками ПВХ и бумагой.



ООО «ТПК «Экстру-Тех»

140054, Московская область, гор. Котельники,
мкр-н Ковровый, 37, помещение 5.

тел./факс: +7(495)783-31-36

(АТС Коврового комбината) доб. 183, 184

+7 (916) 641-07-23

e-mail: njus.extru-tech@mail.ru

e-mail: extru-tech@mail.ru

www.extru-tech.ru



СТАТИСТИКА ПО ВЫСТАВКЕ «МЕБЕЛЬ-2018»

- 791 компания из 28 стран;
- 42 264 посетителя из всех регионов РФ и 75 стран;
- 555 российских предприятий;
- 72 149 кв. м площадь выставки;
- 84 мероприятия деловой программы.

СТАТИСТИКА ПО ВЫСТАВКЕ «МЕБЕЛЬ-2019»

- 842 компании из 28 стран;
- 43 248 посетителей из всех регионов РФ и 67 стран;
- 585 российских предприятий;
- 80 000 кв. м площадь выставки;
- 80 мероприятий деловой программы.

продукцию, но по более высокой цене. В ассортименте нашей компании есть российские производители, пока они представлены в меньшей степени, но их становится всё больше, от экономки до среднего ценового сегмента.

Этот год для нас прошёл успешно, и я думаю, что в 2020 будет довольно серьёзный рост, ведь стол и стул всегда нужны в любой квартире, а с учётом постоянно растущего ассортимента предлагаемой продукции мы сможем охватить гораздо большую аудиторию потребителей. Наши партнёры имеют современные технологические возможности производства, что позволяют создавать стильные, функциональные и недорогие комплекты, которые подойдут самым требовательным и практичным покупателям», — отметил менеджер оптового отдела ООО «Вудвилль» (Woodville) АЛЕКСАНДР ШЕМЯКОВ.

БОЛЬШЕ ТУРЦИИ

Следующий момент, который мы отметили, — на выставке стало куда больше турецких компаний. Они были представлены как в привычной для них нише мягкой мебели и тканей, так и в куда более необычных направлениях.

«Это наш дебют на выставке «Мебель», мы только входим на российский рынок. Наша компания изготавливает кухонные мойки, производство находится в Турции.

Занимаемся нержавеющей мойками, устанавливаемыми вровень со столешницей, врезными и подстольного монтажа.

Наши особенности в том, что мы используем корейскую сталь AISI304 с 18% хрома и 8–10% никеля. Также многие наши модели изготовлены с применением специального покрытия PVD. Напыление наносится на нержавейку под воздействием

высоких температур. Напыление мы делаем в трёх цветах — титан, медь и золото.

Наши изделия не боятся царапин. Но бывают ситуации, когда что-то резал прямо в мойке и нанёс повреждение ножом, в таком случае царапина будет в цвет мойки. Эффект достигается за счёт этого особого метода напыления, окраска происходит не просто на поверхности, а на молекулярном уровне.

Изделия в нашем модельном ряду имеют разные толшины. Для тех, кто больше смотрит на цену, есть мойки с наименьшей толщиной в 0,6–0,8 мм. В сегменте «премиум» есть модели в 1–1,2 мм.

Также производим смесители как обычные двухканальные, так и трёхканальные. Материалы — нержавейка, гранит плюс бронза, гранит плюс хром.

Сертификацию качества проходим в Англии», — презентовала нам продукцию менеджер по развитию ООО «Топзеро РУС» (бренд Topzero) ВАЛЕНТИНА МОСКОВСКАЯ.

Если говорить о дизайне, то в сегменте кухонных моек моду обычно задают Италия и Германия, но, как оказалось, довольно интересные модели можно посмотреть у Америки.

«Дизайн также разрабатывают в Турции. Турки сейчас очень внимательно следят за модой и особенно активно смотрят на Америку. В США сейчас очень популярна мойка с низким мостом, то есть это не на две чаши, а как бы мойка, разделённая на половины. Это делается для экономии воды.

Сами турки очень трепетно относятся к гигиене, поэтому в некоторых моделях они делают выпуск без швов, а значит, туда не забьются грязь и остатки пищи, не будет плесени и грибков.

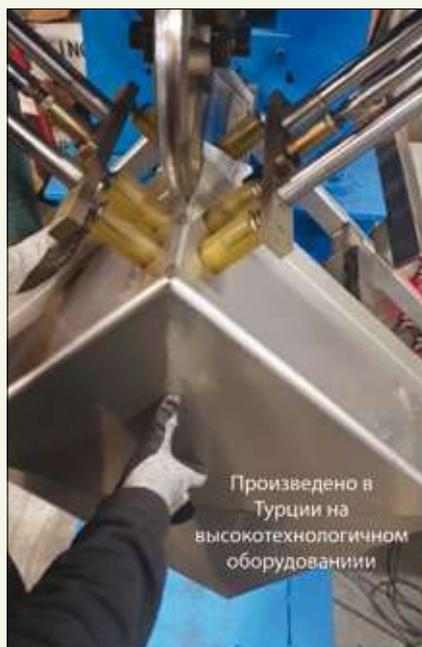
Конкуренты у нас, конечно, есть, но у Турции ценник будет куда лояльнее при очень высоком качестве», — уточнила ВАЛЕНТИНА МОСКОВСКАЯ.



«Впервые на выставке, представляем швейную фурнитуру, особенно молнии турецкого производства. Обычно работали только в текстильной промышленности, но в последнее время у нас возросло количество заказов со стороны мебельщиков. Сейчас у нас

примерно 5% клиентов из мебельного сектора, обычно работающих в сегменте «средний» и выше. Обращаются ещё и потому, что мы делаем продукт под заказ, если человеку нужен определённый размер, цвет или размер. Ведь если компания производит

капсульную коллекцию или выполняет крупный заказ, то ей нужны разные молнии одного цвета. Это может быть один рулон длиной в 25 метров. У дешёвого Китая при заказе одна партия может быть светло-зелёная, а другая тёмно-зелёная.



Произведено в Турции на высокотехнологичном оборудовании



Производство кухонных моек из нержавеющей стали

TOPZERO

КОМПАНИЯ ТОПЗЕРО РУС ЯВЛЯЕТСЯ ФИЛИАЛОМ ЗАВОДА ИЗГОТОВИТЕЛЯ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ.

Наш ассортимент: кухонные мойки из нержавеющей стали
кухонные мойки из композитных материалов на основе акрила
смесители и кухонные аксессуары.
сифоны и выпуски для кухонных моек



109428, Москва,
Рязанский пр-кт, д.24,
офис 22-28
тел.: +7(499)130-24-22
info@topzero.ru
www.topzero.ru

реклама

Производство полного цикла, компания на российском рынке с 2008 года. При изготовлении используется специальная, особо крепкая нить, звено держит на разрыв. Циклов открытия/закрытия до 1000, замки не вылетают. Красители применяют немецкие, экологически чистые.

В России есть производители такой фурнитуры в том числе для мебельной отрасли, но не «премиум»-сегмента, в основном «среднего» или ниже.

Турецкий продукт — золотая середина в плане цены, качества и сроков. В Европе всё в евро, Китай дёшево, но долго», — прокомментировал дирек-

тор по маркетингу ООО «ЕМР Зиппер» ИВАН ПАВЛИОГЛО.

И снижать обороты турецкие производители не собираются. По словам спикера, спрос на продукцию только увеличивается.

«С 2015–2016 года мы начали сотрудничать с ИКЕА. И с каждым годом, что мы с ними работаем, объём их заказов увеличился. И сейчас они планируют повысить свои объёмы, а значит, и для нас дело найдётся.

Ведь кризис — все держатся за клиента. Если один раз совершил ошибку и на второй раз её не исправил, покупатель больше не придёт. Рынок сей-

час объёмный, поставщиков много. Поэтому считаю, что сегодня лучше всё же напориться на качество, чем на особо низкую цену», — высказал мнение Иван Павлиогло.

ВОЗВРАЩЕНИЕ ПОЗИЦИЙ

И хотя на выставке появилось очень много новых турецких компаний, это не значит, что Турция начинает осваивать российский рынок. Как отмечают специалисты, такой наплыв турецких производителей — это логичный исход после отмены санкций в отношении этой страны.

«Мы в этом году представляем расширенный ассортимент по ручкам. Именно лицевая фурнитура, на мой взгляд, даёт преимущества в бизнесе. В сфере функциональной и соединительной фурнитуры все конкурируют. А если говорить о ручках, конечно, есть модели, которые повторяются у разных поставщиков, но есть целые коллекции, которые будут уникальны для каждой компании. В основном бизнес вытягивается за счёт этого направления.

Сейчас в моду входят ручки в золоте, в сатине и рейлинги от маленьких до больших.

Ассортимент не только обновляем, но и постоянно его пополняем, у нас очень большая складская программа.

К тому же интернет даёт мебельщикам и их конечным потребителям простор для фантазии. Все хотят же как-то выделиться, чтобы было не как у всех. В этом случае лицевая фурнитура также помогает. Хотя мы отметили, что классика сейчас стала отходить, все больше переориентируются на модерн.

Работаем с зарубежными партнёрами активно. С Европой, конечно, реже, потому что их продукт рассчитан выше, чем на средний класс. «Эконом-сегмент» — это в основном Китай, «эконом плюс» — Турция.

И говоря о Турции, нельзя сказать, что они осваивают наш рынок. Они его и так активно осваивали. Просто после той политической ситуации произошёл откат, а сейчас они возвращают свои позиции», — заметил руководитель отдела продаж Пятигорского филиала магазина «Марма» БОРИС ТЕРЕЩЕНКО.

СОТРУДНИЧЕСТВО С ЕВРОПОЙ

Конечно, очень многие отраслевые компании в России сотрудничают именно с Китаем и Турцией, но и значительная часть мебельщиков продолжает активно продвигать в России европейский продукт. Более того, даже приглашают зарубежных партнёров в качестве экспертов на свои стенды. Ведь никто не знает о продукте лучше, чем сам производитель.

«Немного скажу о том, что компания SM'art — самая молодая компания по производству дизайнерских плит не только в Италии, но и в Европе — только



7 лет на рынке. Но за эти 7 лет мы успели построить две фабрики. Производим плитные материалы на базе плит ДСП, МДФ, а также пластики HPL (толщина от 0,8 до 3 мм). Ценовой сегмент, конечно, напрямую зависит от качества плиты и от уровня, который мы занимаем на данный момент на рынке — «средний плюс».

Предлагаем клиентам комплексные решения для мебельной индустрии — то есть декоры, выдержанные в одном стиле. Сейчас готовые решения особенно актуальны у потребителей. В состав пакета входит плита TSS на базе ДСП или на базе МДФ.

Уточню, что TSS-плиты производят методом синхронизации поверхности со структурой. С помощью этой технологии тиснение поверхности приобретает дизайн дерева, бетона или мрамора, напечатанный на бумаге, представляя максимально реалистичный результат. Текстуры максимально объёмные и реалистичные, даже по тактильным ощущениям.

В той же самой структуре, в тех же самых декорах мы можем предложить абсолютно все варианты в пластике в нескольких толщинах 0,6 и 0,8 мм, а также компакт-плиты (Compact HPL). Сейчас

они стали очень популярны в России, хотя на рынках Италии и Европы известны уже давно.

Все продукты производят путём нагрева и прессования, за счёт этого они впоследствии способны спокойно выдерживать температуры до 180 °С. Не боятся влаги, поэтому их смело можно использовать и на кухне, и в ванной.

И у нас довольно позитивные ощущения по развитию рынка компактов на 2020 год. Конечно, на развитие ситуации может повлиять экономическая ситуация, устойчивость рубля к евро и к доллару. Но статистика показывает, что он будет стабилен, как минимум как в 2019 году», — рассказал региональный менеджер SMart ИОН ЗАВЕДЕЙ.

И после инициативу сразу подхватили хозяева стенда и параллельно официальный дистрибьютор итальянской компании. Как отметили российские партнёры, в 2020 году они рассчитывают везти в Россию ещё ряд новых продуктов этого импортного производителя.

«Мы недавно виделись на краснодарской выставке, и за полгода мы уже шагнули вперёд. В рамках выставки UMIDS проводили исследования и выявили, что появился большой спрос на компакт-плиты именно с глубокой древес-

ной структурой. Поэтому сегодня мы уже увеличили линейку компакт-плит до 25 декоров.

Такая глубокая текстура уникальна. То есть материал идеально имитирует древесные рисунки (древесные круги, срез от сучков), и на ощупь он полностью повторяет природный материал — линии объёмные. Практически 3D.

Во многом такой спрос связан с возросшей популярностью стиля лофт. TSS-плиты часто используют под столешницы, но, как говорил Ион, их можно использовать и в ванной. А сейчас многие начинают уже и ванны помещения оформлять в лофте. Эта тонкая плита отлично сочетается с металлическими рамками и профилем.

Кстати, среди наших новинок очень тонкая алюминиевая система, которая позволяет изготавливать двери-купе с минимально видимым обрамлением. Представлена в нескольких декорах: стандартное серебро, чёрный и графит, опять-таки следуем веяниям лофта.

Ещё мы ввели HPL-пластик, подходящий для изготовления гнутых фасадов.

И мы с нашими итальянскими партнёрами постоянно мониторим рынок, изучаем спрос. Из Италии для ознакомления уже привезли новые образцы продук-



Производство и продажа мебели для спален и гостиных из Итальянских комплектующих.

8 495 662 33 74, 8 925 669 99 08
www.mkmeridian.com



**Торговый Дом МЕРИДИАН -
это качество проверенное временем!**

Приглашаем на наш стенд, павильон 3



реклама



тов. Интерес клиентов постоянно нужно поддерживать», — дополнил директор по региональному развитию ООО «Тотал М» (бренд Total) МИХАИЛ ТИХОМИРОВ.

СТАНКОВ МЕНЬШЕ

Оборудования на «Мебель» становится всё меньше. Большинство продавцов или производителей деревообрабатывающих машин и инструмента теперь выставляются на «Лесдревмаш» или Woodex, где заинтересованной аудитории больше. Станки теперь плотненько ютятся на небольшой площадке на втором уровне третьего павильона. И значительная часть из них — принтеры, которые во многих нишах мебельной отрасли давно уже стали такими же необходимыми, как «кромочники» или «фрезеры». Хотя

эксперты отмечают, что и в этом сегменте чувствуется некое небольшое снижение.

«С выставки в Екатеринбурге мы привезли планшетный УФ-принтер UVIP25213, а также показываем ранее нигде не демонстрировавшуюся гибридную машину XENONS 180 UV, совмещающую в себе преимущества планшетных и рулонных принтеров. Здесь материал подаётся с помощью конвейерной ленты, в комплектацию входят приставные столы и рулонная система подачи/смотки. Принтеры гибридной конструкции актуальны для мебельщиков, которым необходимо печатать напрямую на фасадах, и в то же время очень часто приходится работать с такими рулонными материалами, как кожа или обивочные ткани.

По нашим ощущениям, наблюдается процесс насыщения мебельного рынка. Если говорить об итогах 2019 года, то, на мой взгляд, рынок мебели немного ожил по сравнению с периодом 2016–2018, но поставки оборудования находятся в состоянии стагнации. Большинство компаний не готово расширять парк оборудования, выделяя финансовые ресурсы лишь на модернизацию или замену уже существующего», — прокомментировал технический директор ООО «Три Ти Групп» ВАДИМ НОГИН.

Как отметил спикер, прогнозы на 2020 год делать трудно, тем более что сегодня уже достаточно трудно удивить мебельщиков.

«Просто печатать сегодня уже никого не удивишь. Необходимы технологические новинки. Например, в Европе набирает популярность одновременное нанесение белого цвета, основных цветов, лака и праймера. Эта технология значительно упрощает технологический процесс прямого нанесения полноцветных изображений на «сложные» с точки зрения адгезии материалы, такие как стекло, ЛДСП и подобные. Так же данная технология позволяет, скажем так, выращивать рельеф, многократно печатая в определённых зонах белой головкой, за счёт чего создаются объёмные изображения. Плюс современные технологии печати сегодня помогают создавать сложные дизайнерские вещи, например, витражи. Или УФ-печать может заместить пескоструйную обработку, создавая очень качественную имитацию», — добавил ВАДИМ НОГИН.

НАШЕСТВИЕ ЛОФТА

Как вы уже смогли заметить по комментариям выше, на российском мебельном рынке стало очень много лофта. Ещё на выставке в Екатеринбурге один из спикеров высказал мнение, что в нашей стране этот стиль только-только развивается (подробнее читайте в журнале № 6 (25) за ноябрь-декабрь 2019). И московская выставка это только подтверждает. Дерево, бетон, металл — изделия из этих материалов (или в таких текстурах) сейчас активно продаются.

Подхватили тенденцию и те компании, чьей основной деятельностью является производство дверей. Многие из таких предприятий сегодня расширились до изготовления предметов мебели или фасадных полотен — материалы используются практически одни и те же, а охват рынка куда более значительный.

«Специально для презентации на выставке разработали новые модели столов-сlebов из массива дуба, стеллажи и стулья из металлоконструкций в сочетании с деревом, а также модельный ряд журнальных и кофейных столов.

С помощью наших изделий мы также демонстрируем гостям то, что можем изготовить столы и стулья различных



**НИКОЛАЕВСКИЕ
ФАСАДЫ**



реклама

ИЗГОТОВЛЕНИЕ МЕБЕЛЬНЫХ ФАСАДОВ



г. Новосибирск, ул. Галуцака, 1,
тел.: (383) 227-24-01, 291-96-52
г. Новосибирск, ул. Олимпийская, 37,
тел.: (383) 248-89-11, 325-12-75
e-mail: kablashov@yandex.ru, olimpfasad@yandex.ru

ВЫСОКОКЛАССНО И ДОЛГОВЕЧНО!


www.fasadnsk.ru



модификаций из массива дуба. Работаем в том числе и с промышленными объёмами, и в короткие сроки.

Модели выдерживаем в стиле лофт. С деревом мы работаем давно, а недавно внедрили металл — и получилось весьма актуально! Думаю, что в 2020 году стиль будет ещё актуален в том проявлении, в котором мы его видим сейчас. В дальнейшем он будет перестраиваться, а на пик популярности выйдет нечто новое. Это нормально, понижение спроса ожидаемо, но оно же и не означает полное отсутствие продаж. Вероятно, рынок станет привередлив, в лофте сформируется классическое исполнение и широкий эксклюзив.

Если говорить о сезонности, то конкретно в нашем привычном сегменте дверей из массива сезонность уже не так ощутима, но это зависит и от рынка. Рынок сбыта расширился, и от этого сезонность для нас как для производителя не сильно ощущается. Если рассматривать регионы отдельно, дилеры ощущают её сильнее.

Мы считаем направление перспективным и в ближайшие 2–3 года планируем устойчиво присутствовать на рынке сегмента столов, а насчёт какого-то нового направления — тут уже рынок подскажет», — поделился специалист ООО «ОКА» ИГОРЬ КРЮЧКОВ.

КАК ДЕЙСТВОВАТЬ В 2020 ГОДУ?

Несмотря на то что спрогнозировать, что будет с отраслью трудно, главное — не опускать руки и продолжать улучшать свой бизнес. Те, кто в кризис останавливается и не адаптируется, уходят с рынка.

К сожалению, при всём нашем желании мы не смогли рассказать обо всех участниках, которые выступали в разделах «Комплекующие и фурнитура для производства мебели», но надеемся, что познакомили вас с самым интересным. Если у вас есть полезная информация, которой вы готовы поделиться с коллегами и партнёрами, пишите нам im@pgmedia.ru. Продолжение репортажа с прогнозами на 2020 год от участников выставки читайте в нашем следующем номере.

Большинство спикеров отмечают: на мебельном рынке останется тот, кто будет активно идти в ногу с трендами и своими потребителями.

«Сегодня крайне важно быть ориентированным на потребителя. Всё, что мы сейчас делаем, связано как раз с удовлетворением его запросов. Мы должны слышать клиентов, добавлять новые сервисы и услуги.

Наступает совершенно другое время, когда вайлдберризация — это прогрессирующий сегмент рынка. Сегодня рассматриваем сегмент «маркетплейсов» в качестве альтернативы. Мы ещё не работали с подобными форматами, но понимаем, что от них мы не укроемся и не убежим.

В нашем интернет-магазине развивается раздел готовых решений, чтобы нашим клиентам было проще ориентироваться. Ведь сегодня самый дорогой ресурс — это время. И мы делаем всё, чтобы облегчить выбор потребителю. Это касается и грамотной презентации нашей продукции, и компании в принципе.

Вообще, будущее мы видим именно в разработке своих брендов. Бренд — это не только узнаваемость, но и ответственность, собственная политика, гарантии для клиентов. Чем больше мы выделяемся, тем больше людей к нам придут впоследствии.

Кроме того, в нашем направлении стал прирастать сегмент «Элегантс» (средний плюс). Всё больше людей начинают обращать внимания именно на уникальность продукта и его качество. И мы эту тенденцию замечаем буквально на протяжении последнего года. И это вселяет в нас уверенность, что не нужно гнать

ся за этим «демпингующим» рынком, не нужно мериться оружием цены, лучше напирать на улучшенные свойства продукта. Сейчас многие готовы переплатить за реально ценный по характеристикам товар», — подчеркнула руководитель группы рекламы и PR ООО «Тексима» (бренд «Аметист») ЕКАТЕРИНА АГАФОНОВА.

И, конечно, актуальной и в 2020 году останется проблема нехватки квалифицированных кадров. Об этом говорили не только специалисты на форуме «RusМебель» в рамках деловой программы выставки, но и мебельщики на экспозициях. Некоторые утверждают, что 2019 год прошёл бы для них максимально успешно, если бы перед ними не стоял острый вопрос отсутствия профессиональных сотрудников.

«Мы занимаемся разработкой и производством корпусной мебели и мебели на хромированном металлокаркасе. На наш взгляд, мебельщик сегодня должен быть многофункциональным, охватывать несколько ниш.

Новинки подготовили именно к выставке. Многие наши клиенты из Питера, Москвы, Калининграда, Челябинска, Уфы, Казани, Казахстана едут к нам на стенд, чтобы посмотреть, например, новые стёганные диваны. Для этой серии мы использовали свежую коллекцию обивочных тканей.

Мы бы оценили 2019 год как очень успешный, тем более что нам помогали местные власти. В феврале были на нескольких заводах в Италии, изучали производство и станки. В общем, планируем расти и расширяться. Единственная проблема для нас как для небольшого производства — нехватка рабочих рук, особенно специалистов-технологов. Очень ощущаем дефицит кадров. Поэтому иногда готовы брать студентов. Но не слишком увлекаемся, потому что обучение молодёжи — это лишнее время мастера», — поделился представитель ООО «МВИ» (мебельная фабрика «Квартет») НАИЛЬ ГУЛЬМЕЯРОВ. 📍

СИСТЕМЫ АЛЮМИНИЕВЫХ ПРОФИЛЕЙ



ФИЛИАЛЫ:

«Аметист-Екатеринбург»
г. Екатеринбург, ул. 8 Марта 207А
+7 (343) 220-31-69, +7 (919) 371-11-80

«Аметист-Омск»
г. Омск, ул. 26-я Северная, дом № 13 А/2
+7 (381) 230-99-96, 230-99-95

AMETIST-STORE.RU



реклама

SO LA

ТОНКАЯ ЛИНИЯ В ИНТЕРЬЕРЕ

Ближайшее будущее в красках

Беседовала Мария Бобова

Судя по информации некоторых аналитических агентств и статистов, 2019 год для рынка ЛКМ был весьма неплохим. По данным, озвученным на выставке «Интерлакокраска-2019», в 2018 году мировой рынок промышленных лакокрасочных материалов вырос на 5% (44 млн тонн) и сохранил такие же серьёзные позиции в 2019 году. Из чего можно сделать вывод, что для дальнейшего развития есть все необходимые условия и, самое главное, высокий спрос...



СЕРГЕЙ ФРОЛОВ,
генеральный директор
ООО «Арикон ЛК системы»

Возможно, это происходит в других отраслях, а в мебельной нише всё не так однозначно. Для многих мебельщиков 2019 год стал очень непростым. Что, конечно, автоматически ощутили поставщики и производители компонентов и комплектующих, в том числе и лакокрасочных материалов. Анализом мебельного и лакокрасочного сегментов, а также предположениями о том, как будет развиваться ситуация в 2020 году, поделился генеральный директор ООО «Арикон ЛК системы» Сергей Фролов.

— Завершился 2019 год, и мнения специалистов о его итогах очень разнятся. Каково ваше мнение? И какие приблизительные прогнозы вы бы дали на 2020 год?

— Знаете, Россия такая удивительная, уникальная страна, где очень сложно делать какие-то прогнозы в какой бы то ни было сфере. Можно быть уверенным только в двух вещах: в смерти и в налогах.

Приведу неотраслевой пример. Весь мир зимой 2014 года стал внезапно любить и обожать Россию после Олимпиады в Сочи. Во всех мировых СМИ говорили о том, какая это отличная страна, где живут добрые и гостеприимные люди. А уже в конце лета все эти же масс-медиа поливали нас грязью из-за истории с Украиной. Россия — это страна, где ничего невозможно точно предсказать и спрогнозировать.

Однако так как мы относимся к бизнес-сообществу, мы вынуждены оперировать цифрами. Ориентировочно на 2020 год мы ставим себе 15–20% прироста. Но нужно понимать, что прирост приросту рознь. Бывает прирост экстенсивный, когда увеличивается количество фабрик, соответственно, увеличивается потребление наших материалов. Когда у людей достаточно денег, все делают дома ремонт и обновляют мебельровку, и, соответственно, мы тоже растём.

Но, на мой взгляд, в этом году, к сожалению, этого не будет.

Прогнозы по общей экономике России весьма печальны, скорее всего, это будет нулевой прирост по ВВП, а возможно, лёгкий минус.

— А откуда тогда 15–20% прироста, которые вы планируете?

— Ну и плюс 15–20% прироста к ручке, которую мы прогнозируем, это, к сожалению, скорее всего, не означает такого же подъёма в плане рентабельности. Она остаётся на приемлемом, но всё же относительно невысоком уровне.

Соответственно, конкурировать только качеством продукта уже не получается, и конкуренция перемещается в плоскость цены. А если предприниматели начинают соперничать друг с другом ценой, то это понижает рентабельность.

При таком раскладе исход виден такой: более слабые компании будут быстро уходить с рынка, не успев достаточно развиться.

— Что должно быть у компании, которая хочет остаться на рынке?

— В бизнесе будут опытные и сильные компании. На рынке останется тот, у кого качественней материал, ниже цены, лучше техподдержка, больше технологов. У кого есть мощная колеровка, потому что прозрачные варианты не очень интересны, сегодня нужны колерованные материалы. А ещё те, у кого технологи могут максимально быстро выехать на фабрику для решения проблем. Предприятия с такими возможностями и будут оставаться на рынке.

И, как это ни печально, мелким компаниям будет сложно конкурировать с такими крупными игроками с развитой сервисной поддержкой.

А ведь с мелким бизнесом конкурировать всегда очень интересно. Такие компании более гибкие и юркие, им нужно крутиться, чтобы занять своё место в бизнесе. Поэтому они всегда находят какие-то нестандартные подходы, всегда придумывают какие-то новые решения на рынке.

— Как должны действовать маленькие компании, чтобы в принципе попасть на рынок?

— В принципе, они должны будут обладать теми же качествами, что и крупные игроки, что на первых этапах, согласитесь, непросто. Но они могут применить два подхода.

Первый — предоставить такую цену, какой нет ни у кого. Тогда на какое-то время такая фирма может даже наплевать на техподдержку. Эдакая китайская стратегия, когда и брак, и большой расход материала, и низкая укрывистость как бы заложены в невероятно низкую стоимость продукта.

Второй — развивать систему бонусов, бесплатную доставку, техподдержку и сервис. Ведь конкуренция построена именно на том, что ты должен обыграть своих соперников, показать, что ты в чём-то лучше, быстрее, активнее.

Либо комплексный вариант — цена чуть ниже, а качество чуть лучше.

Борьба за долю на рынке ведётся на довольно скользком поле, когда тре-



буется, чтобы качество было лучше всех, а цена ниже всех. А это довольно трудно-реализуемая система условий.

— Ситуацию наверняка могут поколебать изменения на сырьевом рынке. Что сейчас происходит в сегменте компонентов для производства лакокраски?

— В 2019 году цены были поспокойнее. Не было фантастических всплесков на рынке изоцианатов, ароматики и ацетона, которые мы видели в 2017–2018 годах. В начале 2019 года был небольшой всплеск на колоранты, на цветные пигменты, но в целом этот сегмент себя стабильно вёл. Однако до этого его три года «штормило».

И как мне видится, на ближайшее время опасность подкрадывается не со стороны рынка химических компонентов. Эта ниша очень большая. Если Европу начнёт «лихорадить», то некоторые компоненты можно привезти из других регионов и по приемлемой цене. Восточная Азия набрала очень мощную производственную базу, развила очень хорошую скорость, есть производство в Южно-Латинской Америке.

А вот когда начинает «лихорадить» рынок сбыта, который находится у нас под боком, то будет сложнее.

Хорошим выходом из такой сложной экономической ситуации могли бы стать продажи за границу, но по разным причинам не все наши клиенты могут работать на экспорт. Ведь за границу не отправишь, условно, 10 дверей или 10 комплектов мебели, речь идёт о партии в сотни и тысячи изделий. Кроме того, нужно разбираться в логистике и таможенном оформлении. Это всё трудновыполнимо и даже страшно для региональных производителей, которые привыкли сидеть в пределах своей области, где они до любой точки продаж, до любого склада могут за час-полтора доехать. Мелким предприятиям приходится довольствоваться нашим рынком, а он достаточно инерционный и пассивный на данный момент. Кого-то спасут господрады, но государство тоже не резиновое.

— Несмотря на такие печальные прогнозы, ваша компания планирует расти и развиваться. Какие планы на новый рабочий год?

— 2019 год, несмотря на непростую ситуацию, был для нас очень продуктивным. Мы запустили продукты новой эконом-линейки АК, специально для российского рынка, а также серию суперматовых покрытий High-Tech Zero Gloss. Представили несколько линеек экологических продуктов. Занимались активным продвижением УФ-отверждаемых ЛКМ. Представили новинки на выставках LIGNA-2019 и «Мебель-2019».

В 2020 году также будем находить свои решения для дальнейшего развития. Планируем частичную локализацию производства в России, расширение линеек как экономичных продуктов, так и спецэффектов.

Кроме того, в настоящее время мы значительно усилили свою техподдержку, и вскоре наша сервисная служба по количеству сотрудников будет примерно равна коммерческому департаменту. Также мы планируем активную экспансию в регионы, что, вероятно, приведёт к открытию ещё 3–4 собственных офисов продаж с лабораториями и колеровками на местах.



Центральный офис:

Московская область, город Старая Купавна, улица Горького, территория ОАО «Мосхим»
Тел.: +7-495-223-92-73, +7-800-333-46-63
lkm@ariconoil.ru, www.lakpro.ru, www.sirca.ru



Поволжский офис:

г. Ульяновск,
Проезд Максимова, д9, офис 205
Тел.: +7(8422) 27-24-94



Южный офис:

г. Краснодар, пос. Березовый,
ул. Карла Гусника, дом 17/4
Тел.: +7 (861) 238-4773

На правах рекламы



Как прописать мебель в квартиру?

Текст: Мария Бобова

«На московском рынке новостроек уже 38% от общего предложения — это квартиры с полной отделкой. И сегодня уже порядка 20% покупателей готовы приобретать квартиру и с ремонтом, и с мебелью». Такая статистика прозвучала на круглом столе «Квартиры с мебелью — необходимый элемент на рынке недвижимости» в рамках выставки «Мебель-2019».

В журнале «Индустрия мебели» № 5 за сентябрь-октябрь 2019 года мы уже затрагивали вопрос оснащения отечественной деревянной мебелью стандартного жилья. С того момента актуальность темы стала ещё выше — вопрос подняли на крупнейшей в России специализированной мебельной выставке.

Более того, к обсуждению привлекли все стороны, так или иначе заинтересованные или касающиеся этой «истории» — начиная с мебельщиков и девелоперов, заканчивая представителями министерств и Совета Федерации.

Как скоро в большинстве продаваемых квартир появится минимально необходимый комплект мебели? Что тормозит популяризацию этого тренда? И на каких условиях в России меблируют жильё?

Участники поделились совместным опытом работы, озвучили сложности, которые возникают в процессе партнёрства, и моменты, которые ещё требуют серьёзной проработки.

ЧТО ХОРОШЕГО ОБЕЩАЕТ ПРОЕКТ?

Один из модераторов круглого стола, генеральный директор «Первой мебельной фабрики», президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) Александр Шестаков в начале мероприятия ещё раз подчеркнул, что проект получил поддержку российского правительства, поэтому требует серьёз-

ной и детальной работы. Тем более что во многих странах мира продажа практически полностью обустроенных квадратных метров — норма.

«Для развития отрасли стоит, как и во всём мире, начать сдавать жильё как законченный продукт. Идею поддержал премьер-министр и дал поручение заняться этим вопросом. Наша задача — внести изменения в стандарты сдачи жилья. Это выгодно как мебельщикам, так и застройщикам. Ведь повышающаяся конкуренция на рынке недвижимости привела к тому, что многие девелоперы стали сдавать больше квартир с отделкой, а есть и те, кто уже комплектует жильё мебелью. В Финляндии, Германии, Швейцарии и даже в Японии отстроенные квартиры уже давно оснащают всем необходимым для жизни», — пояснил АЛЕКСАНДР ШЕСТАКОВ.

Одним из проблемных мест проекта считается то, что люди просто не захотят выбирать стандартные варианты — каждый захочет видеть у себя индивидуальные предметы мебели по своему вкусу. Но многие специалисты считают, что потребители не будут пренебрегать таким выгодным предложением.

«Получив ипотеку, человек становится перекредитованным, деньги на дальнейшее обустройство ему уже просто не дадут. В Санкт-Петербурге есть целый пояс жилья, в котором горят окна — люди квартиры приобрели, но обставить их не могут», — пояснил президент АМДПР.



То есть для потребителя выгода такая — он получает квартиру, в которой можно жить сразу. А установленную туда мебель человек оплачивает не по потребительскому кредиту, а по ипотечному.

Для девелоперов выгода очевидна — они расширяют свой ассортимент и обретают новую целевую аудиторию.

Выгоду для государства генеральный директор «Первой мебельной фабрики» видит в выводе из теневого сектора значительную часть рынка отделки жилья.

«Сегодня эта ниша практически на 95% находится в тени. Ремонт квартир производится частными бригадами, которые не платят налоги со своей деятельности. Строительные управления, которые раньше занимались отделочными работами, «умерли» в перестройку, поэтому многие годы строители сдавали жильё вообще без отделки. Проект мебелировки жилья позволит весь объём рынка вывести из тени», — считает АЛЕКСАНДР ШЕСТАКОВ.

Мебельщики получают дополнительный канал реализации своей продукции. В случае если проект примут, требуемые объёмы полностью обеспечат загрузкой отечественные производства.

Плюс отечественные производители готовы продавать строителям партии мебели со скидкой от розничной цены от 40 до 50%. Конечным потребителям это также выльется в выгоду, уточняют представители АМДПР. Наличие готовой мебели ненамного повысит цены на квартиры.

«По нашим расчётам, диапазон удорожания — от 1,5 до 7–8% максимум. Вариативность будет зависеть от метража

и подобранного мебельного комплекта. Но это будут не 15 и тем более не 50%, как пугают некоторые наши коллеги с противоположного сектора», — подчитал генеральный директор АМДПР ТИМУР ИРТУГАНОВ.

Член комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Татьяна Гигель также заметила, что реализация проекта позволит создать множество дополнительных рабочих мест.

«Ещё один важный аспект — это расселение из ветхого аварийного жилья и всевозможные государственные поддержки по жилью. В этом случае крайне важно предоставить людям квартиру с элементарным набором мебели. Потому что, как правило, выезжающим из ветхого аварийного жилья просто нечего брать с собой и приходится обустроить всё заново.

Поэтому здесь, собственно, для нас очень важна работа с Минстроем по их внутреннему приказу от 16 ноября 2016 года № 800 «О нормативах по отнесению жилья к экономическому классу». Этот документ регулирует оснащение необходимым набором элементов квартиры, начиная с дверей и окон. Хотим внести сюда и мебель и будем двигаться в этом направлении.

Мы, собственно, работу эту начали с Минстроем. К сожалению, их представители нас сегодня проигнорировали, но мы люди упёртые, поэтому свои идеи будем двигать самостоятельно», — высказалась заместитель директора департамента лёгкой промышленности и лесопромышленного комплекса Вера Хмырова.

Среди спикеров были заявлены представители Минстроя, но в итоге мероприятия они не посетили.

ВРЕМЯ — ДЕНЬГИ

Далее с докладом выступил представитель шведского бренда ИКЕА в России. Спикер от компании отметил, что тренд мебелировки квартир будет развиваться, потому что время с каждым годом становится всё более дорогим ресурсом.

«Как ретейлеры мы прекрасно видим эволюцию покупателя и понимаем, что сейчас ценность времени у покупателя выросла в разы. По нашим подсчётам, сегодня 70% потребителей ценят своё время превыше всего. Поэтому всякое усилие со стороны девелоперов, со стороны производителей мебели, со стороны ретейлеров, которые позволят потребителям сэкономить их время, силы и деньги, будет, естественно, приветствоваться.

Следуя этому принципу, рынок недвижимости эволюционировал за эти годы. Квартиры с отделкой — активно применяемый способ конкуренции между девелоперами.

На московском рынке новостроек уже 38% от общего предложения — это квартиры с полной отделкой. Собственно, следующим этапом в этой эволюции мы видим мебелировку как часть той же отделки. И сегодня уже порядка 20% покупателей готовы приобретать квартиру и с ремонтом, и с мебелью. Пока это ещё не стало массовым трендом, но такая тенденция есть, и мы работаем с девелоперами в этом направлении», — пояснил представитель ООО «ИКЕЯ Закупочные услуги Рус» Игорь Кисиль.

ИКЕА — форматы работы с девелоперами

| | |
|---|--|
| Обустройство квартир под ключ | <p>По словам спикера, Москва лидирует в запросе на такой вид сотрудничества. И такой тип больше актуален для строительства арендного жилья.</p> <p>«У нас есть опыт работы, когда мы полностью меблировали под ключ больше 200 квартир в одном объекте. Обустройство включало и мебель, и аксессуары (коврики, посуду, декор), чтобы человек, который снимает квартиру, мог въехать и жить нормально, не ища и не пытаясь докупить каких-то вещей».</p> <p>Сюда же спикер выносит и частичную меблировку. Особо частый вариант — квартиры со встроенной кухней. Ведь это помещение — самый сложный мебельный объект в квартире.</p> <p>«По нашим исследованиям, 99% покупателей покупают кухню в первую очередь, когда въезжают в новую квартиру. В Европе это стандартная практика — невозможно представить себе приобретение квартиры, если в ней не установлена кухня».</p> |
| <p>«Также мы разработали решение для частных покупателей — проект «квартиротека», его даже можно назвать социальным.</p> <p>Наши специалисты разработали дизайнерские решения для типовых квартир. Заказчик может по типу планировки посмотреть квартиру и увидеть, как её можно обставить.</p> <p>Сейчас мы активно работаем над расширением количества доступных планировок. Также есть возможность поиска планировок по адресу, но пока там не очень много точек. Но со временем их будет всё больше».</p> | |
| Шоурум | <p>Ретейлеры считают этот вариант одним из лучших маркетинговых инструментов.</p> <p>«Покупатель сразу может оценить, насколько увиденный им вариант подходит под его настроение, жизненную ситуацию и запросы. У нас есть информация от девелоперов, что наличие шоурума ускоряет реализацию жилья на 20%.</p> <p>Если шоурум обустроен в сдаваемом объекте, то у покупателя есть возможность купить эту квартиру уже полностью обустроенную, с включённой мебелью».</p> |
| Программы лояльности | <p>«В этом случае девелопер покупает у нас подарочные карты с определённым лимитом. Приобретая жильё, покупатель получает эту карту в подарок — у него есть стартовая сумма, когда он может въехать в квартиру и купить для начала самую необходимую мебель. Объём зачислений на карте зависит только от пожелания и возможностей застройщика».</p> |

Так как проект меблировки жилья набирает всё большую актуальность, в 4-м зале 2-го павильона ЦВК «Экспоцентр» воссоздали планировки типовых квартир, на которых участники разместили образцы своей продукции для жилья разного ценового сегмента.

В АМДПР провели расчёт стоимости мебели и её влияния на стоимость жилья.

Расчёт проводился для квартир, комплектуемых минимальным набором: кухня, прихожая, мебель для ваннных комнат.

В ассоциации подтверждают, что поставки мебели для стандартного жилья возможны в любом ценовом диапазоне. Снижение цены для конечного покупателя составит до

50 %

ПОЗВОЛЕНО ЛИ КЛИЕНТУ ВЫБИРАТЬ?

Чуть выше участники обсуждали вопрос того, будет ли предоставлена конечным потребителям возможность выбирать проект меблировки. Конечно, есть потребители, которых устроит стандартный набор мебели, предоставленный производителем, — это компании, специализирующиеся на сдаче жилья в аренду. В таких квартирах люди будут жить не больше недели — временный перевалочный пункт.

Но те, кто покупает квадратные метры для себя, всё же рассчитывают обустроить личное пространство по своему вкусу. И многие ретейлеры и девелоперы считают, что новосёлам необходимо предоставить эту возможность выбора.

«Один из барьеров, который мешает тенденции меблировки квартир стать массовой, — нежелание людей жить в стандартном жилье. Мы знаем, что, даже приобретая одинаковую мебель, покупатель хочет, чтобы его жильё выглядело непохожим на квартиру соседа или друзей».

Поэтому ключ к популярности этого тренда — персонализация. То есть необходимо предоставить максимальные возможности выбора для клиентов.

И идею включения стоимости меблировки в ипотеку мы считаем очень важной, её стоит реализовать», — подчеркнул ИГОРЬ КИСИЛЬ.

ФОРМАТЫ РАБОТЫ С ДЕВЕЛОПЕРАМИ

«Далее по тем форматам, в которых мы работаем с девелоперами. Их достаточно много, потому что мы готовы подстраиваться под разные нужды и запросы

застройщика. Однако мы объединили их в три большие группы: полное обустройство квартир, меблировка шоурумов и участие в программах лояльности для покупателей», — продолжил свой доклад представитель ИКЕА.

Таблица (ИКЕА — форматы работы с девелоперами).

Также представитель шведского бренда в России заметил, что при продаже квартиры с меблировкой ответственность по гарантии несёт именно компания ИКЕА, даже с учётом того, что квадратные метры сдаёт застройщик, девелопер.

СЛОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ

Присутствующие на выставке девелоперы заметили, что меблировку квартиры сегодня сложно оформить юридически. А одна из главных целей обеих сторон — максимально снизить сложность этой процедуры.

«Чтобы увеличить объём предложения квартир с мебелью для клиента, нужно максимально облегчить как для нас, так и для покупателя процесс оформления и продажи/покупки такой квартиры. Для нас не очень просто включить в договор долевого участия мебель с определёнными артикулами. В случае ошибки или неисполнения объёма мы будем нести большие потери в связи с неисполнением такого договора».

Меблировка, вероятно, будет идти как дополнительная функция при покупке, которая увеличит стоимость квартиры на определённое количество рублей, мы сейчас обсуждаем этот момент. В любом случае это должно быть пакетное



Георгий МУСТЯЦ,
генеральный директор
ООО «Чистый лист-М» — участник
экспозиции «Квартиры с мебелью»

«С 2001 года производим корпусную мебель. В 2004 году мы расширили свой ассортимент до откидных кроватей. Но после 2010 года люди узнали о трансформируемой мебели, и нам стали активно поступать заявки на такие модели. С того момента мы расширили свой ассортимент до 25 механизмов трансформации. Некоторые из них мы демонстрируем в новом проекте Экспоцентра.

Такая мебель стала очень востребована, потому что сегодня около 50% жилья — это малогабаритные квартиры.

Мы представляем дизайны планировок таких небольших квартир. Мы можем полностью меблировать площадь в 18 квадратных метров так, что там спокойно могут жить три человека. В такой квартире будет и прихожая, и кухонька, и гостиная с TV-зоной, рабочим столом и откидной кроватью.

Мы уже на практике обустроили жилые комплексы. Кроме того, мы выставляем не только на выставке «Мебель», но и на «Арх-Москва», Batimat Russia и др. Но в основном, конечно, работаем для частного заказчика.

Присутствовали на круглом столе по меблировке квартир, услышали разные мнения. Тоже считаю, что пусть цена на квартиры поднимется, но в конечном счёте потребитель всё-таки выиграет, если в таких проектах будут участвовать добросовестные компании.

Включение мебели в договор долевого участия (ДДУ), введение сертификатов — возможности реализации этого проекта многогранны, можно с любой стороны зайти.

Озвучили множество положительных факторов проекта, но, честно говоря, я пока не могу понять, возможно, это какое-то скрытое лобби».

предложение. Клиент, приобретая такую квартиру, имеет преимущество включения обустройства в ипотечный кредит, а это совершенно другая ставка.

После получения акта приёма-передачи собственник получает сертификат определённого номинала, с ним идёт к производителю мебели и в очень короткий срок выбирает то, что ему нравится.

Как показывает практика, после выбора изделий въехать в готовую квартиру с мебелью можно будет примерно через неделю, если у клиента есть точное понимание, что он хочет там увидеть. Это время уходит на доставку, сборку и установку.

Уверен, что квартиры не только с отделкой, но и с мебелью (в большем или в меньшем её варианте) скоро точно будут главными на повестке дня у застройщиков», — поделился директор по продажам группы компаний «Самолёт» КИРИЛЛ ХРАПОВ.

На мероприятии спикер также отметил, что предоставление выбора мебели клиенту ещё и облегчит жизнь застройщику. Потому что строителям неинтересно и сложно заниматься дизайнерской организацией пространства, просмотром каталогов и закупкой разных моделей.

«Всё бы быстрее сдвинулось с мёртвой точки и набрало обороты, если бы застройщики могли обращаться куда-то в единое окно. И там уже, пожалуйста, закупайтесь в какой хотите компании. Приведу более говорящий пример. До появления UBER или Яндекс-такси этот тип транспорта был не очень популярным. Такси стоило дорого, необ-

ходимо было звонить по куче разных телефонов, узнавать цены и запоминать номера машин. А после появления агрегаторов потребитель уже не обзванивает десятки операторов. Заказ машины технологизировали и облегчили — клиент обращается в одно окно.

В строительстве уровень технологизации растёт семимильными шагами — это вопрос выживания нашей отрасли. Но возможность покупки мебели в квартиру пока не самый инновационный процесс. Кроме того, когда избыточная информация валится отовсюду, стало сложно делать выбор», — добавил Г-Н ХРАПОВ.

В ходе мероприятия активно высказывались и задавали вопросы слушатели. Причём озвучивали моменты, которые не затрагивали спикеры.

«Были выражены сомнения насчёт того, смогут ли мебельщики обеспечить мебелью весь стройкомплекс России. В том, что наши специалисты с этим справятся, я считаю, сомнений нет. Но здесь возникает другой вопрос. На сегодняшний момент цены на железнодорожную доставку подскочили на такой уровень, что таким образом перевозить продукцию становится практически нереально.

Приведу пример: мы отправляем свою продукцию железнодорожным транспортом на Дальний Восток и в то же время в Южную Корею водным транспортом. И скажу вам, в два раза дешевле возить продукцию в Южную Корею по воде. Мне кажется, что это проблема, и над этим вопросом стоит задуматься», — предложил директор мебельной фабрики «Элегия» (город Боровичи, Новгородская область) АНДРЕЙ НИКИТИН. 📍

NESTRO — надёжные решения в сфере аспирации

Потенциал фанерного производства имеет прямую зависимость от продвижения продукции на внешние рынки, что требует от предприятий глобальной модернизации и улучшения качества продукции. И рычагом наращивания доли экспортных поставок выступает именно надёжное современное оборудование.



В условиях многозадачности российских фанерных комбинатов нацелены на уменьшение издержек, связанных с потреблением электроэнергии, аварийными простоями и плановыми остановками на ремонт. Даже при обладании солидным парком современного технологического оборудования, позволяющим выпускать желаемые объёмы продукции, никто не застрахован от появления в промышленной цепи слабых звеньев, тормозящих выход предприятия на 100% мощность. В этой связи основной задачей немецкой фирмы NESTRO на рынке производства фанеры является исключение систем аспирации из списка уязвимых мест.

Ранее для снижения запылённости воздушной среды, в большей степени, решали вопрос сокращения пылевых выбросов, а обеспыливанию рабочей зоны уделялось мало внимания. Используемые методы борьбы с пылевым загрязнением не в полной мере учитывали дисперсный состав и основные свойства древесной пыли, поступающей при выполнении различных технологических операций с древесиной разных пород. Высокая запылённость во многом была обусловлена неустойчивой работой систем аспирации. Эффективность аспирационных установок снижалась по нескольким причинам: из-за образования пылевых отложений на внутренних

поверхностях горизонтальных воздуховодов, выхода из строя забившихся или износившихся аппаратов пылеочистки.

В свете этих объективных факторов, актуальным стал поиск более совершенного оборудования, способного обеспечить надёжность систем аспирации. И уже сейчас NESTRO — признанный профессионал по проектированию и производству вакуумных систем аспирации для деревообработки в Европе и России — предлагает конструктивное решение. Для удаления и эффективной фильтрации пыли на фанерных производствах разработчики компании внедряют вакуумный фильтр JETFILTER. Надёжная многоступенчатая система очистки воздуха даёт возможность потребителям получить следующие выгоды: работать непрерывно 24 часа в сутки, фильтровать и транспортировать более 3 тонн пыли в час, расходовать электроэнергию с экономией до 50% (в сравнении с традиционными системами), очищать воздух до 0,1 мг/м³, а затем возвращать его обратно в цех, экономя до 90% тепловой энергии.

Весь ассортимент фильтров Nestro аттестован по директиве ATEX.

В отличие от предлагаемых на рынке элементов аспирации, в фильтрах NESTRO применяют специальную систему многоступенчатой сепарации и снижения вертикальной скорости при минималь-

ной равномерно-распределённой нагрузке на ткань. Поскольку система аспирации фильтровальной пыли считается пожароопасной, фирма NESTRO рекомендует использовать исключительно вакуумные системы с вентиляторами, расположенными на «чистой стороне».

NESTRO выступает серьёзным гарантом правильного и безопасного варианта аспирации, так как осуществляет комплексное проектирование и производство систем аспирации «под ключ»: вакуумный фильтр, система пневмотранспорта, бункера накопители и системы выгрузки из них, всасывающие трубопроводы и трубопроводы пневмотранспорта, системы искрогашения.

Оптимальную результативность систем аспирации ощутили на самых крупных фанерных комбинатах России, таких как Пермский ФК, Фанплит Кострома, Вятский ФК, ФК Новатор и других.

Компания NESTRO может предложить своим клиентам до 50% экономии электроэнергии, уникальную конструкцию фильтра для работы именно с фанерной пылью, комплексную разработку и реализацию проекта системы пневмотранспорта и накопителей любой сложности, обеспечение максимальной защитой от пожаров, а также бесценные профессиональные знания в комплексе с современным оборудованием.

NESTRO®

ПРАВИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Монтаж и сервис • Проектирование • Доставка от двери до двери • Монтаж и сервис • Проектирование • Доставка от двери до двери • Монтаж и сервис



- СИСТЕМЫ АСПИРАЦИИ, ФИЛЬТРЫ, ВОЗВРАТ ВОЗДУХА, ВЕНТИЛЯТОРЫ
- ПНЕВМОТРАНСПОРТ, СКЛАДИРОВАНИЕ
- ДРОБИЛКИ
- КОТЛЫ АВТОМАТИЧЕСКИЕ НА ДРЕВЕСНЫХ ОТХОДАХ И БИОТОПЛИВЕ
- РАСПЫЛИТЕЛЬНЫЕ СТЕНДЫ ДЛЯ ПОКРАСКИ
- ПРИТОЧНАЯ ВЕНТИЛЯЦИЯ С ПОДОГРЕВОМ ВОЗДУХА
- ШЛИФОВАЛЬНЫЕ СТОЛЫ С ОТСОСОМ ПЫЛИ
- СИСТЕМЫ ИСКРОГАШЕНИЯ

Адрес
головного офиса
в Германии:

Nestro Lufttechnik GmbH
Paulus-Nettelstroth-Platz
Schkolen, Deutschland D-07619
Tel.: +49 36694 41-0
Fax: +49 36694 41-260
E-mail: info@nestro.de

www.nestro.de

Адрес Российского
представительства
в Москве:

ООО «Актив Инжиниринг»
127282, г. Москва
Чермянский проезд, 7
Тел/Факс: +7 495 225 50 45
E-mail: info@nestro.net

www.nestro.net

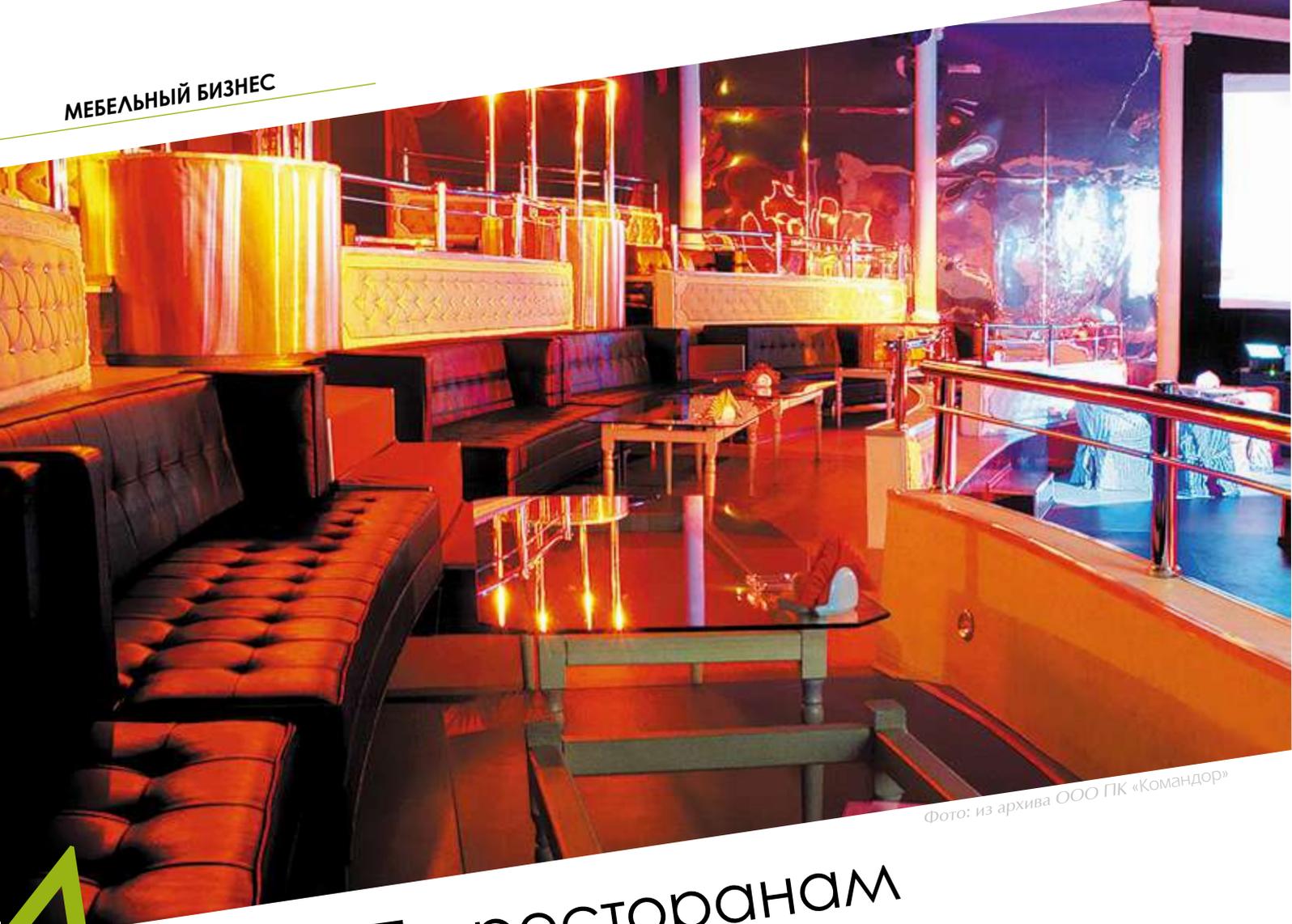


Фото: из архива ООО ПК «Командор»

По ресторанам

Текст: Мария Бобова

«Любовь приходит и уходит, а кушать хочется всегда», — говорит народная мудрость. Именно из-за этого принципа ресторанный бизнес процветает. С каждым месяцем становится всё больше ресторанов, баров, кафе и кофеен. Но в эти заведения потребителей притягивает не только меню, но и особенная атмосфера, которая создаётся благодаря дизайну интерьера, в том числе мебели.

По данным Росстата, в 2019 году количество заведений общепита возросло до 116 000 (в статистику вошли все форматы). А в 2018 году Росстат насчитывал 88 000 предприятий, где только 11 000 приходилось на Москву.

Конечно, это влияет и на рост ниши специализированной мебели. В 2018 году в общем объёме производства изделия для различных заведений (в том числе для ресторанов и баров) занимали лишь 10%. В начале 2020 года специалисты-мебельщики называют уже более высокую долю производства специализированной мебели.

«По нашим оценкам, доля оборота по мебели для HoReCa в общем объёме мебельного рынка составляет 10–15%», — назвал цифру руководитель подразделения нестандартной мебели производственной компании «Командор» ДМИТРИЙ ШИЛКА.

«Эта ниша находится в зоне постоянного роста. Наши заказчики в основном рестораны. И конкуренция в этом сегменте очень жёсткая: на один объект приходится до пяти потенциальных производителей мебели. На наш взгляд,

такая специализированная мебель занимает уже от 20 до 30% рынка в разных регионах», — поделился генеральный директор столярной студии Hardbark АНДРЕЙ ЛЕГИСТАЕВ.

ЧТО ДВИГАЕТ РЫНКОМ?

Есть те, кто скажет: «Да, доля выше, но ненамного, при таком-то количестве заведений». В этом случае не стоит забывать о современном тренде, который сегодня серьёзно трансформирует индустрию общепита по всему миру. Речь идёт о сервисах доставки еды. Этот тренд приводит к тому, что многие кафе уменьшают свои площади, чтобы больше работать на выезд. Но это отдельный сектор, который во многом идёт параллельно с «офлайн-общепитом». Поэтому это далеко не единственный фактор, способный повлиять на рынок специализированной мебели.

«По моему мнению, мебель для HoReCa и офисная мебель связаны и подвержены влиянию одних и тех же факторов. Это может быть и экономический кризис, и изменение уклада жизни (например, растущий рынок фрилансеров, мода на питание вне

дома, рост популярности путешествий и прочее), которые будут изменять состояние сегментов», — высказал мнение ДМИТРИЙ ШИЛКА.

«Основной фактор риска, который может повлиять на рынок, — экономический кризис и как следствие общее снижение покупательной способности населения. Мы, например, работаем с древесиной, потому что на предприятия, использующие этот материал, серьёзное влияние могут оказать сбои с поставками массива и фурнитуры», — дополнил АНДРЕЙ ЛЕГИСТАЕВ.

Тем не менее, по прогнозам специалистов мебельной отрасли, рынок мебели для сегмента HoReCa в будущем будет расти. Есть вероятность, что мебель для кафе, баров и ресторанов может догнать и превзойти по показателям корпусную мебель.

РЕСТОРАННЫЕ ТРЕНДЫ — НЕОБХОДИМАЯ МЕБЕЛЬ

В нише частной мебели своя мода и тренды. На выставке «Мебель-2019» нам говорили о пастельных тонах, керамических и стеклянных столешницах в стиле лофт.

Тренды в мебели для дома и в специализированной мебели пересекаются совсем немного. Дизайнеры отмечают, что общественные пространства требуют совершенно иных решений.

На выставке «Мебель-2019» на мастер-классе «Тенденции в ресторанном бизнесе» дизайнер студии дизайна интерьера MaNe Юлия Матвиенко отметила целый ряд решений, наиболее часто применяемых сегодня в интерьерах ресторанов.

Если говорить об общем внешнем виде заведения, то сегодня популярно придавать обстановке в заведении общепита вид нарочитой старомодности.

В таком случае это мебель из дерева с искусственными потёртостями. В более дорогом сегменте это может быть мебель в классическом и дворцовом стиле с патинированием.

В числе интерьерных трендов также одомашнивание интерьера — использование мягких кресел, скатертей на столах, декоративных подушек и пледов, светильников и бра.

В ресторанах фастфуда сегодня очень популярен стиль лофт — простые металлические опорные конструкции, деревянные сидения и столешницы. Такая мебель достаточно стандартная и надёжная, её куда проще закупить. Ведь в заведении быстрого питания клиент чаще всего приходит только перекусить, не особо обращая внимания на окружающую обстановку.

«Если заведение оформляется в современном стиле, то легко можно проследить влияние зарубежных

мебельных выставок (например, использование определённой фактуры и цветовой гаммы обивочной ткани, форма мебели, светильники и т. д.). Но чаще всего, особенно в Сибири, обстановка заведений HoReCa — это компромисс между модой и вечной классикой. И, повторимся, в такого рода проектах всё зависит от дизайнерской мысли», — заметил ДМИТРИЙ ШИЛКА.

УНИКАЛЬНЫЙ КОНЦЕПТ ЗАВЕДЕНИЯ

Как отмечает специалист Юлия Матвиенко, многие тренды в этой отрасли работают всего несколько лет. В таком случае, чтобы не попасть под спад того или иного модного явления, заведение может, наоборот, стать тотальным арт-объектом.

Сегодня решение также принимают многие рестораторы, разрабатывая уникальную концепцию заведения. В таком случае рассчитывается всё, от цветовой гаммы до мелких декоративных элементов.

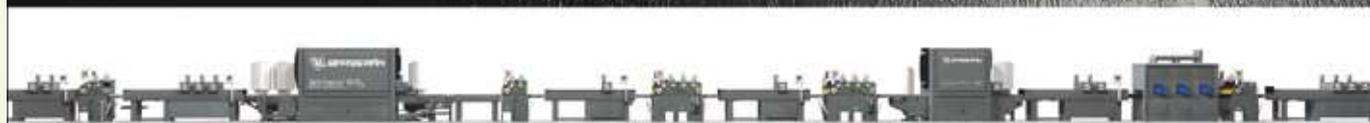
Предметы мебели в таком случае подстраиваются под выбранную тематику. Изделиям придают сложные и оригинальные формы.

Если мебель в стиле лофт для стандартных целей можно закупить напрямую у производителей (есть мебельщики, которые специализируются только на мебели для HoReCa), то тема

Новая революционная технология цифрового тиснения (EIR)

Глубина текстуры от 20 до 120 мкм
Высокопрочная поверхность до AC5 (EN13329)
Непревзойденная четкость текстуры
Отсутствие ограничений по дизайну
Контрасты матовой и глянцевой поверхности

Подходит для любых материалов: SPC, WPC, HDF, MDF и т. д.



machinery for **surface**
FINISHING

TB BARBERAN
S.A. - 1989

www.barberan.com www.eirsurface.com



Фото: hardbark.ru

Решения, наиболее часто применяемые сегодня в интерьерах ресторанов

| | |
|--|--|
| <p>Зонирование пространства</p> | <p>Некую часть помещения отделяют под определённые нужды или задачи. 1. Например, во многих кафе можно увидеть длинные столы и диваны, подразумевающие плотную посадку. Во-первых, в таких заведениях всё чаще проводят время большие компании, которые легко смогут разместиться за такой мебелью. Во-вторых, за одним столом могут оказаться совершенно незнакомые люди, и таким образом их мотивируют на общение. 2. Организация коворкингов и рабочих уголков, где клиенты могут поработать за ноутбуком. Подразумевает создание перегородок, возможно, покупку глубоких кресел и установку дополнительных розеток. В некоторых кафе сегодня можно почитать книги — небольшие библиотеки и буккроссинги размещают прямо в заведении. В таком случае необходимы стеллажи и системы хранения. 3. Создание детских зон и детских кафе подразумевает определённую цветовую гамму и мебель необходимого формата.</p> |
| <p>Работа на показ</p> | <p>Стали более популярны форматы открытых кухонь, когда клиенты могут видеть работу повара. Это подразумевает совершенно другую организацию кухни. Более того, такое помещение должно плавно перетекать в общий зал. В этом случае может потребоваться крупная барная стойка.</p> |
| <p>Учёт сезонности</p> | <p>В тёплое время года людям приятно проводить время на свежем воздухе. В летнюю пору в заведении можно разместить куда больше клиентов, если организовать летнюю террасу. В таком случае необходимо закупить мебель для улицы (например, пластиковую или из ротанга), влагостойкую и не боящуюся света и высоких температур, способную выдержать неблагоприятные условия внешней среды.</p> |
| <p>Моноцвет</p> | <p>Вяние пришло из Европы. В России пока используется не по всей России, больше в Москве и Санкт-Петербурге. Подразумевает выполнение интерьера в одном цветовом решении. Такой интерьер будет пользоваться популярностью у молодых клиентов, активно ведущих страницы в социальных сетях. Необходимы мебель и декоративные элементы в схожих оттенках. Более того, сложно скомбинировать материалы. Такую мебель проще произвести комплектом, потому что необходимо, чтобы разные материалы сочетались по цвету. Например, изделия на металлическом каркасе потребуют порошковой окраски в необходимый цвет.</p> |

тическую мебель часто заказывают сразу в составе дизайн-проекта помещения. «Сначала мы придумываем общий концепт, который включает и меблировку помещения. Определиться с тем, какая мебель должна быть в ресторане или кафе, мы решаем, какому мебельщику можно поручить этот заказ.

Поставщиков и производителей много, мы хорошо знаем рынок, поэтому уже знаем специализации и возможности большинства компаний. Всегда также учитываем скорость выполнения работы и стоимость услуг.

Бывает, что за выполнение проекта готовы взяться несколько предприятий. Чтобы остановить свой выбор на каком-то из них, едем на производство — изучаем парк оборудования, технологии. Особенно интересно сотрудничать с молодыми компаниями, они часто

могут предложить что-то новое», — пояснила ЮЛИЯ МАТВИЕНКО.

Сейчас всё большим спросом пользуются компании и мастерские, которые разрабатывают проект под ключ — создание оригинальной мебели входит в состав услуг.

«Схема у нас отработана. Начинается всё с обработки входящего дизайн-проекта, затем делается сметный расчёт, согласовывается коммерческое предложение, подписывается договор.

Далее — выезд на замеры и разработка эскизов. Затем заказ запускают в производство, после чего происходит монтаж и сдача объекта. И, конечно же, наша компания не забывает о гарантийном обслуживании клиентов.

Техзадание и концепция заведения, безусловно, учитываются, но нельзя не отметить и влияние модных тенденций, например, сейчас на смену стилю лофт

приходит ар-деко, простые, но изящные формы», — рассказал АНДРЕЙ ЛЕГИСТАЕВ.

КАКАЯ ОНА — МЕБЕЛЬ ДЛЯ НОРЕСА?

Начинающие рестораторы, бывает, не видят разницы между мебелью специализированной и для частных квартир. Для мебельщиков же разница очевидна, и о ней стоит неоднократно упоминать.

Дизайн мебели для заведения общественного питания очень важен, но ещё важнее — надёжность, долговечность и характеристики изделия. Это стоит также учитывать и мебельщикам, которые только планируют осваивать направление специализированной мебели.

В кафе, баре или кофейне за день бывает множество людей, в популярном заведении столы и стулья почти не простаивают. Обычные бытовые изделия очень быстро развалятся от такой нагрузки.

Поэтому специализированная мебель должна быть куда прочнее и из более крепких материалов — это плотный пластик, металл, натуральное дерево, качественный текстиль.

При этом мебель не должна быть очень громоздкой и тяжёлой. Бывают ситуации, когда клиенту нужно перенести стул за другой столик — это действие не должно вызывать у посетителя лишних сложностей. Если клиент не сможет пристроиться, он просто подыщет себе другое место. Аналогичная ситуация в случае с целой компанией посетителей — только масштаб потерь выше.

Специализированная мебель должна быть максимально проста в уходе. Поэтому в кафе и ресторанах не увидишь, например, стеклянных поверхностей. Перед приходом нового клиента сотрудник точки должен максимально быстро привести в порядок стол и, при необходимости, диваны.

И ещё один важный фактор — максимальная безопасность.

«При продаже мебели должны предоставляться сертификаты соответствия на применяемые в производстве материалы. Обычно испытания на прочность и долговечность не проводятся, но по желанию производителя в любом центре по

сертификации можно пройти все требуемые испытания и получить сертификат.

Стоит отметить, что в изготовлении мебели многое зависит от качества полуфабрикатов и фурнитуры, которые закупаются производителем. И, как правило, оно определяется ценой. Чем дешевле — тем меньше вероятность, что мебель, изготовленная из них, прослужит дольше нормативных 10 лет, установленных ГОСТом. Поэтому, собственно, и индикатором качества готовых мебельных изделий в большинстве случаев также будет их стоимость», — уточнил ДМИТРИЙ ШИЛКА.

«Основной пакет документов — это противопожарные и прочие сертификаты на материалы, сборочные чертежи, гарантия производителя», — подчеркнул АНДРЕЙ ЛЕГИСТАЕВ.

И, конечно, мебель должна быть по карману. Отметим, что заказывают дизайн-проект обычно заведения среднего сегмента и выше, а значит, и мебель в этом случае обойдётся дороже. Кафе, работающие в экономнише, чаще всего заказывают необходимую партию мебели серийного производства.

Довольно дорогое удовольствие — заказ импортной специализированной мебели. На такое обычно идут премиальные рестораны.

За 8 лет оборот заведений
общепита в РФ вырос вдвое
и достиг

1,434
млрд рублей

Только в июне 2019
прибыль возросла на

2,5 %

в годовом исчислении. При
достаточной прибыли владельцы
заведений готовы больше тратить
на обустройство интерьера.

Гашение искр

Искросигнальный датчик

ТРЕВОГА

ГАСИТЕ ПОКА НЕ ЗАГОРЕЛОСЬ!

GreCon

www.fagus-grecon.com



Филиал в РФ и странах СНГ
117418, г. Москва,
ул. Новочеремушкинская, 61
Тел.: +7 499 128-87-97
Факс: +7 499 128-94-39
Эл. почта info@grecon.ru

реклама

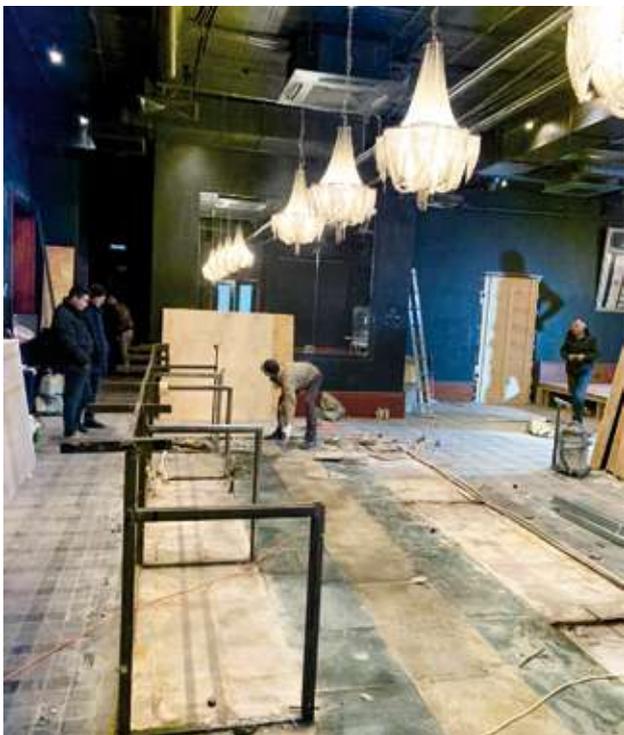


Фото: hardbank.ru

В 2018 году мебель для дома занимает

70 %

офисная мебель —

20 %

от общего объёма;

специализированная мебель для учебных заведений, больницы, ресторанов и прочее —

10 %

Статистика указана в статье «Анализ мебельной отрасли РФ» в сборнике «Социальное и экономическое развитие АТР: проблемы, опыт, перспективы: материалы научно-практической конференции (г. Комсомольск-на-Амуре, 17–26 апреля 2018 г.)».

«Зарубежная специализированная мебель заказывается через официальных дилеров, которые располагают всем необходимым пакетом документов для продаж такой мебели в нашей стране. Импортный продукт привлекателен в первую очередь брендом, качеством изготовления и применяемых материалов. Например, в ассортименте нашей мебельной фабрики есть итальянские фасады, которые выглядят эстетично и дорого, и это вызывает интерес у покупателей», — рассказал ДМИТРИЙ ШИЛКА.

ЗАКУЛИСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Мебельщик может найти себя и в ещё одной важной ресторанный нише — оборудования и кухонной мебели. Как писалось выше, большинство специалистов производят изделия для гостевой зоны (столы, стулья, вешалки) и немного для зоны продаж (барные стойки и стеллажи).

Но требует обустройства и менее презентабельная зона — кухня.

В этом случае потребуются крепкие металлические стеллажи для хранения инвентаря, посуды и продуктов.

Конструкция такой мебели представляет собой опорные элементы, на которые закрепляются полки — минимум дизайна и максимум надёжности. Такие изделия изготавливают исключительно из плотной стали. Необходимо, чтобы стеллаж выдерживал более тонны веса. Также это должны быть марки стали, не боящиеся влаги.

Ещё в зоне кухни в заведении общепита необходимы производственные столы — их также выполняют из металла.

Дополнительно ресторатору могут понадобиться навесные полки, шкафчики для хранения уборочного инвентаря и шкафчики для персонала.

ЗА ДВУМЯ ЗАЙЦАМИ — ВЫГОДНО

Специалисты считают, что для мебельщика всё же рентабельнее работать на несколько рынков. Как мы уже писали выше, объём специализированной мебели в общем потоке производства пока не так велик, а конкуренция при этом большая.

«Для поддержания стабильности лучше не замыкаться и ориентироваться как на рынок B2B, так и на B2C. Но всё-таки основной акцент мы делаем именно на B2B, потому как именно здесь мы можем заключить «длинные» контракты, что, в свою очередь, даёт стабильность и возможность инвестировать в развитие производства.

Некоторые заказчики, стараясь снизить риски и затраты, пытаются разместиться у нескольких подрядчиков. Но для нашей компании такие проекты не всегда выгодные, целесообразнее забирать проект под ключ. Это позволяет минимизировать издержки и оптимально загрузить производство.

Работа с корпоративным клиентом может окупиться достаточно быстро при условии поддержания определённого уровня качества и потока клиентов», — посоветовал Андрей Легистаев.

«По нашему мнению, сбалансированный портфель должен на 80% состоять из корпоративных заказчиков и на 20% — из частных», — подсчитал ДМИТРИЙ ШИЛКА. 📊



www.edlichka.net

ПРОИЗВОДИМ И ПРОДАЁМ!

КРОМКА ПВХ

- любая толщина от 0,4 мм до 2 мм;
- любая ширина от 13 мм до 250 мм;
- более 600 декоров;
- нанесение клея -расплава;
- возможен подбор под плиту заказчика.

КРОМКА ИЗ ШПОНА

- ширина от 14 мм до 200 мм;
- шлифованная, на флисе, возможно с клеем-расплавом;
- толщина 0,6 мм;
- дублированная, толщина 0,3 мм;
- длина рулона 250 м;
- производство материала из шпона заказчика.

МЕБЕЛЬНЫЕ ПРОФИЛИ

- более 20 форм (16, 18, 22, 25, 32, 38 мм);
- более 50 декоров;
- оперативное изготовление.

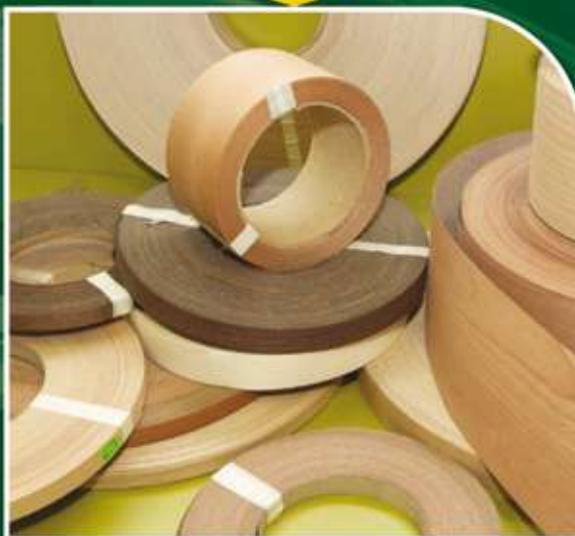
! **БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА
ДО ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ!**

**ПРИГЛАШАЕМ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ**

ВЫСЫЛАЕМ ЭКСПРЕСС-КОЛЛЕКЦИЮ ПО ЗАПРОСУ!!!

8-495-259-61-17
www.кромка.рф | www.ztmk.ru

**СМОТРИТЕ И ПИШИТЕ !!
ЗВОНИТЕ!!**



реклама

Комплексная автоматизация. Когда каждый на своём месте

«Я за разделение труда, доктор. В Большом пусть поют, я буду оперировать». Профессор Преображенский

Автоматизация – расхожий термин сегодня. Люди жаждут свободы, сверхприбылей и конкурентных преимуществ. И всё это, желательно, в короткие сроки и за умеренную плату, и пусть рутину делают машины. Главное не требовать от программ невозможного. О заблуждениях потребителей и о реальных возможностях современного мебельного софта нам рассказал руководитель направления продвижения отраслевых продуктов ООО «Центр Развития САПР «ГеоС» Дмитрий Стекляннов.



ДМИТРИЙ СТЕКЛЯННОВ,
руководитель направления
продвижения отраслевых продуктов
ООО «Центр Развития САПР «ГеоС»

«Мы являемся разработчиками мебельного софта для автоматизации проектирования корпусной мебели «КЗ-Мебель». Ежедневно общаясь с владельцами мебельных компаний и фабрик, мы заметили, что среди «мебельщиков» бытует опасное заблуждение на предмет автоматизации. Они считают, что достаточно купить «правильную» программу и настроить «большую красную кнопку», и всё заработает само и как надо. Уверяем вас, что таких автоматических решений в принципе не существует, равно, как и «идеальной» программы, способной «закрыть» все участки работ мебельного бизнеса и связать их воедино.

Задачу нашей программы мы видим в том, чтобы она хорошо делала то, что умеет: принимала заказы, проектировала мебель и получала отчеты, и при этом, что очень важно, обеспечивала надёжную стыковку с уже работающим на предприятии софтом. Причём эта стыковка должна быть как в одну сторону, так и в другую. Для нас это и есть комплексная автоматизация: когда каж-



дый на своём месте хорошо делает своё дело и результаты складывает в общую корзину.

Например, есть система «IC». Она стала де-факто основной бухгалтерской программой для всей страны. И мы считаем, что здесь нам ничего изобретать не надо. Софт, предназначенный специально для бухгалтерского учёта, всегда будет «считать» лучше других.

Начиная с 2008 года, на целом ряде мебельных предприятий эффективную работу в «КЗ-Мебель» (проектирование, продажа и подготовка производства) успешно объединили с бухгалтерским, складским и управленческим учётом, осуществляемым в специализированных приложениях, в частности, «IC». Это позволило органично вписаться в имеющуюся инфраструктуру, не перестраивая её полностью.

Как мы уже говорили, при разработке «КЗ-Мебель» мы сфокусировались, в первую очередь, на основных задачах, которые стоят перед мебельным софтом, и преуспели в этом. «КЗ-Мебель» универсальна. Программа работает со всеми видами мебели: с типовой, стандартной и инди-

видуальной. Она одинаково эффективно «проектирует» и «продаёт». Она быстра при приеме заказов, многофункциональна и наглядна при проектировании, точна при подготовке документов и «всеядна» при стыковке со станками с ЧПУ (на сегодняшний день программа может работать с любым из самых распространённых станков), с бухгалтерскими, учётными и складскими программами.

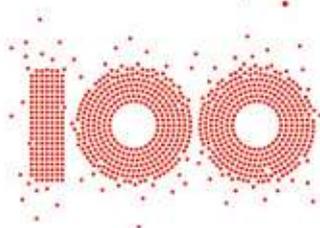
Мы сделали «КЗ-Мебель» открытой и гибко настраиваемой. Вы сами можете дополнять, изменять и заново создавать базу данных, в соответствии со спецификой вашей фирмы, задавать собственные способы построения изделия и разрабатывать новые функции. Передавать данные из КЗ на станки, в бухгалтерские, учётные и складские программы. Вся информация о материалах, фурнитуре и изделиях содержится в таблицах форматов MDB, MS Sql, позволяющих сочетать приём и ведение заказов в КЗ с работой в других программах учёта. А уже по готовой модели КЗ-Мебель создает файл в формате управляющей программы станка, например, MPR, CNC, XML и др.



СОЗДАЕМ ЕДИНУЮ СРЕДУ.
ПОНЯТНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ
С КЗ-МЕБЕЛЬ



www.k3-mebel.ru
8 (495) 155 75 64



Держим
свое
слово.
С 1919

100 лет развития – всегда в яблочко

Jowat предлагает индивидуальные клеевые решения для многих отраслей промышленности.

Мы разбираемся в склеивании, как никто другой, причем во многих отраслях.

Для инновационного ассортимента продукции - наше превосходное обслуживание – «сделано в Германии».

www.jowat.ru

Jowat
Промышленные клеи



ЗА КАКИМИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ КЛЕЯМИ БУДУЩЕЕ?

Рынок клеев достаточно стабильный, но и в нём за последнее время произошли важные изменения. Однако из-за жёсткой экономики, консерватизма, свойственного менталитету, и особенностей отечественного рынка многие российские мебельщики пропускают ряд решений в этой нише. Хотя эти продукты имеют значительные преимущества перед традиционными вариантами, отмечают специалисты немецкой компании JOVAT SE (АО «ЙОВАТ»).

Что двигает рынок промышленных клеев?

Клеевые материалы являются одним из основных компонентов при производстве мебели. Ведь при появлении новых конструктивных и декоративных материалов неизбежно встаёт вопрос их соединения или комбинирования в процессе производства.

То есть, линейка поставляемых компонентов (в том числе клеев) во-многом зависит от веяний моды и дизайна на конкретном рынке.

Например, вечная борьба «синтетические материалы против натуральной древесины» находит своё отражение в появлении новых отделочных материалов. Ведь на сегодняшний момент уже не каждый специалист сохodu отличит деталь из натурального массива от детали, облицованной новейшим пластиком или плёнкой.

Клей лишь опосредованно участвует в этой «борьбе», ведь он спрятан глубоко внутри. Но фирмы-производители клеев всегда отслеживают появление подобных новых материалов, чтобы вовремя предложить технологам соответствующее решение.

Например, в последнее время на рынок вышел новый плитный материал TSS, а это значит, что необходимо предложить новое решение по работе с этим материалом.

Ещё один пример – это мебельные фасады, которые предлагаются на рынке в различных дизайнерских и конструктивных решениях: цельно массивные, крашенные из МДФ, МДФ облицованные термопластичными плёнками или пластиком. В зависимости от веяний моды тот или иной клей может применяться в процессе их производства, или не применяться вообще.

Инновационные варианты

Будущее – за более технологичными, чистыми в производстве и эксплуатации материалами. Например, в области клеев для кромки – это клеи-расплавы на основе полиолефинов и полиуретана.

К сожалению, новые высокотехнологичные клеи на основе полиуретана и полиолефина с трудом пробивают себе дорогу на российский рынок. Несмотря на очевидные преимущества (более высокая прочность склеивания, повышенная термо- и влагостойкость) по сравнению с классическими клеями-расплавами на основе ЭВА, новые материалы с трудом находят своего

потребителя из-за ориентированности мебельных предприятий на низкий ценовой клеевой сегмент.

Хотя в большинстве стран-лидеров в производстве мебели подобные передовые клеевые материалы не нуждаются в дополнительных путях продвижения и за счёт своих очевидных преимуществ легко заменяют старые классические клеи.

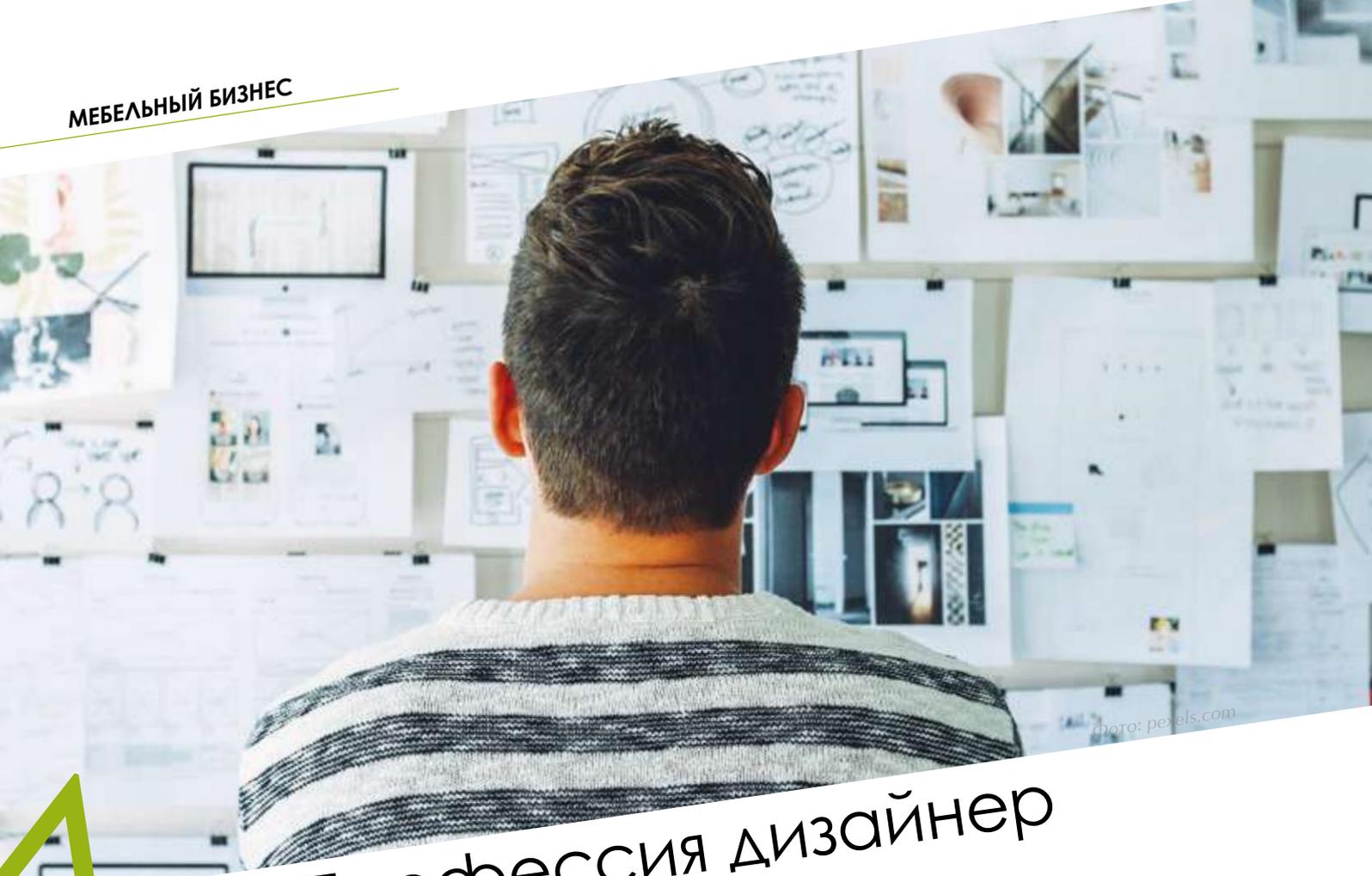
Современный значит безопасный

Фирма JOVAT постоянно отслеживает все новые требования к безопасности как своих клеев, так и конечных изделий, произведённых с применением нашей продукции. Это объясняется весьма жёсткими требованиями или соответствующих сертифицирующих органов Евросоюза.

Как результат, многие материалы проходят путь от классического химического материала, оказывающего определённое отрицательное воздействие на человеческий организм, до модифицированного материала с теми же технологическими параметрами, но абсолютно безвредными.

Многие современные клеи даже не содержат опасной маркировки – вместо неё новые отметки: «без пластификаторов», «низкоэмиссионный», «MR», «с пониженным содержанием мономера». Конечно, такие материалы дороже традиционных, ведь подобная доработка, а особенно, сертификация, требуют дополнительных затрат времени и значительных средств. Однако, к нашему удивлению, на подобные вещи все чаще обращают внимание и российские потребители.

Из-за некоторых особенностей российского рынка ассортимент компаний-продавцов стал, к сожалению, меньше. Например, практически перестали поставлять клеевые материалы для мягкой мебели, так как на рынке РФ востребованы только низкопроизводительные клеи с низким сухим остатком до 39%. Многие мировые производители давно перешли на материалы с высоким сухим остатком (более 60-70%), которые обеспечивают более высокое качество склеивания поролона и практически не горючи.



Профессия дизайнер в России

Текст: Мария Бобова

С каждым годом в российской мебельной отрасли всё активнее начинают обращать внимание на уникальный промышленный дизайн. Это подтверждают в том числе отраслевые конкурсы, которые видоизменяются и привлекают большое количество участников. В рубрике «Горячие новинки» мы делали отчёт с двух дизайнерских отечественных конкурсов. ARTLIGA — более молодой, но при этом чуть более новаторский. «Российская кабриоль» — конкурсный ветеран, успевший отразить в себе немного советских традиций, а сегодня ставший на путь модернизации.

Что же именно и по какой причине решили изменить в премии «Российская кабриоль»? Ведь все перемены обязательно отразятся на дальнейших работах участников. Об этом мы спросили одного из членов жюри конкурса 2019 года.

«Смысл перемен, пожалуй, был в том, чтобы присуждать премию за лучший дизайн, ведь в мебельной отрасли можно оценивать многое — качество изготовления, продаваемость и т. д. В предыдущих премиях «Российской кабриоли» не всегда можно было понять, за что конкретно присуждают приз, потому что был такой формат.

Сейчас с учётом того, что судейский состав состоит из людей, каждый из которых имеет некий вес в мире дизайна мебели, представляемый предмет будут объективно оценивать именно с точки зрения дизайна.

Количество номинаций сократили значительно, в несколько раз — в итоге в этом году их было 5. Однако в следующем году мы всё же планируем немного доработать и расширить этот короткий список и более чётко обозначить направления. Потому что есть предметы, которые невозможно внести в одну категорию. Например, одна из номинаций — «Кухонная мебель». Но ведь в этом направлении нельзя сравнивать, что лучше — кухонный гарнитур или обеденный стол — это несравнимые вещи.

Конечно, трансформация — дело непростое. Во-первых, существует много бюрократических проволочек, во-вторых, премия с такой большой историей в принципе не может быстро перестроиться. Но это только начало, мы продолжим работать над форматом мероприятия, чтобы оно было более современным и актуальным. Тогда и представленные на конкурс будут соответствовать этим критериям. Это важно!

В номинации «Офисная мебель» мы никому не смогли присудить премию, потому что, объективно говоря, уровень работ был очень низок. У нас вообще с сегментом мебели офисной, коммерческой, для масс-маркета всё довольно печально.

Зато порадовали работы в последней номинации Future Stars. Она продемонстрировала, что есть молодые российские дизайнеры, которые могут создавать по-настоящему крутые и интересные вещи.

И я надеюсь, благодаря обновлённой премии удастся объединить дизайнеров и производителей для того, чтобы они вместе смогли создать что-то соответствующее текущим трендам и (объективно) уровню европейских коллег», — прокомментировал дизайнер, основатель и руководитель мебельной фабрики Moonzapa (ООО «Мунзана») МАКСИМ ОКТЯБРЁВ.

То есть в некоторых дизайнерских направлениях, по оценкам экспертов, у нас не всё хорошо. Однако при этом немало

молодых специалистов, работы которых способны конкурировать с европейскими проектами.

В связи с этим мы задумались о том, каково быть промышленным мебельным дизайнером в России? Какой он — отечественный дизайнер? В чём его «фишка» и что ещё следует подтянуть? Каким должен быть современный дизайнер и как такой специалист может отточить мастерство и пополнить своё портфолио?

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ

Прошедшая война, менталитет страны, сочетающей в себе множество разных наций, политико-экономическая обстановка — всё это наложило отпечаток на формирование отечественного промышленного дизайна.

В послевоенные 1950-е людям вообще было не до эстетики. Перед производителями стояла задача в самые короткие сроки создать экономичный и функциональный продукт для массового потребителя. А уже в дальнейшем дизайн, в том числе мебельный, подпадает под государственную политику. Создаётся система художественно-конструкторских организаций во главе с Институтом технической эстетики — ВНИИТЭ.

Цель этих организаций была та же — удовлетворить массовый спрос, сделать мебель доступной. Однако она уже начинает приобретать уникальный внешний вид, некое своё лицо. За 1970-е и 80-е годы создали невероятное количество практически epochальных вещей, таких как фотоаппарат «Зенит», автомобиль «Москвич», холодильник ЗИЛ и т. д. Мебель во многом не стала исключением, полированные «стенки» до сих пор можно найти в российских домах.

Стиль стал меняться с началом 1990-х и окончательно сменил формат после развала СССР.

«В Советском Союзе был неконкурентный, ненасыщенный рынок, мебель фактически забирали с асфальта, поэтому проектная деятельность сводилась скорее к унификации, к грамотной логистике. Привлекать к себе внимание

какими-то wow-эффектами не нужно было.

После перестройки и распада Союза, когда всё изменилось, начался тоже довольно интересный этап развития. В этот период людям снова потребовалось проектирование мебели, но это был в основном частный клиент с так называемой «Рублёвки». Для таких покупателей делали заказные, несерийные продукты — кабинеты из вишни, «пузыри», то есть делали упор именно на стилевое проектирование.

Чуть позже заново стали возрождаться мебельные фабрики. Потребителю открылся западный мир, и ему теперь хотелось зарубежных «стенок», зарубежной мебели. В ответ на такой спрос производители начали копировать импортный продукт — в основном потому, что потребности в отечественном дизайне не наблюдались. И поэтому дизайнеры на производствах были не особо нужны. Рынок требовал хорошие копии подешевле, этим производителям и занялись.

И только примерно 5–6 лет назад, а может, и раньше у отечественных мебельных фабрик появились амбиции, многие захотели демонстрировать свой продукт на зарубежных выставках, а с копиями на таких площадках особо не покажешься. Вот тогда производители и начали активнее обращаться к дизайнерам, в частности к нашему вузу, к нашим студентам и выпускникам. Можно сказать, наступила новая эра в промышленном, в частности в мебельном отечественном, дизайне», — пояснила дизайнер, доцент кафедры дизайна мебели МХПА имени С. Г. Строганова ЕЛЕНА ЧЕБУРАШКИНА.

КОПИРОВАНИЕ И СКУДНОСТЬ МАТЕРИАЛОВ

Сразу оговоримся, в определённой степени совсем без копирования в мебельной отрасли обойтись сложно. Как говорится, «велосипед» уже давно изобретён, а рынок достаточно насыщен. К тому же есть тренды и спрос, которым

любой уважающий себя мебельщик будет следовать. Но изделия определённо должны иметь уникальный стиль и лицо. И здорово, когда дизайнеры применяют в мебельной промышленности редкие материалы, но это больше свойственно коллекционной мебели. Примеры таких линеек можно увидеть в нашей рубрике «Уникально».

Тем более, как сказали выше, в России есть молодые специалисты, способные привлечь внимание необычными и оригинальными решениями.

Однако эксперты отрасли отмечают: чрезмерно копировать без намёка на новшества — недостаток, свойственный многим представителям российского дизайна.

«Возвращаясь к «Кабриоли», могу сказать, что самые слабые работы были представлены в категории корпусной мебели. Если выйти за рамки конкурсных работ, проблема обретает масштабы рынка в целом.

А заявка на премию подразумевает новаторство либо в идеях, либо в каких-то технологических решениях. Я, к сожалению, многократно видел «повторение чужих повторений». Это копирование без переосмысления в свете последних веяний и тенденций. В основном всё выражается в использовании новых эггеровских декоров, отделок и финишей. Может это считаться заявкой на новаторство? На мой взгляд, нет», — высказался МАКСИМ ОКТЯБРЁВ.

Аналогичные мнения встречаются не только у столичных дизайнеров, но и у специалистов, работающих в регионах.

И, возможно, копирование — это лишь очередной этап развития, который необходимо пройти.

«По моему видению, в большинстве своём современный дизайн мебели развивается по такой схеме: условно, на выставке какая-нибудь передовая итальянская компания представила стилистическую линейку мебели или светильников. Дизайнеры посмотрели на это, ухватили передовые направления и начинают копировать. Это очевидно. На мой взгляд, мы ещё только учимся создавать свою уникальную отечественную



Мягкая мебель «Витек»: Ставропольский край, г. Георгиевск, ул. Кленовая 7, +7 (928) 300-22-02, +7 (928) 829-70-00, info@vitek-mebel.ru



Мы продаём только то, что создаём сами!

Instagram-страница: **vitek_mebel**

www.vitek-mebel.ru



Ставропольский край, Георгиевский район, ст. Незлобный, ул. Ленина, 477
Региональный склад: г. Краснодар, ул. Троицкая, 137, +7-938-414-44-14

реклама



Максим ОКТЯБРЁВ,
основатель и руководитель
мебельной фабрики Moonzana
(ООО «Мунзана»)

«Многие дизайнеры часто задумываются о создании собственного салона, мастерской или студии. Отмечу как человек, которому это удалось, это адски сложно, потому что производство невозможно организовать в одиночку. Необходимо обзавестись качественными партнёрами, обязательно компетентными в той области, в которой ты собираешься работать. Если это удаётся, то дизайнер имеет возможность нести в массы своё уникальное видение, свою уникальную концепцию.

Но всегда стоит помнить, что всецело за коммерческий успех компании отвечаешь в первую очередь ты и как владелец, и как дизайнер».

мебель. Это как в случае с китайскими производителями — они копировали-копировали, а сейчас активно начинают создавать свои оригинальные и интересные вещи.

То есть, если правильно копировать, то скоро мы, вероятно, сможем прийти к собственному стилю. Конечно, отдельные наши специалисты способны создавать дизайнерские изделия, но признаемся, таких людей немного», — дал оценку руководитель дизайн-студии интерьеров «RUSKIN» АЛЕКСЕЙ РУСЬКИН.

К недостаткам причисляют также не очень широкую сырьевую базу.

«Чего не хватает? Мебельный рынок на 95% состоит из ДСП различных цветов, фактур, отделок, имитаций каких-либо материалов (камня, дерева и т. д.). На мой взгляд, это одна из крупнейших проблем нашего рынка.

Конечно, в какой-то степени мы ограничены в материалах, потому что мебель, например, из натурального дерева, к сожалению, недоступна большинству нашего народонаселения. Поэтому мы не можем повсеместно использовать дерево в мебельной промышленности, существует ценовая сегментация.

Но ведь сейчас ситуация такова, что даже в условиях таких ограничений есть современные технологичные материалы, которые вполне могут прийти на смену тому же ДСП.

Что уж говорить про современные материалы — есть фанера, которой на самом деле несколько веков. Технологию изготовления этого материала проработали задолго до появления ДСП. Но, к сожалению, почему-то на российском рынке она недооценена, и её практически не используют. Хотя на примере той же ИКЕА видно, что мебель можно подчеркнуть сделать из фанеры, это особенная дизайнерская фишка», — подчеркнул МАКСИМ ОКТЯБРЁВ.

ДИЗАЙН УНИВЕРСАЛЕН

Некоторые эксперты рекомендуют отказаться от чрезмерной критики отечественного дизайна. Многие проблемы берут корни во многом в социально-экономической ситуации, ими нельзя «мерить» профессию в целом.

«Какие проблемы у отечественного дизайна? Наверное, единственная его про-

блема, что он не всегда международный. Нашим специалистам часто сложно выходить на мировую арену. Порой люди просто-напросто не владеют английским на должном уровне, а есть те, кто банально побаивается.

А ведь часто за рубежом совершенно другое отношение к дизайну, труд таких специалистов там ценят куда больше. Об этом говорят даже не зарплата или благодарность клиентов, а просто понимание производителями мебели того, что дизайнер на предприятии необходим. На этого специалиста заложен бюджет, к нему прислушиваются. А не так, как на некоторых отечественных фабриках: даже если дизайнера наймут, в итоге делают так, как считают нужным.

Поэтому какого-то особенного отечественного дизайна нет, есть отношение к профессии. Когда проект хороший — он хороший, и совершенно неважно, российский он или нет.

Даже именитость создателя в промышленном дизайне не особо важна. Нет такого, что «пойду сейчас и куплю тумбочку, потому что она от российского дизайнера». Это свойственно только в галерейном, коллекционном и арт-дизайне, когда имя автора особенно важно. Если светильник или диван эстетически интересный, качественный и функциональный, то массовому потребителю абсолютно всё равно, кто его спроектировал», — уточнила ЕЛЕНА ЧЕБУРАШКИНА.

КАКОЙ ОН, СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙНЕР?

Особенно это важно при найме специалиста на работу. Какими качествами должен обладать дизайнер, работающий на современном мебельном производстве?

«Дизайнер, помимо хорошего соответствующего образования, должен иметь релевантный опыт работы у реальных производителей. Нужно постоянно ориентироваться в рынке, быть в курсе текущих трендов. Посещать мировые выставки, отслеживать, что делают другие, а лучше всего всегда следить за компаниями объективно выше своего уровня. Это даёт возможность расти и приобщиться к опыту звёзд мировой величины. Если у дизайнера есть возможность поработать с европейскими производителями, то его

нельзя упускать. Это неоценимый опыт, сразу будет видна разница в подходах.

А чего делать не следует ни в коем случае, так это, пожалуй, идти за вдохновением в мебельные торговые центры экономкласса», — пояснил МАКСИМ ОКТЯБРЁВ.

«Допустим, в работе с общественными пространствами (в сфере кафе, ресторанов) в любом случае не обойтись без креатива. Также он должен учитывать ряд дополнительных моментов, например, эргономику, и знать, как в зале будут рассаживать людей.

Для частных помещений это умение работать с цветом, с различными материалами, конечно, знание последних трендов и умение правильно применить их в работе.

Более того, дизайнер должен уметь оценивать интерьер в трёхмерном мышлении. Это отличается, кстати, от 2D-мышления», — перечислил АЛЕКСЕЙ РУСЬКИН.

ИЗМЕНИТЬ ОТНОШЕНИЕ К ПРОФЕССИИ

Зачастую проблема состоит не в том, что у дизайнера нет каких-то качеств или опыта, а в том, что руководители фабрик не всегда осознают, что должен делать дизайнер. Они хотят получить «универсального бойца», который и дизайн придумает, и мебель сконструирует, ещё и продаст.

«Мебельщики говорят о дефиците дизайнеров-конструкторов, но стоит внести ясность: «дизайнер мебели» и «конструктор мебели» — совершенно разные профессии.

Когда их объединяют в одну специальность, получается посредственность: дизайнер, который боится сделать что-то смелое, интересное, новое, потому что конструктив не позволит, и конструктор, который не может «додизайнерить».

По мнению многих наших мебельщиков, дизайнер-конструктор он должен быть многостаночником: и снабженцем, и дизайнером, и конструктором, и цветоведом, и искусствоведом, и продавцом, и столяром ещё неплохо бы.

А ведь в транспортном дизайне, например, таких специалистов часто даже держат на отдалении, и работают они в разных городах. В одной точке дизайнер разрабатывает проект, потом перенаправляет его в конструкторское бюро, где уже решают, как это изготовить.

Конечно, всегда хочется иметь одного универсального человека, который сможет решить все вопросы фабрики. И выпускники нашей кафедры действительно проходят отдельные курсы и по технологии, и по конструированию, и, конечно, получают такой опыт на практике. Но главная наша задача как специализированного вуза — чтобы они умели проектировать в соответствии с поставленной задачей.



Алексей РУСЬКИН,
руководитель дизайн-студии
интерьеров «RUSKIN»

«В пополнении сырьевой базы очень помогают отраслевые выставки. Есть возможность всесторонне изучить материалы, сфотографировать, побеседовать с продавцом, а ещё лучше с производителем. Для представителя региона особенно полезно, потому что многих материалов в том же Краснодаре просто нет, их надо заказывать из Москвы, но для начала о них, в принципе, нужно узнать».

Akrilika®

APIETRA

83 оттенка искусственного камня
18 оттенков под мрамор
Практичный материал
по доступной цене

akrilika.com

реклама



Елена ЧЕБУРАШКИНА,
дизайнер, доцент кафедры дизайна
мебели МХПА имени С. Г. Строганова

«В конкурсах полезно участвовать не только студентам, но и уже давно практикующим дизайнерам. Из российских ARTLIGA хороший конкурс. «Российская кабриоль» сейчас полностью переформатируется, становится на новые рельсы, и думаем, что всё у неё будет хорошо.

Из зарубежных конкурсов самый стабильный — это Salone Satellite.

Он хорош тем, что это событие активно освещают в СМИ и есть реальная возможность заявить о себе. Кроме того, на московском Salone Satellite (на этапе в «Крокус центре») ребята располагаются в самом проходном месте, благодаря чему можно услышать реальное мнение о своём проекте, увидеть реакцию журналистов, обычных потребителей, послушать критику, часто довольно жёсткую, но честную, а не похвалы от преподавателей и родных.

Lexus Design Award тоже хороший конкурс.

В Pure Talents Contes очень сложная подача заявки, а также у участника должен быть аккаунт во всех соцсетях, у продукта обязательно должен быть готов прототип. И, в принципе, туда мало людей отбирают.

Информацию о различных конкурсах можно отслеживать на сайте ARCHITIME.

Но сейчас конкурсы часто проводят и частные предприятия, и организации. Многие компании сами приходят к нам в «Строгановку», мы совместно с ними организовываем конкурсы именно для наших студентов. Но это всё же внутренние конкурсы, в них, наверное, невозможно поучаствовать другим молодым специалистам».

Согласно информации на официальном сайте «Мобильного музея дизайна», термин «дизайн» до рунбежа 1970-х считался буржуазным и не употреблялся применительно к СССР.

Обязательно нужно, чтобы дизайнер и конструктор в рамках предприятия могли взаимодействовать, чтобы они нашли общий язык. Это, к сожалению, очень редко случается. Обычно конструктор всегда винит дизайнера, а дизайнер всегда винит конструктора.

К тому же мебельные компании экономят часто на дизайнерах, потому что копировать всё ещё иногда и проще, и удобнее», — обозначила проблему ЕЛЕНА АНДРЕЕВНА.

То есть мебельщикам тоже следует менять подход в работе с дизайнерами.

«В Европе дизайнера как специалиста оценивают совершенно иначе, планка очень высокая. В России кто такой дизайнер на мебельном производстве? Он, естественно, не директор, не состоит в коммерческом отделе, он рядовой сотрудник, часто даже не сильно связанный с производственным процессом.

В Европе чаще всего ситуация обратная: дизайнер целиком и полностью отвечает за направление производства этой компании. Это будет креативный директор, который будет присутствовать на всех внутренних совещаниях, в том числе по вопросу коммерческой составляющей продукции и дистрибуции. Он должен знать и отлично понимать все эти процессы, поскольку это неотъемлемая часть его деятельности», — дополнил МАКСИМ ОКТЯБРЁВ.

ОБУЧЕНИЕ ДИЗАЙНЕРОВ В РОССИИ

Из отечественных вузов обычно особенно выделяют московскую «Строгановку» (академия им. С. Г. Строганова), академию имени Штиглица в Санкт-Петербурге, УралГАХА в Екатеринбурге, а также Британскую высшую школу дизайна, филиал которой есть и в столице.

Многие специалисты-мебельщики могут сказать, что в современной системе образования категорически не хватает практики. В случае с обучением дизайнеров преподаватели отвечают: практики сегодня достаточно, в вузы сами производства обращаются, приглашают на практику. А вот чего порой недостаточно, так это энтузиазма самих студентов.

«Повторюсь, далеко не все владеют английским. Вероятно, стоило бы как-то ввести отдельным предметом деловой английский.

И активности, возможно, чуть-чуть не хватает. Мало студентов, которые стараются всё попробовать, стремятся везде поучаствовать. А ведь дизайнер — это профессия активных людей, они не могут быть пассивными. Нужно постоянно практиковаться».

Участвовать в конкурсах — это очень полезно и хорошо для портфолио. Но самое главное, это всё же практика с реальными заказчиками и производителями. Поэтому студентам должны писать в разные компании, проситься на стажировки.

Мы стараемся со своими студентами со второго курса подключать только реаль-

ные ТЗ, от реальных производителей. Это настоящая практика, потому что они проецируют в заданных ограничениях, не искусственно заданных, а заданных рынком.

Во время обучения они проходят обязательно две летних практики, от месяца до трёх на реальных производствах или в интерьерных компаниях, где решают реальные задачи», — подметила Елена Чебурашкина.

В других регионах с обучением дизайнеров дела обстоят хуже.

«Я окончил Краснодарское художественное училище и Кубанский государственный университет.

Что касается училища, то там я получил основную базу, художественное воспитание, умение делать композицию и свет.

В университете была защита диплома по интерьеру, я также получил там азы. Но нигде не было особой практики, не было углубления в реальную работу. Когда потом по выходу сталкиваешься с конкретными проектами, видишь, что там совершенно другая атмосфера, другие требования и сроки. Весь свой опыт я получил уже по выходу, на реальной работе.

Сегодня в Краснодаре открылось много других заведений, и вроде люди, которые оттуда выходят, более квалифицированные, у них более странственное мышление, более интересные идеи. Но всё равно выпускникам не хватает технических знаний и умения укладываться в сроки», — прокомментировал АЛЕКСЕЙ РУСЬКИН.

И всегда стоит учитывать, в каком направлении дизайнер работал — в индивидуальном или серийном. Если специалист переходит в другое направление, требуется время на адаптацию. И большинство специалистов всё же отмечают, что работать с массовым продуктом сложнее.

«С серийкой работать, безусловно, сложнее, потому что массовость подразумевает ещё и определённые бюджетные ограничения. Приведём в пример разработки крупных мебельных брендов. Их вещи простые, дешёвые, иногда не очень качественные, но они есть во многих домах. В какой-то степени это показатель некоего успешного дизайна», — заметил МАКСИМ ОКТЯБРЁВ.

«Свои нюансы есть в каждом направлении, и сложно сказать, какое из них сложнее. Но серийное всё же подразумевает больше ответственности.

В индивидуальном дизайне ты сделал кому-то, условно, детскую в квартиру, и о том, что она не очень удалась, узнают только заказчики, их дети и несколько знакомых, которым они пожалуются. А в серийном дизайне значительно больше этапов проработки, и в случае неудачной партии убытки куда значительнее.

Да и в индивидуальном дизайне банально проще найти заработок и заказы. А в серийном направлении сложнее, тем более что пока не все компании до конца понимают, что им нужен дизайнер», — поделилась ЕЛЕНА ЧЕБУРАШКИНА. 📍

УФ-ПРИНТЕРЫ ДЛЯ ПЕЧАТИ НА ЛЮБЫХ МАТЕРИАЛАХ ЛУЧШЕЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

УФ-ПРИНТЕРЫ DOSAN

ГАРАНТИЯ 24 МЕСЯЦА

ВНЕДРЕНО БОЛЕЕ ЧЕМ НА
МЕБЕЛЬНЫХ
ПРОИЗВОДСТВАХ РОССИИ

150



ПЕЧАТЬ С БЕЛЫМ ЦВЕТОМ И ЛАКОМ – СМЫК LC LM + WHITE + VARNISH



Dосан 東
Digital printing system



ТЕХНОГРАФИКА
КОМПАНИЯ

Толщина материала до 30 см.
Скорость печати: до 100 кв.м/час.
Размеры рабочего поля от 1.2x2.5 м до 3.2x2.5 м.
Установка до 12 голов RICHО GEN5 в три ряда.

2 950 000 р.

реклама



г. Москва

Павелецкая наб. 8,
стр. 6, БЦ Н20
Тел./факс: (495) 225-50-43
e-mail: info@t-g.ru



г. Ростов-на-Дону

ул. 2-я Володарского 76/23а
Тел./факс: (863) 226-38-18,
(863) 211-16-61
e-mail: rostov@t-g.ru



г. Екатеринбург

ул. Чусовской тракт, 9А
Тел. (343) 243-6549
e-mail: ekb@t-g.ru



г. Санкт-Петербург

ул. Рижский проспект, 41
Тел./факс: (812) 648-12-99,
(812) 955-05-22
e-mail: spb@t-g.ru

ДИЗАЙН В ДЕТАЛЯХ

Беседовала Мария Бобова

Мы подробно поговорили о дизайнере на крупных мебельных предприятиях, о промышленном дизайнере, создающем уникальные изделия, и о дизайнере интерьеров, который охватывает куда больше направлений. Но нельзя забывать о профессионалах, которые работают над комплектующими. Потому как без интересных фасадов, мебельной ткани, кромки или фурнитуры предмет мебели банально не получится. О специфике дизайнерской работы на производстве басонных изделий рассказала арт-директор ООО «Кордтекс» (бренд Bonea) Елена Ершова.



ЕЛЕНА ЕРШОВА,
арт-директор
ООО «Кордтекс»

— Какие обязанности у дизайнера на вашем производстве?

— Дизайнер на нашем производстве должен быть технологом и дизайнером. Он должен уметь разложить дизайн на заправку станка и запрограммировать станок.

Любой дизайн, будь это производство ткани или трикотажа, всегда адаптируется под рабочее оборудование. Так же и у нас — придумав орнамент тесьмы, мы перестраиваем его под возможности машины.

— Многие специалисты отмечают, что сегодня очень сложно найти квалифицированного дизайнера. Как вы справились с поиском этого специалиста?

— Мне кажется, что любого специалиста найти сегодня непросто. Ведь помимо профессиональных навыков хочется, чтобы человек радел за дело, вовлекался в процесс душой, чтобы ему не было всё равно. Это особенно важно для дизайнеров. Если этот специалист не заинтересован в результате, он не сможет создать хороший дизайн изделия.

Если говорить о нас, то функции дизайнера мы исполняем сами. У нас большая библиотека дизайнов, где мы можем посмотреть, как будут выглядеть элементы изделия, и выбрать наиболее подходящие.



Есть видение того, что хочется реализовать в жизнь в первую очередь, а что во вторую. Нашу фабрику мы создавали с той целью, чтобы можно было претворять в жизнь свои идеи. Поэтому звено дизайнеров у нас полностью покрыто.

— Какими качествами, на ваш взгляд, должен обладать современный дизайнер?

— На мой взгляд, современный дизайнер должен создавать не конкретное изделие, он должен создавать идею, создавать историю.

В наше время вещей стало намного больше, чем их было, скажем 30 лет назад. Вещи стали значительно дешевле и доступнее. От такого изобилия у людей «замылится» глаз.

Поэтому сейчас люди намного охотнее покупают красивую историю, нежели просто изделие. И это понятно, людям нужны положительные эмоции.

— Каковы основные принципы работы дизайнера в вашем сегменте?

— Глобально принципы работы дизайнеров иностранных и российских схожи между собой. В первую очередь необходимо понять, в чём состоит проблема клиента.

Далее:

- выяснить, кто конечный заказчик;



- определить сроки заказа;
- определить, какой бюджет планируется выделить;
- определить, кто будет принимать заказ, и что будет критерием оценки выполнения заказа.

— Где сегодня, на ваш взгляд, лучше всего обучают дизайнеров для работы с тканями и комплектующими?

— Сегодня возможностей и мест, где можно научиться дизайну, предостаточно и каждый может выбрать наиболее подходящий для себя формат.

Это может быть классическое образование в текстильных вузах России: текстильный университет имени Косыгина в Москве, Костромской государственный технологический университет, Текстильный институт Ивановского государственного политехнического университета и т. д.

Это может быть Московский архитектурный институт (МАРХИ) или Британская высшая школа дизайна (БВШД). Это может быть даже курс лекций на официальных крупных порталах интернет-образования.

Если у будущего дизайнера есть чувство вкуса и цвета, есть желание творить и создавать что-то новое, то освоить профессию дизайнера можно в любом из перечисленных учреждений. 📌



Стратегический
партнер по деловой
программе:
REKANA
МАРКЕТИНГОВАЯ АГЕНЦИЯ

Организатор:
**МВК
УРАЛ**
МЕЖДУНАРОДНАЯ
СЫСТЕМА КОМПАНИЙ-УРАЛ

Международная специализированная выставка
мебели, оборудования, комплектующих
и технологий для её производства

grandexpoural.com

ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ

ООО «ЦЕНТР ЭКСПО»
@SIBERIAN_BUILDING_WEEK

+18



**Siberian
Building Week**
Сибирская строительная неделя

18 – 21 ФЕВРАЛЯ '20

- КРУПНЕЙШАЯ ЗА УРАЛОМ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА СТРОИТЕЛЬНЫХ, ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ОБОРУДОВАНИЯ И ИНЖЕНЕРНЫХ СИСТЕМ «СИБИРСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ 2020»
- СЫВШЕ 100 КОМПАНИЙ-ЭКСПОНЕНТОВ ИЗ РОССИИ, СТРАН СНГ, ЕВРОПЫ, ВОСТОЧНОЙ АЗИИ!
- СОБЫТИЕ ГОДА – II ФОРУМ ДИЗАЙНЕРОВ И АРХИТЕКТОРОВ СИБИРИ!
- СЫВШЕ 10 ТЫСЯЧ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ!
- БОЛЕЕ 14 400 КВ.М. ЭКСПОЗИЦИИ!

**НОВОСИБИРСК
ЭКСПО ЦЕНТР**



Выиграть на «растаможке»

Благодарим за помощь в подготовке материала Федеральную таможенную службу России

Просторечное сокращение официального понятия «таможенное оформление» кажется очень забавным, хотя, когда занимаешь самим процессом, становится совсем не до смеха. Потому что, оформляя мебель на таможне (не важно, на ввоз или вывоз), необходимо учесть массу нюансов и не ошибиться, потому что за просчёт потом придётся заплатить рублём. Так если есть вероятность «попасть» на лишние деньги, стоит ли заниматься этим самостоятельно? Попробуем разобраться.

СПРАВКА

По данным ФТС, в 2018 году в Россию было импортировано

470,6
ТЫС. ТОНН

мебели (коды ТН ВЭД ЕАЭС 9401 и 9403) стоимостью

1853,3
МЛН ДОЛЛ

В том числе импортировано товаров (коды ТН ВЭД ЕАЭС 9401 и 9403):

Китай — на сумму

410,3
МЛН ДОЛЛ

Беларусь

252,2
МЛН ДОЛЛ

Италия

179,3
МЛН ДОЛЛ

Республика Корея

159,3
МЛН ДОЛЛ

Польша

127
МЛН ДОЛЛ

Таблица 1. Перечень документов для первичной регистрации

| Для юридического лица | Для ИП |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • учредительный договор или протокол собрания учредителей о создании организации или решение о создании общества; • устав компании; • выписка из ЕГРЮЛ; • свидетельство о государственной регистрации (ОГРН); • свидетельство о постановке на учёт в налоговом органе (ИНН); • справка из Госкомстата (или уведомление Госкомстата); • справка из банка об открытии счетов (не старше 1 месяца, обязательно указать ОКПО банка); • приказ о назначении директора (скан); • приказ о назначении бухгалтера (скан); • свидетельство о внесении в единый государственный реестр (для фирм, зарегистрированных до 2010 г.) | <ul style="list-style-type: none"> • паспорт с пропиской (скан); • свидетельство о регистрации ИП (ЕГРИП); • свидетельства о постановке на учёт в налоговом органе (ИНН); • справка из Госкомстата; • справка из банка об открытии счетов (не старше 1 месяца, обязательно указать ОКПО банка) с реквизитами банка. |

Каждый отдельный таможенный пункт имеет право устанавливать собственный перечень документов, предусмотренных ст. 208 ФЗ «О таможенном регулировании в РФ».

Поэтому для экономии времени и денег лучше предварительно обратиться в пункт и уточнить список необходимых документов.

Для начинающих

Допустим, мебельщик только начал иметь дело с таможней. Тогда нужно предварительно зарегистрировать свою компанию как участника внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Для получения статуса участника ВЭД также нужно собрать ряд документов, но процедура будет единой. (Таб. 1).

Регистрируют компанию обычно в течение 5 дней. Срок действия — год. И по истечении этого времени для перерегистрации на таможенный пост нужно повторно подать те же виды документов, с учётом произошедших за год изменений.

Кто-то может сказать, что получение статуса участника ВЭД необязательно. Это так. Отсутствие УК ВЭД по закону не будет служить причиной для отказа в прохождении таможенной процедуры.

Однако стоит помнить: что, пересекая границу, товар подлежит декларированию, требует оформления целого пакета

бумаг для каждого случая ввоза-вывоза товаров. Карточка участника ВЭД значительно упрощает процесс прохождения таможни: идентификация сокращает количество необходимых бумаг при оформлении каждой партии товара.

Также необходимо заключить договор об услугах склада временного хранения (СВХ), на котором будет проходить таможенное оформление.

И так как многие службы сегодня переходят на электронный документооборот, не будет лишним завести электронно-цифровую подпись.

Бумаг нет — ввоз закрыт

Отметим список бумаг, необходимый для импорта. В зависимости от типа товара, страны-поставщика, транспорта, на котором перевозят груз, и других факторов перечень может меняться, но есть те, без которых ввезти груз в страну не получится:

Таблица 2

| | |
|-----------------|--|
| Код 9404 | Основы матрацные; принадлежности постельные и аналогичные изделия мебелировки (например, матрацы, стёганные одеяла, стёганные одеяла пуховые, диванные подушки, пуфы и подушки) с пружинами или набитые любыми материалами или состоящие из пористой резины или пластмассы, с покрытием или без покрытия. |
| Код 9405 | Лампы и осветительное оборудование, включая прожекторы, лампы узконаправленного света, фары и их части, в другом месте не поименованные или не включённые; световые вывески, световые таблички с именем, или названием, или адресом и аналогичные изделия, имеющие встроенный источник света, и их части, в другом месте не поименованные или не включённые. |
| Код 9402 | Мебель медицинская, хирургическая, стоматологическая или ветеринарная (например, операционные столы, столы для осмотра, больничные койки с механическими приспособлениями, стоматологические кресла); парикмахерские кресла и аналогичные кресла с приспособлениями для вращения и одновременно для наклона и подъёма; части вышеупомянутых изделий. |

• внешнеэкономический контракт на русском и английском языках (необходимо, чтобы был указан язык оригинала, чтобы избежать разночтений);

- паспорт сделки;
- инвойс — платёжный документ, содержащий подробную информацию о грузе и условиях его поставки и оплаты;
- упаковочный лист — где есть данные о количестве, весе, объёме товара на русском и английском языках;
- сертификат происхождения товара.

Коды ТНВЭД

Именно этот момент (товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности) вызывает у людей при оформлении документов больше всего трудностей. Неточное определение кода ТНВЭД, характеристики и стоимости товара приводит к тому, что ставка рассчитывается неверно.

Специалисты Федеральной таможенной службы выделили две основные позиции для мебелищиков.

«В товарной позиции 9401 ТН ВЭД ЕАЭС классифицируется «Мебель для сидения, трансформируемая или не трансформируемая в кровати, и её части».

Согласно Пояснениям к товарной позиции 9401 (при условии соблюдения упомянутых в пояснениях к данной товарной позиции исключений) в неё включаются все предметы для сидения (включая сиденья для транспортных средств, если они соответствуют условиям, оговорённым в примечании 2 к данной группе), например: шезлонги, кресла с подлокотниками, складные стулья, палубные кресла, высокие стулья для младенцев и детские сиденья, предназначенные для закрепления на спинках других сидений (включая сиденья транспортных средств), кресла-качалки, скамьи, кушетки (включая кушетки с электрообогревом), диваны, софы, оттоманки и аналогичные предметы, табуреты (такие как табуреты для фортепиано, табуреты для чертёжников, машинисток и подножки стульев двойного назначения), сидения со встроенной акустической системой, предназначенные для использования с консолями и оборудованием для видеоигр, телевизионны-

ми или спутниковыми приёмниками, а также с проигрывателями DVD, музыкальных CD, MP3 или видеокассет.

В товарную позицию 9403 ТН ВЭД ЕАЭС включается «Мебель прочая и её части».

Согласно Пояснениям, в данную товарную позицию включаются мебель и её части, не относящиеся к предыдущим товарным позициям. В неё включается мебель общего назначения (например, шкафы для посуды, витрины, столы, подставки для телефона, письменные столы, секретеры, книжные шкафы, другая мебель с полками (включая отдельные полки, представленные с крепежом для фиксации их на стене) и т. д., а также мебель специального назначения.

Классификационными признаками данных товарных позиций наиболее часто являются: материал изготовления, назначение, область применения, габаритные размеры и конструктивные особенности.

Если мебельщик занимается ввозом или вывозом сопутствующих товаров, то для них существуют отдельные позиции. (Таблица 2).

Также стоит помнить, что все коммерческие партии мебели подлежат подтверждению декларации соответствия или сертификации, а также проверке на интеллектуальную собственность.

И учитывайте, что периодически может меняться размер пошлин. Оптовые поставки мебели из стран Таможенного союза освобождаются от пошлин.

Так нужен ли помощник?

Исходя из такого количества нюансов, видно, что полностью самостоятельно этот вопрос точно не решить. Мебельщики, которые постоянно имеют дело с таможней, всё же нанимают себе в штат сотрудников, понимающих в этих вопросах. Обычно это бухгалтер с соответствующим опытом внешнеэкономической деятельности; декларант — специалист по таможенному контролю; менеджер, работающий с иностранными партнёрами.

Но бывает, что поставки осуществляются нерегулярно, и тогда содержать отдельного специалиста вроде бы и нерентабельно. В таком случае можно воспользоваться услугами таможенного брокера.

СПРАВКА

В 2019 году импортировано в Россию

367,6
ТЫС. ТОНН

(коды ТН ВЭД ЕАЭС 9401 и 9403) стоимостью

1381,5
МЛН ДОЛЛ

СПРАВКА

Выгрузить статистическую информацию можно на сайте ФТС России по следующей схеме: «Таможенная статистика внешней торговли» — «База данных таможенной статистики внешней торговли» — «Анализ данных». Для определения кода ТН ВЭД ЕАЭС необходимо перейти на сайт Евразийской экономической комиссии (Департамент таможенно-тарифного и нетарифного регулирования) — «Важная информация» — «ТН ВЭД ЕАЭС и ЕТТ ЕАЭС». Также подробную информацию вы можете найти в разделе «Таможенная статистика внешней торговли» — «База данных таможенной статистики внешней торговли» — «Документы ТС ВТ».

СПРАВКА

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 25.06.2019 № 807 ФТС России совместно с ФНС России под руководством Минфина проводит эксперимент по внедрению национальной системы прослеживаемости товаров, выпущенных на территории РФ в соответствии с таможенной процедурой выпуска для внутреннего потребления. В рамках проведения эксперимента к категории товаров, подлежащих прослеживаемости, отнесена в том числе и металлическая мебель. Перечень товаров, подлежащих прослеживаемости, определён постановлением Правительства Российской Федерации от 25.06.2019 № 807.

СПРАВКА

По общей системе налогообложения юридическое лицо (ООО) может возместить НДС, который был уплачен на таможне, а индивидуальный предприниматель этой возможности лишён. Таким образом, его расходы при перемещении товаров через границу возрастают на

18%

Таблица 3

| | |
|-----------------------|--|
| Предупреждение | Выносятся в письменном виде на основании решения руководителя таможенной службы или его заместителя. |
| Штраф | Физлица могут быть оштрафованы на сумму до 5 тыс. руб., должностные лица — до 50 тыс. руб., юридические лица — до 1 млн руб. Также с виновных может взиматься стоимость товара, перемещённого с нарушениями, сумма задолженности по платежам, выручка от реализации незаконно ввезённой продукции. |
| Конфискация | Крайняя мера, которая может быть реализована только по решению суда. |

Отметим, чтобы не переплатить из-за недочётов в оформлении, лучше доверить решение таких вопросов специалистам и самостоятельно таким не заниматься.

Цены на услуги зависят от комплекса услуг, таможенного коридора и ещё целого ряда факторов.

Но не стоит ориентироваться только на цену, потому как небольшие суммы за свои услуги просят только «чёрные брокеры». Они не страхуют свою деятельность, не оплачивают таможенные платежи и, самое главное, — их нет в Реестре таможенных брокеров.

Часто они обещают снизить таможенные платежи, но осуществляют эту процедуру за счёт фальсификации данных в документах — занижают вес, количество и стоимость продукции, изменяют код, страну происхождения партии товара. Кроме того, «чёрные брокеры» часто используют поддельные контракты от фирм-однодневок. Плюс, в отличие от своих «прозрачных» коллег, которые ведут таможенное декларирование от своего имени, нелегальные специалисты совершают все действия от имени клиента.

И как только возникают проблемы — скрываются, бросая нанимателя самого «расхлёбывать» последствия.

Дополнительная рекомендация

Федеральная таможенная служба рекомендует ещё один вариант решения проблемы.

«Для упрощения процедур таможенного декларирования в части классификации товара в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС заинтересованное лицо вправе заблаговременно до ввоза товара на территорию Евразийского экономического союза обратиться в региональное таможенное управление с заявлением о принятии предварительного решения по классификации товара в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

Порядок предоставления таможенными органами государственной услуги по принятию предварительных решений по классификации товаров определён Административным регламентом, утверждённым приказом ФТС России от 18.04.2012 № 760 (далее — Административный регламент).

Пунктами 22–28 Административного регламента определён исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем.

Для повышения качества предоставляемой таможенными органами государственной услуги по принятию предварительных решений ФТС России разработаны «Методические рекоменда-

ции по подготовке заявления о принятии предварительного решения по классификации товаров по ТН ВЭД в ФТС России, РТУ и ЦЭТ» от 26.11.2014, которые содержат рекомендации по подготовке документов и (или) иных сведений о товаре, необходимых к представлению в таможенный орган.

Приказом ФТС России от 24.09.2012 № 1907 определены таможенные органы, уполномоченные выдавать предварительные решения по классификации товаров в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

В связи со вступлением в силу 22.11.2014 Федерального закона от 22.10.2014 № 312-ФЗ «О внесении изменений в главу 25.3 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» за принятием предварительного решения по классификации товара по ТН ВЭД ЕАЭС взимается гос. пошлина в размере 5000 рублей.

Платёжное поручение для перечисления государственной пошлины (далее — платёжное поручение) заполняется на каждый товар (артикул, модель, модификацию), по которому будет приниматься предварительное решение по классификации товаров по ТН ВЭД ЕАЭС.

Преступление и наказание

В 2018 году ФТС выявила наиболее распространённые схемы уклонения от уплаты таможенных пошлин, налогов и других платежей. Самая частая — попытка занижить таможенные пошлины, предоставив недостоверные данные о ввозимой или вывозимой продукции.

Все эти нарушения выявляются в ходе проверки на таможне. Могут назначить комиссию и организовать проведение дополнительных экспертиз. После расследования оплата корректируется и назначаются штрафы за несоблюдение правил. Всё это время товар находится на складе и не выпускается в страну до устранения всех ошибок. То есть нарушитель просто-напросто теряет деньги и время.

В случае обнаружения серьёзных нарушений груз конфискуют.

И нужно помнить, что таможня вправе осуществить проверку в течение трёх лет после выпуска таможенной декларации. Если в ходе проверки будут найдены нарушения, то декларант привлекается к административной ответственности, платежи доначисляются с учётом пеней.

В зависимости от тяжести нарушений применяются различные разновидности административных наказаний. (Таблица 3).

Основная причина для привлечения к уголовной ответственности в рамках таможенной деятельности — контрабанда. 🚫

- РЕГИОНАЛЬНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ
- КОМПЛЕКСНОЕ ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПОДРЯДА И СУБПОДРЯДА
- НИЗКИЕ ЦЕНЫ, ОТСРОЧКА ПЛАТЕЖА



Наши преимущества:

- Широкая известность бренда «ФЕЛИКС» на рынке офисной мебели.
- Самый большой ассортимент мебели.
- Лучшие цены и дополнительные скидки для франчайзи.



реклама

В составе холдинга:

- ◆ Две собственные фабрики по выпуску офисной, гостиничной мебели и мебели для дома.
- ◆ Деревообрабатывающий комбинат «Жарковский».
- ◆ Современный складской комплекс общей площадью более 30 000 м².
- ◆ Более 60 салонов в РФ и странах СНГ, дилерская сеть. Общая площадь фирменных салонов составляет более 32 000 м².

Сеть салонов в Москве, Санкт-Петербурге, городах России и ближнем зарубежье:

т/ф: +7 (495) 933-77-77; www.felix.ru, e-mail: felix@felix.ru

Дарить или не дарить?..

Текст: Мария Бобова

В конце декабря 2019 года на официальном портале правовой информации опубликовали новый перечень оснащения, оборудования, наглядных пособий и мебели для школ-новостроек. Документ утвердил Минпросвещения России. Помимо регулируемых по высоте столов и стульев, в списке необходимого числятся кровати и пуфы-трансформеры для помещений групп продлённого дня, ЖК-панель с медиаплеером и интерактивные лаборатории. Звучит впечатляюще, но что делать не новым школам, в которых порой не то что регулируемых — обычных стульев в приличном состоянии не хватает?



Фото: mudryfilin.ru

Проблема нехватки новой мебели во многих российских школах наблюдается уже многие годы. Это подтверждает и масса новостных заметок по соответствующим запросам в интернете.

Например, в рамках пресс-конференции в Национальной службе новостей обсуждали проблему поборов в школах — выявили, что затраты значительно возросли. С родителей часто берут деньги, в том числе, и на обновление мебелировки.

Ещё несколько случаев за 2019 год. Например, в брянских школах не нашлось

мебели для класса информатики, сообщали на официальном сайте прокуратуры Брасовского района Брянской области.

Прокурор выявила, что имеющиеся в школах стулья и столы не обеспечивают поддержание рациональной рабочей позы, не позволяют менять для предупреждения развития утомления, и за ними неудобно работать детям на информатике. И подобная ситуация наблюдалась в 13 образовательных учреждениях. По результатам проверки в Брасовский районный суд

направили 13 административных исковых заявлений о признании бездействия администрации района незаконным и выделении денежных средств на приобретение в кабинеты информатики школ необходимых рабочих стульев и столов. Суд поддержал требования прокурора.

К учебному году в 2019 году оказались не готовы и школы Золотухинского района Курской области. Как показала проверка, помещение одной из школ было не приспособлено для приёма пищи. Там нет не хватало не только мебели, но и посуды. Прокурор района потре-

бывал у главы администрации Золотухинского района устранить выявленные нарушения.

Также, согласно исследованию специалистов Московского городского педагогического университета (МГПУ), во многих отечественных школах наблюдается дефицит пространств для коллабораций, общения и творчества, есть потребность оснащения кабинетов и коридоров мобильной мебелью и местами для игр и отдыха.

ТРУДНО НЕ ТОЛЬКО ШКОЛАМ

Аналогичная проблема наблюдается и в учреждениях здравоохранения.

В конце декабря 2019 года интернет-издание Нижнего Тагила (v-tagile.ru) опубликовало интервью с доктором одной из региональных больниц. По его словам, кабинеты врачей укомплектованы настолько плохо, что мебель сотрудникам приходилось покупать за свой счёт.

Также, согласно социологическому исследованию на сайте Министерства труда и социального развития Республики Саха (Якутия), трудности испытывают и во многих государственных учреждениях социального обслуживания — площади тесные, а интерьерная планировка, оборудование и мебель устаревшие.

СПОСОБ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

У кого-то может возникнуть вопрос: ситуация печальная, но при чём здесь непосредственно мебельщики? Конечно, снабжением школ, больниц и театров должны заниматься местные и федеральные власти, но ведь не зря говорят: на власти надейся, а сам не плошай.

Есть предприниматели и производители, которые и сегодня помнят о таких понятиях, как благотворительность, меценатство, спонсорство, и продолжают традиции дарения, идущие ещё с древних времён.

В вопросах оснащения мебельщики могут оказать различным учреждениям серьёзную помощь.

Единственный вопрос, что с юридической точки зрения дарение бывает разным. Спонсорство, меценатство, благотворительность и социальная ответственность бизнеса — это далеко не синонимичные понятия. (Таблица. «Формы поддержки»).

ЕСТЬ ЛИ ОТДАЧА?

Все эти формы поддержки регулируют разные юридические документы, а значит, они требуют разного подхода к оформлению подтверждающих бумаг.

То есть любое дарение требует не только финансовых вложений, но и времени.

Есть ли от этого какая-то отдача? Конечно, наверняка многие меценаты прошлого помогали лишь для того, чтобы улучшить жизнь окружающих. Но всегда приятно получать определённые бонусы.

Основное преимущество разных форм дарения — это формирование положительной репутации и имиджа предприятия.

Особенно эти моменты обеспечивает спонсорская помощь, которая изначально подразумевает ответные действия от того, кто получает помощь.

Кроме того, после изменений в Налоговый кодекс в 2018 году меценатам, которые поддерживают культурные организации и учреждения, полагаются налоговые льготы.

КАКИЕ ПРОБЕЛЫ СУЩЕСТВУЮТ?

Однако многие специалисты отмечают, что в благотворительном законодательстве и институте меценатства России существует масса пробелов и белых пятен, из-за чего многие предприниматели, даже имея возможности, стараются не ввязываться в это дело.

ОПЫТ



ЮЛИЯ СИДОРИНА,
руководитель отдела продаж ООО ТПК «ФЕЛИКС»

«Общество до сих пор помнит знаменитые династии благотворителей. В основном меценатством занимались представители купечества. Несомненная заслуга этих людей в том, что они помогли обрести нам многие предметы культуры, истинного искусства, которыми гордятся не только в России, но и во всём мире. Давайте вспомним лишь некоторые из имён: Рябушинские, Морозовы, Солдатёнковы, Мамонтовы, Третьяковы, Бахрушины, Хлудовы, Боткины, Щукины.

Меценатство и благотворительность возрождаются сегодня. Возможно, это следствие возвращения наших исконных традиций, твёрдая гражданская позиция многих. Но уже точно не дань моде, как это было буквально 20–25 лет назад.

Наша компания помогает сельским и городским школам, больницам и поликлиникам, детским домам, другим социальным учреждениям, расположенным на территории присутствия производственных комплексов компании в Тверской и Московской областях, в Москве. Мы не только дарим мебель, в которой зачастую остро нуждаются, мы поддерживаем творчество детей, спортивные мероприятия, организуем бесплатные экскурсии для наших сотрудников в разные учреждения культуры, помогли построить храм. К примеру, недавно одной из школ мы подарили мебель для логопедического кабинета. И всего несколько шкафов, стульев, столов, стеллажей смогли значительно улучшить ситуацию в заведении.

Также в 2019 году мы подарили мебель Дому детского творчества, социально-реабилитационному центру для несовершеннолетних, комплексному центру социального обслуживания населения, православной гимназии имени патриарха Тихона и школе-интернату.

Совсем недавно мы помогли главному театральному музею страны. Музей им. А. А. Бахрушина в этом году отметил 125-летие создания. К юбилейной выставке мы подготовили необычный подарок. Им стал не редкий артефакт, а огромный торт весом в 125 килограммов — ровно по количеству лет. Отмечу, что компания «ФЕЛИКС» музей поддерживает не первый год. Мы регулярно дарим музею мебель, помогаем обустроить рабочее пространство для сотрудников.

Представляется, что участие в социальных и благотворительных акциях сегодня, безусловно, должно стать частью работы любого бизнеса. Мы не ведём статистику относительно коллег по мебельной отрасли. Но верим, что мы не одни.»



Фото: пресс-службы ООО ППК Феликс

Таблица. Формы поддержки

| | |
|---|--|
| Благотворительность | «Добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной помощи» (Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11.08.95 № 135) |
| Корпоративная благотворительность | Добровольная деятельность коммерческой организации по оказанию помощи нуждающимся или по поддержке социальных проектов — собственных или других организаций. При этом сфера вложения средств не имеет прямой связи с основной деятельностью компании |
| Социальная ответственность бизнеса | Добровольный вклад компании в развитие общества. Подразумевает не только обязательную ответственность перед сотрудниками и потребителями, но и позволяет выражать поддержку местным сообществам в регионах присутствия компании |
| Меценатская деятельность | Деятельность по безвозмездной передаче имущества, в том числе денежных средств, или прав владения, пользования, распоряжения имуществом и (или) безвозмездное выполнение работ и оказание услуг в сфере культуры и образования в области культуры и искусства, направленные на сохранение культурных ценностей и развитие деятельности в сфере культуры и образования в области культуры и искусства (Федеральный закон от 4 ноября 2014 г. № 327-ФЗ «О меценатской деятельности») |
| Спонсорство | Понятие «спонсор» содержится в Федеральном законе РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Термин «спонсорство» в документе отсутствует. Но специалисты выделяют спонсорство как особый вид рекламы. Это осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах |

Первая проблема вытекает прямо из предыдущего раздела. Почему льготы предусмотрены только для тех, кто вкладывается в культурные учреждения? Получается, что предприниматель, предоставивший безвозмездную помощь больнице или пансиону, меньше достоин налоговых послаблений?

В других странах мира правительство куда серьезнее поощряет и мотивирует меценатов. Самое большое сокращение налогов для дарителей предусмотрено во Франции — снижение составляет 60%, в Германии — 33%.

Часто налоговые выплаты вынуждены платить учреждения, принявшие подарок, что тоже является довольно сомнительной мерой.

В России оформление подобного рода договоров требует также серьезного подхода. Более того, организации, занимающиеся меценатством или благотворительностью, должны отражать все факты дарения в своём бухгалтерском учёте.

Вопрос «Как оформляется оказание безвозмездной спонсорской помощи?» задали на портале «Консультант-плюс».

«Оказание безвозмездной спонсорской помощи оформляется договором. В зависимости от конкретных условий спонсорский договор может быть квалифицирован как договор дарения, пожертвования, оказания услуг; договор, не именованный в ГК РФ; смешанный договор и др.

Договором об оказании спонсорской помощи, как правило, предусматривается необходимость предоставления спонсируемым лицом отчётных документов: отчётов, актов сдачи-приёмки оказанных услуг, содержащих информацию о расходовании денежных средств, описание проведённых мероприятий и т. п., — на вопрос ответила специалист ООО «ФБК Право» ВАЛЕНТИНА ПОЛЯКОВА.

Сложность процедуры отпугивает многих бизнесменов от благотворительных шагов.

Более того, многие специалисты отмечают, что меценатство и благотворительность легко могут превратиться в инструмент манипуляции, прикрытие взяток и финансовых махинаций.

О подробностях оформления дарительных процедур мы поговорим в следующих номерах «Индустрии мебели».

Если ваша компания занимается благотворительностью, меценатством или спонсорством и готова поделиться своим опытом в этом вопросе с коллегами и партнёрами, пишите нам по адресу im@pgmedia.ru

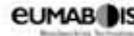
**ПРИМИТЕ
УЧАСТИЕ!**

Разгрузка / погрузка
оборудования
за счет организатора*

ЛЕС ДРЕВ МАШ



www.lesdrevmash-expo.ru



18-я международная
выставка «Машины,
оборудование,
технологии
для лесозаготовительной,
деревообрабатывающей
и мебельной
промышленности»

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР

12+ Реклама



**Россия,
Москва,
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»**

**19–22
октября
2020**

*Подробности уточняйте у менеджера:
+7 (499) 795-29-06, ldm@expocentr.ru

Мебель для ванной — чужой среди своих

Текст: Мария Бобова

Согласно статистике аналитической компании *BusinesStat*, с 2014 года и на протяжении четырёх лет продажи мебели для ванных комнат в России снижались. В 2018 году реализовали лишь 901,5 тысячи единиц, что на 28,1% ниже цифр 2014 года. Объяснение этому довольно простое: даже если люди решают делать ремонт и перестановку, ванной комнаты изменения касаются реже всего.

Кроме того, у таких изделий в мебельной отрасли довольно противоречивый статус и неоднозначная специфика.



Фото: grani.by

Если изучить ассортимент специализированных мебельных центров или шоурумов, то крайне редко можно увидеть там шкафы-пеналы или тумбы под раковину. Зато если зайти в магазины сантехники или строительно-отделочные комплексы и сети DIY-ритейла, то там выбор таких изделий достаточно широк.

Аналогичная история и на специализированных выставках. На мероприятиях мебельного формата системы хранения для ванн фактически отсутствуют. Производители этой продукции участвуют в экспозициях строительной и отделочной тематики.

По сути, получается, что мебель для ванны считается сопутствующим товаром к сантехнике. Приобретая раковину, человек в любом случае купит под неё тумбу. Кроме того, в ванную ком-

нату люди докупают хотя бы ещё один шкафчик для банных принадлежностей и средств гигиены.

«Основной наш товар — это сантехника и керамическая плитка. Сами мебель для ванной мы не изготавливаем, но продаём потребителю конечный продукт от разных отечественных производителей. Ассортимент изделий для хранения и полок очень большой, на любой вкус, ведь тенденции сегодня очень быстро меняются», — отметил менеджер ООО «Ванна Центр» ДМИТРИЙ МИХАЙЛОВ.

В связи с этой ситуацией мебельщики чаще всего производят изделия для ванной комнаты дополнительно. В основном это изготовители корпусной мебели — потому как предметы для ванны представляют собой практически

те же шкафы и тумбы, только с влагостойким покрытием и без острых углов. Ещё один довольно выгодный вариант — работа по индивидуальным заказам.

«Самая популярная мебель для ванны сегодня — это преимущественно «мойдодыры», совмещающие в себе раковину, тумбу и зеркало в одном изделии.

Серийного производства мебели для ванных комнат у нас нет, но мы иногда изготавливаем такую мебель по индивидуальным проектам. Например, когда требуется поддержать общую стилистику жилища при создании комплексного интерьера», — заметила маркетолог ПК «Командор» АНАСТАСИЯ ПОГОРЕВИЧ.

Однако специалисты считают, что у этой узконаправленной продукции будут ещё и взлёты. Ведь без мебели в ванной обойтись тоже нельзя, а при современных запросах производители будут вынуждены расширять ассортимент.

«По нашему мнению, рынок мебели для ванных комнат развивается и будет расти, что связано с изменением формата жилищного строительства. В нынешних новостройках размеры ванных комнат позволяют разгуляться фантазии дизайнеров и покупателей и, соответственно,

СПРАВКА

Ванная комната буквально стала комнатой совсем недавно. Всего около 50 лет назад обстановка этого помещения состояла из самого необходимого — сантехники и штор. Раньше понятия «мебель для ванной» практически не было. Всего лишь поставить шкаф в ванную уже считалось очень смелым и авантюрным дизайнерским ходом.

наполнить их индивидуальной мебелью», — добавила АНАСТАСИЯ ПОГОРЕВИЧ.

ЕСТЬ ЛИ ОТЛИЧИЯ?

Одно из отличий — это чаще всего отсутствие острых углов. В изделиях для ванн их стараются сглаживать из соображений безопасности, ведь вероятность упасть в этом помещении гораздо выше.

Также серийная мебель для ванн не может быть чрезмерно громоздкой. В большинстве стандартных квартир санузел имеет небольшую площадь.

Если есть желание реализовывать нестандартные проекты для ванн, то в таком случае лучше всего работать в нише индивидуальных заказов. В нестандартных помещениях часто устанавливают длинную тумбу, немного схожую с барной стойкой. В середину монтируют мойку, пространство под ней используют для хранения крупных вещей, а плоскую поверхность — для косметики и банных инструментов. Разместить такое изделие в малогабаритном помещении не получится.

ЛДСП и МДФ

И главное отличие — это материалы мебели, обеспечивающие влагостойкость изделий. ЛДСП и МДФ применяют в этой нише чаще всего. Первый вариант подходит для мебели экономсегмента, а второй — для сегментов эконом-плюс, средний и даже средний плюс.

В ассортименте многих производителей древесно-стружечных плит есть специальные водостойкие изделия (их обозначают маркировкой «В»). Чтобы повысить долговечность изделия, многие выбирают именно такой тип сырья.

Такие характеристики плиты приобретают благодаря особым смолам, парафиновой эмульсии или расплавленному парафину в составе.

Показателем водостойкости является разбухание по толщине (за 24 часа, верхний предел):

- обычная ДСП, марка П-А — 22%;
- обычная ДСП, марка П-Б — 33%;
- водостойкая ДСП — не более 15%.



Фото: russian.alibaba.com

Однако лишняя защита при использовании таких материалов никогда не помешает, иначе высока вероятность скорого разбухания. Поэтому производители, специализирующиеся на этом виде мебели, применяют технологию ламинирования (термопрессования) плёнками ABS или ПВХ. Самый надёжный вариант — двусторонняя оклейка.

Можно также шпонировать поверхности натуральным или синтетическим шпоном. В первом случае конечный продукт дополнительно покрывают несколькими слоями водоотталкивающих ЛКМ.

«Если мы берёмся за изготовление мебели для ванных комнат, то делаем это

СПРАВКА

Более надёжной по конструктиву мебелью для ванной будут навесные шкафы или шкафы на ножках. Таким образом изделие будет меньше соприкасаться с влажным полом, что может продлить срок жизни мебели, особенно если она сделана из древесно-стружечных плит, оклеенных ПВХ-плёнкой.

Дисперсионный клей ПВА, клей-расплав ЭВА, клей-расплав ПУР (полиуретановый)

FOLCO® LIT и FOLCO® MELT

для деревообрабатывающей и мебельной промышленности

- Шпонирование
- Горячая и холодная ламинация
- Склеивание деревянных деталей без формальдегидов
- Наклеивание кромок
- Окутывание профилей

142434, Московская область, город Ногинск, деревня Новое Подвязново, территория промплощадка №1, 11, офис 1
тел.: +7 (495) 665 60 00, +7 (985) 263 74 09, +7 (916) 499 92 32, follmann@mail.ru

www.follmann.ru, info@follmann.ru

FOLLMANN
your chemical experts

реклама



Фото: seasan.ru

СПРАВКА

Сегодня люди очень берегут своё время и предпочитают выбирать готовые решения. Мебель для ванной комнаты не исключение. Можно ввести в производство гарнитур для ванной, который будет включать все необходимые элементы для хранения, тумбу под раковину, шкаф-пенал, стеллаж, навесные полки. Некоторые производители включают в состав своих наборов раскладной стул или табуретку.

СПРАВКА

У производителей корпусной мебели, по сути, есть всё необходимое оборудование, чтобы начать изготовление изделий для ванных комнат. Единственное дополнение, которое может понадобиться, — это дополнительные линии покраски, сушильные камеры и прессы. Каждая фабрика, которая специализируется на шкафчиках и полках для «купальни», часто разрабатывает свою технологию покраски и обработки деталей.

по стандартной технологии, применяемой для всей мебели. Корпус производим из ЛДСП или МДФ, а для защиты от влаги фасадов используем плёнку или окрашивание.

Мебельные производства, специализирующиеся на корпусной мебели для дома, предпочитают очень осторожно работать в направлении ванных комнат, справедливо опасаясь претензий со стороны потребителей относительно долговечности изделий. К сожалению, влага не щадит доступные для потребителя материалы на древесной основе (ЛДСП, МДФ), даже если они прошли специальную обработку», — заметила АНАСТАСИЯ ПОГОРЕВИЧ.

МАССИВ

Этот материал вполне успешно можно применять при изготовлении мебели для ванн. Но это окупится только в случае работы на заказ и в премиальном сегменте, потому что влагостойкие породы дерева чаще всего самые дорогостоящие. Также довольно высокую цену имеют средства для их дополнительной защиты.

Меньше всего боятся воды экзотические породы дерева (палисандр, тик, красное дерево), которые отлично переносят влажность.

Также влаге лучше сопротивляются хвойные породы за счёт содержания в них большего количества смол — это секвойя, кедр, сибирская лиственница. Древесина сосны также влагостойкая, но мягкая, из-за чего может сильно деформироваться.

Из лиственных пород под необходимые характеристики подходит дуб, бразильский орех, вяз и ясень.

Если соблазны технологии просушки и покрыть материал несколькими слоями защитных ЛКМ (грунтовки, воски, масла, эмали), то деревянное изделие отлично впишется в интерьер ванной, не доставляя потребителю неудобств.

ПЛАСТИК

При поиске в интернете по запросу «пластиковая мебель» также распространены понятия «акриловая мебель» или «полиуретановая».

Иногда мебель из древесно-стружечных плит, покрытую слоем полимера толщиной от 0,5 до 4 мм, тоже называют пластиковой.

Но мы всё же поговорим о вариантах, которые целиком состоят из этого материала. Раньше мебель из пластика входила только в экономсегмент и выглядела довольно неприглядно. Сегодня же, с развитием технологий, возможно создать из пластика даже дорогие дизайнерские вещи. Поэтому производителю лишь нужно определиться с целевой аудиторией покупателей.

Итак, пластику можно придать дорогой вид, он совершенно не боится влаги и перепада температур, лёгкий и довольно долговечный.

Однако пластик, который применяют для изделий экономсегмента, — хрупкий. Чаще всего из такого вида делают сборные шкафчики и навесные полки, которые могут не справиться с дополнительной нагрузкой.

Более дорогие виды пластика способны выдержать более серьёзный вес, из этого типа материала даже делают тумбы под тяжёлые керамические раковины.

Из пластика также часто делают лицевую фурнитуру для шкафчиков — он хорошо окрашивается, и ему можно придать вид абсолютно любого металла.

ИЗ ЧЕГО СОСТОЯТ ДЕТАЛИ?

Нержавейка, стекло, камень — чаще всего из такого сырья производят дополнительные конструкторские или декоративные элементы. Например, металлические ножки у шкафов, стеклянные дверцы шкафов или навесные полки, каменная столешница под раковину.

Но если детали состоят именно из этих материалов, то они автоматически поднимают конечное изделие на пару ценовых сегментов выше — от среднего до премиального.

Металл подвержен коррозии и боится влаги, поэтому либо необходимы особые марки стали, либо же нужно будет подвергнуть детали гальванической обработке, что, конечно, сказывается на цене. Оправданным шагом будет использование соединительной и функциональной фурнитуры из качественного сплава. Это обеспечит большее количество циклов открывания и закрывания.

В случае со стеклянными дверцами шкафов стоит использовать закалённое оргстекло, триплекс и другие более прочные



Фото: seasan.ru

варианты, чтобы в случае повреждения изделие не разбилось на кусочки, а пошло трещинами — залог безопасности потребителя.

Стекло — также отличный материал для ванной: он экологичен, влага, конденсат, пар и разница температур ему нипочём, к тому же он эстетически привлекательно. Из него даже иногда делают раковины. Но с точки зрения последующего использования это не лучший вариант: необходимо очень часто протирать поверхность.

Аналогичная ситуация и с камнем, будь он натуральный или акриловый.

Интересные изделия можно получить, сочетая материалы. Такая мебель сможет придать ванной комнате уникальный вид.

НА СТИЛЕ

Пусть мебель для ванн больше связывают с сантехникой, но её люди также хотят видеть оригинальной, как и изделия для других комнат. Однообразные белые ящики для хранения вещей, сливающиеся цветом с раковиной и унитазом, остались далеко в 1990-х, когда потребитель брал вещи, лишь бы они просто были, несмотря на их дизайн.

«Не стоит пренебрежительно относиться к ванной комнате, ведь это тоже помещение, как и прочие, и с ним тоже нужно работать. Несмотря на то что ванная маленькая, это одно из самых важных мест в доме.

Обычно ванную комнату следует выдерживать в том стиле, в котором оформлена квартира. Например, если

всё жилище меблировано в «классике», то в таком же духе стоит обставить и ванную», — подчеркнула архитектор-дизайнер ТАМАРА ШАРУШИНСКАЯ.

В современных реалиях классика и минимализм давно уже перестали быть единственно возможными стилями в ванной комнате.

«Сегодня среди потребителей очень популярен хай-тек. В этом стиле производители стараются выдерживать и сантехнику, и мебель. Это направление сочетает в себе минимализм, чёткость линий, металлические и стеклянные поверхности. Также этот стиль обращает внимание на простые конструкции — закрытые глянцевые шкафчики и открытые стеклянные полки.

Лофт сейчас также набирает популярность в ваннах — это деревянные и металлические фактуры и элементы, чёрные, серые и коричневые цвета. Классика всегда была и будет, пусть и в немного меньших процентах», — заметил ДМИТРИЙ МИХАЙЛОВ.

Производителям корпусной мебели есть где разгуляться. Мебель для ванных комнат всегда будет необходима потребителю (пусть и ограниченных масштабах), а значит, это отличный способ расширить ассортимент предприятия. Но и в этой нише нужно работать с максимальной отдачей, выбирать оптимальные варианты материалов, искать дизайнерские интересные решения и следить за трендами. 📌

Спектр-Н

QR Code

Российский производитель металлической мебельной фурнитуры и комплектующих с 1990 г.

Тамбовская область,
+7 (4752) 662-233,
+7 (960) 671-21-11

periksa-tmb@mail.ru
www.furnitura-spektr.ru

реклама

ЭЛСИ ПРОИЗВОДСТВО ФРЕЗ ПО ДЕРЕВУ

ИЗГОТОВЛЕНИЕ насадных и концевых фрез со сменными твёрдосплавными HSS ножами для качественной деревообработки

ПРОФИЛИРОВАНИЕ твёрдосплавных и HSS ножей

ОТПРАВКА фрез и запчастей транспортными компаниями и почтой

QR Code

Россия, Владимирская обл., г. Муром, ул. Энергетиков, д. 1-Б
Тел.: +7(49234)34647, моб.: +7 (920) 9201215 (WhatsApp, Viber)
e-mail: elsi@elsifr.ru www.elsifr.ru

реклама

TOPZERO®

Приветствую вас, дорогие друзья!

Представляю Вам новое имя на российском рынке, это кухонные мойки, смесители и техника TopZero. Мойки производятся в Турции на заводе Ulkinox Ankastre Sistemleri Sanayi. За свою, более чем двадцатипятилетнюю историю, Компания разработала и произвела высококачественные мойки из нержавеющей стали с использованием передовых технологий, которые стали узнаваемыми во всем мире. На сегодняшний день нас знают как Компанию с безупречной репутацией, мы добились этого благодаря тому, что наша продукция отвечает всем международным стандартам качества.

TopZero – это мировой бренд с командой профессионалов.

Мы решили провести ребрендинг на российском рынке и представить больше товаров, которые мы производим и продаем по всему миру.

Мы не стоим на месте, мы идем только вперед. Наша команда профессионалов разрабатывает новые революционные модели моек и смесителей и всегда идет в ногу со временем. Наша цель – стать Вашим выбором. Наша задача – произвести долговечный продукт. Наша философия – это технологичные и экологически чистые конструкции, которые облегчают жизнь.



С уважением,
Орхан Ходжаоглу



Настоящий патент Топзеро позволяет монтировать мойку из нержавеющей стали в кварц, гранит, мрамор или любую другую твердую поверхность «без швов». Что помогает избежать скопления бактерий и грязи между мойкой и столешницей.



Новый метод
монтажа
TOPZERO

Красота и гладкая элегантность бесшовного вида придают эстетику и гигиену любому дизайну кухни.



Завод по производству
кухонных моек
TopZero



ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОДХОД В СЕГМЕНТЕ МОЕК

Мойка – одна из важнейших составляющих кухни. И если в 90-е людям было важно просто её наличие, то сегодня покупатели хотят видеть практичную, удобную и долговечную вещь с оригинальным дизайном. Ассортимент кухонных моек в России постоянно растёт. И недавно он пополнился новой страной-производителем, способной конкурировать с закрепившимися в нише Германией и Италией.

Турецкая компания Топзеро открыла своё представительство в России. В наших планах на российском рынке представить покупателю качественный продукт по самым доступным ценам.

Мы используем экологически безопасную нержавеющую сталь марки AISI 304.

Материал кислотостойкий и выдерживает краткосрочное поднятие температуры до 900 градусов по Цельсию. Он содержит минимум 18 % Cr и 10% Ni, что обеспечивает формирование на поверхности оксидного слоя и придает стали устойчивость к воздействию разнообразных химических веществ. Сталь не содержит неприятного запаха и вредных испарений, и компонентов таких как свинец, что подтверждается сертификатами в каждой поставке металла на производство.

Мы внедряем новые технологии производства кухонных моек, которые служат для того, чтобы придать изделию эстетичный современный вид, позволяют сочетать в себе красоту и экологичность, дизайн и удобство использования.

В настоящий момент мы внедряем на российский рынок новый запатентованный метод монтажа кухонной мойки в столешницу, так называемый «бесшовный» метод, когда перехода со столешницы в мойку практически не видно.

Кухонные мойки из нержавеющей стали могут конкурировать с так называемыми каменными мойками практически на всех кухнях страны. Они сохраняют свой первоначальный вид на долгие годы, отличаются высоким уровнем прочности, не выцветают, и не впитывают грязь, за ними легко ухаживать, а также выдерживают высокие температуры.

А наши новые изделия с качественным PVD покрытием могут конкурировать с европейским не только по качеству, но и в области дизайна.

Для мебельщиков работать с мойками из нержавеющей стали ещё и выгоднее по целому ряду причин:

- они занимают куда меньше места на складе, если хранить коробками одной модели;
- логистика дешевле из-за меньшего перевозимого объёма груза;
- конкуренция в этом сегменте ниже;
- нет проблем с последующим обслуживанием таких моек у конечного потребителя (пожизненный срок службы);
- брака практически не существует.

Друзья, это начало пути, который мы вместе с Вами, дорогие мебельщики, будем проходить вместе. По крайней мере, мы на это очень надеемся.

С уважением, Коммерческий директор ООО «Топзеро Рус»
Клычников Александр

Региональные представители Компании TopZero

АНКОНА (ЮФО)
www.ankona.net

Краснодар, ул. Новороссийская, 172,
+7 (861) 992-62-57

ПОСЕЙДОН (ЦФО)

www.fraumoyka.ru

Москва, Холодильный
переулок, 3, стр. 4, офис 24
г. Химки, Юбилейный проспект, 7, офис 65,
+7 (495) 150-15-44

МЕБЕЛЬЩИК (ДФО)

www.meb25.ru

г. Владивосток, ул. Волжская 1,
склад-магазин «Мебельщик»,
+7 (914) 703-38-03

ЭСТИЛО (Поволжье)

г. Самара, Заводское шоссе 9, 2А,
+7 (927) 688-49-88, +7 (846) 207-04-53

ОСМИН (Екатеринбург)

www.osmin.ru

г. Екатеринбург,
ул. Белинского, 165Б,
+7 (343) 287-00-66

TOPZERO®

КУХОННЫЕ МОЙКИ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ И ГРАНИТА

Москва, Рязанский проспект, 24, корп. 2, офис 22-2 8

тел.: +7 (499) 130-24-22

e-mail: info@topzero.ru, www.topzero.ru



Что нам стоит шкаф построить?

Текст и фото: Мария Бобова

В прошлых номерах мы писали о том, как посетили компании, совмещающие в себе шоурумы, склады и небольшие цеха для оказания дополнительных услуг мебельщикам.

В этом материале всё будет помасштабнее.

Мы узнали, как все мебельные детали изготавливают благодаря считыванию информации со штрихкодов. Увидели широкий парк оборудования с ЧПУ, соседствующий с элементами ручного труда, работу со стеклом и фотопечатью.

И всё это на фабрике по производству корпусной мебели и шкафов-купе.



МЕБЕЛЬ НАЧИНАЕТСЯ С МАТЕРИАЛОВ

С экскурсией мы посетили Верхнепышминскую мебельную фабрику под Екатеринбургом. Наш автобус только-только проехал за шлагбаум промышленной зоны, а нас уже встречала лично директор предприятия АЛЁНА КУДРЯВЦЕВА.

«Мы производим корпусную мебель уже более 20 лет. В 2016 году мы открыли новое направление по изготовлению фасадов МДФ в плёнке ПВХ, а с 2018 года оказываем услуги по покраске фасадов МДФ. Поэтому производство у нас большое, есть что показать», — руководитель фабрики стала нашей экскурсоводом и предложила следовать за ней.

Наш путь начался не с офисов и кабинетов с образцами продукции и усердно работающими менеджерами, а с небольшого лабиринта невысоких сооружений. Нас провели вдоль целой череды административных зданий, строгость и минималистичность которых разбавляли весёлые жёлтые и «мятные» постройки с зелёными вывесками — цеха и складские помещения.

Логично, что в распоряжении фабрики было далеко не одно помещение для хранения. Склад для материалов, для комплектующих и фурнитуры, для готовой мебели (причём серийные и индивидуальные изделия хранятся отдельно — во избежание путаницы).

Так как любая мебель начинается всё же с древесных плит, нам первым делом

продемонстрировали именно широкий ассортимент закупленного ЛДСП.

Помещение могло бы показаться пустоватым, если бы мы не учитывали его габаритов. Все стеллажи были заставлены, а некоторые коробки вообще находились на самых последних полках, откуда их можно было достать только при помощи высотного складского штабелёра.

Многие стопки «исхудали» от использования, на некоторых, напротив, даже не вскрыта упаковка — запасы. На одной стопке лежат начатые рулоны кромки, на второй — оставленный рабочими канцелярский нож и скотч, где-то сверху припущены плёнка и упаковочная бумага и картон.

Сразу видно, что в цех наведываются постоянно.



«При поступлении товар проходит тщательный входной контроль на предмет комплектности и качества. На этом этапе мы проверяем, соответствуют ли имеющимся на фабрике заказам размеры и цвета материалов. Работаем с ЛДСП производства Egger, «Кроношпан», «Кроностар». У этих компаний устраивающее нас качество и очень большая палитра оттенков. Кромку используем обычно «единичку», но по заказу можем применить 0,4 и 2 мм», — заметила АЛЁНА КУДРЯВЦЕВА.

Вовсю шла работа на складе алюминиевого профиля, где сотрудники фабрики проводили сверку и распаковку.

«После того как все материалы проверены, поверхности очищены от загряз-

нений, которые могли возникнуть при транспортировке, приёмный контроль ставит свою отметку и запускает их в производство», — уточнила наша провожатая.

МАССА ДАННЫХ В ОДНОМ ШТРИХКОДЕ

После мы зашли в просторный цех, где самое почётное место занимают два распиловочных центра с ЧПУ HOLZMA HPP 350. Но просто распилом плитного материала дело не ограничивалось. На свежесрезанные детали мастер тут же наклеивал этикетки со штрихкодом.

Как рассказала наш спикер, при помощи системы штрихкодирования на предприятии производят и серийную, и заказную мебель. Особенно удобно так работать в последнем случае.

Электронные данные из листа заказа обрабатывает распиловочный центр с программным обеспечением. В комплекс встроен специальный принтер, который распечатывает стикер с индивидуальным штрихкодом. На этой этикетке есть все необходимые данные о заказе и его деталях. На каждом последующем этапе производства специалист считывает сканером информацию с наклейки. Данные поступают на оборудование, и станок тут же распознаёт вид операции, которую нужно произвести, с поступившей в него деталью.

Осмотревшись, мы убедились, что почти у каждого рабочего места лежал заметный жёлтый сканер. Ещё мы отметили, что в большом рабочем цехе тепло и чисто — люди здесь работали в лёгкой спецодежде.



«У нас есть собственная котельная. Чистоту поддерживают не только сотрудники, но и централизованная система аспирации», — поделилась АЛЁНА ПАВЛОВНА.

Осматриваемся, стараясь ничего не упустить. Всё оборудование автоматизированное или полуавтоматическое. И подавляющее число станков европейского производства. Преобладают машины немецкого концерна HOMAG (многофункциональные станки для раскроя, сверления, фрезерования, выборки пазов и обрабатывающие центры) и его подразделений, например, таких как Brandt (кромкооблицовочный станок).

Атмосферу промышленной Германии разбавляют итальянские машины: сверлильно-присадочный станок Magdi Engineering и полуавтоматический станок для облицовывания криволинейных деталей Vitar Eclipse.

И ни одной машины из Поднебесной, хотя сегодня много образцов оборудования от промышленного Китая, которые обладают очень достойными рабочими характеристиками. Но мнение у директора фабрики однозначное.

«Европейское оборудование рентабельно при большом потоке. Китайские машины не справляются с теми оборотами, которые выдерживают немецкие станки. Минус у азиатских машин — меньше производительность, меньше срок эксплуатации и гарантийный срок обслуживания. А если говорить об их более низкой цене, то за этим фактором не всегда стоит гнаться. Нужно понимать, какие выгоды дают именно европейские устройства. Проходя ТО своевременно, немецкий или итальянский станок без проблем отработает 10 лет», — высказала мнение Г-ЖА КУДРЯВЦЕВА.

Пусть на фабрике все станки европейские с ЧПУ, совсем без элементов ручного труда не обойтись. Мы пришли как раз в разгар рабочей смены. Часть деталей уже прошли через кромочный станок, и несколько сотрудников занимались смягчением острых краёв кромки и остатков клея с партии деталей.

На наше присутствие практически не обратили внимания — все работали, как и в обычный день, — никакой «показухи». Время — деньги.

Нас по-хорошему удивило, что на этом производстве работает достаточно мно-

го молодых людей. И это учитывая сегодняшние проблемы с поиском кадров в мебельной отрасли.

«Да, на самом деле сегодня наблюдается большой дефицит кадров разных направлений. На мой взгляд, одна из самых сложных и востребованных специализаций в мебельной сфере — конструктор-технолог. Очень тяжело найти такого специалиста.

Лично мы в определённый момент поняли, что нам лучше воспитывать кадры самостоятельно. В прошлом году наша фабрика перешла на двухсменный режим работы — мы подбирали людей. За несколько месяцев новый персонал был обучен. На нашем производстве много сотрудников с большим опытом, которые работают на фабрике очень много лет — они отлично справились с этой задачей. Сегодня у нас большой, устоявшийся коллектив», — рассказала руководитель предприятия.

СОЗДАВАЯ КРАСОТУ

Следующим пунктом нашей экскурсии был цех по работе с зеркалами и цех УФ-печати. В помещении, где работают со стеклом, его ещё и декорируют.



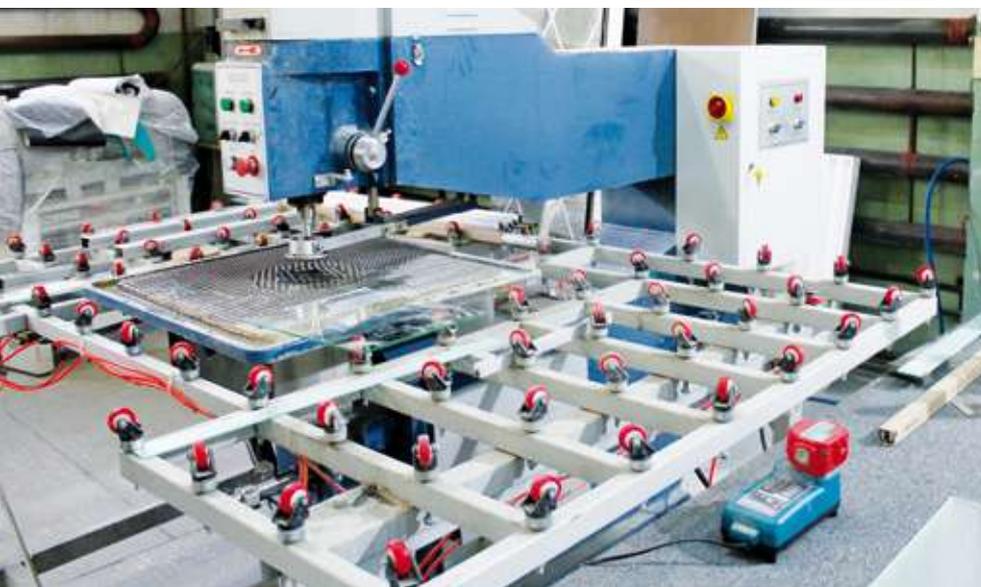
Мы как раз смогли посмотреть, как работает оборудование для нанесения рисунка. В случае этого производства — пескоструйный станок с ЧПУ австрийской компании S.A.G.

«В качестве рисунка для дверей с пескоструйной обработкой может быть выбрано любое изображение из нашего каталога, либо оно может быть разработано индивидуально под заказчика. Выбранный вариант выводится на режущий плоттер или каттер, который прорезает контур будущего рисунка на плёнке.

На специальном станке для пескоструйной обработки свободные от плёнки участки зеркала подвергаются воздействию мелких абразивных частиц, летящих с высокой скоростью и выбивающих частички материала. Так создаётся пескоструйный рисунок. Чем интенсивнее степень обработки стекла или зеркала, тем более глубоким и объёмным получается рисунок. После окончания изготовления такого наполнения плёнка снимается, готовое изображение покрывается специальным лаком, защищающим его от загрязнений.

Пескоструй может быть с двух сторон зеркала: как с лицевой, так и с обратной.





Сейчас наш сотрудник подготовит материал, подберёт шаблон и продемонстрирует, как работает станок», — директор предприятия разрешающе кивнула ожидающему неподалёку сотруднику.

На наших глазах мастер установил зеркало на рабочую поверхность станка, а поверх уложил один из трафаретов. Спустя некоторое время после запуска всю деталь закрыла камера, содержащая абразивную смесь.

Алёна Павловна предложила, пока мы ожидаем окончания цикла, взглянуть на помещение, где работает дизайнер. Мы нырнули в отдельную закрытую комнату. Там нас ждали рулоны цветных плёнок, плиты и стекла, несколько станков и дизайнер-технолог предприятия. Неподалёку от рабочего места стояли несколько образцов с уже нанесённой яркой фотопечатью, которые ожидали следующего технологического этапа.

Алёна Павловна отметила, что рисунки печатаются на прозрачной плёнке, далее заготовка прогоняется через ламинатор. Чтобы изображение было более плотным и светонепроницаемым, на оборотную сторону стекла поверх прозрачной плёнки с рисунком наносится белая плёнка. Кроме насыщенного цвета и эффектного внешнего вида она придаёт и дополнительную прочность изделию.

В подтверждение её слов зашедший с нами мастер приложил на стоящее неподалёку стекло белый лист бумаги. На поверхности, на которой до этого рисунок проглядывался с трудом, теперь чётко проявились насыщенные лепестки папоротника.

В цехе УФ-печати оборудование также было исключительно импортное — универсальный плоттер японского производства и французский ламинатор.

Мы вышли из «кабинета» дизайнера ровно тогда, когда закончился цикл обработки на пескоструйном станке. На недавно идеально гладком зеркале теперь «расцвёл» белый цветочный элемент, аккуратный, но немного шершавый на ощупь. В целом у машины ушло на обработку не более 10 минут.

Для современного производства необходима возможность создавать как можно более широкий спектр дизайнерских элементов.

«Раньше люди довольствовались шкафом из ЛДСП с простым зеркалом в качестве вставки. Сегодня такой простоты уже нет. Люди стремятся подобрать что-то индивидуальное, максимально под себя. Кто-то хочет сложный рисунок на зеркале, кто-то фотопечать, кто-то мягкие панели: у кого какой вкус. Отмечу, что 60% от общего объёма производства приходится на мебель по индивидуальному заказам. Остальное — серийная мебель», — подсчитала директор Верхнепышминской мебельной фабрики.



Присадочный фрезер **DDF 40**

mafell

ЭКОНОМЬТЕ ВРЕМЯ С НОВЫМ ПРИСАДОЧНЫМ ФРЕЗЕРОМ DDF 40 ОТ MAFELL!

В 2018 году конструкторы завода Mafell порадовали мир деревообработки обновленной версией легендарного присадочного фрезера DD 40 P. С новым фрезером DDF 40 высверливать отверстия с высочайшей точностью стало еще проще и эффективнее даже на самых маленьких заготовках!

Запатентованная система упоров с расположенными в подошве подпружиненными упорными штифтами была просто адаптирована к новому боковому упору SA320. Благодаря этому можно чрезвычайно просто и без предварительной разметки сверлить парные отверстия на значительном удалении от исходного края заготовки. Продуманные комплектующие преобразуют присадочный фрезер DDF 40 в удобное многофункциональное устройство.

Так, к примеру, с использованием специальных упоров на корпусе фрезера более не потребуется делать разметку вручную или использовать линейки.

СКОРОСТЬ И ТОЧНОСТЬ СТАЦИОНАРНОГО СТАНКА У ВАС В ОДНОЙ РУКЕ!

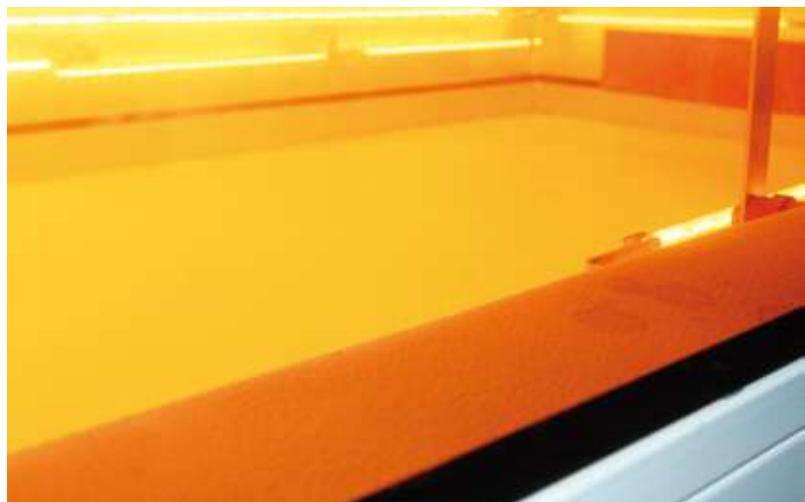
- Соединение внешних и внутренних углов.
- Ряд отверстий.
- Условое угловое соединение.
- Сборка рам.
- Сборка широких и узких заготовок.
- Соединение в четверть.

Для того чтобы понять, насколько удобно для пользователя сконструирован присадочный Фрезер DDF 40, достаточно бросить взгляд на его эргономическую рукоятку и ровную подошву.



**Официальный представитель немецкого
завода Mafell, ООО «СМП»**

Адрес офиса и демозала:
115432, Москва, ул. Трофимова, 15
8 800 222 72 32 (звонки по рф бесплатно),
+7 [495] 249-33-89



ФИНАЛЬНЫЙ ЭТАП

В паре шагов от пескоструйного станка находился цех сборки дверей для шкафов-купе и подготовки профилей. Там мы увидели небольшое отделение для хранения алюминиевого профиля, столы для замера и резки зеркал, обитые мягкими, но нескользящими материалами, чтобы хрупкое сырьё не «скользило» по рабочей поверхности. Мастер только-только закончил работу на специальной профильной пиле и теперь измерял длину получившихся элементов. Хотя это скорее была чистая формальность. Как нам рассказали, это оборудование производит резку с точностью до 10-х долей миллиметра.

Нам рассказали, что, когда все детали приведены к нужным размерам, вплотную к надёжно закреплённому на зеркале или стекле вертикальному профилю помещается профиль поперечный. Все стороны, после того как они правильно подогнаны, соединяют винтами. В верхних и нижних профилях закрепляют ролики, которые обеспечивают лёгкую и бесшумную подвижность дверей шкафа-купе.

Мы не стали следить за всей операцией и проследовали за нашим экскурсоводом на участок упаковки.

После того как изделие полностью подготовили, его заковывают в защитную плёнку и помещают в коробку из плотного гофрированного картона. Этот этап кажется незначительным, но при неправильной упаковке товар банально не доедет до потребителя.

«Комплектация серийной и индивидуальной мебели у нас происходит на разных участках цеха. Упаковка также производится по штрихкодам.

То есть оператор считывает все детали со штрихкодами для определённого пакета, после чего программа выдаёт единый упаковочный талон, который приклеивается на готовую коробку», — пояснила АЛЁНА ПАВЛОВНА.

ФАСАДНОЕ ЗАКУЛИСЬЕ

Как и обещала директор фабрики, в самом конце нам показали и работающее с 2015 года производство МДФ-фасад. Цех большой и очень светлый за счёт целого ряда окон, расположенных под самым потолком помещения.

В этом цехе производят обработку фасадов МДФ при помощи специализированного оборудования, которое даёт возможность выполнить разные типы фрезеровок. Этот этап можно

назвать самым трудоёмким и ответственным. После окончания фрезеровки заготовки фасадов шлифуют и обрабатывают клеем. Далее подготовленные панели МДФ отправляются в цех мембранно-вакуумного прессования, где с помощью специального оборудования затягивают плёнкой. Отметим, что станок в этом цехе отошёл от общего принципа предприятия. Пресс Master Medium отечественного производства. Хотя именно эту модель можно нередко встретить на многих других мебельных предприятиях.

Естественно, для изготовления такой продукции необходим большой ассортимент разномастных плёнок. Целый букет разноцветных рулонов расположился в углу помещения. Трубок было так много, что часть из них снабдили ручную написанными опознавательными этикетками, видимо, для упрощения поиска. В случае если необходимо придать панелям МДФ эффект старины, потёртости, создать дополнительный объём, детали патинируют: на отдельные их части или на всю поверхность при помощи распылителя наносят патину, а затем фасады покрывают лаком. Готовые фасады перед отправкой проходят приёмку ОТК. 📦



На сегодняшний день, мы полностью обеспечиваем
мебельный холдинг «АСМ», имеем собственное
производство комплектующих и являемся официальным
представителем Турецкой компании «MARMARA»



реклама

г. Екатеринбург,
ул. Окружная, 5, оф. 300
т.: (343) 214-78-09, 256-82-28
e-mail: info@ckm-asm.com
Instagram: ckm_furniture

г. Челябинск,
ул. Ударная, 7А, оф. 105
т.: (351) 210-37-06,
т.: (351) 210-37-07
e-mail: umk-chel@yandex.ru

г. Уфа,
ул. Сельская
Богородская, 51, оф. 212
т.: (347) 295-99-46
e-mail: umkufa@gmail.com

г. Ульяновск,
ул. 9-й проезд
Инженерный, 30, оф. 116
т.: (422) 27-57-00
e-mail: umkuln@mail.ru

ПРИРОДНЫЙ ВКЛАД В МЕБЕЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

Подготовила Мария Бобова

Мебельная промышленность — одна из тех сфер, которая практически не может существовать без использования природных ресурсов, в данном случае дерева. Этот материал использует основной процент мебельщиков. Это может быть чистый массив, а могут быть различные плиты, на создание которых обязательно идёт древесина. То есть, выражаясь метафорически, природа вносит значительный вклад в производство мебели. Но, более того, она может и куда больше принести в мебельный дизайн. Мы сделали подборку изделий, где природные компоненты (нетипичные для мебельной отрасли) максимально применили в декоре.

Фото: designwanted.com/design/leather-made-of-leaves-furf-autumn-collection/

КОЖА ИЗ ЛИСТЬЕВ

Звучит невероятно, однако бразильские дизайнеры смогли сделать это выражение буквальным. В коллекции Autumn от бразильских специалистов фабрики Nova Kaeru и дизайнеров студии Furf сочетается природная тематика, экологичность и использование нестандартных материалов. Для обивки мебели авторы используют сырьё, имитирующее кожу, которое сделано из листьев.

Этот материал появился благодаря 5-летним исследованиям, и его уже назвали «веганским».

Листовая кожа превосходит большинство других растительных тканей тем, что не смешивается с другими типами волокон или полимеров. Это позволяет сохранять естественную фактуру природного листа.

Процесс производства включает в себя несколько этапов: от выращивания растений и сбора листьев до их дубления, сушки и прессования. Материал способен конкурировать с кожей животных, ведь после того, как лист «свалялся», он обретает долговечность и гибкость, сохраняя уникальный рисунок.

В линейку вошли скамейки и стулья. Каркасы мебели изготавливают из переработанного металла путём ручной сварки и отделки.



Фото: designboom.com/design/stefan-diez-soba-bamboo-bench-japan-creative-02-03-2015/

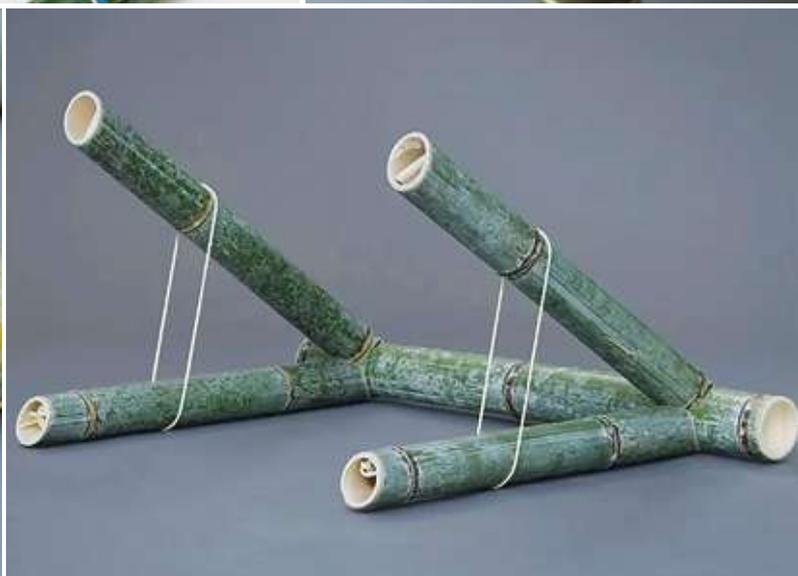


КРУТИТЬ БАМБУК

В странах Восточной Азии бамбук — невероятно ходовой материал. В Европе такая полая древесина большим спросом не пользуется. Поэтому коллекцию мебели Soba от немецкого дизайнера Стефана Диеза и некоммерческой японской организацией Japa Creative признали очень оригинальной. Серию продемонстрировали в марте 2017 года на выставке дизайна в Кейптауне.

Все предметы коллекции (стулья, скамейки, столы) выполнены из натуральных необработанных бамбуковых стеблей. Оригинальности проекту придаёт ещё и то, что эта мебель быстрособираемая, с очень простым конструктивом. Изделие, по сути, состоит из комплекта деталей и таких дополнительных элементов, как верёвка, бамбуковый вороток и втулка. Необходимо лишь продеть шнуры через трости и связать вместе отдельные части. Сборка мебели занимает всего несколько минут.

Кроме того, необработанная поверхность бамбука со временем меняет цвет от светло-зелёного до серого. Дизайнер намеренно решил использовать именно этот материал, чтобы подчеркнуть его природную красоту и способность меняться с течением времени.



УНИКАЛЬНО

КОЛЫШЕТСЯ КРЕСЛО

С одной стороны, ветви — это довольно распространённый материал в мебельной промышленности. Ротанговая мебель тому подтверждение. А с другой — часто ли увидишь кресло, состоящее из цельных веток и напоминающее ветвистый трон?

Не часто — такое кресло под названием Savannah бразильский дизайнер Тиаго Курioni выпустил лимитированным тиражом.

Первоначально ветки согнули и опустили в воду, чтобы ветви увлажнились и необходимый результат зафиксировался. После высыхания их скрепляют клеем для окончательного формирования базы. В качестве сидения используют меховую подушку. В итоге получается не только функциональная мебель, но и арт-объект. За счёт длинных и расправленных ветвей на спинке кресла и по бокам создаётся иллюзия, что человек сидит прямо внутри куста.



Фото: tiagocurioni.com.br/product-page/poltrona-savanna

Подборку дизайнерской мебели из нестандартных для отрасли материалов смотрите в журналах №4 (17) за июль-август и №5 (18) за сентябрь-октябрь.

ПЕРЬЯ И РАКУШКИ

Благодаря талантливым специалистам список материалов, которые возможно использовать для создания оригинальных изделий, растёт с каждым годом. Британский дизайнер Бетан Грей и компания Nature Squared выпустили серию мебели, которая инкрустирована морскими раковинами, нефритом и птичьими перьями.

Бетан Грей разрабатывала дизайн и проектировала предметы коллекции, а студия Nature Squared искала сырьё и инкрустировала изделия. Ракушки авторы закупили у работников филиппинских рыбацких общин, которые консервируют морепродукты, а перья — у британских текстильных предприятий, использующих пух, и птицеводческих фабрик. Работа над одним предметом мебели занимала от нескольких недель до нескольких месяцев.

В коллекцию Exploring Eden («Исследуя Эдем») вошли стеллаж, шезлонги, табуреты, столы и журнальные столики.

Стол с узором, напоминающим гравюру, сделан из морских гребешков, стеллаж с розовым рисунком в сетку получился из сломанных раковин. Работа с перьями была ещё более кропотливой. Их Грей объединила с нефритом и смолой, чтобы создать набор цилиндрических столиков. Особенную красоту мебели придаёт именно то, что текстура и натуральность пера видны невооружённым глазом. Перья были тщательно подобраны по размеру и симметрично разложены, затем их покрыли слоем прозрачной смолы.

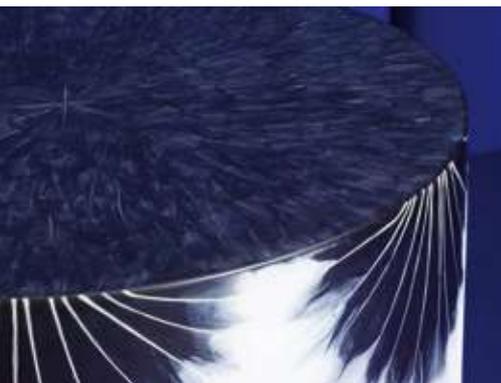


Фото: dezeen.com



СПЛЕСТИ ИЗ БАЗАЛЬТА

В одной из подборок мы уже писали про мебель из вулканической породы. Но специалисты латвийской мастерской Maffam Freeform пошли ещё дальше и запатентовали технологию производства мебели из базальтового волокна.

Эти магматические нити получают путём плавления натуральных вулканических пород в специальных печах. Расплавленный материал как бы выдавливают в виде пластичных нитей и формируют из них необходимое изделие. Особенность мебели также в том, что кружево всегда будет уникальным и неповторимым. Для скрепления дизайнеры используют натуральную природную смолу.

Мастерская вручную делает как уличную мебель из базальтовых кружев, так и домашнюю. Изделия отлично переносят капризы погоды и хорошо вписываются в любой интерьер. Кроме того, при всей своей кажущейся хрупкости эта мебель чрезвычайно прочная, не подвергается коррозии и экологически чистая. Также есть мнение, что базальт обладает уникальным свойством — поглощает вредоносные электромагнитные, ультрафиолетовые излучения.

Фото: maffamfree.eu



ДИТЯ КУКУРУЗЫ

В данном случае это не новый ужастик от Стивена Кинга, а отделочный материал на основе кукурузных шкурок. Такое оригинальное сырьё создал мексиканский дизайнер Фернандо Лапоссе. Уникальное изобретение мексиканского автора победило в знаменитом конкурсе Future Food Design Awards. Материал не только экологический, но и особенный с дизайнерской точки зрения.

Разноцветную кожуру от разных сортов кукурузы укладывают плотными слоями и склеивают вручную. Далее из получившихся блоков лазером кроят тонкие пластины. Получившиеся «детали» можно использовать и для декорирования мебели, и для отделки пола и стен. За счёт разнообразной расцветки и возможности выкраивания пластин разнообразных форм можно всегда получать уникальные узоры и проекты.

Изобретение мексиканского дизайнера поможет не только его собратьям по профессии и мебельщикам, но и местным фермерам. В последнее время из-за развития генной инженерии фермеры перешли на стабильное выращивание только одного вида кукурузы из 59 — ярко-жёлтых початков. Фернандо Лапоссе надеется вернуть фермерам интерес к остальным сортам растения и таким образом создать дополнительные рабочие места.

Фото: nonagon.style/fernando-laposse-indigenous-traditions-totomoxtle/



ОРГАНИЗАТОР МЕБЕЛЬЩИКА

IRONNORI

ironnori.ru

г. Ижевск, ул. Лесозаводская, 27, оф. 1
Тел. 8 (800) 700 23 27 +7 (3412) 77-18-71
E-mail: info@ironnori.ru

Обувные шкафы «Айрон» представлены более чем в 50 городах России, Республике Казахстан. Хотите, чтобы в прихожей всегда был порядок? Тогда наше предложение для вас! Представляем интернет-магазин обувных шкафов «АЙРОН»

ООО «АДИЛЕТГРУП»

adilet.net

г. Ульяновск,
7-й проезд Инженерный, 25, стр. 8

Поставщик мебельных тканей и пленки ПВХ с 20-летним опытом. Клиенты – индивидуальные предприниматели и крупные мебельные фабрики со всей России и стран ближнего зарубежья.

ООО «АКВАРЕЛЬ»

aphome.ru

г. Ростов-на-Дону г. Шахты г. Краснодар
+7 (863) 303-43-84, +7 (863) 623-76-23,
+7 (861) 201-00-73

ARhome — оптово-розничная мебельная компания, представляющая как собственные бренды: «Анна Потапова Мебель», BerkenwoodHome, APoffice, APsleep, так и поставку мебели и предметов интерьерного декора от лучших производителей США, Европы, России и стран Юго-Восточной Азии, в разных стиливых решениях, ориентированных на средний и средний+ ценовые сегменты.

ООО «АРИКОН ЛК СИСТЕМЫ»

lakpro.ru

Москва, туп. 1-й Тихвинский, д. 5-7, пом.1

Продажа профессиональных лаков из Италии.

ООО «ВДМ» (бренд AMIX)

amix-tk.ru

Санкт-Петербург,
ул. Якорная, 15. офис 407

Широкий ассортимент мебельных комплектующих по доступным ценам. Осуществление оптовых продаж. В интернет-магазине возможна покупка комплектующих в розницу с быстрой доставкой по всей России.

ООО «КРОНОСПАН»

kronospan-express.com

Республика Башкортостан,
мкр. Индустриальный парк,
ул. Венская, вл. 100/3

Производитель плит ДСП, МДФ, ламинированных напольных покрытий, а также ОСП. Осуществляет производство декоративной бумаги и других продуктов высокого качества: столешниц, стеновых панелей, лакированных ХДФ, плит с металлическим покрытием и тонких столешниц из крафт-бумаги SLIM LINE.

ООО «МОДУЛЬ»

фмф-модуль.рф

г. Томск, ул. Иркутский тракт 92
8 (3822) 66-26-84, 8-991-391-65-56,
8-903-955-33-83

Компания «Модуль-Т» — российский производитель мебельных фасадов и корпусной мебели. Одна из немногих на отечественном рынке компаний, обладающая всем спектром актуальных технологий своей производственной ниши.

K3-Фасад

www.k3-fasad.ru

8 (495)-155-75-64; 8 (831) 235-19-75

K3-Фасад - программное приложение, разработанное специально для удобного и быстрого проектирования и изготовления мебельных фасадов. Программа позволяет создать трехмерные модели фасадов необходимого размерного ряда, задать им все фрезеровки и сформировать по ним управляющие программы для станка.

ООО «АРИКОН ЛК СИСТЕМЫ»

lakpro.ru

Москва, туп. 1-й Тихвинский,
д. 5-7, пом.1

Продажа профессиональных лаков из Италии.

ООО «ТЕКСИМА» (бренд «АМЕТИСТ»)

ametist-store.ru

Московская обл., Щелковский р-н,
д. Никифорово, д. 150

Поставщик материалов и комплектующих для мебели с 25-летним опытом. В складской программе — более 5 000 позиций в разных ценовых сегментах от 80-ти зарубежных поставщиков. Оптовые и розничные продажи, работа по индивидуальным проектам дизайнеров и архитекторов.

ООО «ТЕХНО-ГРАФИКА»

t-g.ru

г. Москва, Павелецкая набережная,
д.8, стр.6, офис 106

УФ-принтеры. Рулонные режущие плоттеры. Фрезерно-гравировальные машины. Широкоформатные принтеры. Лазерные гравировальные системы.

ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «МЕРИДИАН»

mkmeridian.com

г. Москва, ул. Пресненский Вал, д. 27,
стр. 15, комн. 19

Производство и продажа мебели для спальных и гостинных комнат из итальянских комплектующих.

Fagus-GreCon Greten GmbH & Co.KG

www.fagus-grecon.com

г. Москва, ул. Новочеремушкинская, 61
Тел. (499) 128-87-97, факс (499) 128-94-39
E-mail: info@grecon.ru

Мировой лидер по производству систем искрогашения, которые служат для предотвращения пылевых взрывов в фильтрах, во избежание повреждения имущества и оборудования, а также сохранения человеческих жизней. Производственный процесс при этом не прерывается.

NESTRO LUFTECHNIK GMBH

www.nestro.net

г. Москва, Чермянский проезд, 7

Система аспирации NESTRO имеет модульное устройство и состоит из набора установок, соединенных воздуховодом. Вся система устроена таким образом, что она работает как единое целое с вашим производством. Подробное описание каждого компонента вы можете найти на нашем сайте или связавшись с нами.

Классик

ФАБРИКА МЕБЕЛИ

Фабрика мягкой мебели «Классик» была основана в 2005 году. Мы занимаемся производством недорогой современной мягкой мебели по приемлемым ценам. Принципы нашей фабрики - создавать стильную, надежную и доступную мебель.

Каждый клиент - это гость нашей компании, которому мы готовы предложить самые удобные условия сотрудничества.



АМАДЕЙ 2 ДУ

2650x2120x870 мм
Сп. место – 2000x2160 мм



АКВАМАРИН 11 БД

2380x1150x1000 мм
Сп. место – 2000x1500 мм



КЛАССИК 26 БД

2450x1180 мм
Сп. место – 2000x1600 мм



АКВАМАРИН 10 БД

2200x1040x960 мм
Сп. место – 2200x1900 мм



Фабрика мебели «КЛАССИК»
г. Екатеринбург, ул. Окружная, 88а,
(343) 256-8-257, 256-83-03
klassik.zakaz@mail.ru, asm-klassik@mail.ru



«Мебель-2019» – краткий обзор итогов выставки



АО «Экспоцентр»
+7 (499) 795-37-36
www.meb-expo.ru

«Экспоцентр» подвёл итоги 31-й международной выставки «Мебель, фурнитура и обивочные материалы» — «Мебель-2019». Несмотря на довольно непростую экономическую ситуацию в стране, этот проект ещё раз доказал свою актуальность и значимость.

Известные производители мебели, дизайнеры и специалисты по интерьеру из многих стран мира и разных регионов России продемонстрировали новые коллекции, оригинальные дизайнерские решения и материалы мебельной индустрии. Экспозиция дала полное представление о тенденциях рынка и современной мебельной моде.



ЧЕМ УДИВИЛА ЭКСПОЗИЦИЯ?

В выставке приняли участие 842 экспонента из 28 стран. Компании Германии, Румынии, Республики Корея, Узбекистана организовали национальные экспозиции.

Благодаря активности региональных структур по поддержке экспорта и бизнеса в этом году на выставке было представлено рекордное количество коллективных экспозиций регионов – 14 (Краснодарский край, Республика Удмуртия, Республика Адыгея, Республика Марий Эл, Ульяновская, Пензенская, Кировская, Костромская, Тверская, Вологодская, Московская, Омская, Брянская, Ярославская области).

И тематических разделов представили все сегменты мебельной индустрии – от мягкой и офисной мебели, кухонных гарнитуров до отдельных предметов декора, комплектующих и оборудования.

Впервые на выставке был реализован специальный проект «Квартиры с мебелью», нацеленный на продвижение комплексного обустройства квартир в строящихся домах и развитие сотрудничества между производителями мебели и девелоперами. Экспозицию дополнил круглый стол «Квартиры с мебелью – необходимый элемент на рынке недвижимости» (подробнее читайте на стр. 36).

«Мы решили на нынешней выставке показать живую представителям

строительного комплекса, что отечественные мебельные предприятия могут комплексно обеспечивать поставку мебели в промышленных масштабах по заводским ценам без торговых наценок, по стоимости на 50% ниже розничных цен для конечного потребителя. Мы уже увидели большой интерес со стороны строительных компаний. Думаю, что на выставке в следующем году количество мебельных предприятий, которые будут участвовать в этом проекте, сильно вырастет», — прокомментировал президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России Александр Шестаков.

Новые таланты показал салон Future Stars, который в этом году значительно расширил своё присутствие на выставке. Интерес к экспозиции со стороны посетителей был значительным. Специалисты отрасли дали высокую оценку перспективам будущих звезд мебельного дизайна. Большую аудиторию собрали мероприятия, посвящённые дизайну мебели и интерьера (подробнее читайте на стр. 50).

Третий год подряд на выставке успешно работает Салон мебельных франшиз. На стендах и в деловой программе свои готовые бизнес-пакеты представили ведущие компании-франчайзеры. Салон зарекомендовал себя не только как площадка для развития и расширения бизнеса, а также как место

для дискуссионных обсуждений проблем отрасли. В этом году программу Салона существенно расширили и охватили не только вопросы франчайзинга.

«На протяжении уже более 30 лет выставка собирает крупнейшие предприятия отрасли, и с каждым годом число её участников растёт. Она показывает, как производители стараются направить весь свой потенциал на то, чтобы российская мебель была конкурентоспособной не только на отечественном, но и на международном рынке», — отметила на открытии выставки член Комитета Совета Федерации ФС РФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Татьяна Гигель.

ОБСУЖДЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

В рамках деловой программы прошёл форум для производителей мебельной и деревообрабатывающей промышленности «RusМебель-2019». Эффективность в современных условиях», организаторами которого выступили Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) и АО «Экспоцентр».

Насыщенная программа включала круглые столы на самые актуальные вопросы отрасли и конкурсную часть. В том числе первый отраслевой



СПРАВКА

Такое крупное событие, кроме специалистов отрасли, привлекает и крупных чиновников, и представителей власти.

Кроме Татьяны Гигель, в официальной церемонии открытия выставки приняли участие:

- заместитель директора Департамента лёгкой промышленности и лесопромышленного комплекса Минпромторга России Вера Хмырова;
- президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообработывающей промышленности России Александр Шестаков;
- вице-президент ТПП РФ Дмитрий Курочкин;
- вице-президент Союза лесопромышленников и лесозэкспортёров России Евгений Кесарев;
- заведующий кафедрой «Дизайн мебели» Московской государственной художественно-промышленной академии им. С.Г. Строганова Кирилл Чебурашкин;
- первый заместитель генерального директора АО «Экспоцентр» Николай Гусев и другие почётные гости.

чемпионат специалистов мебельной и деревообрабатывающей промышленности по стандартам WorldSkills — WoodworkingSkills и финал конкурса Национальной премии в области промышленного дизайна мебели «Российская кабриоль» (подробнее читайте на стр. 12).

В первый день работы форума состоялся круглый стол «Квартиры с мебелью — необходимый элемент на рынке недвижимости». В нём приняли участие порядка 70 человек — представители органов государственной власти, профильных ведомств, ведущих производителей мебели, строительных и девелоперских компаний. Александр Шестаков отметил, что эта актуальная тема была представлена на федеральном уровне и получила поддержку российского правительства. По мнению Татьяны Гигель, реализация данного проекта не только обеспечит гарантированный сбыт отечественной мебельной продукции, рабочие места и налоговые поступления в бюджет, он также даст значительные, в том числе финансовые, выгоды населению.

Зам. директора Департамента лёгкой промышленности и лесопромышленного комплекса Минпромторга России Вера Хмырова подчеркнула важность предоставления квартир с базовым набором мебели как для коммерческого, так и для социального жилья.

Генеральный директор АМДПР Тимур Иртуганов отметил быстрые темпы роста российской мебельной промышленности. Предлагаемая АМДПР программа, по его мнению, будет способствовать развитию внутреннего рынка и позволит насытить качественной отечественной мебелью все регионы России.

Продолжили работу форума круглый стол на тему развития плитной промышленности и консультационная сессия по вопросам развития экспорта в мебельной отрасли. На круглом столе «Перспективы развития плитной промышленности 2019-2021 гг.». Тимур

Иртуганов представил собравшимся краткий обзор внутреннего рынка древесных плит.

На круглом столе «Российский экспортный центр: об инструментах поддержки экспорта продукции мебельной промышленности» речь шла о конкретных возможностях, предоставляемых Российским экспортным центром (РЭЦ) отечественным мебельным предприятиям. Одна из таких возможностей — это субсидирование участия в зарубежных выставках.

Третий день работы форума завершился круглым столом на тему «Подготовка квалифицированных кадров для мебельной и деревообрабатывающей промышленности». Первая часть мероприятия была посвящена образовательному процессу в высших учебных заведениях, а вторая часть — в средних. Сегодня вопрос подготовки профессиональных кадров в лесопромышленном комплексе в целом, в мебельной и деревообрабатывающей промышленности в частности стоит особенно актуально. От уровня подготовки специалистов и их компетенции зависит то, как дальше будет развиваться отрасль, насколько продукция будет конкурентоспособной, а работа эффективной.

Интересные семинары и дизайн-экскурсии провели АО «Экспоцентр» и компания Archdialog в специальной зоне Design Lounge.

В заключительный день работы международной выставки «Мебель-2019» в «Экспоцентре» наградили финалистов 15-го международного конкурса по качеству продукции, который ежегодно проводят АНО «Союзэкспертиза» ТПП РФ и АО «Экспоцентр». Победителям конкурса вручили 13 дипломов первой степени и 13 золотых медалей в номинации «За высокие потребительские свойства товаров», а также один диплом в номинации «За успешное продвижение качественных товаров» с присвоением знака маркировки для последующего нанесения на продукцию.

ВЫСТАВКА «МЕБЕЛЬ-2019» ВЫРОСЛА ПО ВСЕМ СТАТИСТИЧЕСКИМ ПОКАЗАТЕЛЯМ

В Москве выставались

842 КОМПАНИИ

(что на 51 компанию больше, чем в 2018 году). Из них 585 российских компаний (в противовес 555 предприятиям на «Мебель-2018»). Кроме того, на выставке зафиксировали

43 248 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

из всех регионов РФ и 67 стран. Площадь выставки составила

80 000 КВ. М.

Деловая программа включала более 80 мероприятий.

СПРАВКА

«Экспоцентр» организовал выставку при поддержке Министерства промышленности и торговли России, АО «Российский экспортный центр», Союза архитекторов России, под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, при содействии Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, Союза лесопромышленников и лесозэкспортёров России.

UMIDS-2020 – мебельный рынок как на ладони



С 8 по 11 апреля 2020 года в Краснодаре пройдет Международная выставка мебели, материалов, комплектующих и оборудования для деревообрабатывающего и мебельного производства UMIDS. Это одна из самых крупных в России выставок в своей отрасли. Организатор — компания MVK. Мебель на любой вкус, точный анализ мебельного рынка России и лекции дизайнеров интерьера — всё это есть на выставке UMIDS-2020.



Ежегодно более 350 компаний демонстрируют на UMIDS оборудование и инструменты для производства мебели, комплектующие и фурнитуру, а также новые коллекции готовой мебели и предметов интерьера для дома, дачи, офиса, гостиниц, ресторанов и кафе. Именно наличие огромного раздела мебели и декора делает UMIDS настоящей находкой для представителей мебельных и интерьерных салонов, дизайн-студий и всех ценителей качественных, стильных вещей для оформления жилых и коммерческих помещений.

МНОГООБРАЗИЕ СТИЛЕЙ НА ОДНОЙ ПЛОЩАДКЕ

Ежегодно выставку посещают 14 000 человек. География посетителей насчитывает 70 регионов России. Большинству посетителей удобнее приезжать не на столичные выставки, а на UMIDS,

где представлены более 150 ведущих российских брендов и местных южных производителей, чья мебель пользуется устойчивым спросом у жителей средней полосы России. Благодаря широкому разнообразию продукции и внушительному составу участников на UMIDS можно выбрать именно ту мебель, которая будет востребована конечным потребителем в том или ином регионе.

Участники UMIDS с коллекциями мебели: Олмеко, BTS, СлонимМебель, ESF, Fortuna Home, OSHN GROUP, ZonaZavtraka, Аврора ДМФ, Прогресс Гомельская фабрика, Европа-Д, Пинскдрев, Green Tree, Гомельдрев, Афина-Мебель, Мебель Импэкс, Империял, Интерьер-Центр-Юг, ДСВ-Мебель, МФ МИФ, Сурская мебель, Кубань-Мебель, Ромис, Велес, KENNER, МФ Регина, Данко МФ, Экодизайн, Меридиан, МИАЛ, М-СИТИ и другие.

ТАКОЙ ЖЕ, НО С ПЕРЛАМУТРОВЫМИ ПУГОВИЦАМИ

Несмотря на разнообразие готовой продукции, много мебели делается на заказ, так как готовая не подходит по размерам, материалам или фурнитуре. На UMIDS легко составить полный список компаний, готовых производить мягкую и корпусную мебель с модификациями, согласно требованиям клиентов.

ДОПОЛНИТЬ ИЛИ ОБНОВИТЬ ИНТЕРЬЕР БЕЗ УСИЛИЙ

Обновить дизайн любого помещения, придать интерьеру характер и индивидуальность помогут предметы декора. Это отличное решение как для жилых помещений, так и для оформления кафе, ресторанов, гостиниц, офисов. На UMIDS можно выбрать эксклюзивную мебель, шторы, картины и гравюры, ковры, декоративные подушки и покрывала, изделия из мрамора, электрокамины и другие предметы, создающие атмосферу уюта и комфорта.

Участники UMIDS с предметами интерьера: Teak House, Mebel.fm, MyLoft, Me, PavoGalleryGroup, RealFlame, АЙРОНКОН/МЕЛОFT, Евротекс Стиль, Ларстоун, МОДЕКС-М, Фанбель, Мастерская Мебели NRD, BIBERBAU и другие.

ПРОСТРАНСТВО ЖИВОГО ОБЩЕНИЯ С МЕБЕЛЬЩИКАМИ, ДИЗАЙНЕРАМИ, ДЕКОРАТОРАМИ

Быть в курсе результатов и прогнозов российского мебельного рынка, трендов интерьерного и промышленного дизайна помогут многочисленные деловые мероприятия на выставке UMIDS. В программе — семинары и конференции для производителей и продавцов мебели, форум дизайнеров-декораторов и многое другое. Специально приглашенный гость форума — промышленный дизайнер Карим Рашид. Особое внимание будет уделено теме франчайзинга: на UMIDS потенциальные франчайзи смогут ознакомиться с предложениями и условиями приобретения различных франшиз мебельной отрасли. Франчайзеры расскажут о конкурентоспособных преимуществах своих брендов, а опытные предприниматели поделятся практическими советами.

Быть в курсе всех новостей выставки поможет страница UMIDS в **Instagram @umids.ru**

Журнал «Индустрия мебели» дарит своим читателям специальный промокод **K74-TI-7635**, по которому можно получить бесплатный билет на выставку UMIDS. Регистрация на сайте www.umids.ru.



**8 – 11 АПРЕЛЯ
2020**

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

мебели, предметов интерьера, материалов,
комплектующих и оборудования
для деревообрабатывающего
и мебельного производства.

Краснодар
ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»

368
УЧАСТНИКОВ

13 947
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

реклама

**UMIDS.
МЕБЕЛЬ.
ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА**

**UMIDS.
ОБОРУДОВАНИЕ.
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ**

Организатор



Международная
Выставочная
Компания

+7 (861) 200-12-39
+7 (861) 200-12-31
umids@mvk.ru

12+

WWW.UMIDS.RU

Информационно-рекламный журнал
«Индустрия мебели»
№1 (26) январь-февраль 2020 г.
Тираж: 8 000 экземпляров.
Распространяется бесплатно.

16+

РЕДАКЦИЯ:
660068, г. Красноярск, ул. Мичурина, 3в, оф. 405
тел.: +7 (391) 237-15-37
E-mail: im@pgmedia.ru,
www.industrymebel.ru

Главный редактор:
Щетников Артём Александрович

Литературный редактор:
Мария Бобова

Выпускающий редактор:
Евгений Ошкин

Дизайн и верстка:
Максим Марютин

Корректоры:
Анна Лопина, Ольга Криворучко

УЧРЕДИТЕЛЬ:
ООО «ПромоГрупп Медиа»

ИЗДАТЕЛЬ
ООО «Издательство ПромоГрупп Медиа»
660068, Красноярский край, г. Красноярск,
ул. Мичурина, 3в, оф. 405
тел.: +7 (391) 237-15-37

Генеральный директор:
Юрий Устинович

Директор по продажам:
Лина Дмитриева

Отдел маркетинга:
Наталья Перевошникова, Геворг Асатрян, Татьяна Слепцова
marketing@pgmedia.ru

Отдел логистики:
Олег Дрофа, Антон Джафаров

Руководитель отдела продаж:
Оксана Шартон

Руководитель проекта:
Анна Семёнова

ОТДЕЛ ПРОДАЖ:
тел.: +7 (391) 237-15-37
reklama@pgmedia.ru
Александр Шадрин, Лиза Чиканова
Александра Швабская, Артём Егоров

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. Материалы, отмеченные знаком @, публикуются на правах рекламы. Представленные в журнале изображения взяты из архива редакции или из медиабанкобъектов в открытом доступе с указанием источника. Редакция не несёт ответственности за содержание рекламных материалов, инвестиционные прогнозы и рекомендации, предоставленные аналитиками, экспертами и рекламодателями. Ответственность за инвестиционные решения, принятые после прочтения журнала, несёт инвестор. Перепечатка материалов и использование их в любой форме, возможны только с письменного разрешения редакции, за исключением интернет-сайтов, для которых обязательно указание ссылки на журнал «Индустрия мебели» в виде www.industrymebel.ru. © ООО «ПромоГрупп Медиа».

Возрастная категория 16+. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций РФ (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77 – 63525 от 30.10.2015 г. Отпечатано в типографии ПК «Ситалл»: 660074, Красноярск, ул. Борисова, 14.

Подписано в печать: 7.02.2020 г.
Дата выхода номера: 12.02.2020 г.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ОТРАСЛИ

реклама

Оформить бесплатную подписку на журнал «Индустрия мебели» вы сможете напрямую через редакцию, выбрав удобный для вас способ:

- позвоните по телефону **+7 (391) 237-15-37**
- или отправьте заявку в произвольной форме на e-mail: marketing@pgmedia.ru. В теме письма укажите «ПОДПИСКА-ИНДУСТРИЯ МЕБЕЛИ»



Доступна и бесплатная подписка на **электронную версию**.
Для этого пропишите в теме письма
«ОНЛАЙН-ПОДПИСКА-ИНДУСТРИЯ МЕБЕЛИ».



Архив журнала на сайте www.industrymebel.ru

Актуальное состояние рынка

Секреты и советы от ведущих игроков рынка

Аналитика, мнения экспертов

Технические разработки для мебельного производства

Уникальные дизайнерские решения



Durante & Vivan
JOIN US IN EXCELLENCE

Sirca



**ВАШИ
ИДЕИ
—
НАШИ ЛК
СИСТЕМЫ**



АРИКОН

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЛК СИСТЕМЫ



Центральный офис:
Московская область, г. Старая Купавна,
ул. Горького, тер. ОАО «Мосхим»
+7 (495) 223-92-73, +7 (800) 333-46-63
e-mail: lkm@ariconoil.ru

Поволжский офис:

Ульяновск, Проезд
Максимова, 9, офис 205
+7 (8422) 27-24-94

Южный офис:

г. Краснодар,
пос. Березовый,
ул. Карла Гусника, 17/4
+7 (861) 238-4773

WWW.LAKPRO.RU

Kronodesign®

Trends 20/21 CITY VIBES



реклама

Для преумножения ценности жилых и коммерческих помещений, в коллекцию **Trends 20/21** введены каменные, бетонные, металлические, мраморные и деревянные декоры с элегантным тактильным выражением.



Kronodesign® App



kronospan
kronospan-express.com