

SAMET – 10 ЛЕТ В РОССИИ





ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ НА ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ
ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕГО И МЕБЕЛЬНОГО
РЫНКА УЗБЕКИСТАНА!

19-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА.
ДЕРЕВООБРАБОТКА.
МЕБЕЛЬ И КОМПЛЕКТУЮЩИЕ.**

12 • 13 • 14
АПРЕЛЯ 2023
ТАШКЕНТ • УЗБЕКИСТАН



Itesa
EXHIBITIONS

ica
eurasia



www.mebelexpo.uz

Журнал «Мебельщик» № 03-04 март 2023 г.

Учредитель и издатель: Ширяева Светлана Юрьевна

Издатель, редакция журнала:

г. Новосибирск ул. Оловозаводская, 47

Тел.: +7 (383) 352-35-05, моб.: +7 913-912-4-333

E-mail: mebelshik@mail.ru

Главный редактор: Светлана Юрьевна Ширяева

моб. +7 913-912-4-333

e-mail: 2144333@mail.ru

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 82182
от 10.11.2021

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций.

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»

г. Новосибирск, ул. Брюллова, 6а.

тел. +7 (383) 334-02-70, www.dealprint.ru

Подписано в печать: 10.03.2023 г.

Дата выхода: 14.03.2023 г.

Тираж 10 000 экземпляров.

Журнал распространяется бесплатно по предприятиям ме-
бельной отрасли в городах Сибири, Урала, Дальнего Востока,
в Поволжье, в ЦФО, на профильных выставках и мероприятиях.

ПУБЛИКАЦИИ

SAMET — 10 ЛЕТ В РОССИИ	8
ДЕНИС ЕГОРОВ, LAZURIT МЕБЕЛЬ: « СОХРАНЯЕМ ОПТИМИЗМ И ПРИСПОСАБЛИВАЕМСЯ»	12
АМДПР: ОБЪЕМ ИМПОРТА МЕБЕЛИ ИЗ НЕДРУЖЕСТВЕННЫХ СТРАН В 2022 ГОДУ СОСТАВИЛ 30 МЛРД РУБЛЕЙ	14
НОВОСТИ	16
МОЛОДЫЕ И СИЛЬНЫЕ ВЫВЕЗУТ	24
СЕКРЕТ ИКЕА: ПОЧЕМУ РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МЕБЕЛИ ПОКА НЕ ЗАНЯЛИ ОСВОБОДИВШУЮСЯ НИШУ	30
ВЛИЯНИЕ РОСТА ЦЕН НА ЭНЕРГОНОСИТЕЛИ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ ГЕРМАНИИ	32
БАЗИС-ЦЕНТР: ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, МЕНЯЮЩЕЕ МЕБЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС	38
ИТАЛЬЯНСКОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО. «АВТОМАТИЗАЦИЯ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА»	42
ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ДИЗАЙНА МЕБЕЛИ «ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ»	46
НОВОСТИ ДИЗАЙНА	50
ГАРРИ БЕРТОЙА: МАСТЕР ДИЗАЙНА И ЗВУКОВОГО ИСКУССТВА	54
ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	60



Менеджеры по рекламе:

Светлана Ширяева

моб.: +7 913-912-4-333

Дизайн макетов, верстка:

Павел Осипов

Юрий Катанский

Илья Дмитриев

моб.: +7 953-808-76-43

Ответственность за достоверность информации, со-
держасьей в рекламе, несут рекламодатели. Мнение
редакции может не совпадать с мнением авторов.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА РАЗ- МЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕМЫМ МАТЕ- РИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. АНКЕТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЖУР- НАЛА ПО ПОДПИСКЕ	63
--	----

КОЛОНКА РЕДАКТОРА



**Главный редактор
журнала МЕБЕЛЬЩИК
Ширяева Светлана**

Дорогие мебельщики!

Рынок за последний год заметно переформатировался. Рынок мелкого мебельщика в целом подрос и за счет ухода ИКЕА, и за счет возможности быть более гибкими. У мебельных фабрик, работавших на экспорт в Европу, объёмы упали, а производство по-прежнему нужно загружать. Сейчас задачи у всех разные, но все мы соберёмся традиционно, несмотря на сложности с логистикой, на выставку UMIDS в начале апреля в Краснодаре. Будет, что обсудить.

16 марта открывается в Москве первый из запланированных 10 магазинов Swed House, так называемый белорусский аналог ИКЕА. Надо обязательно посмотреть, на что похожи и формат, и сами товары, и цены. Будем посмотреть, насколько у магазинов высоки шансы занять серьёзную долю рынка.

Всем удачи! И до встречи на UMIDS!



ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Петли Направляющие Ручки



TALCO
FC18

SABLE
LR22

ARES
UB16

TALCO
FC17

PIOMBO
HM02

YOSEMITE
S016

ARES
UB36

ARES
FB11

ARES
FB68

Фасады из TSS Cleaf

Изготовление фасадов
по индивидуальным размерам

CLEAF
thermo / structured / surface

Новосибирск
ул. Д. Ковальчук, 1к4
+7 (383) 325-30-50
nois@nois.su

Новосибирск
ул. Ватутина, 99Н
+7 (383) 352-39-71
nois@nois.su

Бердск
ул. Ленина, 27
+7 (383) 311-00-77
berdsk@nois.su

РОССИЙСКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

г. Смоленск



☎ +7 (4812) 42-24-29

✉ info@aldi04.ru

🌐 ALDI04.RU



Каталог 2023





ООО ПКФ "КЛАМЕТ"
г. Киров
(8332)37-03-01, 37-35-40
www.klamet.ru





630005, Россия,
г. Новосибирск, ул. Журина 80/1
тел./факс: (383) 243-54-69, 224-58-44

www.bynom.ru
bynom@bynom.ru

КОМПЛЕКТЫ ПОСУДОСУШИТЕЛЕЙ «ЭНИКА» для шкафов ДСП 16; 18

Для ширины шкафа: 450 мм; 600 мм; 700 мм; 800 мм; 900 мм

БИНОМ

Производство мебельной фурнитуры
и изделий из пластмасс

Российский производитель
Качественный материал
Разнообразие комплектаций



Варианты сеток:

- сталь нержавеющая с полировкой;
- сталь с антикоррозионным покрытием «ХРОМ зеркальный»;
- сталь с антикоррозионным покрытием «ЧЕРНЫЙ матовый»

Варианты комплектации:

- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 4 держателя для сеток, 1 поддон, саморезы;
- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 4 держателя для сеток, 2 поддона, саморезы;
- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 2 держателя для сеток, рамка с регулировкой глубины, 1 поддон, саморезы;
- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 2 держателя для сеток, рамка с регулировкой глубины, 2 поддона, саморезы.

Варианты цвета поддонов:

- полупрозрачный бесцветный;
- черный матовый

SAMET — 10 ЛЕТ В РОССИИ

Российское представительство Samet в этом году отмечает юбилей, ровно 10 лет назад компания была зарегистрирована и с тех пор активно развивается на нашем рынке. Компания Samet сотрудничает с крупнейшими мебельными производителями и представлена через дилеров более чем в 70 городах — от Калининграда до Сахалина.



За это время сильно изменились конъюнктура и состав участников рынка мебельной фурнитуры, ассортимент, но вектор развития Samet остается неизменным — предоставление широкого спектра качественной функциональной фурнитуры в максимально короткие сроки, и за последний год развитие этого вектора только усилилось. Одним из ключей к этому достижению стала логистика, которая является одной из самых эффективных на текущий момент. Срок доставки от момента отгрузки до прибытия на склад составляет около 2-х недель, а срок производства большей части товаров составляет 4-6 недель.

В 2013 году ставка делалась на простую и надежную фурнитуру: петли без доводчика, направляющие скрытого монтажа, ящики с классическими бокови-

нами, изделия для крепежа. Данная продукция была востребована мебельщиками и набирала популярность среди дилеров и производителей мебели. Но Samet не стоит на месте, и на сегодняшний день ассортимент продукции стал значительно шире.

Благодаря отделу разработок в головном офисе в Стамбуле, который имеет статус исследовательского центра, за 10 лет на рынок был выведен ряд современных технологичных продуктов в области систем выдвижения, подъемных механизмов, петель, которые поставили Samet в один ряд с ведущими европейскими производителями.

В 2023 году ассортимент компании насчитывает свыше 6 тыс. позиций, которые представлены во всех

группах функциональной мебельной фурнитуры: петли, системы выдвижных ящиков и направляющие, подъемники, а также крепежная фурнитура.

Линейка подъемных механизмов представлена двумя надежными продуктами: подъемником Solo-Mech для одинарных и Multi-Mech для двойных складных фасадов. Вместе с этим в течение полугода будет представлен механизм для легких фасадов Slim-Mech, благодаря которому мебельщик найдет решение для фасадов разных размеров, из различных материалов и разного веса. На сегодняшний день подъемники Samet оснащены механическими силовыми блоками, встроенной регулировкой доводчика, мощности и угла открывания.

Среди выдвижных систем лидером является тонкостенный ящик Flowbox, давно зарекомендовавший себя на российском рынке. Ящик по-прежнему поставляется в 4-х цветах: белый, мокко, антрацит и глянцевый черный. К двум имеющимся высотам боковин — 106 и 192 мм — недавно добавились еще две — 138 и 256 мм. По количеству различных функциональных решений, дизайну и аксессуарам Flowbox — один из самых продвинутых среди всех производителей, представленных на нашем рынке, ведь помимо высоты боковин возможно использовать рейлинги и стеклянные боковые панели, а также выбирать тип выдвижения.

«Локомотивом» среди петель остается петля Master, линейка которой в 2022 году успела обзавестись черным цветом. Стоит отметить, что Master пользуется спросом не только в России, но и в других странах, вследствие чего объем производства за 2021-2022 годы был кратно увеличен.

Рост производства касается не только группы петель. В этом году Samet вводит в действие новое производственное помещение с самым современным оборудованием и высокой автоматизацией процессов. Это позволит увеличить мощности производства по всем товарным группам.

10 лет назад Samet пришел в Россию с собственной концепцией, своим видением рынка, и в этот непростой период, когда каждый год был не похож на предыдущий, сумел найти подход к отечественным мебельщикам. Сейчас компания продолжает развиваться и привлекать к себе внимание новых клиентов. Начиная новое десятилетие работы в России с широким и обновленным ассортиментом продукции, с сильными партнерами и развитой дилерской сетью, можно с уверенностью сказать, что у Samet всё только начинается.



samet
samet.com.tr

ВАЛМАКС®
дизайн и производство лицевой мебельной фурнитуры
&
SAGITTARIO
DESIGN STUDIO

PK 026 020 010

PK 026 010 010

PK 026 010 020

PK 026 020 020

КОЛЛЕКЦИЯ
2023



Произведено компанией ООО "ВАЛМАКС", Россия, 456320,
Челябинская обл., г. Миасс, а/я 919, Тургорякское шоссе 2/9,
тел.: 8 (3513) 289-996 многоканальный
www.valmaks.ru

ПРОИЗВОДСТВО НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИИ

Нетканые полотна для мебельной промышленности

- в качестве прокладочного материала;
- для обкладки и покрытия пружин мягкой мебели;
- для обшивки обратной стороны мягкой мебели;
- для дублирования облицовочной ткани;
- для обшивки объемного наполнителя и пр.

АО «КОМИТЕКС»

167000, г. Сыктывкар, ул. 2-я Промышленная 10

тел. (8212) 286-546, 286-547, 286-575

факс (8212) 286-560

market@komitex.ru, www.komitex.ru



ПРОИЗВОДСТВО ФРЕЗ
ДЛЯ ДЕРЕВООБРАБОТКИ

ИНСТРУМЕНТ УСПЕХА!

- **ИЗГОТОВЛЕНИЕ** насадных и концевых фрез для качественной деревообработки со сменными ножами из твёрдых сплавов и быстрорежущих сталей
- **ПОСТАВЛЯЕМ** запасные части, профильные и стандартные ножи к фрезам ЭЛСИ и других производителей
- **ОТПРАВКА** продукции транспортными компаниями и почтой



ДЕНИС ЕГОРОВ, LAZURIT МЕБЕЛЬ: «СОХРАНЯЕМ ОПТИМИЗМ И ПРИСПОСАБЛИВАЕМСЯ»

В феврале 2023 года Ассоциация калининградских мебельщиков сообщила, что за прошлый год производство мебели в самом западном регионе России существенно снизилось. Причины понятны: собственного производства ДСП и МДФ в регионе нет, и плита завозилась либо из стран Европейского союза (в частности, Польши), либо с основной территории РФ. Транзит через Литву был закрыт из-за санкций, поэтому сейчас доступны только морские перевозки — это привело к увеличению себестоимости продукции. Опираясь на данные Ассоциации, у отдельных компаний по итогам 2022 года объем продаж упал на 50%. Самые масштабные потери понесли производители, которые ориентировались на европейские рынки сбыта. А как же обстоят дела у влиятельных игроков, чье производство базируется в Калининграде, а салоны расположены по всей России? Чтобы выяснить это, побеседовали с генеральным директором компании Lazurit Денисом Егоровым.



Каковы самые серьезные препятствия для нормальной работы компании и для реализации продукции в регионах России?

Основное препятствие к реализации — падение спроса со стороны населения. Речь не только о мебели и не только о России, падает общий мировой спрос по всем отраслям. Прежде всего нынешнее падение связано со взрывным спросом в пандемию и постпандемийный период: большинство уже купило продукт, который был необходим.

Как прошлый год повлиял на ценовую политику компании?

По итогам прошедшего года ценовая политика осталась без изменений. В период удорожания валюты и, как следствие, роста цен от поставщиков, Lazurit был вынужден временно повысить стоимость продукции. Но уже к лету все нормализовалось, и цены вернулись к уровню января 2022 года.

Какие экспортные рынки сохранились? Какие сейчас развиваете?

К сожалению, из-за введенных санкций мы были вынуждены свернуть большинство экспортных на-

боток. Сейчас ищем пути выхода на рынки стран СНГ, Ближнего Востока, Азии. Мы можем разработать дизайн мебели в соответствии с запросами любого покупателя и быстро перенастроить производственное оборудование.

Как поменялась система продаж? На что делаете основной упор?

За последний год система продаж не претерпела каких-либо кардинальных изменений. Если же говорить о покупательском поведении, отмечу, что с каждым годом усиливается доверие к online-каналам — это естественная тенденция. В online компания приросла на 50%, в том числе благодаря запуску мобильного приложения. Сейчас доля e-commerce в Lazurit составляет 8%, большая часть приходится на собственный интернет-магазин. По итогам 2022 года его посетили около 28 млн человек.

Меняете ли ассортимент?

Трехлетний план на расширение ассортиментной матрицы был принят в 2021 году, и мы его придерживаемся. За прошлый год расширили ассортимент на 30%, внедряя новые коллекции в разных стилях. От-

мечу, что мы не наблюдаем резко возросшего спроса на мебель в скандинавском стиле, хотя после ухода из России известного шведского концерна это было бы ожидаемо. А вот эклектика, неоклассика и лофт выходят в топ продаж. Также мы активно начали развивать новые товарные группы. Например, в Санкт-Петербурге в 2022 году мы успешно протестировали продажи светильников, люстр и разных направлений декора для дома. В 2023 мы планируем растиражировать положительный опыт на всю страну, а также запустить в продажу кухонные принадлежности, посуду и постельное белье.

Мы стремимся удовлетворить любой покупательский запрос, поэтому в 2023 году планируем расширение ассортимента еще на 15%, чтобы каждый мог выбрать мебель по своему вкусу и предпочтениям.

Наверняка изменился пул поставщиков плитки и фурнитуры. Как и с кем выстраивается сотрудничество?

Нам пришлось попрощаться с некоторыми европейскими поставщиками, потому что они не могли продолжать сотрудничество с российской компанией. Но бизнес умеет приспосабливаться, и мы довольно оперативно нашли им достойную альтернативу, при этом ничуть не потеряв в качестве.

В НЫНЕШНЕЙ СИТУАЦИИ ВАЖНО СОХРАНЯТЬ ОПТИМИЗМ И ПРИСПОСАБЛИВАТЬСЯ К НОВЫМ УСЛОВИЯМ. МЕБЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ LAZURIT НА РЫНКЕ УЖЕ БОЛЕЕ 30 ЛЕТ, ОНА УВЕРЕННО ПРОШЛА НЕСКОЛЬКО ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ И НАУЧИЛАСЬ ПРЕОДОЛЕВАТЬ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА, КАКИМИ БЫ СЛОЖНЫМИ ОНИ НЕ КАЗАЛИСЬ.

Какие изменения претерпело производство? Как решаете вопрос оборудования и запчастей?

Парк оборудования был обновлен незадолго до введения санкций. Текущие производственные мощности полностью удовлетворяют потребности покупателей, и в ближайшее время глобальной модернизации не потребуется. Пандемия научила нас поддерживать запас необходимых запчастей на несколько месяцев вперед, пока этого резерва достаточно. К тому же в России уже появились современные производственные предприятия, которые могут изготовить любую деталь в индивидуальном порядке. Мы протестировали эту услугу и весьма довольны результатом.

СПРАВКА

Мебельная компания Lazurit была основана в Калининграде в 1992 году. Сегодня она занимает лидирующую позицию по охвату территорий РФ собственной розничной сетью — в 170 городах России функционируют более 560 фирменных салонов общей площадью 120 000 кв.м.

Производственные ресурсы мебельной компании Lazurit расположены на площади более 80 000 кв. м и включают цеха жилой и офисной мебели, декоративных панелей, профильных материалов, декоративных плит, светотехники, стекла и зеркал, упаковки, а также цех по изготовлению кухонь по индивидуальным заказам.

Как вы оцениваете перспективы российского мебельного рынка в 2023 году?

Предполагаю, что по объемам продаж внутренний рынок останется на уровне 2022 года. Рост маловероятен, потому что мы отмечаем снижение объемов строительства и приобретаемой недвижимости, а у наших отраслей всегда наблюдалась взаимосвязь тенденций.

Что касается внешнего рынка, то, с учетом потраченных ресурсов и принимаемых компаниями мер, экспорт мебели в сравнении с прошлым годом должен вырасти. В настоящий момент на российском мебельном рынке цены существенно ниже, чем во всем мире, поэтому наша продукция должна быть востребована.

Какие планы и задачи у компании на ближайший год?

Заботиться. Для нас забота — понятие весьма многогранное. Например, забота о сотрудниках подразумевает сохранение 100% рабочих мест — в нынешней ситуации это важно. Забота о клиентах — это выпуск новых коллекций мебели и аксессуаров для дома, эталонный сервис, постоянная работа над улучшением качества продукции, выгодные покупателям акции и специальные предложения. Забота о партнерах базируется на долгосрочных доверительных отношениях, к которым мы всегда стремимся.

Продолжим реализовывать социальные проекты, среди которых — регулярная помощь калининградскому благотворительному центру «Верю в чудо». С декабря 2022 года и по настоящее время мы помогли закрыть девять сборов для ребят, которые нуждаются в медицинской помощи, а также поучаствовали в покупке айтрекера и материально поддержали программу для больничных детей-сирот.

АМДПР: ОБЪЁМ ИМПОРТА МЕБЕЛИ ИЗ НЕДРУЖЕСТВЕННЫХ СТРАН В 2022 ГОДУ СОСТАВИЛ 30 МЛРД РУБЛЕЙ

Москва, 21 февраля 2023 г. Санкции и проблемы с логистикой не остановили поставки мебели в Россию из недружественных стран. На импорт из Европы пришлось около 30% всей ввезенной в прошлом году мебельной продукции, а это 7% отечественного рынка мебели или 30 млрд рублей в денежном выражении. «В условиях, когда для российских предприятий ЛПК западные рынки закрыты, возможность присутствия европейских поставщиков мебели на отечественных рынках выглядит странной», — говорит Александр Шестаков, президент АМДПР, генеральный директор «Первой мебельной».

По оперативным данным Ассоциации предприятий мебельной и деревоперерабатывающей промышленности (АМДПР), в 2022 году в Россию было импортировано мебели на 103,4 млрд рублей, что на 80 млрд рублей, или на 44%, меньше, чем в 2021 году. Более 70% импорта пришлось на поставки из дружественных стран, объем поставок из недружественных стран составил около 30 млрд рублей, или 30% от всего объема ввезенной мебельной продукции. Основными иностранными поставщиками мебели в Россию из недружественных стран стали производители Италии, Германии, Испании и Румынии.

«В прошлом году иностранные производители мебели потеряли значительную долю российского рынка. Во-первых, произошло качественное перераспределение влияния зарубежных игроков на наш рынок: если в 2021 году в структуре импорта почти 50% приходилось на европейскую мебель, то в 2022 году — уже только 30%, при этом до 70% выросла доля китайской и белорусской мебели. Во-вторых, импортной продукции на российском мебельном рынке в принципе стало меньше — 24%, в то время как в 2021 году ее доля достигала 40%. Таким образом, мы наглядно видим, что антироссийские санкции ударили прежде всего по европейским производителям, которые существенно ослабили позиции на рынке России», — отмечает **Александр Шестаков президент АМДПР, генеральный директор «Первой мебельной».**

Максимальные потери иностранные производители мебели понесли в корпоративном сегменте, где их доля сократилась до нуля. В 2022 году мебель по заказам госучреждений, компаний и корпораций с государственным участием поставлялась исключительно российскими предприятиями. «Несмотря на сокращение рынка корпоративных заказов с 282 млрд рублей в 2021 году до 204 млрд рублей в 2022 году, весь этот объем обеспечили отечественные производители. Такого успеха удалось добиться впервые за всю историю российской мебельной отрасли, и немаловажную роль в этом сы-



Александр Шестаков

грали инициированные АМДПР и поддержанные правительством РФ в 2020–2021 годах ограничительные меры на закупки импортной мебели в сегментах b2b и b2g», — констатирует Александр Шестаков.

В то же время сумму в 30 млрд рублей, на которую европейские мебельщики смогли поставить своих товаров в Россию, он считает «необоснованной и недопустимой». «Российские производители мебели уже давно умеют выпускать продукцию, ни по цене, ни по качеству не уступающую изделиям итальянских или немецких фабрик. По-прежнему допуская европейских производителей на наш рынок, мы фактически финансируем страны, наносящие максимальный ущерб российской экономике», — подчеркивает Александр Шестаков. В АМДПР считают, что необходимо ужесточать правила игры на российском мебельном рынке для производителей из недружественных стран, в частности, первоочередной мерой должно стать зеркальное введение заградительных пошлин на ввоз продукции из ЕС, США и Австралии.

Объем экспорта мебельной продукции из России в 2022 году, по оперативным данным АМДПР, сократился на 39%, до 29,5 млрд рублей или до 8% от общего объема производства, в то время как в 2021 году Россия экспортировала около 16% всей выпущенной на территории страны мебели. «В 2022 году экспортные потери составили около 18 млрд рублей, причем половина этого объема приходится на прекратившую деятельность в нашей стране шведскую компанию IKEA. В то же время за счет снижения экспорта в прошлом году удалось стабилизировать рыночную ситуацию, смягчить реакцию на сокращение импортной продукции и не допустить сжатия рынка», — говорит Александр Шестаков.

Основными направлениями экспорта российской мебели в 2022 году стали Казахстан, Узбекистан, Азербайджан и другие страны СНГ, при этом поставки отечественной продукции в Европу фактически прекратились в марте. «Потеря с таким трудом завоеванных европейского и американского мебельных рынков из-за санкций стала, пожалуй, самым досадным их последствием для российских мебельщиков. Но проделанная за предыдущие годы работа не пропала даром: продукция отечественных предприятий имеет высокую репутацию во всем мире. Благодаря этому выход на новые для нас рынки Ближнего Востока, Северной Африки и Китая произойдет быстрее», — надеется Александр Шестаков.

Однако в этом, указывает президент АМДПР, российской мебельной отрасли нужна поддержка государства и государственных институтов. В частности, ассоциация предлагает расширить опыт Российского экспортного центра по выводу на зарубежные рынки предприятий АПК и на мебельную отрасль. «Нам бы очень помогла организация и поддержка за счет государства постоянно действующих мебельных шоурумов и складов. Без этого доставка мебельной продукции за рубеж значительно усложняется из-за длительных таможенных процедур, что, в свою очередь, повышает риски, связанные с исполнением сроков контрактов и для поставщика, и для заказчика», — объясняет Александр Шестаков.

МНЕНИЯ:

Сергей Радченко, председатель наблюдательно-го совета компании «Ангстрем»:

Производители мебели из недружественных стран находятся сейчас в более выгодном положении на нашем же рынке. Европейские страны запретили поставку в нашу страну оборудования, запасных частей, материалов для производства, при этом готовый продукт — мебель — они с очень большим удовольствием нам поставляют. Под видом санкций европейские страны на самом деле очень жестко отстаивают интересы

СПРАВКА

Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) — добровольная общественная некоммерческая организация, учреждена в 1997 году с целью консолидации усилий по преодолению кризисных явлений в мебельно-деревообрабатывающей отрасли и созданию необходимых условий для ее успешной работы в рыночных условиях.

Ассоциация — это инструмент для осуществления диалога между государством и отраслью, помогающий принимать обоснованные, взвешенные решения на государственном уровне. Ассоциация успешно взаимодействует с министерствами и ведомствами, Торгово-промышленной палатой Российской Федерации и РСПП.

Членами Ассоциации являются предприятия, выпускающие более 50% мебели и древесно-стружечных плит в России, производители и поставщики комплектующих для мебельной отрасли, отраслевые научно-исследовательские институты и издательские дома, выставочные объединения и страховые компании.

Президент Ассоциации — Александр Николаевич Шестаков.

своих производителей, и нам следует ввести какие-то ответные меры, чтобы защитить внутренний рынок и отечественного производителя.

Максим Валецкий, сооснователь, председатель совета директоров Mr.Doors:

При ограничении спроса на внутреннем рынке по понятным причинам мы видим несколько решений, которые могли бы оказать существенную поддержку российским производителям. Сюда я бы отнес полное прекращение ввоза готовой импортной мебели из недружественных стран.

Кроме этого, считаю, что необходимо на высшем уровне стимулировать диалог со странами-партнерами, где интерес к нашему продукту есть, и заметный, как в странах Персидского залива, в частности. Речь здесь может идти, как минимум, о снижении пошлин на экспортируемую продукцию.

Внутри страны также необходимо рассмотреть дополнительные налоговые льготы и субсидии к уже имеющимся мерам поддержки локомотивных производителей.

МАКСИМ ВАЛЕЦКИЙ, MR. DOORS: ДОЛЯ ИМПОРТА НА РОССИЙСКОМ МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ СОКРАТИЛАСЬ ДО 10%

Российские мебельщики продолжают осваивать ниши, освободившиеся после ухода международных брендов, для компании Mr. Doors 2022 год стал рекордным по росту продаж. По оценке генерального директора «INFOLine-аналитика» Михаила Бурмистрова, ушедшая с российского рынка IKEA занимала до 25% рынка, а в некоторых категориях — еще больше. Теперь эту нишу должны осваивать местные игроки. Но председатель совета директоров компании Mr. Doors Максим Валецкий не согласился с такими подсчетами: по оценкам Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) IKEA занимала не больше 5–7% рынка. Гораздо более значимая денежная доля приходилась на дорогие бренды итальянской мебели. «Рынок давно стал отечественным: доля импорта до СВО составляла примерно 25%, а в 2022 сократилась до 10%», — отметил



Максим Валецкий. По словам спикера, в 2022 году российский рынок мебели упал в штуках примерно на 5%, но вырос в деньгах на 10%, цены выросли на 15% за счет логистических издержек и удорожания сырья. Для Mr. Doors 2022 год был рекордным по прибыли, потому что рынок мебе-

ли отстает от девелопмента на год, и в прошлом году продавалась мебель покупателям квартир и домов 2021 года, когда был всплеск роста рынка недвижимости. Компания получила большой поток потребителей импортной мебели, предпочитавших не товары IKEA, а дорогие бренды итальянской мебели. Трудным будет 2023 год, так как в 2022 году квартир покупали примерно на 50% меньше. «Ожидаем падение рынка на 20–25%, — рассказал Максим Валецкий. — Но есть общее правило — если рынок падает, не значит, что все игроки должны падать, можно и расти. Происходит резкая дифференциация на крупных и мелких игроков. Крупные компании, у которых хорошая ситуация с наличностью, либо есть доступные кредитные ресурсы, чувствуют себя хорошо, их доля будет увеличиваться, но мелкие скоро начнут массово разоряться».

Retail.ru

НАТУРАЛЬНЫЕ ВОЛОКНА ДЛЯ МЕБЕЛИ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ

Технологию производства формованных деталей из натурального волокна — своего рода волокнистое литье — разработали на кафедре технологии обработки древесины и технологии волокнистых материалов Технического университета в

Дрездене силами профессорско-преподавательского состава. Натуральные волокна обрабатываются с помощью нового типа вакуумной сушки в прессе. На первом этапе натуральные волокна перерабатываются в слои влажного волокна. Это

придает волокнам желаемое выравнивание и делает их управляемыми. Затем их можно ламинировать в формованные детали, прессовать с помощью вакуума и сушить. Это позволяет создавать очень устойчивые формованные изделия, в частности мебель.

В дополнение к технической осуществимости Себастьян Сивек, научный сотрудник Технического университета Дрездена и глава исследовательской группы Biocomposites, говорит и об экологичности такой мебели.

Мебель из 100% натуральных волокон будет представлена на «Международных днях мебели в Дрездене» в марте.



«СЛОТЕКС» СОЗДАСТ ПРОИЗВОДСТВО НА ЗАВОДЕ FORD В ЛЕНОБЛАСТИ



«Слотекс» — производитель декоративных материалов и комплектующих для мебели.

В конце 2022 года дочернее общество АО «Слотекс» — ООО «Слотекс И» — заключило договор долгосрочной аренды 30 000 кв. м на бывшем заводе «Форд» во Всеволожске Ленинградской области.

В настоящий момент, на конец февраля 2023 г., на арендованной площадке уже запущено производство мебельных компонентов, где работает 50 сотрудников. После выхода на проектную мощность общая

численность трудового коллектива составит порядка 150 человек.

До конца текущего года также планируется запуск двух линий прессования декоративного бумажно-слоистого пластика (ДБСП) и мебельных плит на их основе. Для этих целей было закуплено современное европейское оборудование. В производстве будут использованы уникальная технология цифровой печати и авторские декоры «Слотекс».

После запуска на проектную мощность предприятие будет выпускать 6 млн кв. м в год ДБСП и мебельных плит на их основе. По данным компании «Слотекс», эта продукция по своим декоративным свойствам и потребительским характеристикам не имеет отечественных аналогов. До сих пор мебельные плиты подобного качества в России не производились, а импортировались отечественными мебельщиками из Европы.

Основные инвестиции в проект уже совершены.



Изначально на бывшем заводе Ford корейский производитель автозапчастей Sungwoo Hitech в 2023 году планировал начать выпуск чехлов для автомобилей Hyundai. Компания выкупила площадку в 2021 году и собиралась вложить в ее модернизацию 6,8 миллиарда рублей. На предприятии должны были работать 520 человек, но Sungwoo Hitech приостановил данный проект.

СВЯЗУЮЩИЕ СМОЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ЛДСП НА БИОЛОГИЧЕСКОЙ ОСНОВЕ ОТ ИКЕА

В освобождённом Мариуполе развёрнута масштабная стройка. Люди, получившие квартиры, обратились к представителям партии «Единая Россия» с просьбой помочь им с мебелью и бытовой техникой, так как из-за отсутствия необходимых бытовых вещей они не могут заселиться в квартиры.

Сертификаты на новую мебель и бытовую технику на днях жителям Мариуполя людям вручил секретарь Генсовета партии «Единая Россия» Андрей Турчак.

«С первых дней освобождения Мариуполя «Единая Россия» была вместе с жителями города. Сейчас, когда освобожденные территории возрождаются, «Единая Россия» про-

должает поддерживать людей», — написал в телеграмм-канале временно исполняющий обязанности главы ДНР Денис Пушилин.

Кроме того, сообщается, что таким же необходимым оборудованием были обеспечены детский сад, школа и библиотека.



СЛОЖНЫЙ АКТИВ

Недавно «Слотекс» и «Лузелес» стали владельцами заводов IKEA. Почему-то сейчас многие считают, что это какая-то золотая жила, которая позволит завалить рынок дешёвым высококонкурентным продуктом. Проблема с уходом IKEA в том, что из всего производимого на своих и на местных предприятиях продукта лишь определённая довольно небольшая доля оставалась в России. Заводы в России снабжали магазины IKEA, как минимум, по всей Европе. То же происходит и с предприятиями в Беларуси, где отдельные заводы работали исключительно под IKEA. Эти заводы, также не имея сбыта при закрытых европейских поставках и закрытом для экспорта европейском рынке, активно будут стремиться и заходить на российский рынок мебели. Яркий тому пример — открытие белорусской сети товаров для дома Swed House. Поэтому рынку явно грозит в большей степени избыток мебельной продукции, нежели активный спрос.

Поэтому новым владельцам заводов придётся искать и что производить, и куда продавать.

В интервью газете «Известия» генеральный директор Первой мебельной

фабрики, президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей отрасли России (АМДПР) Александр Шестаков отметил, что покупатели заводов IKEA, компании «Слотекс» и «Лузелес», получили сложный актив, который будет достаточно не просто развить.



«Купленные предприятия были ориентированы на экспорт в ту же IKEA в Европе. На них выпускалась отличная продукция, 70–80% которой шло на экспорт. Сейчас из-за санкций этот канал закрыт, теперь речь идет только о внутреннем рынке. При этом завоевать его будет непросто», — отметил Шестаков.

Он добавил, что объем поставок мебельной продукции из России в 2022 году уменьшился на 39%, составив 29,5

млрд рублей. Половина от этой суммы приходилась на продукцию IKEA. Сейчас же придется планомерно завоевывать рынки стран СНГ, а также растущие рынки Ближнего Востока и Северной Африки. Однако это займет определенное время, ведь это достаточно долгий процесс.

Мне, почему-то, кажется, что и экспорт в дружественные страны, куда дорога пока не протоптана, будет очень непростым, ведь логистические возможности и другие условия могут поменяться в любой момент. А продукция должна быть очень конкурентоспособной, чтобы было возможно зайти на эти рынки. К тому же компания «Лузелес», ставшая покупателем двух заводов шведской компании IKEA, пообещала сохранить все рабочие места за сотрудниками этих предприятий после завершения сделки, а это очень нелёгкое бремя.

Александр Шестаков обоснованно считает, что основная проблема производителей мебели заключается в развитии поставок и емкости рынка, а сейчас неясно, в какие страны будет поставляться продукция, поэтому нужна определенная помощь со стороны государства.

В КАЗАНИ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫТЬ «АНАЛОГ IKEA» ИЗ БЕЛОРУССИИ

Объявления об открытии в крупных городах магазина Swed House, который называют белорусским аналогом IKEA, наделали много шума. Безусловно, сначала надо посмотреть на первый открывшийся магазин и понять, насколько он соответствует запросам населения, и в какой части он аналогичен IKEA.

Интересной в этом ключе стала новость РБК Татарстан о том, что в Союзе торговых центров России рассматривается вопрос о возможности занять площади ушедшей IKEA магазином Swed House. По информации главы Союза торговых центров России Булата Шакирова, уже подписано соглашение со Swed House, согласно которому в Москве в 2023 году от-



кроются 10 магазинов площадью до 1 тыс. кв. м, а в ближайшие годы — до 50 магазинов по России. Казань входит в число этих городов.

Глава Союза торговых центров также рассказал, что у объединения состоялась встреча с представителями компании IKEA. На ней обсуждался вопрос, чтобы Swed House разместился на тех же площадях, что

занимал в столице Татарстана гипермаркет шведской компании. Запуск планируется в 2023–2024 году.

В официальном сообществе Swed House ВКонтакте сообщается, что в настоящее время ассортимент насчитывает более 800 позиций и еще около 700 находятся на стадии доработки на производстве. У компании значится адрес магазина в Москве. Кроме того, первый магазин в Санкт-Петербурге планируется открыть весной 2023 года.

Для нас, мебельщиков, есть очень важный вопрос: насколько успешным будет данный проект, и какую долю в общем объеме представленной мебели займут производители из России. Пока заявлено, что будут изделия белорусских производителей, продукция из Китая и частично из России.

КОМПАНИЯ ALTENDORF GROUP ПОЛУЧИЛА ПРЕМИЮ THE WORLD TECHNOLOGY LEADER AWARD ЗА СИСТЕМУ БЕЗОПАСНОСТИ HAND GUARD

В феврале были объявлены победители известной премии The World Technology Leader Award за 2022 год. Награда присуждается организациям из разных стран и разных отраслей промышленности за технологическое совершенство и инновационное лидерство. Опередив такие известные компании как Apple, Sky Labs и Samsonite в этом году в тройку победителей вошла и немецкая станкостроительная группа — Altendorf Group — со своей уникальной системой защиты от травм HAND GUARD для форматно-раскроечных станков.

HAND GUARD: НЕПРЕВЗОЙДЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ



HAND GUARD от Altendorf — это первая и единственная в мире сертифицированная система обеспечения безопасности для форматно-обрезных пил на основе искусственного интеллекта и оптического устройства. Две камеры контролируют большую площадь вокруг пильного диска. Если рука — в перчатках или без — окажется слишком близко к полотну пилы, камеры это зафиксируют, и пильный диск остановится и опустится в стол в течение четверти секунды. Таким образом полностью исключается контакт лезвия с рукой оператора, рука остается не поврежденной, а сам станок вновь готов к работе максимум через 10 секунд. Для правильного распознавания человеческой руки, даже в перчатках, программное обеспечение на основе искусственного интеллекта проанализировало более полумиллиона изображений, что позволило избавить тысячи людей по всему миру от травм при работе на форматно-раскроечных станках, а для бизнеса снизить затраты на простои, связанные с авариями во время эксплуатации оборудования.

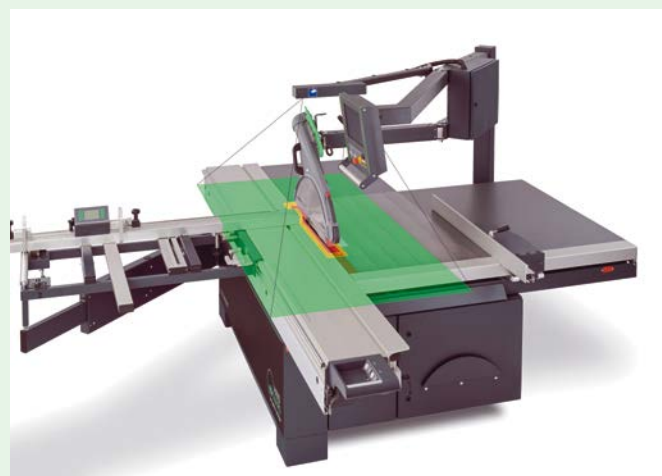
Система оптической защиты от Altendorf была изобретена только в 2021 году, но уже многие мебельные фабрики и столярные мастерские, промышленные пред-

приятия по обработке древесины, пластика или алюминия попробовали HAND GUARD в работе и оценили ее преимущества.

С момента создания первого форматно-раскроечного станка Вильгельмом Альтендорфом и по сей день во главу угла в одноименной компании ставится удобство работы и безопасность. Уникальное сочетание традиционных технологий машиностроения с современными ноу-хау в области искусственного интеллекта стали достаточной причиной для того, чтобы удостоить Altendorf Group вместе с разработанной системой HAND GUARD номинации на одну из самых престижных мировых премий World Technology Leader Award.

THE WORLD TECHNOLOGY LEADER AWARD: ЛИДЕРЫ СРЕДИ ЛИДЕРОВ

Победители World Technology Leader Award 2022 были определены в ходе открытого онлайн-голосования. Участие в нем приняли представили более чем 80 стран, отдав более 43 000 голосов за своих фаворитов. Группа Altendorf Group заняла третье место, набрав 4496



голосов и обогнав тем самым такие, в том числе всемирно известные, компании, как Apple, Xpression Camera, Sky Labs, Samsonite, Cosco, Jabra и др. Вперед вышли только нидерландский крупнейший производитель литографического оборудования для микроэлектронной промышленности ASML и совместно номинированные компании BMW и Nvidia, сотрудничающие в области оцифровки. Номинанты набрали 4695 и 4573 голоса соответственно.

Для Altendorf Group большая честь быть частью этого известного сообщества ведущих компаний, а официальный представитель немецкого бренда в России — Altendorf Competence Center — рад делать доступными лучшие технологии в области станкостроения для пользователей и в нашей стране.



ФАСАДЫ И СТОЛЕШНИЦЫ

Людмила

ПЛАСТИК LEMARK, MELATONE
КЛЕЙ КРАСНЫЙ МИРА, 54а

г. Новосибирск, офис-склад: ул. Мира, 54а, тел. (383) 353-39-39, 353-39-70, e-mail: 3533939@gmail.com
офис: ул. Станционная 2/4, тел. (383) 353-75-75 e-mail: 3600772@gmail.com

Людмила

СДАДИМ В АРЕНДУ
производственно-складские помещения
от 50 до 800 кв. м в Ленинском районе

Тел. 351-53-00, 8-913-730-34-48

МЕБЕЛЬНЫЕ ФАСАДЫ

двери для шкафов

**ТОМСКИЕ
МЕБЕЛЬНЫЕ
ФАСАДЫ**



г.Томск, пр. Фрунзе 119е, тел.: (3822) 545-150
fasad@tomskfasad.ru, www.tmf70.ru



НИКОЛАЕВСКИЕ фасады



Изготовление мебельных фасадов

г. Новосибирск, ул. Галуцака, 1, т.: (383) 227-24-01, 291-96-52
ул. Олимпийская, 37, т. (383) 248-89-11, e-mail: kablashov@yandex.ru
ул. Бетонная, 4/12, т. 375-78-68, e-mail: fasad@ecoledrev.ru
whatsapp: 8-913-915-96-52 www.fasad.novosibirsk.ru

НРЛ СОМРАСТ

ТОНКИЕ СТОЛЕШНИЦЫ



28 ЭКСКЛЮЗИВНЫХ ДЕКОРОВ



Изготовление столешниц любой сложности.



Долговечность - срок эксплуатации до 25 лет.



Ударопрочность - устойчивость к сколам, царапинам, истиранию.



Абсолютная влаго- и паростойкость.



Устойчивость к воздействию бытовой химии.



Поверхность препятствует распространению бактерий.



Экологичность - не содержит металлов и вредных веществ.

ОБРАЗЦЫ НРЛ СОМРАСТ МОЖНО ЗАПРАШИВАТЬ В НАШИХ ОФИСАХ ПРОДАЖ

Адрес производства: г. Армавир, ул. Новороссийская, 147/30
8(800)20-11-923

МОЛОДЫЕ И СИЛЬНЫЕ ВЫВЕЗУТ

Вопреки катастрофическим весенним прогнозам, по данным АМДПР, мебельная отрасль завершила год с минимальным снижением производства (-2%) и даже некоторым ростом выручки (+15%). Другими словами, мебельщики остались на плаву благодаря тому, что их продукт подорожал, хотя спрос на него и уменьшился. Общая статистика по отрасли штука хорошая, но слишком усредненная — на фоне показателей крупного бизнеса скрадывается катастрофическая ситуация, в которой оказались малые мебельные компании. К тому же отрасль разобщена, и трудно найти релевантные данные по отдельным сегментам рынка. А ведь было бы неплохо узнать, как идут дела не в обезличенных «секторах экономики», а у живых людей.



Чтобы поделиться информацией «из первых рук», компания «Мебель. Инвестиции. Ритейл.» в рамках выставки «Мебель-2022» собрала на конференции представителей производства и розницы, работающих в сегментах малого, среднего и крупного бизнеса. **Генеральный директор «М.И.Р.» Алексей Лопухин** привел данные, которые получил из опросов порядка 2600 собственников мебельных компаний — как фабрик, так и магазинов. И получаются совсем другие цифры: у 64% мебельной розницы продажи упали в среднем на 48%, у 19% — не изменились или даже выросли на 15-30%, а еще 17% просто не ведут эту статистику.

Иначе говоря, малый бизнес (главным образом он, хотя и среднему досталось) «посыпался» по прода-

жам сильнее, чем кажется. Понятно, что проблемы не только у розницы, что никто не уйдет обиженным, и бумеранг уже летит в сторону производителей. Чтобы не наступать повторно на «статистические грабли», узнаем, как себя чувствуют конкретные мебельные фабрики: что они потеряли и нашли в 2022 году, чего ждут от рынка в 2023 и какие намечают точки роста?

ЖИТЬ СТАЛО ЛУЧШЕ, ЖИТЬ СТАЛО ВЕСЕЛЕЙ

Маркетплейсы нельзя назвать terra incognita, наоборот, старожилам там приходится толкаться локтями, а новичкам нужно здорово постараться, чтобы отвоевать место. Тем не менее, многие компании смотрят в сторону электронных площадок с опаской и вожде-

нием. Возможно, им помогут два кейса, представленные ниже: успешный опыт малого бизнеса и неудача крупного.

Позитивным опытом поделилась **основатель мебельной компании «Академия Уюта» Юлия Лобова**. 10 лет отработав в категории «мебель на заказ», она заходила на маркетплейсы, чтобы масштабировать свой малый региональный бизнес. И нашла там эту возможность. По ее словам, на конец 2022 года маркетплейсы приносили в среднем 1,5 млн ежемесячно, и по плану к концу 2023 года будут давать 3,5-4 млн. На этих площадках хорошо продается мебель малых форм: журнальные столики, настенные и настольные полки.

Юлия отмечает, что на маркетплейсах нужно по-другому, нежели в офлайн-продажах, подходить к ассортименту, ценообразованию, упаковке, методам продвижения и рекламы. Во-вторых, она советует разделять бренды, и сама работает под 3 торговыми знаками: эконом-сегмент, средний-плюс и смешанный. Причем, это не те бренды, которыми фабрика торгует «вживую». В-третьих, нужно сразу понимать, что потребуются деньги для проверки гипотез и инструментов — какие-то из них работают в одной ценовой категории, но не работают в другой, а что-то не работает нигде. «Для регионального малого бизнеса маркетплейсы — это перспективы», — резюмировала Юлия Лобова.

ГОЛОВОКРУЖЕНИЕ ОТ УСПЕХОВ

К сожалению, человечество еще не изобрело универсального приема, которым можно было бы победить всех, и наработанные «связки» рано или поздно перестают работать. Это на собственном опыте почувствовал **собственник компании Fort Александр Синеркин**.

«В 2020 году мы вышли на маркетплейсы, — рассказал он, — и уже через 6 месяцев, собрав все косяки, сделали 15 млн оборота в месяц. Ещё за полгода мы сделали уже 30 млн оборота в месяц и стали терять клиентов. Почему? Потому, что маркеты нам давали в конце 2020 года в 9 раз больше чистой прибыли, чем обычный клиент. Мы были в шоке, потому что выставили там высокие цены — думали, ну, мало ли, вдруг. А оказалось, что стали брать. И брали так, что мы за 2021 год с оборота порядка 500 млн только сверхприбыли заработали около 100 млн. За 10-12 лет работы мебельной фабрики, производящей столы эконом-класса, я первый раз видел такую прибыль. Очереди выросли до 8 недель, маржа составляла 130% при средней по рынку 65-75%. Но в 2022 году этот океан резко превратился из голубого в красный».



Юлия Лобова



Александр Синеркин



Алексей Шульга

В 2022 году маркетплейсы посчитали чужую прибыль, перестали фонтанировать деньгами и завернули гайки. По словам Александра Синеркина, они начали в одностороннем порядке выставлять штрафы до нескольких миллионов, причем, не обосновывая причин и сразу списывая деньги со счетов.

Еще до этого компания успела совершить ошибку: рассчитывая на столь же мощные продажи в будущем, она закупила материалами и начала строиться. Но главное — сократила ассортимент и подняла цены, то есть, повела себя не очень клиентоориентированно.

Теперь фабрика перевела маркетплейсы в разряд обычных клиентов и существенно сократила объем продаж на электронных площадках. Параллельно она отвоевывает назад рынок и возвращает ушедших b2b-клиентов. Для этого Fort держит цены на 10-15% ниже оптовых цен, благодаря огромным запасам материалов компания может себе это позволить.

«Я считаю, что переориентация на маркетплейсы была стратегической ошибкой, — подвел итог Александр Синеркин. — Десять лет я выстраивал долгосрочные отношения с клиентами, именно с живыми людьми, и это было правильно. Когда ты им помогаешь, вникаешь в их проблемы, то клиенты растут вместе с фабрикой».

ДРУГИХ ФРАНШИЗ У МЕНЯ ДЛЯ ВАС НЕТ

Во время кризиса оптимизация бизнес-процессов превращается из необязательной повинности в насущную потребность. Благо, в стране пятый год действует национальный проект по повышению производительности труда, и компании, проходящие сквозь сито отбора, могут получить помощь от государства. Тем не менее, участие в нацпроекте — не панацея.

Коммерческий директор мебельной фабрики «Аврора» Алексей Шульга посетовал, что совместная работа с Федеральным центром компетенций не дала должного результата: «Они предоставили нам команду супер-чемпионов по производительности труда, порядка 10 человек со средней зарплатой 200 000 рублей. К сожалению, даже при полной вовлеченности собственников, им не удалось поднять производительность на заявленные 30%, это было немножко разочаровывающе».

Забегая вперед, скажем, что, например, глава компании «Любимый Дом» Сергей Змиевский, который прошел оптимизацию производства несколько лет назад, смотрит на ситуацию под другим углом: «Что они дают? Производительность в одном цехе выросла, в другом — нет. А вот если ты получаешь сертификат о прохождении этих вещей, то получаешь доступ к федеральному фонду развития промышленности. Кредит под 1% годовых в рублях — это находка, ради этого стоит постараться и год поподпрыгивать».

Параллельно с борьбой за показатели в 2022 году компания «Аврора» вывела на рынок два новых бренда: Aurora Comfort (матрасы и мягкая мебель) и Casa Verde (мебель из дуба). И видит точкой роста проект эталонного 300-метрового салона «под ключ», со средней наценкой минимум в 75% и небольшими расходами на управление.

Значительная часть этих расходов приходится на персонал. Идея о том, что продажи зависят от продавца, уже проникла в массы, и, соответственно, выросли требования к претендентам на эту должность. Теперь это человек с высшим образованием и, помимо основной деятельности, немножко компьютерщик, немножко психолог, бухгалтер и маркетолог. Другими словами, подойдет не каждый, и налицо кадровый голод.

С другой стороны, у мебельщиков достаточно других возможностей для конкуренции. Так, в любом городе найдется магазин (а то и не один), который обставлен исключительно по вкусу владельца, без работы с ассортиментом и мерчандайзингом. А четкое соблюдение сроков, грамотное использование музы-

ки в салонах, настройка света, запаха и других нюансов — это вообще экзотика.

«Если правильно отобрать продукт, — убеждает Алексей Шульга, — и сделать хотя бы половину из того, что я перечислил, то мы сможем взять продавца из «Магнита» или «Пятёрочки», который будет просто исполнять определённую функцию. Какие это возможности открывает перед нами? Мы можем открывать не один магазин, а два, а это выручка в 1,5 раза выше. Мало кто задумывается, что у нас в России 1100 городов. А в скольких из них мы представлены?»

В прогнозах на 2023 год коммерческий директор «Авроры» отметил два варианта развития событий. Первый — это стабилизация ситуации с СВО. В этом случае он ожидает бурного роста спроса, причем, как у производителей, так и у поставщиков материалов, которые моментально взвинтят цены. Второй вариант — продолжится падение рынка еще на 10% к текущему уровню. В этом случае рынок в сегменте столов и стульев впервые столкнется с «чисткой», но оптимизма терять не следует.

БЫЛО ВРЕМЯ, ИЗДЕРЖКИ СНИЖАЛИ

Если для фабрик столов и стульев уход Blum не стал трагедией, то «фурнитуроемкие» фабрики кухонь изрядно расстроились. Кто-то первое время находил австрийскую фурнитуру на складах, а потом перешел на серые поставки, а кто-то реорганизовал производство. Компания «Кухни Триволи» за 2 месяца перестроили бизнес-процессы на другие комплектующие, идущие с Востока. Нет худа без добра, теперь, по словам **генерального директора Александра Семенова**, компа-

ния стала гораздо гибче, перестала оперировать понятием «стандарт» в мебели и настроила производство по индивидуальному заказу.

В 2022 году компания интенсивно работала над снижением затрат, чтобы удерживать цены. «Мы столкнулись с тем, — рассказал Александр Семенов, — что либо обеднеют точки продаж, то есть маржа останется у производителя, либо, наоборот, мы попилим это пополам и не выживет никто. Мы считаем, что наши продавцы должны быть богатыми, и для этого ввели ежеквартальное бюджетирование. Мы видим свои издержки и начинаем их оптимизировать. Скажу без ложной скромности, что за 2 года производительность труда выросла на 30%, а дефекты сократились, грубо, в 2 раза. Это дало возможность оптимизировать цену и сейчас помогает продавать».

Точки роста на 2023 год для «Кухонь Триволи» — это, во-первых, расширение ассортимента (в частности, гостиных), введение категорийного управления и продвижение новых продуктов на рынке. Причем, это тоже будет нестандартная мебель — благодаря настроенному производству, у фабрики есть возможность «шить костюм» под конкретного заказчика. Во-вторых, компания будет актуализировать корпоративные стандарты. *«Как показывает практика, хорошо продаёт именно тот, кто выстраивает системную работу по продажам»,* — отмечает Александр Семенов.

В своих прогнозах для мебельного рынка он не столь оптимистичен, как коллеги, и советует готовиться к тому, что ситуация затянется еще минимум на год. В планах компании, например, по полной программе присутствуют уменьшение бюджетов и затягивание поясов.

С другой стороны, мебельный рынок далёк от плотной конкуренции, еще есть пространство, где можно поработать локтями. И к тому идет, что это пространство будет расти. *«Анализ конкурентов показывает, — поделился генеральный директор, — что на рынке есть компании, которые уже «устали» от кризисов и медленно сползают с рынка. Просторы освобождаются. Сейчас вывезут сильные команды, которые складывались не один год. И молодые компании, которые знают, что нужно рынку и довольно дерзко на него заходят».*

ГОД ВЕЛИКОГО ПЕРЕЛОМА

Но по накалу драмы, возникшей после 24 февраля, пальму первенства удерживает мебельная фабрика «Алмаз» (ТМ «Любимый Дом»).



Александр Семенов



Сергей Змиевский

«Восемь лет мы участвовали в Кёльнском мебельном салоне *Intm Clogne*, — рассказал **глава компании Сергей Змиевский**. — К нам привыкли, мы подписали контракт с XXXLutz (австрийская сеть мебельных центров) и открыли собственный склад в Кёльне. Но пришла пандемия, и фабрика фактически встала.

*Потом был всплеск спроса, мы нарастили объем до 70 фур в месяц. Снова пандемия, отмена *Intm Clogne* в 2022 году, все надежды рухнули. Ладно. Привились Pfizer, получили европейские паспорта, поехали на переговоры. 22.02.2022 подписываем контракт на 1 000 000 € в месяц, на радостях выпиваем пива, садимся в самолёт, приезжаем и просыпаемся в новых реалиях. Миллиарда нет».*

Для понимания масштабов, отметим, что, по словам представителя компании Алексея Фадеева, «Любимый Дом» до 24.02.2022 был крупнейшим после IKEA экспортером в РФ.

Компания столкнулась с проблемами как в продажах, так и в производстве. Так, 20.02.2022 на монтаж линии для производства корпусов приехали итальянские специалисты, а уже 24.04.2022 они уехали на такси в сторону Московского аэропорта. Оборудование запускали собственными силами и ввели в строй лишь в ноябре.

Сергей Змиевский отметил, что для него это 8 кризис с 1992 года, и, в целом, ситуация развивалась по стандартному сценарию: сначала стадия «Все пропало», потом пару недель длится «Угрюм-река», а после этого начинается поиск выхода. И в 2022 году компания «Алмаз» стала перестраиваться.

Оптимизировали бизнес-процессы: обновили всю линейку изделий, разработали новые недорогие модели, запустили производство матрасов и мягкой



мебели. Оптимизировали штат, для чего отрезали 2% от ФОТ. Последнее, как отмечает Сергей Змиевский, жестко, но приводит к удивительным результатам. Работники самоорганизовались, перераспределили работу и стали зарабатывать даже больше, не перерабатывая.

Чтобы вернуть финансовые потери, «Любимый Дом» стал наращивать объемы поставок на внутреннем рынке. Во-первых, туда пошел продукт, который ранее отправлялся в Польшу. Во-вторых, фабрика прошла социальный аудит и начала поставки в «Леруа Мерлен», а также нарастила отгрузку фасадов для Hoff.

Транслируя полученный в Европе опыт на другие страны, «Любимый Дом» отправился в Саудовскую Аравию. Интерес с той стороны есть, по ценам компания проходит, опыт экспортирования имеет. Все бы ничего, но внезапно оказалось, что санкции-таки работают. Так, контейнер из Китая в Саудовскую Аравию (7000 миль) стоит \$2000, а из России туда же (3000 миль) обойдется уже в \$10000-12000. Обходные пути есть, но дорого, и пока идет поиск вариантов.

По прогнозу Сергея Змиевского, второй квартал 2023 года будет тяжелым, отрасли придется несладко до самого лета. Зато появится больше арендных площадок, с которых ушла fashion-индустрия. Владельцы помещений согласны заключать арендные договора уже за процент от оборота. Те мебельщики, кто пошустрее, и те, кто умеют управлять, встанут на эти площадки.

Точками роста для мебельной отрасли в будущем спикер видит Донбасс и появление мебельных сетей, подобных Hoff, куда и начнет расти рынок. К интернету глава «Любимого Дома» настроен неоднозначно: матрасы в скрутках там продавать можно, но, например, спальню — нельзя. То есть, взрывного роста от интернет-продаж ждать не стоит. Экспорт в дружественные страны тоже перспективное направление, но не без нюансов.

Статистические данные, к сожалению, не всегда можно применить в реальной жизни. Мы посмотрели на опыт пяти компаний, которые выжили в сложный период 2022 года и наметили собственные планы на 2023 год. Это практики малого, среднего и крупного мебельного производства, рассуждающие не в масштабах всего рынка, а в масштабах своих возможностей. И их показатели во многом не совпадают со статистикой по отрасли.



Николай Лопухин

Пять компаний объединяет только то, что все они делают мебель. Даже в ходе короткого обсуждения видно, как они расходятся в отношении к маркетплейсам, дилерам, экспорту, оптимизации производства и прогнозам на будущее. У каждой есть сильные и слабые стороны. В то же время, если их ответы усреднить, то мы получим ту самую равномерно «никакую» среднестатистическую компанию, которой не существует в природе. Другими словами, тот самый путь «проб и ошибок» приводит к результатам куда вернее, чем оглядка на чужие результаты.

Спикеры сходятся на том, что в ближайшее время легче не станет, рынок продолжит «проседать», а конкуренция расти. Но как на нее реагировать, решают по-разному. Кто-то делает акцент на продукте, понижает издержки и настраивает производство. Кто-то «натаскивает» продавцов и повышает их конверсию, чтобы вытащить максимум из имеющегося трафика. А кто-то говорит, что вместо продавца может неплохо работать и грамотно организованный салон.

В общем, каждый будет развиваться в том направлении, которое компания считает для себя наиболее правильным и результативным.

Николай Фефер

СЕКРЕТ ИКЕА: ПОЧЕМУ РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МЕБЕЛИ ПОКА НЕ ЗАНЯЛИ ОСВОБОДИВШУЮСЯ НИШУ

В 2022 году на фоне санкций мебельная отрасль переживала ажиотажный спрос, а один из самых популярных представителей сегмента — ИКЕА — покинул российский рынок. Несмотря на то, что в России работает около 14 000 мебельных компаний, 32% россиян все еще рассматривают товары шведского бренда на маркетплейсах и «Авито». Это следует из исследования сервиса Anketolog.ru, которое есть в распоряжении «Российской газеты».

Опрос проводился с 27 февраля по 1 марта 2023 года с помощью онлайн-панели. В нем приняли участие более 1700 человек старше 18 лет, планирующих приобрести мебель в ближайший год.

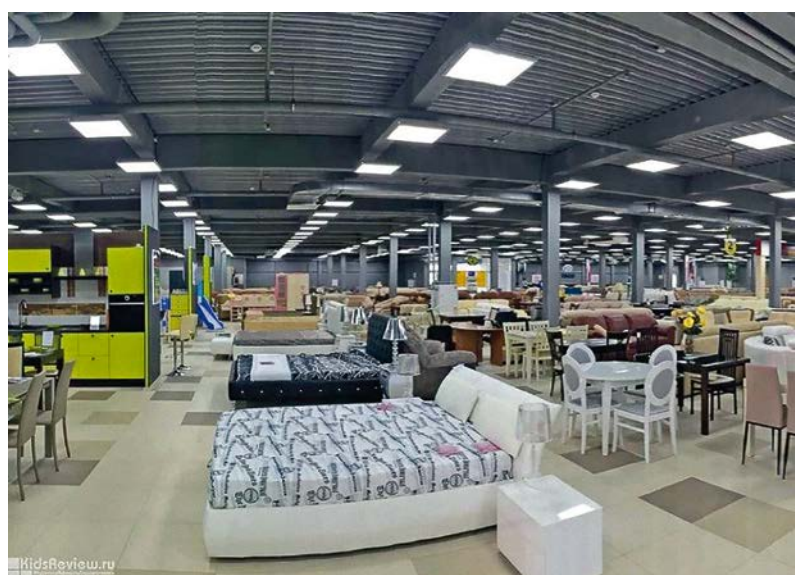
О закрытии магазинов шведской сети сожалеют 60% покупателей, 37% отметили, что испытывают дискомфорт из-за дефицита, отсутствия разнообразия и снижения качества товаров. В ней хотя бы изредка делали покупки 73% опрошенных потребителей, а 17% были постоянными покупателями.

Вместе с тем 79% россиян считают, что на рынке есть производители мебели, не уступающие в качестве ушедшему бренду. Аналитики Anketolog.ru в открытом вопросе попросили респондентов назвать такие компании. Треть (29%) респондентов отметили Hoff, на втором месте оказалась фабрика «Шатура» (19%), на третьем — «Леруа Мерлен» (15%). Бренды «Аскона» и «Много мебели» назвали по 10% опрошенных.

ДЕЛО В МАРКЕТИНГЕ

ИКЕА изготавливала продукты для российских площадок из тех же материалов, с которыми работают многие производители, а цены в магазинах сети последнее время не были совсем уж низкими, рассказал представитель мебельной фабрики «Спутник стиль». По его словам, бренд завоевал популярность среди россиян благодаря маркетингу и подаче товаров в магазинах. Репутация ИКЕА в немалой степени строилась на том, что это огромная корпорация, которая в силу своих размеров способна обеспечить всю цепочку сервиса, отметил Тимур Иртуганов, генеральный директор Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности России.

Продвижением шведского бренда в России занимались такие компании, как GroupM (после локали-



зации — Group4Media) и Media Instinct Group. Представители холдингов рассказали «Российской газете», что недостаточно занять площади и представить продукт: необходимо сделать его узнаваемым и сформировать к нему тягу у покупателей. А это требует больших финансовых вложений и времени.

«Если компания выпускает классную мебель, но не говорит об этом, она проигрывает более «громким» конкурентам. Замеры Media Instinct показывали, что до кризиса 2022 года лидерами по спонтанному знанию в категории «Дом, ремонт» были ИКЕА, Hoff и «Леруа Мерлен». Остальные игроки сильно проигрывали с точки зрения популярности. Почему? Потому что ИКЕА, Hoff и «Леруа Мерлен» последовательно на протяжении многих лет инвестировали в свои бренды. Как результат — основным бенефициаром ухода ИКЕА стал Hoff, который не просто остался в эфире, но и увеличил медиадавление почти на 50%. Год у Hoff закрылся ростом продаж более чем на 40%», — рассказал **Александр Сироватский, директор по стратегии и развитию Media Instinct Group.**

IKEA пришла на российский рынок двадцать лет назад. Компания быстро завоевала популярность, потому что закрыла потребность миллионов людей в качественной бюджетной мебели для малогабаритных квартир, вспоминает **Дмитрий Тиханков, директор департамента по стратегическому планированию Mediamaker** (входит в Group4Media).

«Многие помнят одну из первых их кампаний «Есть идея — есть IKEA». Людей привлекал продуманный до мелочей дизайн мебели, относительно доступные цены, большой ассортимент. Маркетинг IKEA менялся со временем: от просто идей по обустройству дома бренд пришел к большой эмоциональной идее — менять к лучшему повседневную жизнь дома многих и многих людей. Для многих людей бренд стал любимым», — отметил Тиханков.

Другим производителям будет непросто занять освободившееся место, считают маркетингологи. Ни у одного из новых брендов нет ресурсов, которые были у глобальной шведской компании с опытом в 80 лет, но найти своего покупателя возможно, рассказал Тиханков. Новому бренду предстоит бороться в том числе и в плоскости медиа, уточнил Сироватский.

СПРОС НА МЕБЕЛЬ

Мебельная отрасль весной 2022 года переживала ажиотажный спрос, когда потребители на фоне ужесточения санкций и ухода ряда западных игроков с рынка предпочли потратиться на обновление своего жилья, рассказал **генеральный директор группы компаний «Аскона» Александр Манёнок**.

«Несомненно, сейчас мы наблюдаем снижение покупательской способности населения и смещение спроса в сторону ценового сегмента «средний минус». Несмотря на уход IKEA из России, спрос на товары для дома никуда не исчез и частично перераспределится среди российских игроков рынка. Доля IKEA составляла около 20% и, конечно же, этот спрос, пусть и не в полном объеме, будут удовлетворять другие игроки рынка. По разным оценкам экспертов просадка мебельного рынка в 2022 составляет минимум 10%», — объяснил Манёнок.

«Безусловно, мы признаем, что ниша IKEA не заполнена на 100%, и сделать это быстро и одномоментно невозможно. Однако никто из россиян за прошедший год без мебели не остался, — пояснил Тимур Иртуганов. — Где-то ниша IKEA заполнялась естественным образом товарами российских предприятий схожего качества и ценовой категории, где-то компании специально перестраивались, делая акцент именно на тех товарах, которых раньше не было в их assor-

тименте, но которые были у IKEA. Это касается не только мебельщиков, но и легкой промышленности, игрушек, бытовых товаров».

По данным Anketolog.ru, в течение года планируют купить мебель 45% россиян. Среди наиболее популярных причин чуть больше половины (52%) опрошенных указали замену старых предметов мебели на новые. Так, поменять сломанную или испорченную мебель собирается 29%, приобрести более современную — 27%. Кроме того, 22% нуждаются в дополнительной мебели, а 21% респондентов отметили, что им потребуется обновление в связи с увеличением семьи: рождением ребенка, переездом бабушки и т. д. У 17% причина в переезде.

По данным онлайн-опроса, больше половины (55%) потребителей планируют приобрести мебель для гостиной, 55% — для кухни, 53% — для спальни, 40% — для прихожей, 38% — для ванной комнаты. Обставить детскую собирается 24% респондентов.

Что касается предметов мебели, то в этом году 35% респондентов планируют покупку дивана. Стол приобретут 28%, шкаф-купе или гардеробную — 28%, кровать — 25%. Собираются покупать кухонный гарнитур 23%, платяной шкаф — 21%, стулья — 18%, комод — 13%, кресло — 11%, тумбы — 10%.

Основными критериями выбора мебели россияне назвали внешний вид и дизайн (77%), цену (76%), прочность (66%), материалы (60%), качество фурнитуры (56%).

Большинство опрошенных (79%) планируют приобрести все необходимое в мебельных магазинах, 51% — в мебельных гипермаркетах, 49% — в интернет-магазинах, 38% возьмут мебель на заказ, 30% — на маркетплейсах, 17% — купить мебель с рук, например, на «Авито». Воспользоваться мебельными каталогами или услугами частных мастерских собираются по 14% респондентов. Кроме того, 7% прибегнут к услугам дизайнерских студий, и только 5% рассматривают приобретение мебели на рынке.

Больше половины опрошенных планирует покупку в «Леруа Мерлен» — 53%, на втором месте Hoff — 46%, на третьем «Много мебели» — 34%. Торговую марку «Аскона» отметили 30% респондентов, «Шатура» — 28%, «Столплит» — 18%, «Лазурит» — 16%. Помимо этого, 13% назвали производителя мебели «Кухонный двор», 12% — «Ангстерм», 11% — «Стильные кухни». Респонденты также отметили такие бренды, как Moop, «Дятково» и «Первая мебельная фабрика» — по 9%.

По информации «РГ»

ВЛИЯНИЕ РОСТА ЦЕН НА ЭНЕРГОНОСИТЕЛИ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ ГЕРМАНИИ

Европейские партнёры, бывшие или настоящие, после пандемии, хрупких цепочек поставок и стремительного роста цен на материалы получили ещё и «энергетический кризис». Рост цен на энергоносители так или иначе коснулся практически каждой компании в Германии. Немецкое профильное издание «Мебельное производство» задало вопросы ряду ведущих компаний о том, какие эффективные меры принимают компании в данный момент.



ВОПРОСЫ

1. Как вашей компании удастся экономить энергию?
2. В какой степени новое повышение стоимости может быть переложено на клиентов?
3. Какие действия были предприняты за последние пять лет, чтобы компания стала более экологичной?

Дирк Крупка, управляющий директор Häcker Kitchens:

1. Оптимизация потребления электроэнергии является постоянной задачей. Мы постоянно инвестируем во все области энергоемких строительных технологий. Одним из примеров является система сжатого воздуха, которая объединена в сеть на всех

заводах и работает очень экономично. У нас уже есть 2 фотоэлектрические системы. 23 мая к нашему новому заводу №5 будет добавлена еще одна система с пиковой мощностью 2260 квт. Система производит годовую потребность в электроэнергии семьи из 4-х человек за 1-2 часа работы. Когда дело доходит до производства тепла, мы полагаемся на использование наших древесных отходов.

2. Существенно возросшие затраты на закупку материалов и удорожание всех ресурсов ложатся тяжелым бременем на всю отрасль. В принципе, эти разработки не позволяют нам полностью переложить более высокие затраты на электроэнергию на наших клиентов. Наконец, очень нестабильные цены на электроэнергию осложняют расчеты себестоимости продукции.

3. В течение десяти лет мы используем сертифицированную систему управления энергопотреблением и охраной окружающей среды и сами определяем собственный углеродный след. Сертификация DGM как климатически нейтральной компании стала для нас еще одним шагом. Устойчивые мышление и действия прочно закреплены в нашей корпоративной стратегии. Мы разрабатываем интеллектуальные концепции логистики, чтобы избежать выбросов CO₂, и делаем все, чтобы оптимизировать нашу цепочку создания стоимости с учетом экологических требований. Вся наша транспортная упаковка пригодна для вторичной переработки, 92% её изготовлены из картона. На наших кухнях используется переработанный пластик. При обработке водорастворимых красок мы устанавливаем стандарты в отрасли.

Альбрехт фон Трухзесс, руководитель отдела коммуникаций Rehau:

1. Под впечатлением глобальных вызовов, вызванных событиями на Украине и связанными с ней потрясениями на энергетических рынках, мы в последние месяцы приняли срочные меры. Зимой, например, мы объединили рабочие зоны в офисных зданиях и сняли с теплоснабжения целые участки здания. Также доказано, что у нас уже есть энергоэффективные тепловые насосы и фотоэлектрические системы, работающие в различных местах.

2. Затраты растут из-за увеличения энергии, но также серьезной проблемой во всех отраслях промышленности являются затраты на сырье и логистику и, следовательно, также влияют на нас. В прошлом году нам пришлось снизить цены для наших клиентов. Благодаря нашему многолетнему партнерству мы смогли найти здесь хорошие решения. Тем не менее, мы чувствуем, что ситуация на рынке за последние несколько месяцев практически везде усложнилась. По нашему мнению, это очень ограничивает возможность переложить на клиентов рост цен в отрасли.

3. В прошлом мы уже принимали конкретные меры, чтобы работать максимально энергоэффективно и тем самым заметно сокращать свой углеродный след, что является одной из основных целей нашей стратегии устойчивого развития. За последние несколько лет мы уже сократили потребление энергии на 20 % и сократили выбросы CO₂ более чем на 40 %. В то же время мы постоянно увеличиваем долю «зеленой» электроэнергии. К 2025 году все предприятия Rehau по всему миру будут работать на электричестве из возобновляемых источников энергии. С этой целью были одобрены обширные инвестиции, чтобы в среднесрочной перспективе производить только

климатически нейтральным образом и использовать дополнительный потенциал в области энергоэффективности.

Стивен Зинн, управляющий директор по продажам и маркетингу (CCO), Pfleiderer Group:

1. Мы работаем с газом или нефтью в очень небольшой степени и уже более 20 лет в значительной степени полагаемся на биомассу в энергетическом балансе. Со строительством комбинированных теплоэлектростанций, в которых сжигается биомасса, мы стали в значительной степени независимыми от ископаемого топлива. Благодаря последовательному применению нашего управления энергопотреблением в соответствии с ISO 50001 мы также работаем экономно и постоянно оптимизируем как большие, так и малые предприятия.

2. Учет увеличения затрат, будь то на энергию или сырье, является экономически обязательным. То, насколько это может быть реализовано в каждом конкретном случае, очень сильно зависит от рыночных условий. Конечно, мы это понимаем и работаем над снижением затрат и оптимизацией всех процессов. Тем не менее, мы всегда заботимся о неизменно высоком качестве продукции и услуг.

3. Мне не нравится фраза «зеленее». Мы давно осознали необходимость ESG, заняли соответствующую позицию и привержены целям Глобального договора ООН и Парижского соглашения. Мы сформулировали и опубликовали четкие цели в области материалов, климата и людей — мы на пути к достижению этих целей.

Хайдрун Бринкмейер, управляющий по маркетингу и продажам Ballerina-Küchen

1. Отопление Ballerina-Küchen полностью обеспечивается за счёт производственных отходов. Для нас электричество является единственной важной составляющей нашего производства, так как весь парк машин работает на электричестве. Масло нам нужно только для двигателей и транспортных средств. Здесь небольшая экономия возможна только благодаря экономному использованию.

2. Обычно мы поднимаем цены только один раз в конце года, но в 2022 году этого не хватило и пришлось их повысить ещё раз. Ballerina имеет сеть торговых партнеров среднего размера, работающих по всему миру в высоком ценовом сегменте. Поскольку существуют в основном только долгосрочные сделки, мы не можем по своему желанию в одностороннем



порядке менять цены своим клиентам. Чтобы наши партнеры могли оставаться конкурентоспособными в будущем, мы не всегда повышаем цены, но должны отказаться от маржи.

3. Мы предполагаем, что под «более экологичным» вы подразумеваете «более устойчивый». Например, все освещение в торговом зале, в производственных цехах и в административном корпусе переведено на светодиоды. Конечно, мы производим только ДСП Carb2 и краски на водной основе. Мы обновили автомобильный парк. А наши 20 стажеров в настоящее время делают ульи для пчел. Постоянно появляются новые меры и проекты по обеспечению устойчивости.

Доктор Сергей Шварц, Совет директоров Homag Group

1. Мы ограничиваем комнатную температуру во многих производственных помещениях и в офисах до 19°C. Кроме того, мы перешли на нефть вместо газа в качестве источника энергии там, где это было возможно. В целом, мы выигрываем от масштабных мер по энергосбережению, которые мы уже реализовали в последние годы. Это также включает в себя установку двух больших фотоэлектрических систем.

2. В целом затраты на электроэнергию являются относительно небольшой статьёй в нашем производстве. Гораздо большее влияние оказало значительное повышение цен на закупку материалов. Мы смогли протолкнуть соответствующее повышение цен на

нашу продукцию на рынке, которое также включает и увеличение затрат на электроэнергию.

3. Устойчивое развитие является центральной частью нашей стратегии. Вот почему в последние годы мы много сделали для экономии энергии. Это включает в себя, например, ремонт крыш и окон, а также оснащение современными светодиодными технологиями освещения, включая автоматическое отключение во многих местах. Мы также установили фотогальванические системы и заменили несколько производственных систем более экономичными машинами. Наши продукты также потребляют все меньше и меньше энергии и это большой плюс и для наших клиентов.

Буркхард Шрайбер, управляющий директор Kesseböhmer

1. В принципе, мы считаем своей задачей, в том числе в рамках сертификации 50 001, постоянно уделять внимание повышению эффективности использования энергии и, как следствие, снижению спроса на энергию. Мы принимаем различные меры, начиная от централизованного и оптимизированного регулирования температуры на всей территории предприятия и заканчивая оптимизацией нашей электростанции, работающей на древесине. Особая технология нагрева с использованием наших древесных отходов обеспечивает высокую энергоэффективность. Положительный побочный эффект: каждый сэкономленный квт час одновременно сокращает выбросы.

2. Как правило, мы ведем постоянный диалог с нашими клиентами по вопросам изменения затрат. Очевидно, что мы не можем в одиночку справиться с некоторыми масштабными повышениями. Мы уже смогли переложить на клиентов часть наших затрат на чистую энергию в рамках последнего повышения цен. Дальнейшие акции мы должны продолжать нести сами, как и раньше, ведь мы хотим быть предсказуемым и надежным партнером для наших клиентов.

3. В последнее время наши инвестиции в этой области были сосредоточены на вводе в эксплуатацию фотоэлектрической системы, а также тепловой электростанции со сжатым воздухом, которая, обеспечивая высокий общий коэффициент использования, не только экономит энергию, но и снижает выбросы CO₂. Мы смогли добиться значительной экономии энергии за счет модернизации освещения и отопления. Что касается упаковочных материалов, то мы постепенно переходим с пластика на бумагу, формованные из волокна детали, гофрокартон или сотовый картон. Наша компания по закупкам активно сотрудничает с местными поставщиками. Эти и другие меры мы реализуем последовательно и с большим чувством ответственности в рамках общей концепции устойчивого развития, руководствуясь при этом международно признанными стандартами GRI.

Марк Хогребе, управляющий директор Nolte Küchen

1. Вот уже 10 лет мы внедряем систему энергоменеджмента, сертифицированную по стандарту ISO 50001, которая позволяет нам определять существенное потребление энергии и потенциальную экономию, мы измеряем и документируем наш прогресс в этом направлении. Постоянное повышение энергоэффективности во всех сферах деятельности приводит к экономии затрат на электроэнергию и одновременному сокращению выбросов парниковых газов. Основными источниками энергии на наших предприятиях являются сертифицированная экологически чистая энергия из возобновляемых источников энергии и наши котлы, работающие с сентября по май на отходах древесины, полученных в результате работы производства. За счет тепла, вырабатываемого самими котлами, мы покрываем более 99% всех наших потребностей в отоплении. Сжигая обрезки древесины на заводе № 3 в Мелле, мы даже покрываем все потребности в энергии нашей дочерней компании Express Kitchen в Мелле.

2. К сожалению, нам приходится распределять расходы пропорционально. С одной стороны, наши

поставщики повышают цены из-за роста затрат на электроэнергию, с другой стороны, из-за высоких затрат на электроэнергию производство у нас также становится более дорогим. Благодаря контрактам на поставку электроэнергии, рассчитанным до конца 2023 года, мы по-прежнему хорошо защищены в этом отношении.

3. Мы являемся компанией с нулевым выбросом углерода с 2020 года, а с 2021 года мы полностью получаем электроэнергию из возобновляемых источников. Нашей следующей целью является сертификация углеродно-нейтрального продукта. В долгосрочной перспективе мы хотели бы еще больше сократить выбросы парниковых газов. С 2014 года мы ежегодно экономим электроэнергию за счет постепенного перехода на светодиодное освещение – в 2021 году этот показатель составил 1,5 миллиона квт час. 50% наших закупок приходилось на поставщиков, расположенных в радиусе 100 км от наших офисов.

Кристоф Гейгер, главный операционный директор группы IMA Schelling Group GmbH

1. Мы систематически сокращали потребление энергии с помощью соответствующих мер. Это также включает в себя перевод всего освещения на экономичную светодиодную технологию. Кроме того, мы производим собственную электроэнергию на предприятиях в Шварцах (Австрия) и Кечнце (Словакия) с помощью фотоэлектрических систем. Таким образом, в Шварцах с момента ввода в эксплуатацию в 2015 году и по сегодняшний день мы производим более 1 млн квт час электроэнергии.

2. К счастью, в настоящее время мы застрахованы долгосрочными контрактами на поставку коммунальных услуг. В будущем мы продолжим обеспечивать расчетную безопасность с помощью соответствующих контрактов. Однако текущая динамика цен на энергоносители не оказывает существенного влияния на наши цены, поскольку мы не являемся энергоемкой компанией. И мы согласовываем фиксированные цены с нашими клиентами.

3. Являясь глобальным поставщиком инновационных машин и оборудования, мы действуем устойчиво — на благо окружающей среды, наших сотрудников, клиентов и партнеров. Мы являемся членом Альянса за углеродную нейтральность и значительно сократили выбросы CO₂ за счет масштабных восстановительных работ и установки фотоэлектрических систем. Мы отказываемся от использования ископаемых источников энергии при новых инвестициях и модернизации и производим экологически, энергетически и ресурсосберегающие продукты.



**IT-ТЕХНОЛОГИИ
ОБОРУДОВАНИЕ
И ИНСТРУМЕНТЫ
для производства мебели**

*Станки Инструмент
ПО для мебельщиков*



КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

+7 (496) 623-09-90

www.bazisssoft.ru



БАЗИС-ЦЕНТР: ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, МЕНЯЮЩЕЕ МЕБЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Разработка облачных и мобильных приложений является одним из приоритетных направлений развития системы БАЗИС. К настоящему времени реализована соответствующая инфраструктура, включающая в себя технологии лицензирования, облачные сервисы и мобильные приложения, способные удовлетворить большинство запросов современного мебельного предприятия.



БАЗИС-ONLINE: УДАЛЕННОЕ ПОВРЕМЕННОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

БАЗИС-Online — это сервис, позволяющий мебельщикам получать срочные (ограниченные по времени) лицензии на использование любых модулей системы БАЗИС. Он разработан на основе уникальной технологии дистрибуции и контроля лицензий у конечных пользователей компании «Базис-Центр». Цель сервиса в том, чтобы предоставить мебельным предприятиям возможность полноценной работы в системе БАЗИС при относительно малых финансовых вложениях.

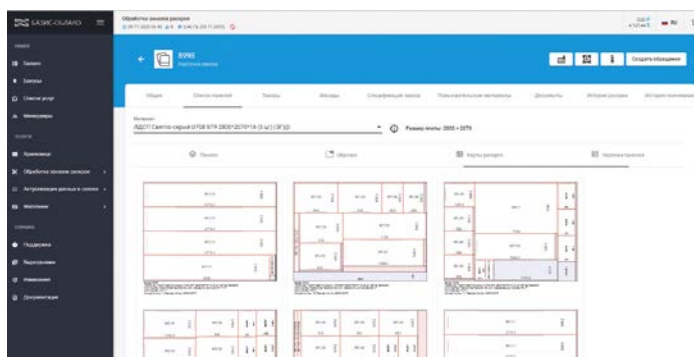
БАЗИС-Online стал первым элементом облачной инфраструктуры, и уже около 10 лет стабильно популярен у мебельщиков. Первоначально он использовался в качестве маркетингового инструмента для демонстрации возможностей системы БАЗИС потенциальным пользователям, которые получали возможность протестировать их на собственных рабочих местах и изделиях, выпускаемых компанией. Ход оказался исключительно продуктивным и послужил толчком к коммерциализации новой технологии.

Для мебельщиков, особенно на малых предприятиях, или на начальном этапе развития бизнеса, работа в БАЗИС-Online крайне привлекательна. Во-первых, это значительно дешевле приобретения лицензий на установку локальных модулей, поскольку оплачивается только реальное время работы, которое можно считать элементом себестоимости продукции. Во-вторых, предприятие получает систему

БАЗИС в требуемой ему конфигурации, которая по функциональности ничем не отличается от «коробочных» вариантов. В-третьих, отпадает необходимость обновления версий, поскольку пользователь всегда работает с самой последней из них.

Подключение к БАЗИС-Online и работа с ним производится максимально просто: стандартная процедура регистрации, активация аккаунта с помощью перехода по присланной ссылке, загрузка программного обеспечения и пополнение счета. Буквально несколько минут и система готова к полноценному использованию. Когда оплаченное время будет подходить к концу, система выдаст предупреждение. Оплатить время работы можно с помощью платежной системы QIWI или банковскими картами Visa и MasterCard. Если валютой карты не является российский рубль, будет произведена автоматическая конвертация по курсу банка на день совершения платежа. Все зарегистрированные пользователи могут рассчитывать на своевременное консультирование по коммерческим и техническим вопросам.

Для удобства пользователей разработан личный кабинет БАЗИС-Online, с помощью которого оперативно решаются все возникающие вопросы. С его помощью можно самостоятельно оформить заявку как на физическое, так и на юридическое лицо, подобрать конфигурацию необходимых модулей, произвести оплату, получить информацию об офисах продаж и учебных центрах, ознакомиться с прайс-листами для резидентов и нерезидентов РФ, а также с перечнем услуг компании «БАЗИС-Центр», связаться со службой



технической поддержки и многое другое. Разработано и мобильное приложение для доступа к личному кабинету БАЗИС- Online.

В настоящее время в сервисе зарегистрировано около 35 тысяч пользователей, абсолютное большинство из которых активно работают с системой БАЗИС.

БАЗИС-ОБЛАКО: СЕМЕЙСТВО ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ

БАЗИС-Облако является эффективным инструментом построения территориально распределенного мебельного бизнеса, позволяя организовать оперативный обмен информацией между проектно-производственными структурами, мебельными салонами и клиентами. С точки зрения эффективности облачные технологии имеют существенные преимущества:

- размещение дорогой, энергозатратной и требующей содержания штата специалистов аппаратной инфраструктуры у поставщика услуг;
- централизованное администрирование доступа к информации с индивидуальной настройкой прав для разных категорий пользователей;
- автоматическое получение пользователями доступа к информации при их подключении.

СИНХРОНИЗАЦИЯ ЗАКАЗОВ И АКТУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ В САЛОНЕ

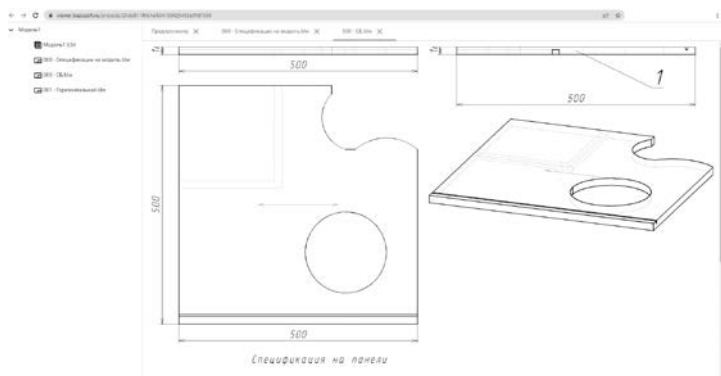
Данная услуга позволяет решить две важные проблемы мебельных предприятий, имеющих удаленные точки приема заказов. Первая из них — это консолидация заказов в центральном офисе, т. е. возможность их приема, оформления и передачи в производство независимо от наличия или стабильности интернет-соединения.

Схема реализации услуги следующая. Заказ, принятый в мебельном салоне, после согласования с клиентом пересылается в облако, о чем сразу же автоматически информируется центральный офис. Заказы из всех салонов аккумулируются в базе заказов и поступают для анализа в проектные подразделения. В случае обнаружения конструктивных или технологических проблем в них вносятся коррективы, и доработанные варианты рассылаются для повторного согласования по тем салонам, откуда они поступили. При положительной реакции клиентов они передаются в производство с одновременной блокировкой на доработки. Это необходимо для того, чтобы исключить изменения в заказах, находящихся на стадии изготовления.



В облаке хранится полная история работы над каждым заказом, включая все вносимые изменения, данные о прохождении этапов изготовления и вся переписка между салонами и центральным офисом. Это позволяет специалистам, имеющим отношение к нему, оперировать актуальной информацией как при общении с клиентом в салоне, так и при решении рабочих вопросов на производстве.

Вторая задача — одновременная актуализация прайс-листов во всех точках приема заказов — реша-



ется следующим образом. Обновленный прайс-лист загружается в облако, что автоматически отслеживается и анализируется в салонах. При обнаружении расхождения между данными в облаке и на локальном компьютере в фоновом режиме производится скачивание новой информации и коррекция прайс-листа в салоне. Если в этот момент модуль БАЗИС-Салон активен, т. е. идет прием заказа, то выводится сообщение о необходимости обновления прайс-листа, а если нет, то в автоматическом режиме он будет обновлен при запуске модуля. Это выполняется в инкрементальном режиме, что существенно уменьшает нагрузку на интернет-канал салона.

Кроме того, сервис позволяет формировать индивидуальные прайс-листы для групп салонов или для каждого отдельного салона, учитывая их индивидуальные условия работы. Таким образом, простая выгрузка прайс-листов в БАЗИС-Облако на головном предприятии позволяет оперативно и автоматически обновить их одновременно во всех салонах. История обновлений по каждому салону также хранится в облаке, следовательно, появляется возможность в режиме реального времени принимать необходимые меры в случае возникновения проблем.

КОММЕРЧЕСКИЙ РАСКРОЙ

За этим термином скрывается услуга по удаленному приему заказов на распиловку и обработку деталей мебели, что актуально для предприятий, предоставляющих производственные услуги в качестве основного вида деятельности или желающих загрузить свободные производственные мощности.

Коммерческий раскрой реализован в виде встраиваемого в сайт предприятия модуль-фрейма приема заказов, состоящего из административной и клиентской частей. Основными функциями первой из них являются настройка параметров обработки заказов и формирования документов, управление клиентами и заказами. Под управлением заказами понимается возможность их фильтрации по статусам, назначение

ответственного исполнителя, анализ информации о деталях и ряд других возможностей для эффективного взаимодействия как с клиентами, так и с производством.

Клиентская часть — это то программное обеспечение, с которым взаимодействует клиент, зайдя на сайт предприятия. Прежде всего, он регистрируется, после чего получает возможность создания собственного заказа. Ему доступна база материалов с изображением их текстур. Выбрав материал, клиент заполняет список деталей, указывая их габаритные размеры и количество, вид облицовывания кромок, характер обработки углов, наличие и вид пазов, схему присадки отверстий.

После ввода данных формируются карты раскроя материалов, выполняется предварительный расчет стоимости заказа и создаются спецификации по материалам и работам. Естественно, что всё это реализуется с помощью модулей системы БАЗИС. На основе полученных данных клиент может скорректировать заказ, отправить его на проверку, или связаться с оператором для уточнения отдельных моментов. После всех согласований он получает счет на оплату и уточненные спецификации по материалам и выполняемым операциям. Кроме того, по желанию клиента могут быть сформированы бирки с указанной им информацией для идентификации деталей. В процессе исполнения заказа клиент регулярно получает уведомления о его текущем статусе.

ОБЛАЧНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОМЕЩЕНИЙ

Данный сервис, получивший название WebPlanner, представляет собой приложение для моделирования планировок помещений и расстановки мебели, бета-версия которого появилась более пяти лет назад. Идея проекта заключалась в том, чтобы мебельщики получили четыре важные возможности: работа в облаке (без установки программы на компьютер), коллективное создание проекта дизайнером и клиентом, которые могут находиться далеко друг от друга, гибкость доступа (рабочий или домашний компьютер, ноутбук, планшет и т. д.), интеграция с интернет-сервисами.



Основной модуль приложения — планировщик помещений. Его возможности позволяют быстро и точно формировать модели любых помещений с использованием моделей, созданных в различных системах проектирования. При этом автоматически контролируются все возможные пересечения и наложения объектов. Специальные технологии обеспечивают качественную визуализацию моделей со множеством оптических эффектов в реальном времени, а также высокую скорость виртуальной навигации по моделируемым помещениям, даже при сложной их конфигурации и большом количестве интерьерных деталей.

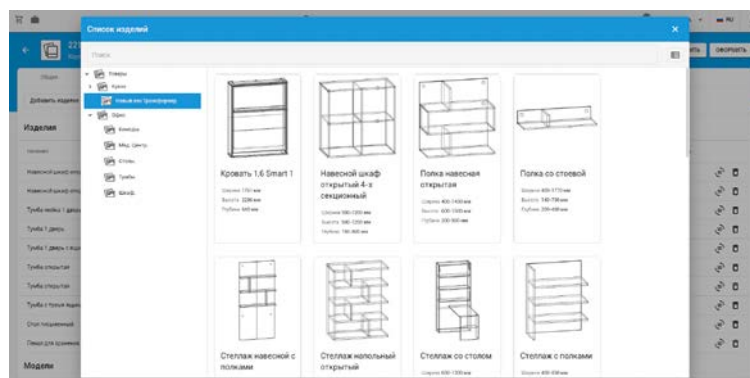
Для создания каталогов мебели, предметов интерьера и текстур материалов предусмотрен импорт моделей и фрагментов системы БАЗИС, синхронизация каталога моделей с прайс-листом, выгрузка текстур и ряд других возможностей. Кроме этого, поддерживается большое количество популярных графических форматов. При необходимости WebPlanner может быть встроен в существующие сайты и использоваться по технологиям облачного и корпоративного лицензирования.

Созданные проекты расстановок экспортируются в модуль БАЗИС-Мебельщик для анализа и передачи в производство. Следует отметить, что помимо самих 3D-моделей экспортируется множество технологических параметров, включая данные о крепеже и фурнитуре, что необходимо для оперативного изготовления выбранной мебели.

БАЗИС AR: ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В ДЕЙСТВИИ

Дополненная реальность — это модель реального мира, дополненная новыми, возможно, не существующими объектами. Для продажи мебели она просто незаменима, поскольку позволяет расставлять выбранные модели мебели в реальных помещениях, комбинируя её с уже имеющимися в них объектами. О значении и перспективах технологий дополненной реальности, или AR-технологий, красноречиво говорят две цифры: в 2023 году рынок AR-рекламы оценивается в \$2,38 миллиарда, а в 2024 году — уже в \$8,02 миллиарда.

Приложение БАЗИС AR — это мобильная программа, являющаяся частью комплексной системы БАЗИС. Её возможности позволяют на любом мобильном устройстве совместить имеющееся помещение и предлагаемый дизайн-проект, после чего «пройтись» по новой реальности, заглянуть в ящики, открыть двери шкафов, оценить удобство пользования мебелью,



другими словами, «пожить» в будущем помещении, прежде чем физические шкафы и диваны окажутся в нем на своих местах.

Важный нюанс: БАЗИС AR позволяет «пристыковать» виртуальные объекты к реальным. При этом различить их в сцене практически невозможно, поскольку виртуальные объекты не только качественно визуализируются, но и освещаются одинаково с реальными. Эффект достигается за счёт датчиков освещённости, которые есть в современных смартфонах и планшетах.

Второй, не менее важный нюанс связан с тем, что для компаний, работающих с системой БАЗИС, никаких дополнительных затрат на адаптацию БАЗИС AR не потребуется: оно работает с моделями, сценами и библиотеками, созданными в любом ее модуле. Само приложение является бесплатным и свободно скачивается во всех популярных магазинах приложений для мобильных устройств.

БАЗИС AR — самая «молодая» разработка компании «Базис-Центр». В ближайшей перспективе появятся возможности расстановки моделей мебели, находясь непосредственно в самом помещении, и оплаты заказа без посещения салона, брендинга приложения мебельными предприятиями (собственный онлайн-магазин с технологией дополненной реальности), поддержки очков-шлемов виртуальной реальности и сенсорных перчаток, а также лидаров, которые появились в современных смартфонах для измерения размеров помещений и уже существующих объектов.

ИТАК ...

Облачные и мобильные приложения компании «Базис-Центр» — это прекрасный ответ на рост интереса мебельщиков к online-технологиям для решения актуальных задач, стоящих перед мебельными предприятиями, прежде всего, повышения конкурентоспособности бизнеса и привлечения клиентов.

ИТАЛЬЯНСКОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО. «АВТОМАТИЗАЦИЯ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА»

1 и 2 марта 2023 компания SCM, один из ведущих производителей оборудования в области деревообработки, совместно с компанией «Базис-Центр», системным интегратором ПО, провела мероприятие «Автоматизация мебельного бизнеса», посвященное основным трендам в области организации мебельного производства.



Несмотря на то, что начало мероприятия было назначено на 10-00, уже в 8-30 на входе пришедших пораньше регистрировали и приглашали пройти в зал, где можно было пообщаться с сотрудниками компании SCM, переговорить с командой специалистов «Базис-Центра», совершить тур по технологическому центру SCM или просто отдохнуть в уютных креслах и выпить чашечку ароматного кофе с потрясающими итальянскими десертами.

По традиции Борис Чернышев, глава российского представительства SCM GROUP, поприветствовал гостей и представил команду сотрудников SCM, а также партнеров, которые расскажут о своей продукции и услугах.

Нашему вниманию было предложено 3 площадки.

В рамках мероприятия был наглядно продемонстрирован комплексный технологический процесс по запуску изделия, включающий в себя этапы проектирования, запуска производства, предоставления полного комплекта документации на изделия, на основе инте-



грации с ПО БАЗИС. На площадке было представлено в работе 50 единиц оборудования. Ежедневно проходила демонстрация работы на оборудовании SCM.

В уютном конференц-зале партнеры представляли свои компании, товары и услуги. Компания «РЕХАУ» рассказала о складской программе и новых возможностях сотрудничества.

Компания «МДМ» — ведущий поставщик мебельной фурнитуры — поделилась информацией о современных тенденциях в мебельной фурнитуре. Алексей Карушев, заместитель руководителя департамента по работе с продуктами «МДМ», рассказал о трендах, которые сегодня диктуют применение той или иной фурнитуры при проектировании и производстве современной кухни.

«ДельтаЛизинг» — давний партнер SCM. Специалист компании Валерия представила различные интересные программы по приобретению оборудования в лизинг. В течение дня она также индивидуально консультировала гостей.

Фарид Акчурун, руководитель отдела продаж LEUCO, рассказал о фуговальных фрезах LEUCO для кромкооблицовочных станков. Он объяснил, что необходим правильный сервис по обслуживанию и заточке фрез, а также после заточки важно проводить балансировку, чтобы инструмент отвечал требованиям станка. На фрезах LEUCO имеется по 3 специальных балансировочных винта, что позволяет проводить балансировку без механического воздействия на корпус фрезы.

Kleiberit говорили об использовании клеевых материалов Kleiberit для облицовки кромкой, что даёт улучшение качества и оптимизацию технологического процесса.

И конечно же, «Кроношпан», который представил Новую глобальную коллекцию 3.0. Она была показана производителям мебели в рамках выставки «Мебель-2022».

Дизайнер Анна Раценская и Артем Бобков, торговый представитель «Кроношпан», показали новые декоры в больших образцах, что позволило полноценно увидеть модные тиснения и получить тактильные ощущения. Артем Бобков рассказал, что новая коллекция не только повторяет естественные природные поверхности, но и создана таким образом, чтобы дизайнерам мебели и интерьера было легко комбинировать и сочетать современные декоры.

Колледж «26 КАДР» принял участие в обсуждении программ обучения персонала. Преподаватель Харис Фахретдинов в русле того, что многие производители не могут найти специалистов, а выпускники — работу, предложил брать студентов на практику с возможным последующим трудоустройством.

В перерывах гостей ждал итальянский перекус: было приготовлено 130 пицц и 32 кг ризотто. Вкусно!!!



Два дня при полном аншлаге компания «Базис-Центр» демонстрировала возможности ПО БАЗИС.

В первый день были продемонстрированы возможности модуля БАЗИС-Салон и сервисные преимущества БАЗИС-Облако. А также всё о сервисе приема заказов «Коммерческий раскрой» на мебельные детали, на мебельные изделия и на мебельные фасады. И ещё — об управлении производством с демонстрацией работы на оборудовании SCM.

Во второй день ведущий специалист фирмы «Базис-Центр» Николай Каскевич осветил Конструкторско-технологический блок ПО БАЗИС, а это практически все основные модули. Николаю Каскевичу ждали особенно: это и крутая презентация, и обучение, и живое общение, и море позитива и отличного настроения.

Надо сказать, что народу было много — мероприятие посетили 400 гостей из разных регионов нашей страны. Самое интересное, что посетители были не только из ЦФО. Я встретила производителей из Новосибирска, а самый дальний город, откуда приехали гости, — Владивосток.

В общем-то в Технологический центр SCM в Москве можно приехать в любой день и быть долгожданным гостем.

Как сказал глава российского представительства SCM Борис Чернышев, открывая мероприятие, «несмотря ни на что мы в SCM продолжаем нести нашим клиентам лучшие технологии для производства мебели и деревообработки, а также окружать знаменитым итальянским гостеприимством».

Светлана Ширяева



ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

*Стили Дизайнеры Тренды
Интерьеры*



МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА **ВЕСТА**

Ведущий производитель корпусной мебели в Западно-Сибирском регионе

Приглашаем Вас к сотрудничеству!

Готовые и модульные кухонные гарнитуры

- шкафы • комоды • тумбы
- прихожие • другая корпусная мебель

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

- персональный подход
- гибкая система скидок • низкие цены

Принимаем заказы на серийное изготовление корпусной мебели

г. Новосибирск, ул. Долинная, 2а
+7 (383) 295-62-65, 295-62-64

мебельвеста.рф



Мебель из Италии эксклюзивно для Вас!

8 495 662 33 74, 8 925 669 99 08

www.mkmeridian.com



Меридиан
Торговый Дом

**Торговый дом МЕРИДИАН —
это качество, проверенное временем!**



ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ДИЗАЙНА МЕБЕЛИ «ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ» С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

24 февраля были подведены итоги Всероссийского конкурса дизайна мебели с международным участием «Имеет значение».

Организатор конкурса — НГУАДИ при технической и информационной поддержке партнеров ООО «Техническая ассоциация промышленного дизайна» и журнала «Мебельщик».

В конкурсе приняли участие 65 молодых дизайнеров и 8 профессиональных дизайнеров. Конкурсные работы были представлены из Москвы, Казани, Владивостока, Ижевска, Иркутска, Новосибирска. Также в конкурсе приняли участие узбекские дизайнеры из Ташкента.

Работы на конкурс были представлены в четырех номинациях:

- Восток — дело тонкое
- Европейский стиль
- Сибирская душа
- Этно-шик

По итогам конкурса победителями в номинациях стали следующие работы

«ВОСТОК – ДЕЛО ТОНКОЕ»

1 место — Котова Юлия Сергеевна, Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусства им. А. Д. Крячкова;



2 место — Васенева Алина Геннадьевна, Академический колледж, Владивостокский государственный университет;



3 место — Гараев Ринат Маратович, Национальный институт художеств и дизайна имени Камолиддина Бехзода, Ташкент.



Профи

1 место — Исламов Улугбек Феруз угли, практикующий дизайнер, г. Ташкент;



2 место — студия декора и дизайна Elementi; Чернюк Анастасия Павловна, Астапенко Ольга Владимировна — практикующие дизайнеры, г. Иркутск



«СИБИРСКАЯ ДУША»:

Студенты

1 место — Данильченко Софья, ФГБОУ ВО РГУ им. А. Н. Косыгина, Москва;

2 место — Ушакова Дарья Витальевна, Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусства им. А. Д. Крячкова;



3 место — Нагаева Арина Михайловна, Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусства им. А. Д. Крячкова

3 место — Прошунина Анна Дмитриевна, Удмуртский государственный университет;



Профи

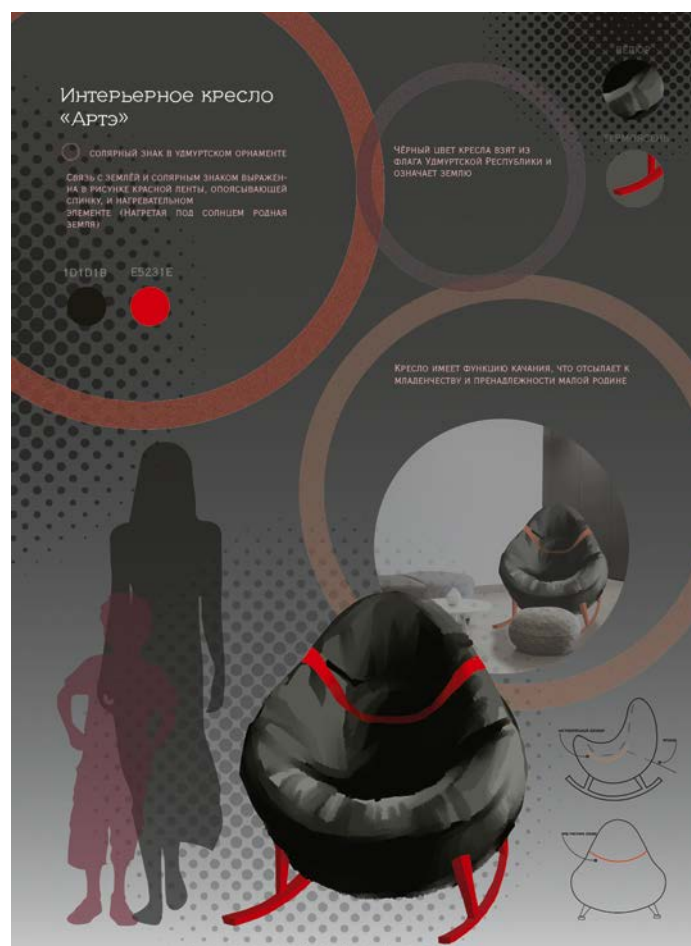
1 место — команда дизайнеров: Антонцева Ольга, Журманова Анна, Пьянкова Александра, Ситникова Анастасия, практикующий дизайнер Тюменцева Ксения, г. Иркутск;

**«ЭТНО-ШИК»:**

1 место — Батаева Анастасия Петровна, Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусства им. А. Д. Крычкова;



2 место — Процкая Ангелина Владимировна, Удмуртский государственный университет;



3 место — Набиуллина Айгуль Гумаровна, Казанский национальный исследовательский технологический университет.

**Специальным призом жюри отмечена конкурсная работа Михайловой Полины.**

Председатель жюри — заведующий кафедрой Промышленного дизайна, профессор, доктор технических наук Бекк Н. В.

Поздравляем призеров и участников конкурса!
Ждем молодых дизайнеров на следующий год!

ОФИСНОЕ КРЕСЛО SPINE ОТ СТУДИИ FORM US WITH LOVE

Шведская дизайнерская фирма Form Us With Love создала новое рабочее кресло для скандинавского производителя мебели Savo, которое предназначено для адаптации к нашей постоянно меняющейся рабочей среде.

Конструкция простого на вид стула Spine основана на центральной колонне, которая и послужила причиной его названия. Это было выбрано как с эстетической, так и с функциональной точки зрения, поскольку это означает, что части спинки и подголовника можно полностью регулировать вверх и вниз по позвоночнику, а также снимать и заменять в случае поломки или необходимости ремонта.

Кресло Spine поставляется в шести версиях: четыре со стандартной высотой рабочего стула и две более высокие настройки с кольцами для ног. Рама доступна из алюминия, окрашенного в черный цвет, или из алюминия, подвергнутого пескоструйной обработке, с поворотным

основанием из черного, белого или полированного алюминия.

«Дизайн Spine отличается от традиционного образа офисного кресла, а платформа имеет стиль на многих уровнях, — говорит Джон Лёфгрен, креативный директор и соучредитель Form Us With Love. — Благодаря выбору материалов и цветов, Spine может превратиться из нейтрального в привлекающее внимание, зани-



мающее подобающее место в комнате или даже во всем офисе».

Команда Form Us With Love хотела создать продукт, который лучше обслуживал бы конечного пользователя, а также служил бы планете. Таким образом, долговечность и устойчи-



вость учитывались во всех аспектах, и концепция «сокращать, повторно использовать, ремонтировать, перерабатывать» заложена во всем дизайне.

«Вместо того, чтобы разрабатывать еще одно кресло, мы объединили наши коллективные знания с философией дизайна Savo и создали платформу, которая отвечает потребностям в сиденьях, которые можно адаптировать к меняющимся условиям, — говорит Крейг Ховарт, коммерческий директор Savo. — Рабочее место завтрашнего дня станет еще более адаптируемым, а Spine поднимает гибкость на совершенно новый уровень и делает гибридную мебель реальностью».

КОЛЛЕКЦИЯ МЕБЕЛИ КНЕКК ОТ ДЖОНА ФАУСКЕ ДЛЯ FORA FORM

Норвежский дизайнер Джон Фауске расширил свою коллекцию деревянной мебели Knekk для скандинавского бренда Fora Form, предназначенную для общения, сотрудничества и творчества.

Семейство мебели Knekk началось с дизайна деревянного барного стула в 2019 году и теперь включает в себя скамейку, стул и стол.

Семейство характеризуется использованием массива дуба и характерными наклонными вперед формами, которые, по словам Fora Form, предназначены для содействия активному сотрудничеству, особенно в сценариях семинаров и встреч.

«Knekk предлагает вам щедрый скандинавский комфорт из цельного

дерева большой ширины и всеобъемлющего стиля», — отметили в Fora Form.

Стул и скамья Knekk доступны с дополнительными подушками для сидения для большего комфорта. Стулья можно соединить вместе, чтобы создать зоны отдыха в офисе.

Доступный в четырех размерах, стол Knekk имеет раму из дуба с кон-



трастной столешницей с различной отделкой.

В центр стола можно добавить кабельный люк для аккуратной и хорошо организованной столешницы.



КРОВАТЬ JACK-E ОТ ZANELLATO/BORTOTTO ДЛЯ BOLZAN

Созданная дизайнерской студией Zanellato/Bortotto для итальянского бренда Bolzan кровать Jack-e представляет собой изюминку классики благодаря сочетанию дерева, ткани и кожи.

Кровать Jack-e — это новая интерпретация кровати Jack от Zanellato/Bortotto, которая была запущена в 2017 году и имела металлический каркас.

В новом дизайне используется окрашенная деревянная рама с тканевыми чехлами в изголовье и у изножья кровати, что создает впечатление, будто матрас между ними подвешен.

В новом переосмыслении каркас кровати выполнен из ясеня с выбо-



ром из четырех тонированных оттенков — красная Terra di Siena, натуральная Grigio Cenere, индиго Azzuro Guado и синяя Indaco Scuro — или матового лака.

Деревянная конструкция сочетается со съемными чехлами из текстиля или кожи, которые, по словам Bolzan, показывают самые сильные стороны производителей из области между провинциями Фриули и Венеции, где базируется бренд.

По словам Bolzan, Zanellato/Bortotto решили возродить существующий дизайн кровати, а не создавать новый, чтобы создать вневременной объект, который долго будет актуален.

«Новый Jack-e является частью пути устойчивого развития, который Bolzan начал давно и который определяется его философией и подходом к дизайну», — сказали в Bolzan.



ТАБУРЕТ TRIPOT ОТ FOGIA

Шведский мебельный бренд Fogia в сотрудничестве с французским дизайнером Ингой Семпе разработал деревянный табурет, который имеет треугольное сиденье, три ножки и изогнутую перекладину.

Семейство табуретов под названием Tripot выпускается в трех вариантах высоты и предназначено для

самых разных интерьеров — от домашнего до гостиничного.

Стулья предлагаются на выбор из двух пород дерева — натурального ясеня и черного лака.

«У Tripot сильная индивидуальность благодаря трем ножкам и треугольному сиденью, и он освещает любой контекст своей харизматичной натурой», — сказал Фогиа.

Табурет состоит из трех ножек, треугольного сиденья и изогнутой перекладины.

По словам Fogia, стулья Tripot «изготовлены с большим вниманием к деталям» и призваны подчеркнуть процесс их изготовления.

Изготовленный в Италии с использованием традиционных технологий деревообработки, Tripot

представляет собой легкое сиденье, отличающееся контрастом между изысканными и игривыми формами.



НОВЫЙ ЦВЕТ В КОЛЛЕКЦИИ САДОВОЙ МЕБЕЛИ WEEK-END ОТ BRICHET ZIEGLER



Французский дизайнерский бренд Petite Friture добавил новую цветовую гамму в свою коллекцию уличной мебели Week-End — приглушенный оттенок под названием Dune, который компания описывает как «идеальный нюд».

Коллекция Week-End, разработанная Каролиной Циглер и Пьером Брише из парижской студии Brichet Ziegler, включает в себя ряд столов и сидений с игривыми овальными спинками из решетчатого алюминия.

«Воздействие горизонтальных и вертикальных планок, так похожих

на полосы, подчеркивает полные и пустые пространства, утверждая индивидуальность коллекции», — сказали в Petite Friture.

Сопоставление прямых и изогнутых линий помогает придать коллекции графический характер, который дополняется расширенной гаммой из 10 цветов порошковой окраски, варьирующихся от канареечно-синего до кислотно-желтого.

Новейшая цветовая гамма Dune — это теплый песочно-бежевый оттенок, который, по словам Petite Friture, является «идеальным нюдом».

Теперь мебель представлена в десяти различных цветах.

Удобные варианты сидения, такие как кресло и диван, также могут быть украшены соответствующими подушками для сада светло-серого или антрацитового цвета.

Все модели коллекции легко складываются для удобства хранения и имеют пятилетнюю гарантию.

СТУДИЯ FRONT СОЗДАЛА ДИВАН, КОТОРЫЙ ИМИТИРУЕТ ФИГУРКИ ОРИГАМИ

Пять модульных элементов дивана Ori можно использовать по отдельности или вместе, создавая конфигурации различных форм и адаптируя модель к конкретному пространству. Шведский дизайн-дуэт Front сравнивает этот процесс со складыванием фигурок из бумаги: именно минимализм и строгая гео-

метрия японского искусства оригами вдохновили Софию Лагерквист и Анну Линдгрэн на создание новинки. Еще одна особенность Ori кроется в его плиссированной структуре, с помощью которой авторы смогли добиться выверенной симметрии. Дизайнеры начали разработку дивана с экспериментов с миниатюрными

моделями из сложенной бумаги — по словам дуэта, это позволило найти оптимальную форму конструкции, одинаково подходящую для работы и отдыха.

Диван Ori создан в сотрудничестве с компанией European Furniture Group и поступит в продажу в июне 2023 года.



НОВЫЕ ДОПОЛНЕНИЯ К СЕРИИ BARBA ОТ FOGIA

Шведский дизайнерский бренд мебели Fogia в сотрудничестве с норвежским дизайнером Андреасом Энгесвиком расширил свою серию округлой мебели Barba, создающую теплую и уютную атмосферу.

Коллекция мебели Barba была запущена в 2019 году с креслом и диваном, а теперь она включает кресло для отдыха и большой диван под названием Barba Lounge.

Новые дополнения к серии Barba состоят из шезлонга и дивана.

По словам Fogia, коллекция основана на французском слове «сахарная вата» и характеризуется органическими формами, которые призваны создать «мягкость и комфорт».

«Barba Lounge добавляет тепла, утонченной непринужденности и стильного акцента в любое пространство», — отметили в Fogia.

Кресло и диван Barba Lounge изготовлены вручную на фабрике Fogia и доступны в ткани или коже.

Каркас обеих частей изготовлен из древесины бука и пенопласта, который частично пригоден для вторичной переработки.



«НАРИСОВАННАЯ» МЕБЕЛЬ ОТ СТУДИИ ANOTHER HUMAN

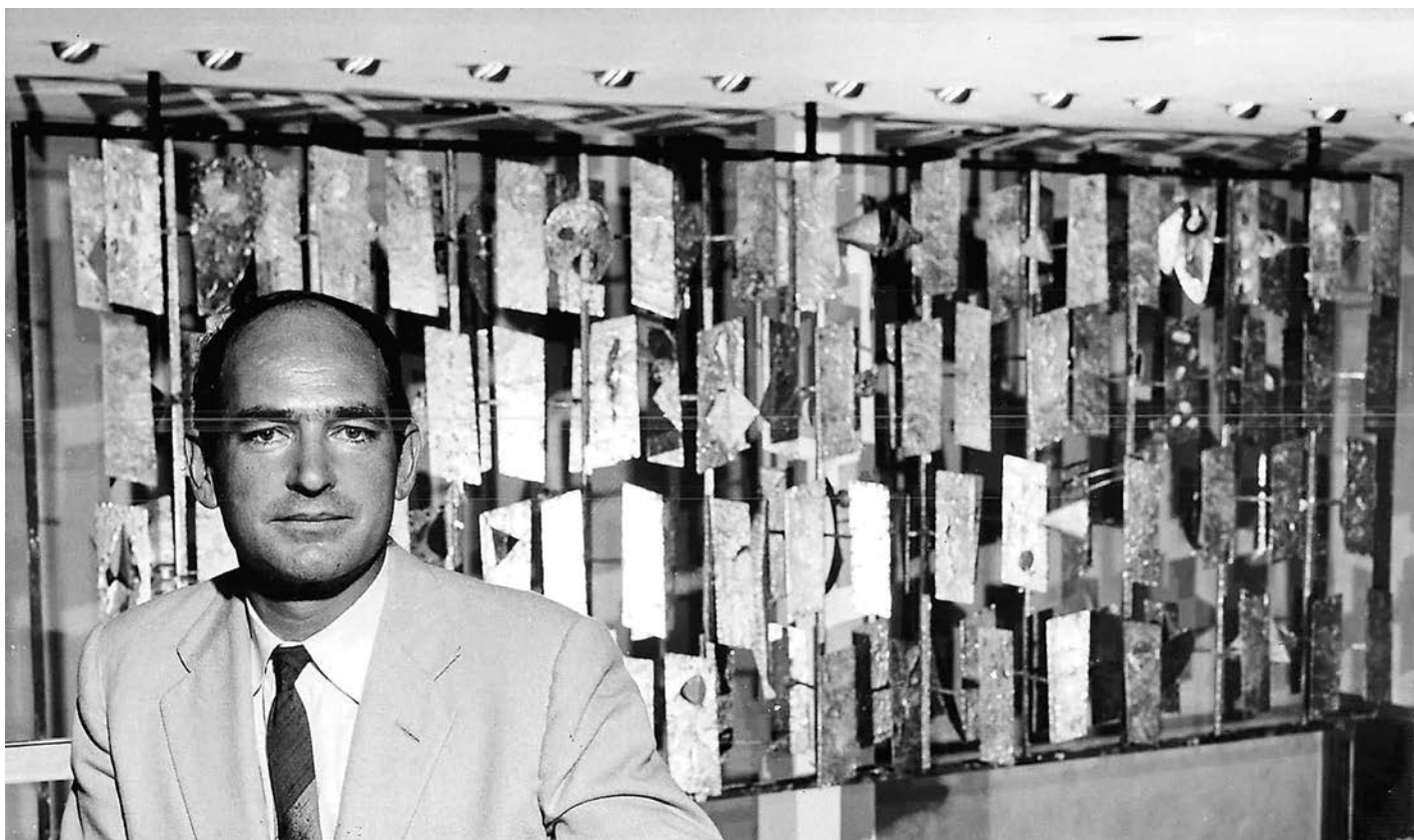


Американская мультидисциплинарная дизайн-студия Another Human выпустила новинку — коллекцию мебели Doodle. В серию вошли два стула и стол, выполненные из стали и литой смолы. За дизайн новинок отвечала основательница проекта Лия Ринг: она решила воплотить абстрактный контурный рисунок в трех разных объемах. Так, в основу конструкции асимметричных и игривых объектов легли элементы из никелированной стали, согнутые вручную и сваренные воедино. В то время как стулья выполнены из одного материала (включая спинку и сиденье), журнальный столик дополнен поверхностью из прозрачной смолы, которая будто бы не поддается законам гравитации.



ГАРРИ БЕРТОЙА: МАСТЕР ДИЗАЙНА И ЗВУКОВОГО ИСКУССТВА

Американский дизайнер Гарри Бертойя (Harry Bertoia, 10.03. 1915–1978) — автор одного из самых знаменитых творений дизайна XX века — Diamond Chair (1952). Сегодня к его немногочисленным работам, созданным в середине XX века для знаменитого бренда Knoll, принято обращаться как к эталонным произведениям mid-century modern design.



Арието Бертойя родился в 1915 году на севере Италии, в городке Сан-Лоренцо. Его художественный дар проявился еще в детстве: по заказу местных невест он рисовал кружевные узоры для украшения свадебного белья. В 15 лет отец увозит его в Америку, где к тому времени уже обосновался его старший брат. Там он переименовал свое имя на американский манер — Гарри. Учился на ювелира в Техническом колледже Детройта, потом изучал живопись и рисунок в детройтской школе искусств, постоянно отсылая свои работы на всевозможные конкурсы. В 1937 году он получил стипендию от Кренбрукской Академии искусства (Cranbrook Academy of Art) и вновь стал студентом.

В конце 1930-х годов в Кренбруке складывалась особая творческая среда, которой академия славится до сих пор: это был не только и не столько вуз в традиционном понимании, сколько своеобразная творческая лаборатория и инкубатор талантов. Об-

учение проходило в форме мастер-классов, которые вели известные художники, скульпторы и керамисты. Приглашенным мастером по архитектуре был Вальтер Гропиус.

Гарри Бертойя был настолько талантливым студентом, что после учебы директор — архитектор Элиель Сааринен (отец Ээро Сааринена) — предложил ему вести в академии класс по ювелирному искусству. В Кренбруке Бертойя познакомился и подружился со многими важными для всей его дальнейшей судьбы людьми: с будущими знаменитыми архитекторами Ээро Саариненом и Эдмундом Бэконом, дизайнерами Рей и Чарльзом Имз, с основателями бренда Knoll Хансом и Флоренс Кнолл и, наконец, со своей будущей женой — Бригиттой Валентайнер, дочерью Вильгельма Валентайнера, директора Детройтского института искусств и главного тогда в США специалиста по творчеству Рембрандта.

Мечта Бертойи — крупноформатные работы, но из-за войны металл в дефиците, поэтому ему приходится довольствоваться малыми формами, и он достигает на этом поприще настоящих высот: его артистичные кольца, броши и кольца были нарасхват у дам с тонким художественным вкусом. Они напоминали маленькие абстрактные скульптуры — это были яркие примеры так называемого «носимого искусства» (art to wear) — направления в дизайне одежды и бижутерии, когда каждая вещь представляет собой ценный арт-объект.

Бертойя сделал оригинальные обручальные кольца на свадьбу Рей и Чарльза Имз, Рут и Эдмунда Бэкон и на свою собственную свадьбу с Бригиттой. В свободное время в Кренбруке он занимался графикой — делал абстрактные монотипии и однажды послал сотню работ в Музей Гуггенхайма с просьбой дать им художественную оценку. Ответ его ошеломил: директор по закупкам приобрела все работы, часть для музейной коллекции, часть для себя.

В 1943 году Бертойя с семьей переезжает в Калифорнию вслед за Имзами и принимает самое активное участие в их экспериментах с клееной фанерой. Вместе они пытаются найти способ промышленного производства современной мебели из этого материала, который впоследствии стал одним из основных принципов промышленного производства мебели.

В результате в 1946 году Имзы выпустили под своим именем знаменитый стул DCW из клееной фанеры и нигде не упомянули о вкладе Бертойи в его создание. Он обиделся и порвал с ними отношения.

Это сотрудничество явно повлияло на работы семьи Эймс, что видно по их знаменитому стулу Wire Chair DKR-2, изготовленному для Vitra. Схожесть эта даже стала причиной судебных споров между «Knoll Associates, Inc», у которых был контракт с Гарри Бертойей и «Vitra», с которой работали Эймс. Однако гуманный суд постановил, что если учесть длительное сотрудничество Эймс и Бертойя, то определить авторство идеи для кого-то отдельно невозможно.

Но тут его отыскивали другие его друзья по Кренбруку — супруги Кнолл. Для успеха своей мебельной компании они привлекали лучших передовых дизайнеров. И хотя Бертойя считал себя художником по металлу, они обратились к нему, так как верили в его гений. Они дали ему полный карт-бланш: Бертойя был вправе создать что угодно — предмет мебели, арт-объект, скульптуру из металла.

И в 1952 году он создает для Knoll необычайно изящный и действительно похожий на скульптуру стул



из металлической сетки — Diamond Chair. «Когда смотришь на эти стулья, они кажутся сделанными из воздуха, словно скульптуры. Пространство словно пронизывает их насквозь», — говорил о своей мебели автор.

Эта необычная и лёгкая на вид сетчатая мебель стала прототипом для последующих многочисленных модификаций. Проволочный металлический каркас обеспечивает жёсткость и устойчивость конструкции, сиденье же поднято на удобную высоту и сделано, как правило, из кожи. Его стулья из металла сочетают, казалось бы, взаимоисключающие понятия — жёсткость и комфорт.





Вместе с моделью Diamond было выпущено еще несколько стульев и кресел, спроектированных Бертойей на основе металлической сетки, все они по сей день продаются Knoll. Кроме того, Бертойя сам спроектировал все необходимые для их производства инструменты. К слову, все эти кресла были ручной работы, так как в то время ещё не существовало достаточных технических средств для поточного производства металлических конструкций такой сложности.

Успех его первой мебельной коллекции, куда и вошли стул и кресло Diamond, был очень громким. Эту коллекцию, созданную в 1952 году и носившую имя своего создателя, поддержали и профессиональные критики, и потребители. Эта мебель нравилась, ее прекрасно покупали, она тут же прописалась и в гостиных напротив новомодных телевизоров, и на террасах, поскольку в этих креслах можно было часами любоваться звездами и отдыхать. Причем они в силу своего устройства подходили для людей разной комплекции — в них было удобно и стройным людям, и обладателям щедрых форм: Бертойя ставил перед собой задачу создать именно такую форму, оставлявшую возможность адаптации к ней.

Вскоре появилась детская версия кресла Diamond — у Бертойя было трое детей, и он был трепетным отцом (делами его наследия и фонда занимаются сейчас внуки). Коммерческий успех Diamond, как и других предметов из коллекции, принес своему соз-

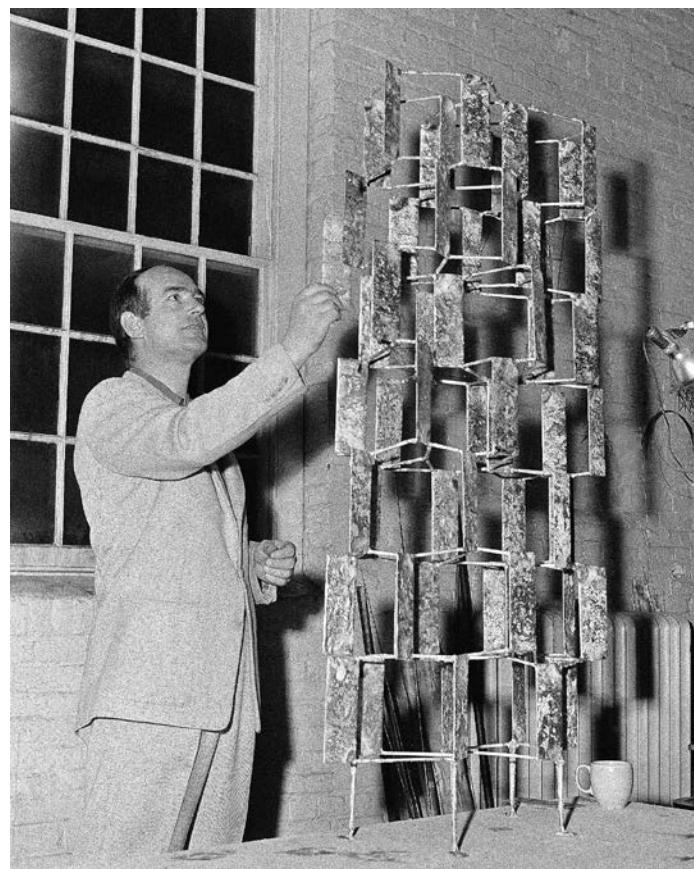
дателю возможность сосредоточиться на искусстве, хотя еще много лет впоследствии Бертойя был активно включен в жизнь фабрики. «Желание иметь вокруг себя хороший дизайн — то же самое, что и желание жить хорошей жизнью», — всегда говорил он.

Мебель, которую Бертойя спроектировал для Knoll, с тех пор никогда не снималась с производства — сегодня в портфолио компании шесть созданных Бертойей моделей, не считая различных вариаций. Стул Diamond, выпущенный в 1952-м, сразу стал бестселлером и пользуется популярностью до сих пор.

Модели Bertoia, Bertoia Side и Diamond идеально подходят для оформления общественных пространств вроде бара, ресторана, лаунж-зоны отеля и даже библиотеки.

Лаконичные и визуально легкие стулья Гарри Бертойя в кафе, барах и ресторанах будут стильно дополнять деревянные столешницы столов и барных стоек. Комбинация холодного металла и теплой древесины делает интерьер многогранным и интересным.

В теплое время года многие рестораны открывают веранды или просто выносят столики на улицу. Неприхотливые стулья Bertoia, Bertoia Side и кресла Diamond становятся в таком случае просто незаменимыми: их металлический корпус легко справиться с капризами погоды. Шедевры мебельного дизайна хорошо подой-



дут и для оформления зоны вокруг бассейна. Кстати, на открытой солнечной площадке они отбрасывают интересные тени, которые могут стать завершающим штрихом в создании особой атмосферы.

Творения Гарри Бертойи отличает универсальность: деликатная прозрачность металлической сетки позволяет им, как хамелеонам, подстраиваться под любую обстановку. Однако и их можно раскрасить в яркие цвета. Например, с помощью подушек и мягких обивок сидений. Кроме того, можно использовать шкуры и декоративные пледы необычных расцветок.

Однако мебельное проектирование не было основным занятием Бертойи. Сам он называл себя скульптором, хотя и занимался графикой и создавал уникальные ювелирные украшения. В его наследии более 50 тысяч произведений искусства, при том, что прожил Бертойя всего 63 года.

После невероятного успеха своей первой мебельной коллекции Бертойя не стал продолжать дизайнерские опыты, но полностью посвятил себя скульптуре. Крайне успешная продажа коллекции Бертойя для «Knoll Associates, Inc» в течение всех 50-х годов, позволила мастеру полностью посвятить себя скульптуре и металлу. Компания Knoll платила ему большие комиссионные, и он купил старинный фермерский дом XIX века, а рядом, в бывшем амбаре организовал мастерскую, где уже мог беспрепятственно предаваться своим опытам с металлами. Он делал завораживающие скульптуры из бериллиевой меди, латуни и бронзы, напоминающие деревья, кораллы, одуванчики — всего несколько десятков тысяч работ. Сегодня они пользуются спросом у коллекционеров и регулярно выставляются на аукционных торгах, включая Sotheby's и Christie's.

В 1953 году архитектор Ээро Сааринен предложил Бертойе создать монументальную скульптуру для технического центра компании General Motors, здание которого строил Сааринен. Так начался еще один этап в жизни Бертойи: он стал скульптором-монументалистом, работал с крупнейшими архитекторами Америки и создал всего около 50 скульптур, которые устанавливались на площадях перед штаб-квартирами крупных корпораций, в зданиях университетов, банков, библиотек и аэропортов. Это были металлические фонтаны, деревья или целые стены, сваренные из металлических прутьев и планок. В 1955-м он создал одну из своих самых знаменитых работ — алтарь в капелле Массачусеттского технологического института (архитектор здания был Э. Сааринен). Из круглого отверстия в потолке ниспадают металлические нити с нанизанными на них бронзовыми планками, которые переливаются в лучах света.





В 1964 году в Нью-Йорке проходила Всемирная выставка, и компания Kodak установила перед своим павильоном семь позолоченных одуванчиков Бертойи. Композиция пользовалась бешеной популярностью, а одуванчики (Бертойя часто повторял этот мотив) стали с тех пор самой знаменитой и самой желанной скульптурой в наследии мастера, на аукционах за каждую отдают сотни тысяч долларов.

В 1960 году Бертойя начал экспериментировать со звучащими скульптурами, сконструированными из металлических реек. Его завораживали вибрирующие, потусторонние звуки, которые издают метал-

лические прутья и гонги при порывах ветра или при прикосновении к ним человеческих рук. Он делал их множество, из разных металлов, включая бериллиевую медь, от маленьких, высотой в несколько десятков сантиметров, до почти 6-метровых.

Это могли быть установленные в один или несколько вертикальных рядов металлические прутья или разной формы гонги. Некоторые прутья завершаются металлическими цилиндрами и каплями, которые благодаря своему весу усиливают колебание прутьев. Тональность зависела от толщины и частоты расположения прутьев. Бертойя так увлекся этим искусством, что переоборудовал свой амбар-мастерскую в акустическую студию, назвав ее Sonambient. Студия была заполнена звучащими



скульптурами, здесь Бертойя и его сын Вэл давали концерты для знакомых, здесь же скульптор записал 11 музыкальных альбомов, которые сегодня оцифрованы и продаются через фонд его имени.

Сегодня Sonambient сохранился в прежнем виде, и сын Бертойи по-прежнему устраивает в нем концерты на звучащих скульптурах, при поддержке фонда имени отца, которым руководит его дочь Селия. Бертойя похоронен рядом с Sonambient, под одним из своих творений — гигантским гонгом. В 1978 году он умер от рака легких. Говорят, болезнь была спровоцирована ядовитыми парами бериллиевой меди, которую он использовал наиболее часто, считая ее лучшим материалом для своих работ.

Осенью 2016 года в нью-йоркском Музее искусства и дизайна (Museum of Art and Design) проходила выставка его графики и ювелирных украшений, сопровождаемая концертными записями, которые он делал, играя на своих музыкальных скульптурах.

По материалам Интернет





ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

События
и экспозиции
мебельной отрасли

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,



19 – 23 января 2023 г.

MAISON & OBJET – 2023, ФРАНЦИЯ, ПАРИЖ

Неделя дизайна в Париже

www.maison-objet.com

24 – 29 января 2023 г.

ISTANBUL FURNITURE FAIR – 2023

Международная выставка мебели

www.istanbulfurniturefair.com

14 – 17 февраля 2023 г.

SIBBUILD — 2023

Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»

Международная строительно-интерьерная выставка в Сибири

www.novosibexpo.ru

28 февраля – 03 марта 2023 г.

МИР СТЕКЛА — 2023

Москва, Экспоцентр

Международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудования для изготовления и обработки стекла

www.mirstekla-expo.ru

18 – 21 марта 2023 г.

CHINAINTERNATIONALFURNITUREFAIR (GUANGZHOU) PHASE 1 — 2022

Китай, Гуанчжоу, Guangzhou Chinese Import & Export Commodities Complex Pazhou (GICEC)

Международная торговая выставка мебели для дома

www.ciff-gz.com

28 марта – 31 марта 2023 г.

CHINAINTERNATIONALFURNITUREFAIR (GUANGZHOU) PHASE 2 — 2022

Китай, Гуанчжоу, Guangzhou Chinese Import & Export Commodities Complex Pazhou (GICEC)

Международная мебельная выставка (комплектующие и компоненты)

www.ciff-gz.com

28 марта – 31 марта 2023 г.

MOSBUILD — 2023

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Международная выставка строительных и отделочных материалов

www.mosbuild.com

05 – 08 апреля 2023 г.

UMIDS — 2023

Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»

Международная выставка мебели, материалов, комплектующих и оборудования для деревообрабатывающего и мебельного производства

www.umids.ru

11 – 13 апреля 2023 г.

МЕБЕЛЬ. & ИНТЕРЬЕР – 2023

Минск, Белоруссия, «Футбольный манеж»

Международная выставка мебели и интерьера

www.miexpo.by

12 – 14 апреля 2023 г.

MEBELEXPO UZBEKISTAN — 2023

Узбекистан, Ташкент, НБК «УзЭкспоцентр»

Международная выставка «Мебель и технологии производства»

www.mebelexpo.uz

И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА НА 2023 Г.



13 – 16 апреля 2023 г.

СВОЙ ДОМ — 2023

Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»

Выставка инженерного оборудования и материалов для строительства и обустройства коттеджа или загородного дома

www.novosibexpo.ru

18 – 23 апреля 2023 г.

SALONE DEL MOBILE.MILANO — 2023

Италия, Милан, выставочный центр Fiera Milano Ro

Ведущая международная выставка дизайна мебели, интерьера, освещения.

www.salonemilano.it

26 – 28 апреля 2023 г.

IZBUSHKA! СТРОИТЕЛЬСТВО.

ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2023

Челябинск, ДС «Юность»

Выставка о коттеджном строительстве, мебели и деревообработке

www.uralbuild.com

17 – 19 мая 2022 г.

ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ И LESPROM-URAL

PROFESSIONAL — 2023

Челябинск

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

www.expoural.com

15 мая – 19 мая 2023 г.

LIGNA — 2023

Ганновер, Германия

Международная специализированная выставка-ярмарка

www.ligna.de

WWW.MEBELSHIK.BIZ

04 – 07 июня 2023 г.

IMM COLOGNE – 2023

Кёльн, Германия

Международная выставка мебели

www.imm-cologne.com

07 – 10 июня 2023 г.

АРХ МОСКВА — 2023

Москва, Гостинный двор, ул. Ильинка, д. 4

Международная выставка архитектуры и дизайна

www.archmoscow.ru

15 – 17 июня 2022 г.

МЕБЕЛЬ И ИНТЕРЬЕР — 2022.

ЛЕС И ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2022

Алматы, Казахстан, ВЦ «Атакент»

Ведущие казахстанские проекты, посвященные мебельной и деревообрабатывающей промышленности.

www.mebelexpo.kz

07 – 11 сентября 2023 г.

MAISON & OBJET – 2023, ФРАНЦИЯ, ПАРИЖ

Неделя дизайна в Париже

www.maison-objet.com

08 сентября 2023 г.

CONF-FU – 2023

Россия, Санкт-Петербург

Главная мебельная конференция

conf-fu.spb.ru

10 – 12 сентября 2023 г.

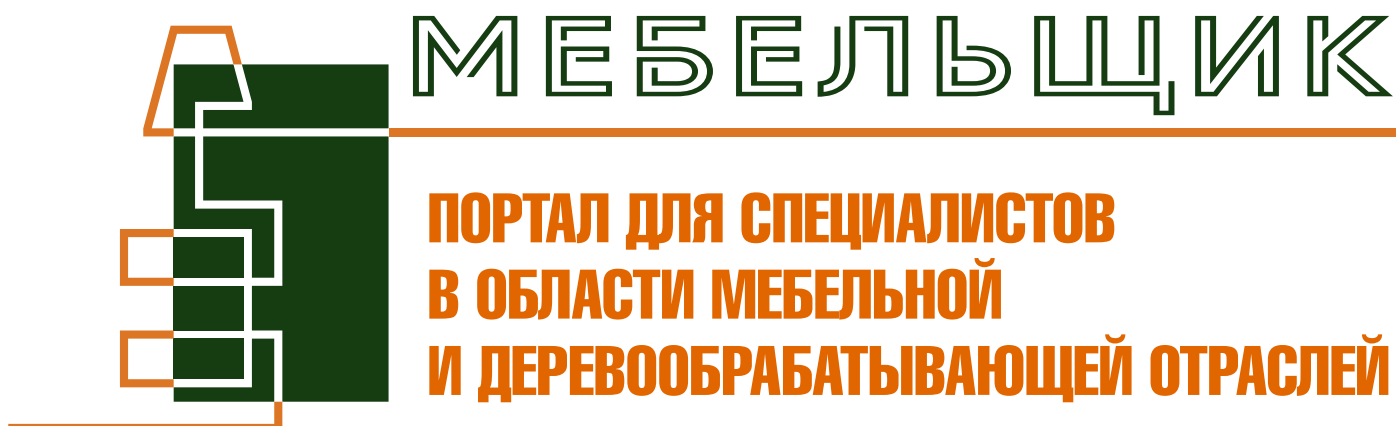
INDEX САУДОВСКАЯ АРАВИЯ – 2023

Выставка по дизайну интерьеров, мебели и отделке

Королевство Саудовская Аравия, Эр-Рияд

www.index-saudi.com

МЕБЕЛЬШИК.BIZ



- ◆ *Актуальные статьи*
- ◆ *Новости мебельной отрасли*
- ◆ *Новости дизайна*
- ◆ *Новости лесной отрасли*
- ◆ *Новинки*
- ◆ *Выставки: график, новости, релизы*
- ◆ *Мероприятия: семинары, конференции, конгрессы*

МЕБЕЛЬЩИК



Мебельщик Юга

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАНИЯ

БЕСПЛАТНО

— по предприятиям и частным лицам, занятым в производстве, поставках, оптовой и розничной торговле мебелью, комплектующими, сырьем и материалами.

— в Новосибирске журнал выкладывается для бесплатного распространения более чем на 60 предприятиях, специализирующихся на производстве и продаже фурнитуры, комплектующих, материалов и мебели.

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2023 году

Объем и размещение	Цена (1 номер, руб.)
1-я полоса (лицевая обложка)	100 000
2-я полоса (2-ая сторона обложки)	46 000
3-я полоса (обложка)	40 000
4-я полоса (последняя обложка)	52 000
Вкладка — 1 полоса	36 000
Статья — 1 полоса	32 000
Статья — 2 полосы (разворот)	56 000
Статья в рассылку — 1 выпуск	6 000
Вкладка — 1/2 полосы	18 400
Вкладка — 1/4 полосы	10 200
Эксклюзивный блок перед содержанием 1 полоса	38 000
Фиксированное место	+10%
Баннер в рассылку 1 выпуск	15 000

По всем вопросам обращайтесь к менеджерам или в редакцию тел./факс (383) 352-35-05, e-mail: mebelsibsk@mail.ru. Тел. редактора (383) 21-44-333 (мобильный), e-mail: sveta@x1.ru

ТРЕБОВАНИЯ к размещению материалов и размеры рекламных модулей

Макеты подаются в файлах CorelDraw 9.0 (5.0-13.0 — допускаются), Adobe Illustrator 5.0-11.0, *.EPS, *.AI, шрифты переведены в кривые (Convert to curves), разрешение импортированных изображений не ниже 240 dpi для цвета (не ниже 240 dpi для ч/б), верхняя граница 400 dpi (редуцируйте — resample — при ее превышении).

Для макетов в цвете — все импортированные изображения до импорта в файл Corel Draw должны иметь формат CMYK.

При подаче макетов в TIFF, PSD — формат CMYK, разрешение — для цветных макетов — 300 dpi, для черно-белых — 400 dpi (допускается не ниже 300 dpi). Для макетов в формате JPG устанавливайте минимальную степень сжатия.

Вы можете отправить макет на наш e-mail или FTP-сервер.

Последний срок подачи рекламы в номер — до 18:00 за 10 дней до дня выхода номера.

ЦВЕТ

(включено поле под обрез)

Обложка — 223*303

1/1 — 213*303 верт.

1/2 — 213*150 гориз.

1/2 — 303*105 верт.

1/4 — 105*150 верт.

ВАЖНО: в цветных макетах на расстоянии 8–10 мм от каждого края — не включать текст и существенные элементы изображения (под обрез уходит 5–3 мм).

Для справки:

В статьях (1 полоса) примерно 4500–5000 знаков без пробелов (2–10 абзацев); 5200–5800 (2–10 абзацев) знаков с пробелами.

ЗАЯВКА ДЛЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК»

НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АДРЕС ДЛЯ КУРЬЕРСКОЙ ДОСТАВКИ

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕЛЕФОН

ФАКС

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

ПЕРИОД ПОДПИСКИ

Бланк необходимо выслать по факсу (383) 352-77-29 или на e-mail: mebelsibsk@mail.ru

Стоимость одного экземпляра журнала 280 руб.

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК» БЕСПЛАТНО

Monticelli-sib	Мира, 54	335-12-03
Аристо Сибирь	Владимировская, 11а, к. 2	363 78 15
Бином, ООО	Журиная, 80/1	223-85-77
Борисов, ИП	1-я Ельцовка, 1	225-19-59
Глобал, ГК	Фабричная, 41/1	303-42-90
Глобал, ГК	Ватутина, 99/2, блок В1	230-20-25
Джокер	Сибиряков-Гвардейцев, 51/3	335-73-77
Командор	Оловозаводская, 25 (территория ДОК)	22-77-961
Ламитекс	Петухова, 69, к. 10	335-82-99
Макмарт	ул. Немировича-Данченко, 130/1	314-79-99
Мастерсиб, ООО	Большая, 278	364 44 93
МДМ-Комплект	Большая, 256-б	227-79-38
Мебельная фурнитура-Н	С.-Гвардейцев, 49/6	357-24-64
Мир кухни	Серебренниковская, 23	218-11-27
Модерн-купе	Сибиряков-Гвардейцев, 49/2	353-52-13
МТФ	Кривошековская, 15	363-98-16
Ноис	Дуси Ковальчук, 1, к. 4	230-21-80
Ноис	Ватутина, 99Н6	352-39-57
Первая фабрика фасадов, ООО	Бетонная, 4	328-00-79
Пласетас, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	328-38-51
Рауфф	2-я Станционная, 46Г	362-18-99
Сибирский партнер	Ватутина, 38	352-87-30

Сибирь, МФ	Бетонная, 6	353-05-05
Т.Б.М.-Сибирь	Б. Хмельницкого, 113	363-55-05
ТД "Томлес"	2-я Станционная, 44	362-20-62
Томские мебельные фасады	Бетонная, 12	362-17-69
Торговый мир	Сибиряков-Гвардейцев, 49/3, к. 6	291-87-65
Торгсиб, ООО	Тайгинская, 3	272-22-25
Улгран ТД	Бетонная, 12	235 98 98
Уралплит, ООО	Толмачёвское шоссе, 47А, корп. 2	209-59-59
Фортуна, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	344-97-06
Хеттих Рус	Петухова, 69, к. 1	342-24-34
Центр мебельной фурнитуры	Советская, 64	236-25-97
Центр мебельной фурнитуры	Мира, 63а, корп. 17	361-13-38
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	278-72-37
Эжва-Сибирь	Тюменская, 18	399-00-50
Хеттих Рус	Петухова, 69, к. 1	342-24-34
Центр мебельной фурнитуры	Советская, 64	236-25-97
Центр мебельной фурнитуры	Мира, 63а, корп. 17	361-13-38
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	278-72-37
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	278-72-37
Эжва-Сибирь	Тюменская, 18	399-00-50

XXVIII Казахстанская международная выставка

МЕБЕЛЬ • ИНТЕРЬЕР ДЕРЕВОООБРАБОТКА

2023



14-16 июня

Казахстан, Алматы
ВЦ «Атакент»

Контакты:

МВК «Атакент-Экспо»
Республика Казахстан
050057 г. Алматы, ул. Тимирязева, 42
Тел.: +7(727) 275 09 11, 275 13 57
E-mail: atakentexpo.kz@mail.ru

Соорганизатор



Ассоциация
предприятий мебельной
и деревообрабатывающей
промышленности
Республики Казахстан

Организатор



Международная
Выставочная
Компания
«Атакент-Экспо»



**5 – 8 АПРЕЛЯ
2023**

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

мебели, предметов интерьера, материалов,
комплектующих и оборудования
для деревообрабатывающего
и мебельного производства

Краснодар
ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»

**320
УЧАСТНИКОВ**

**13 634
ПОСЕТИТЕЛЯ**

**UMIDS.
МЕБЕЛЬ.
ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА**

**UMIDS.
ОБОРУДОВАНИЕ.
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ**

*Статистика приведена по выставке UMIDS 2022

12+



UMIDS.RU

Организатор



Международная
Выставочная
Компания

+7 (861) 200-12-39
+7 (861) 200-12-58
umids@mvk.ru

Бесплатный билет
по промокоду **UMIDS-05**