

# МЕБЕЛЬЩИК

Фурнитура Комплектующие Материалы Оборудование Мебель

№08 • Июнь 2023

## ГЛАВНОЕ ОТРАСЛЕВОЕ СОБЫТИЕ ЛЕТА

6-й Международный форум мебельной промышленности



ЦИФРОВОЙ  
МЕБЕЛЬНЫЙ  
ФОРУМ  
МОСКВА 2023

4-7  
ИЮЛЯ 2023

## ГРАНДИОЗНЫЙ МАСШТАБ МЕРОПРИЯТИЯ В РОССИИ

[www.mebel.digital](http://www.mebel.digital)



ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

Павильон 3

Москва, Краснопресненская наб. 14



ОБОРУДОВАНИЕ  
И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ  
ДЕРЕВООБРАБОТКИ



ЛАКОКРАСОЧНЫЕ  
МАТЕРИАЛЫ, КЛЕИ,  
ГЕРМЕТИКИ  
И ДЕРЕВОЗАЩИТА



ОБОРУДОВАНИЕ  
И ИНСТРУМЕНТ  
ДЛЯ МЕБЕЛЬНОГО  
ПРОИЗВОДСТВА

**НОВЫЕ РАЗДЕЛЫ  
ВЫСТАВКИ**



ОБОРУДОВАНИЕ  
ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ  
ДРЕВЕСНЫХ  
ОТХОДОВ



МЕБЕЛЬНЫЕ  
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ  
И ФУРНИТУРА



СОПУТСТВУЮЩЕЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ,  
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ  
И УСЛУГИ



ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНАЯ  
ТЕХНИКА



**18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ОБОРУДОВАНИЯ,  
МАТЕРИАЛОВ И КОМПЛЕКТУЮЩИХ  
ДЛЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ И МЕБЕЛЬНОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**28.11–01.12.2023**

**МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО**

+7 495 799 55 85 | [WOODEX@ITE.GROUP](mailto:WOODEX@ITE.GROUP)

2023

**ЗАБРОНИРУЙТЕ  
СТЕНД  
НА САЙТЕ**



**WOODEXPO.RU**



**ОРГАНИЗАТОР  
ORGANISER**

www.mebelshik.biz

12+

Журнал «Мебельщик» № 08 июнь 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:** mebelsibsk@mail.ru**Главный редактор:** Светлана Юрьевна Ширяева**моб.** +7 913-912-4-333**e-mail:** 2144333@mail.ruСвидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 82182  
от 10.11.2021Зарегистрировано 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: 26.06.2023 г.

Дата выхода: 29.06.2023 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.

# СОДЕРЖАНИЕ

## ПУБЛИКАЦИИ

CONF-FU — ЭТО CONF-FU. ПАНДЕМИЙНАЯ ИСТОРИЯ .....	2
50-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ САМЕТ НА INTERZUM ....	10
МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК В ЦИФРАХ. СТАТИСТИКА ЗНАЕТ ВСЕ .....	15
ВХОД НА ФАБРИКУ: СЛОЖНО, НО НЕ НЕВОЗМОЖНО.....	18
НОВОСТИ.....	25
КРУПНЕЙШЕЕ МЕБЕЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ ВОЗОБНОВИЛО РАБОТУ .....	33
«КЗ-МЕБЕЛЬ». МЫСЛИТЬ НЕ ПРОБЛЕМАМИ, А ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....	40
КЛЕЙ ДЛЯ КРОМКООБЛИЦОВОЧНОГО СТАНКА: PUR VS EVA .....	42
«ДИЗАЙН — ЭТО ПРО УДОБСТВО» .....	52
НОВОСТИ ДИЗАЙНА .....	58
LIGNA 2023. ИЛЛЮМИНАТОР В ЕВРОПУ .....	63
ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ .....	68



**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-  
держащейся 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 .....

# CONF-FU — ЭТО CONF-FU. ПАНДЕМИЙНАЯ ИСТОРИЯ



**В сентябре в Санкт-Петербурге уже традиционной стала выставка-конференция Conf-fu — фейерверк эмоций, интересных активностей, полезных встреч и отличного настроения. Про предстоящий Conf-fu, про перспективные планы и ближайшие задачи мы поговорили с директором компании «В Центре» и организатором Conf-fu Виктором Орловым.**

*Виктор, с недавних пор ты уже не только представитель бизнеса, руководитель компании по поставкам комплектующих из Китая «В Центре», но и организатор молодого, но довольно успешного и популярного в мебельной среде проекта — выставки-конференции в Санкт-Петербурге — Conf-fu.*

*Поделись, как пришла тебе в голову эта сумасшедшая идея — собрать в одном месте на один день столько известных мебельщиков и предложить им столько всего интересного и полезного?*

Я бы не назвал это такой уж сумасшедшей идеей. Конференции и выставки существуют. Не мы первые,

не мы последние. В раскатке проекта нам помогло огромное желание и самое, наверно, элементарное — это эффект пандемии, который сработал очень хорошо. Как появилась вообще идея? Пока была пандемия, мы все сидели, выставки отменялись, в общем-то, никаких мероприятий не происходило. А в нашей компании никто из членов команды не любит сидеть на одном месте. Нам надо общаться, мы за живое общение с людьми. И эта пандемийная история сподвигла нас на собственный проект. Но как так, мы не встретимся в привычном нам ноябре в Москве или в привычном апреле в Краснодаре! Тогда встретимся в Питере в сентябре и сделаем его тоже привычным и традиционным местом встреч для мебельщиков!

В общем, сошлись два момента: В Питере ничего нет, никаких профильных выставок, а в Москву на выставку из Питера почему-то мало кто из наших клиентов хотел ехать; ну и год мы практически просидели дома. Это дало некий драйвер, толчок для того, чтобы что-то сделать здесь, в Питере. Сначала родилась идея сделать конференцию. Походили на другие конференции, посмотрели, увидели, что это скучно: совсем уж не будет общения — просто посидели, кейтеринг покушали и разбежались. Значит надо придумать что-то ещё и сделать так, чтобы люди могли свободно перемещаться, свободно двигаться. Если для них интересный спикер, то послушать, а если нет — могли куда-то отойти, что-то посмотреть, с кем-то пообщаться. И такой концепт нас устроил больше. А так как вся наша команда генерит идеи, мы постоянно придумываем, что ещё сделать, чтобы люди не просто послушали презентации или какого-то спикера, взяли образцы и ушли, но и могли познакомиться. Хотелось сделать более развлекательный формат, чтобы люди раскрепощались, потому что на выставках мы прекрасно знаем, как все себя ведут: это всегда у мужчин пиджак, у девочек — деловой костюм. Это и зашло.

**Как вы создавали самую первую Конференцию? Как пришла идея пригласить на мероприятие спикеров не с мебельной индустрии, а имеющих общий опыт в продажах или в продвижении?**

С первой конференцией, скажем, нам откровенно повезло. Пандемийный эффект дал нам фору, люди соскучились по офлайн-активностям. Если бы не пандемия, наверное, мы бы не смогли собрать столько людей на первую конференцию и сделать что-то такое же интересное.

Теперь насчёт спикеров. Открою внутреннюю кухню, потому что эту историю давайте назовём историей через факапы. Мы тоже пошли в сторону спикеров из мебельного сообщества, но они нас «послали», сказав, что ничего о нас не знают, что логично. Скажу больше. На первую Конференцию мы очень хотели пригласить Михаила Кучмента, сооснователя Hoff. Контакт не было. А в этот год он как раз выступал в качестве спикера на ПМЭФ. Мы готовы были попасть на Форум, чтобы в кулуарах встретиться и договориться о выступлении, и нас остановила только стоимость билета практически в миллион рублей. Но это была первая конференция, и проблема, конечно, стояла глобальная.

И родилась идея: ну хорошо, тогда мы позовём тех, кто не имеет отношения к мебельной отрасли и захочет нести людям какую-то полезность. Уже в дальнейшем мы поняли, что они ещё и не дают какую-то прямую нативную рекламу именно для мебельщика, и это,



**Виктор Орлов, организатор Conf-Fu**

наоборот, сработало нам в плюс. И теперь мы хотим дать людям общеобразовательные истории, которые не были бы замкнуты только на каких-то технических рекомендациях для мебельщиков или на продажах именно мебели. Кстати, многие мебельщики имеют бизнесы и в каких-то других отраслях или продают свою продукцию не только для мебельщиков, как, например, продавцы клея и лакокрасочной продукции.

Но спикеры из мебельной отрасли нам, конечно, тоже очень нужны, без них никак нельзя.

Очень рад, что рядом с маститыми спикерами в мебельной отрасли на рынке появляются новые имена. Это большая радость, что есть новые спикеры, которые будут у нас в этом году на сцене. И мы надеемся, что наша конференция как раз будет той площадкой, на которой будут стремиться выступить новые имена, что они будут расти, чтобы выступить на этой конференции. Вот это прямо нас очень сильно радует!

**Насколько я понимаю, Conf-fu — история некоммерческая? Стоит ли задача вывести проект на самоокупаемость и сделать его самостоятельным и независимым от компании «В Центре»?**

Да, конечно, история некоммерческая. В этом году в третью конференцию мы вкладываем больше 40%.

Это наш заложенный бюджет, который мы направляем на развитие.

Задачи по самоокупаемости пока мы не ставим. С одной стороны, хотелось бы, конечно, чтобы проект себя окупал. Но, с другой стороны, если ты вкладываешь в это деньги, то мотивация сделать всё лучше и интереснее значительно сильнее. Именно поэтому мы продаём билеты, потому что мы вкладываем энергию и душу в этот проект.

Может, когда-нибудь наше финансирование будет занимать меньшую долю, но очень надеюсь, что компания «В Центре» будет всегда иметь возможность обеспечивать данный проект. Здесь есть главный момент — не уйти в коммерциализацию Conf-fu. Мы боимся, чтобы не получилось «не то пальто». Если мы отдадим всё это на откуп спонсоров, партнёров, то они будут управлять нашей Конференцией, а нам хочется делать своё. У нас существуют инвесторы и партнеры, но при этом, благодаря тому что это некоммерческий проект, и мы основные его инвесторы, мы диктуем свои условия: что не должно быть никакой рекламы напрямую, а только через полезность либо через конкретные действия, которые приведут посетителей мероприятия к какому-то их коммерческому успеху, не вашему. А они к вам подтянутся работать только благодаря тому, что вы им помогли.

**Какое ты можешь дать определение Conf-fu? Это отраслевая встреча, встреча единомышленников, слёт мебельщиков, профессиональная тусовка?**

Это Conf-fu. Это ни то, ни другое, ни третье, и при этом это всё вместе взятое. У нас всё-таки получилось сделать то, что кардинально отличается от других мероприятий. Это и выставка, и конференция, и встреча, и одновременно клуб по интересам, где можно обмениваться опытом и знаниями между собой. Ну и, помимо этого, конечно, развлекательная программа,

которая раскрепощает и сближает людей. И даже дискотека, которая у нас по традиции завершает Conf-fu.

**Различных отраслевых мероприятий довольно много и становится всё больше. Как ты думаешь, чем привлекает и притягивает именно ваше мероприятие?**

Я думаю, своей открытостью и простотой. В общем-то притягивает всё, но каждый в Conf-fu находит своё. А наша задача состоит в том, чтобы люди получили некий эмоциональный заряд, и не превратить это в какую-то деловую встречу. Даже в нашем бизнесе у компании «В Центре» очень много клиентов появляются именно за счёт эмоциональной поддержки, эмоциональной привязанности. Для нас это работает лучше, чем сайты, соцсети и так далее.

**Что ты можешь ответить самым пессимистично настроенным на вопрос: зачем это нужно лично тебе и всем нам?**

Всем пессимистам я могу сказать: для того, чтобы стать оптимистом, надо прийти на Conf-fu. Это место, где вы сможете обрести, возможно, крепкую дружбу, возможно, крепкое партнёрство, возможно, полезные знания. И этих возможностей миллион! Главное — оторвать «пятую точку» и прийти! Как бы это рекламно ни звучало, но любому бизнесу для того, чтобы существовать, надо постоянно отрывать «пятую точку».

**Безусловно, ты, как организатор уже популярного мероприятия, приобрёл на нашем рынке высокую популярность. А, как ты думаешь, удалось ли завоевать доверие представителей отрасли?**

Если говорить о популярности, то лично мне это совсем не нужно, я не публичный человек, а вот нашему мероприятию конечно.

По поводу доверия — точно не отвечу, потому что это вопрос, наверное, ближе к руководителям, к на-





шим клиентам либо даже к нашим не клиентам. Я думаю, что, когда узнают, что мы организаторы Конференции, конечно, у нас прибавляется пул клиентов. Я думаю, что это вызывает именно доверие.

**Как на сегодня у вас с местами для участников? Кого бы хотели видеть в качестве участников?**

На сегодня, 9 июня, у нас осталось 6 мест. Продавать мы их начали ближе к концу апреля, и они как-то быстро заполнили площадку.

К вопросу, каких участников ещё хотели бы видеть, мы сейчас активно бьём в пул дизайнеров. На сегодня мы хотим получить дизайнеров именно с той точки зрения, чтобы были не только мебельщики, а и дизайнеры, чтобы они могли знакомиться между собой. Ведь есть большая пропасть между мебельщиками и дизайнерами: дизайнеры не знают, где искать мебельщиков, а мебельщики не понимают, где и как искать дизайнеров. Каждый ходит на свои отраслевые конференции: мебельщики ходят на мебельные мероприятия, а дизайнеры на свои, дизайнерские, и они, как правило, не пересекаются. Но когда мы общаемся с дизайнерами, то слышим о том, что они чего-то не могут добиться от своего поставщика, но другого подобрать не могут. А мебельщикам я задавал вопрос: почему вы не можете улучшить свои продажи, продавая через тех же самых дизайнеров. А они отвечают: а где же нам их найти? И мы хотим сделать на конференции центр сосредоточения и тех, и других, чтобы эти два пула могли наконец-то друг с другом сойтись. При этом и для одних, и для других участие в выставке будет одинаково полезным: каждый может для себя что-то найти в выставочной зоне — мебельщики найдут фурнитуру, плиты и станки, а дизайнеры могут найти новинки в фасадных материалах, в краске. Мы будем раскачивать дизайнеров, и, надеюсь, у нас всё получится.

**Поделись, каких спикеров приготовили? Кто хедлайнер мероприятия?**

Часть спикеров уже заявлена на нашем сайте, но имя хедлайнера мы до последнего будем хранить в тайне. Так что у нас даже в компании не все знают. Надеемся, что спикер понравится. Но мы прямо дали себе слово, что не будем рассказывать. Всё это должно быть сюрпризом.

**У вашей команды всегда много планов. Раскройте секрет, что интересного, нового планируете для нас на следующий год?**

В июле у нас запланированы четыре новые площадки в Санкт-Петербурге, которые мы будем смотреть. Одна из них даже на этапе строительства. Мы в поиске, так как обычно много идей, которые рождаются под площадку. Мы решили, что каждая конференция у нас будет в какой-то стилистике. Conf-fu-2023 будет в стиле Vegas: это будут розыгрыши, это будет опять казино и так далее, то есть много-много интерактивов. Могу раскрыть небольшую тайну: следующая конференция будет уже посвящена нашей одной из партнёрствующих и дружественных стран — мы, скорее всего, уйдём в стилистику Китая. Будет очень много интересного, но всё зависит от выбора площадки и её возможностей. Площадки, наверное, являются одним из самых главных сосредоточений идей. Идеи рождаются прямо на месте. Мы до сих пор каждую неделю ездим на площадку, и у нас постоянно рождаются новые идеи. Поэтому концепт я вам открыл. А вот касаясь идей — они будут рождаться в августе.

**А вы хотите объявить уже в сентябре, где и когда будет следующее Conf-fu?**

Я могу сказать прямо сейчас, очень легко — вторая пятница сентября, это 13 число. Да, пятница, 13-е. Но, в принципе, в Китае, по-моему, 13 — счастливое число.

*Беседовала Светлана Ширяева*

[conf-fu.spb.ru](http://conf-fu.spb.ru)



**Главный редактор  
журнала МЕБЕЛЬЩИК  
Ширяева Светлана**

### ***Дорогие мебельщики!***

Весна, за редким исключением, нас мало радует. Начало текущего года у многих непростое. Уже скоро Мебельная конференция, организованная АМДПР, на которой мы получим какую-то статистику по текущему году и информацию «из первых рук» от руководителей и владельцев мебельных производств.

По крайней мере, г-н Хитров, руководитель аналитической группы «РБК Исследования рынков», обещает, что доходы населения в 2023 году будут расти, а для мебельщиков этот год будет не хуже 2022.

Большой значимой активностью июня стала мебельная выставка в Алматы. Народу, особенно в первый день, был просто огромный поток, а многим желающим выставиться попросту не хватило места. Казахстан для нас всегда был и остаётся важным рынком сбыта и серьёзным стратегическим партнёром. К следующему номеру мы подготовим статистические материалы по Казахстану, расскажем о том, как прошла выставка в Алматы и заглянем в гости к казахстанским мебельщикам.

Всем хорошего лета, активной подготовки к осеннему сезону и до встречи на III Всероссийская конференция производителей мебели 4 июля!





# **ФУРНИТУРА для корпусной мебели**

*Петли Направляющие Ручки*

НОИС



# Крашенные МДФ фасады от НОИС

**-15%**

на первую  
покупку

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

Новосибирск  
ул. Ватутина, 99Н  
+7 (383) 352-39-57  
nois@nois.su

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

Акция действует с 1 июня по 31 августа 2023 года в Новосибирске, Бердске, Иркутске и Владивостоке. Ознакомиться с полным ассортиментом вы можете в офисах продаж НОИС. Для получения консультации и точного расчета готовых изделий обратитесь к вашему персональному менеджеру.

**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, Тургорское шоссе 2/9,  
тел.: 8 (3513) 289-996 многоканальный

[www.valmaks.ru](http://www.valmaks.ru)

# 50-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ SAMET НА INTERZUM

Выставка Interzum давно закрепила за собой статус главного мероприятия в мебельной отрасли, и компания Samet, отметившая в этом году свой 50-летний юбилей, является постоянным ее участником. Samet традиционно представила на выставке Interzum 2023 свои новинки, концепты, а также новый взгляд на уже проверенные временем продукты.



Главной разработкой 2023 года стал подъемник для одинарных фасадов Slim-Mech, спроектированный в собственном отделе исследований и разработок. Slim-Mech создан для небольших фасадов и будет работать совместно с давно уже знакомыми российскому потребителю петлями с плавным закрыванием Master. Механизм планируется в 4-х вариациях с разными силовыми блоками: A1, B1, C1 и D1. Как сообщает компания, этапы разработок и тестов уже проведены, и подъемник планируется к запуску в серийное производство уже этим летом, а это значит, что к сентябрю этого года Slim-Mech появится у отечественных мебельщиков и завершит линейку подъемников Samet совместно с другими решениями компании — Solo-Mech и Multi-Mech.

Получил развитие и флагманский ящик Samet — Flowbox, который несколько лет был доступен с боковинами высотой 106 и 192 мм, к сентябрю же ассортимент планируется расширить еще двумя высотами: 138 и 256 мм. Для высоты 138, как и для высот 106 и 192, предусмотрено решение для внутренних выдвижных ящиков.

Отдельно стоит упомянуть и о новой фирменной организации внутреннего пространства Artflow для ящиков Flowbox высотой 106 мм. Организация создана из внутренних металлических перегородок, которые стыкуются друг с другом под прямым углом благодаря магнитам в торцах, что дает возможность



клиенту самостоятельно увеличивать или уменьшать отсеки внутри ящика, исходя из собственных потребностей.

Петля Master, чья линейка постоянно расширяется, в этом году получит специальное решение для фасадов толщиной до 36 мм, а также стальные штампованные угловые петли 45 и 90 градусов как с доводчиком, так и без.

Продемонстрировал Samet и новые горизонты в области финишной отделки. В честь юбилея компании боковины ящиков, петли, а также подъемники были покрашены в оригинальные фирменные цвета. Продукция ярко-красного, синего и бежевого цвета вызвала большой интерес среди посетителей стенда. В Samet объяснили, что данное решение разработано не только для выставки, а демонстрирует новые технологические возможности, которые позволяют компании выпускать продукцию в разной цветовой палитре. Финишные цвета возможно варьировать в зависимости от желания заказчика.

Не забывает Samet и о сервисной поддержке своей продукции. В конце прошлого года компания разработала и вывела на рынок собственное приложение Samet Omni-Kit, в котором возможно найти фотографии продуктов, технические характеристики, инструкции по сборке, а также ответы на популярные вопросы в разделе FAQ. В приложении реализован русский язык, скачать приложение возможно в стандартных магазинах приложений для Android и IOS.

По итогам выставки можно смело утверждать, что Samet в год своего юбилея не собирается почивать на лаврах, а стремится к развитию и выпуску новых продуктов, при этом уделяя внимание как качеству и ассортименту, так и сервисной поддержке.

[samet.com.tr](http://samet.com.tr)

**samet**





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





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

[www.bynom.ru](http://www.bynom.ru)  
[bynom@bynom.ru](mailto:bynom@bynom.ru)

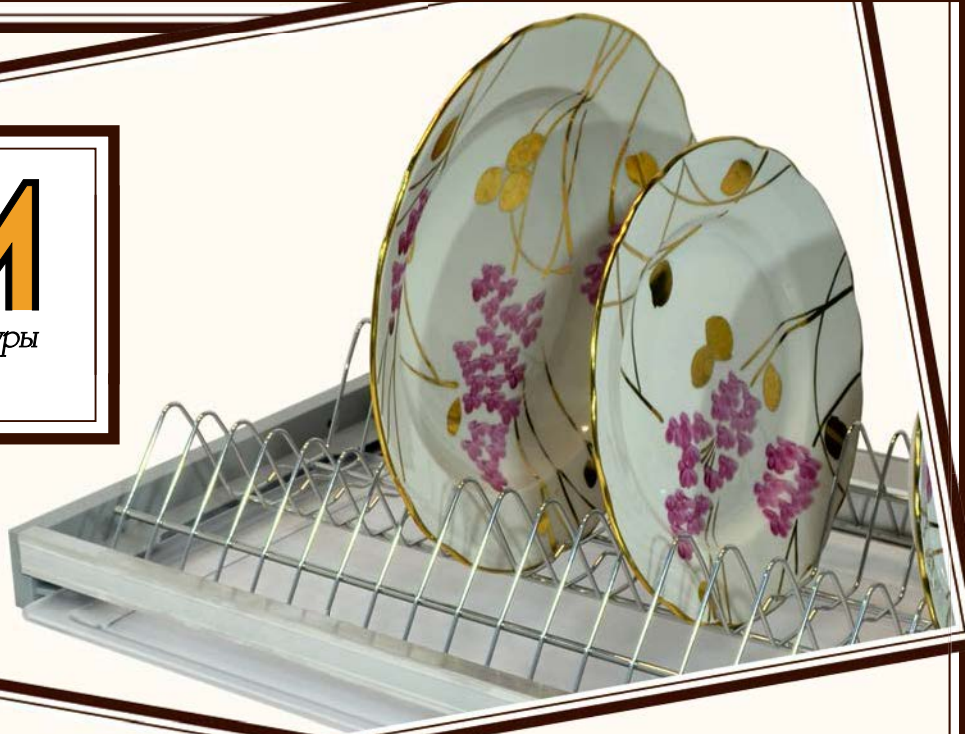
## КОМПЛЕКТЫ ПОСУДОСУШИТЕЛЕЙ «ЭНИКА» для шкафов ДСП 16; 18

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

# РОССИЙСКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

г. Смоленск



☎ +7 (4812) 42-24-29

✉ info@aldi04.ru

🌐 ALDI04.RU





# МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК В ЦИФРАХ

## Статистика знает все

На 14 «Мебельном конгрессе», который 21–22 июня 2023 компания «Рестэк» традиционно проводила в Санкт-Петербурге, Сергей Хитров, руководитель аналитической группы «РБК Исследования рынков» представил данные по российской мебельной отрасли. Ситуация гораздо лучше, чем можно было ожидать, и есть неиллюзорные шансы, что мебельный рынок заметно окрепнет.



Сергей Хитров начал разговор с того, что результаты 2022 года превзошли оценки аналитиков, сделанные еще в его первом квартале. Российский мебельный рынок не сложился под санкционным давлением, а вполне себе удержался на плаву. Постфактум это объясняется адаптацией российской экономики к санкциям и сокращением импортных поставок.

Первый квартал 2023 года также показывает интересную динамику: производство мебели выросло на 3% к тому же периоду прошлого года. Это выдающийся результат, поскольку прошлогодний первый квартал был очень сильным. Рост мебельного производства говорит о том, что решены проблемы с поставками сырья и комплектующих, есть основания полагать, что динамика сохранится.

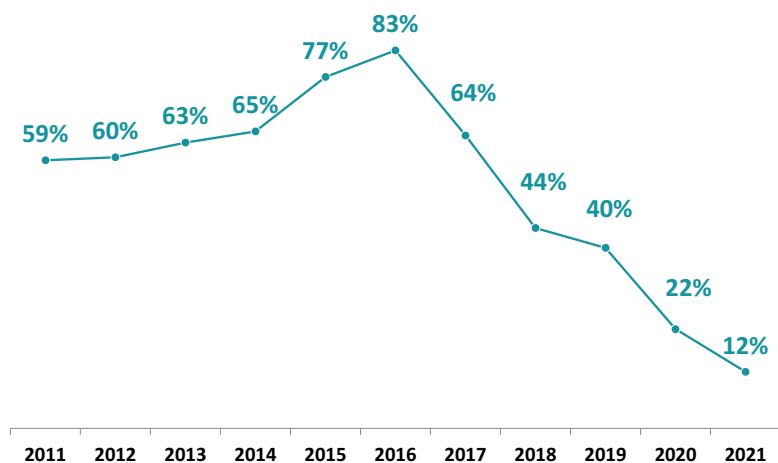
Импорт иностранной мебели в 2022 году сократился на 32% до 1606 млн долл., что примерно соответствует уровню 2017 года (1630 млн долл.). Преимущественно спад произошел за счет продукции европейских производителей — мебель из дружественных стран по-прежнему идет и подогревает конкуренцию на внутреннем рынке.

Спикер отметил, что импорт в 2022 году в три с лишним раза превышал экспорт (который тоже упал на 28%, до 446 млн долл.). Сопоставление объемов импорта и экспорта показывает, что на данный момент отказаться от импорта невозможно, российские производители просто не смогут заполнить возникающий «вакуум», хотя стремиться к этому надо.

К слову, объем экспорта по-прежнему превышает показатели предыдущих лет, за исключением рекордного 2021 года. В 2022 году экспорт шел преимущественно в страны СНГ и, вероятно, в 2023 году не уменьшится, российские производители продолжают искать новые ниши. Аналитики прогнозируют рост поставок даже после того, как завершится перенаправление потоков. Этому способствуют «слабый» рубль, дешевое сырье и относительно низкая себестоимость продукции.

На мебельном рынке есть и более долгоиграющие тренды, чем санкционные ограничения. К примеру, ситуация с розничными продажами. В 1 квартале 2023 года они ожидаемо на 14% ниже, чем год назад (вспоминаем мартовский ажиотаж), в следующих кварталах ситуация однозначно выправится. Но динамика

## МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК: НАЦЕНКА РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНОВ



В 2021 году торговая наценка розничных магазинов по продаже мебели сократилась до **антирекордного** показателя в 12%. *Это оценочные данные, которые могут содержать абсолютную погрешность, но хорошо показывают динамику движения.*

Рынок мебели за последнее десятилетие переживает уже **третий кризис**, сопровождающийся сокращением потребления мебели.

В условиях падения спроса продолжается **перераспределение** долей рынка в пользу более крупных и устойчивых компаний с существенным запасом финансовой прочности и возможностью оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации.

розничных продаж от года к году говорит, что российский мебельный ритейл находится в глубоком кризисе и выйти из него пока не может.

Для оценки динамики рынка РБК использует расчетный показатель розничной наценки в мебели. К абсолютным значениям стоит относиться аккуратно (ну, не может маржа в 2021 году составлять 12%, она явно больше), но этот показатель довольно наглядный и помогает объяснить, что на рынке творилось.

После кризиса 2014 года, который перетряхнул рынок, мебельные ритейлеры столкнулись с проблемой

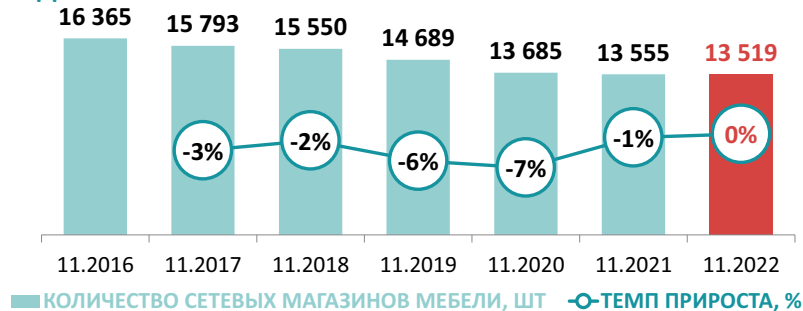
спроса. В 2015–2016 годах они решили, что небольшие продажи не беда, если мебель дорогая. Время показало, что это не работает от слова «совсем», и после 2016 года ритейлеры перешли к противоположной стратегии: стали уменьшать маржу и увеличивать продажи. Эта схема работала как минимум до 2021 года (за 2022 год данных еще нет), но она же привела к сокращению количества розничных точек продаж.

Посмотрим на ситуацию с сетевой розницей. В данном случае «сеть» — это минимум 3 магазина. Если в 2015 году «сетевики» занимали 55% рынка, то в 2021 году их было уже почти 90%. Очевидно, что, если ко-

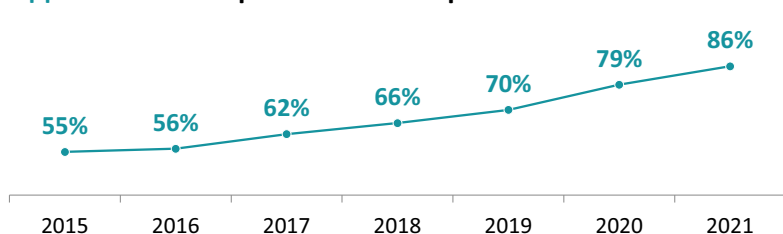
## МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК: СЕТЕВАЯ РОЗНИЦА



Динамика количества сетевых магазинов мебели:



Доля сетевых игроков в объеме рынка мебели:



Продолжается **падение** количества сетевых магазинов мебели в России. Несетевой бизнес практически умер.

Однако по итогам 2022 года доля сетевых игроков в структуре рынка **уменьшится**, но не надолго. Это связано с уходом ИКЕИ из России.

Сетевой бизнес продолжает **вытеснять** несетевых и прочих мелких игроков с рынка.

**Закрывтия** мебельных магазинов связаны как с оптимизацией розницы, так и с полным уходом некоторых игроков с рынка.

личество сетевых магазинов не увеличивается (с 2020 года держится на уровне около 13500 штук), а их доля в обороте растет, значит, на рынке становится меньше «несетевых» игроков. Кроме того, идет «внутривидовая» борьба, укрупнение лидеров рынка за счет более мелких конкурентов. В общем, ситуация у продавцов непростая.

Меняются каналы продаж. Драйвером мебельной розницы стали маркетплейсы, хотя у них есть свои ограничения: преимущественно там покупают что-то небольшое и отдельно стоящее, при этом средний чек покупки гораздо меньше, чем в офлайн-магазинах. Продавцы «вытягивают» за счет количества продаж. Растет популярность сайтов-агрегаторов, интересно, что тот же Avito стал площадкой, на которой обосновались производители мебели на заказ. Аналитики прогнозируют, что эти тренды будут развиваться, поскольку покупатель уже привык к простым способам искать выгодные решения и покупать в одно движение.

Однако, у интернет-площадок есть фундаментальное ограничение: невозможно создать универсальный 3D-конструктор, виртуальную комнату, где можно было бы расставить мебельный комплект в конкретных условиях. На тех же маркетплейсах тысячи производителей, и «загнать» в одну базу все их модели пока нереально.

Такой функционал могут предоставлять потребителям крупные ретейлеры, но он ограничен их собственными коллекциями мебели. Спикер прогнозирует, что крупные продавцы будут упрощать онлайн-покупки комплектов мебели в своих интернет-магазинах, и это станет их преимуществом перед маркетплейсами.

Офлайн-розница никуда не денется. Покупателю по-прежнему важно посмотреть мебель, которую он собирается купить (даже если потом он сделает заказ в интернете). 52% опрошенных говорят, что интернет-магазинам не хватает возможности тактильной оценки мебели. Возможно, шоурумы будут выполнять исключительно выставочную функцию: клиенты только смотрят/трогают, а заказы делают через онлайн-портал.

Данные говорят о наличии отложенного спроса на мебельном рынке. Опрос о причинах покупки мебели показал, что только 22% людей приобретают мебель в связи с новосельем. Но есть нюанс — этим людям мебели нужно в 5-7 раз больше, чем тем, кто хочет просто обновить интерьер (58% опрошенных). По сути, более 50% всех розничных продаж мебели приходится именно на оснащение приобретаемого жилья.

Но почему тогда, несмотря на рост рынка недвижимости, продажи мебели практически не растут? Потому, что более 90% сделок заключаются через ипотеку, и у покупателей банально не хватает денег на мебель.

*«Грубо говоря, дайте российской экономике 3–4 года беспроблемной жизни, — говорит Сергей Хитров, — без внешних и внутренних потрясений, санкций и прочего — рынок мебели взорвется, он будет расти на 20–30% в год, потому что на нем существует огромная "подушка спроса"».*

\*\*\*

Аналитики РБК дают прогнозы, что мебельный рынок ждет не безоблачное, но довольно светлое будущее. Есть скрытый ресурс, который, в идеальных условиях, может обеспечить ежегодный рост на 20–30%. Другой вопрос — кто будет его обеспечивать? Можно предположить, что это бремя с радостью взвалит на себя не только крупные компании, но и производители мебели под заказ. Они уже обеспечили себе каналы продаж через маркетплейсы и Avito, наладили сбыт и потихоньку наращивают производственные мощности. Косвенно это подтверждают финансовые результаты станкостроительной компании LIGA, которая от квартала к кварталу стабильно перевыполняет план по продажам.

Возможно, что рост мебельного производства может и рознице. Сейчас ретейлеры борются за покупателя через снижение маржинальности, поскольку покупатель готов покупать только дешевую мебель. Многие игроки не выдерживают конкуренции и уходят с рынка. И одним из признаков того, что рынок входит в более здоровую стадию развития будет повышение маржинальности и уход от ценовой конкуренции, когда могут развиваться только крупные и сверхэффективные компании, которые поглощают долю других игроков.

На 2023 год аналитики дают довольно оптимистичные прогнозы: продажи мебели восстановятся, следующие кварталы будут расти относительно аналогичных периодов прошлого года. Как минимум, рынок мебели покажет не худшие результаты, чем в 2022 году. Основания для этого есть: российская экономика преодолевает санкционное давление, развивает программу импортозамещения, стимулирует потребительский спрос. Вообще, есть вероятность, что в 2023 году, впервые с 2013 года, падение доходов россиян сменится ростом.

**Иван Романов**

# ВХОД НА ФАБРИКУ: СЛОЖНО, НО НЕ НЕВОЗМОЖНО

Самыми ёмкими в продажах фурнитуры на мебельном рынке, безусловно, являются, крупные мебельные фабрики. Выстроить такое сотрудничество довольно сложно, а начать его ещё сложнее. Как наладить поставки на крупное мебельное производство, что определяет принятие решения в вашу пользу, какие стратегические вещи важны расскажет Иван Трус, менеджер по развитию ключевых b2b-клиентов компании «Вест Лайн Коммерц» (бренд Westline), амбассадор бренда мебельной фурнитуры AQ.



Автор статьи — Иван Трус, менеджер по развитию ключевых b2b-клиентов компании «Вест Лайн Коммерц» (бренд Westline), амбассадор бренда мебельной фурнитуры AQ

## КАК ЗАХОДИТЬ НА ФАБРИКУ, ЕСЛИ ВАША КОМПАНИЯ — НОВЫЙ ПОСТАВЩИК

Когда компания хочет зайти на фабрику в качестве нового поставщика, она может столкнуться с множеством возражений и неочевидных препятствий. Цепочка принятия решений зачастую непонятна, так как на начальном этапе не известна структура этой цепочки на конкретной фабрике.

Безусловно многое зависит от того, насколько ваша компания известна, узнаваемый ли у нее бренд на местном рынке, и обладает ли она заслуженной репутацией, но даже таким компаниям не всегда просто начать работать с крупным производством.

ЛПР на фабрике не знают вас, не знают надежный ли ваш продукт, как вы работаете с рекламациями, можете ли вы обеспечить стабильное ценообразование и стабильность поставок комплектующих, удобно ли с вами работать, и будете ли вы выполнять свои обязательства.

Тут нужно понимать, что фабрика — это единый, огромный живой механизм, в котором все настроено и работает, поэтому любые изменения встречаются как нежелательные.

В работу вступает принцип: «Зачем менять то, что хорошо работает»?

## ЭТО СЛОЖНО, НО НЕ НЕВОЗМОЖНО

Я бы рекомендовал на первых этапах сотрудничества, начинать с условно простых позиций, которые производство так или иначе уже использует, и которые пересекаются у вас с тем поставщиком, с которым фабрика работает на данный момент. Да, самый действенный метод — «выдавить» часть позиций конкурентов по тем продуктам, по которым вы можете сделать сильное ценовое предложение, и которые не являются для фабрики стратегическими.

Это может быть какая-то крепежная фурнитура — винт-конфирмат, шканты, саморезы или, например, заглушки для технологических отверстий, фиксатор задней стенки ДВП.

Также я бы обратил внимание на все виды полкодержателей с силиконом и без, подпятник-гвоздь и подпятник Мб, различные виды амортизаторов — это традиционные позиции практически для любой фабрики, будь то мебель из ДСП или из массива.

Если фабрика занимается производством кухонь, то это может быть отбортовка или, скажем, ПВХ-цоколь.

Остается вопрос, сможете ли вы сделать конкурентное предложение?

Но бывает, что даже у крупного производителя в процессе производства или ввода новых коллекций могут возникать разного рода сложности, которые могут в итоге привести к серьезным последствиям.

Например, текущий поставщик столкнулся с выпадением какой-либо позиции из используемых фабрикой, и нужно срочно решать вопрос. Такие ситуации у некоторых поставщиков могут возникать довольно часто, особенно если это поставки из Китая, и компания-поставщик пока не накопила экспертизу во всех этапах таких поставок. Если вы получили информацию о такой проблеме у производителя, важно не упустить момент, т. к. такого рода проблемы — это большая головная боль для серийного производства, и, если вы сможете предложить решение, — это оценят.

Вообще, на этапе первичных переговоров с представителями фабрики, очень важно задавать правильные вопросы и анализировать полученные ответы. При общении со снабжением, производством или конструкторским отделом можно получить много ценной информации о проблемах фабрики, связанных с работой текущего поставщика и попробовать предложить решение этих проблем, если оно у вас есть. В последствии можно использовать эту информацию как аргумент для перевода производства на свою продукцию.

### ЛПР НА ФАБРИКЕ, КТО ОНИ ТАКИЕ?

Практически никогда нет какого-то одного ЛПР (лица, принимающего решение), чаще всего, на крупных производствах при вводе нового продукта решение принимается сразу несколькими департаментами, т. к. у каждого из них своя зона ответственности, и при несогласии на ввод хотя бы одного из них ввести свой продукт практически невозможно.

Снабжение анализирует ценовое предложение, конструкторский отдел проверяет на соответствие фурнитуры технологическим картам и заявленным характеристикам, начальник производства может оценивать удобство работы и сложность внедрения в производственный цикл.

Даже отдел маркетинга и отдел продаж могут влиять на принятие решения о вводе новых видов фурнитуры или замены текущих, потому что они нацелены на конечного покупателя, находятся с ним в контакте и знают его потребности. Без предварительного одобрения каждого из отделов решение принято не будет, поэтому важно пройти всю цепочку согласований и заручиться предварительным одобрением каждого из департаментов, участвующих в принятии решения.

Кроме ЛПР, нужно выявлять и ЛВПР (лиц, влияющих на принятие решения). Если не уделить этому должного внимания, можно так и не узнать, почему получен отказ в сотрудничестве.



Порой ЛВПР могут быть совсем неочевидными: например, оператор ЧПУ-станка, технолог или сборщик. У каждого из них своя зона ответственности, в рамках которой они могут так или иначе влиять на принятие общего решения.

Иногда в конце цепочки стоит директор или собственник фабрики, если он вовлечен в операционную деятельность, но часто решение может быть принято и без непосредственного одобрения руководителя.

На некоторых белорусских фабриках, таких как, к примеру, «Монтанья», у которой основным рынком сбыта, к слову, является Российская Федерация, за ввод новых продуктов отвечает отдельное подразделение — департамент ввода новых продуктов. Это упрощает переговоры, так как четко видна структура и понятны лица, которые принимают решение.

### «СЛОЖНЫЕ» И «ЛЕГКИЕ» ПОЗИЦИИ ФУРНИТУРЫ ДЛЯ ВВОДА НА ФАБРИКЕ

Традиционно наиболее сложные позиции для ввода фабрике — это функциональная фурнитура (петли, подъемные механизмы, направляющие для деревянных ящиков и другие системы выдвижения).

Многие белорусские фабрики ориентированы на экспорт как в Российскую Федерацию, так и в Европу, поэтому если фабрика работает в сегменте выше среднего, то что касается функциональной фурнитуры, зачастую предпочтение отдается известным брендам, таким как Hettich и Blum, которые уже давно зарекомендовали себя благодаря надежности и стабильности использования. При работе на экспорт фабрики хотят минимизировать возможные рекламации и связанные с этим убытки, как финансовые, так и репутационные.

Например, фабрика мебели «ЗОВ» (г. Гродно) при производстве мебели предпочтение отдает как раз премиальной фурнитуре — системы выдвижения и петли от Hettich и Blum, наполнение для кухонь от итальянского FGV и польских брендов Rejs или GTV, gola-профиль и профильные ручки итальянской компании Volpato.

Правда, в связи с постоянным усложнением поставок фурнитуры из Европы, которое ведет в том числе, к удорожанию мебели, видна тенденция, по крайней мере, к частичному переходу фабрик к поставщикам,

которые имеют надежные бренды фурнитуры, произведенные в Китае или России.

Что касается более «легких» позиций для ввода на фабрику, то, в первую очередь, это лицевая и крепёжная фурнитура, а также некоторые виды наполнений для мебели, например, сушек для посуды и карго, при вводе которых не потребуется изменения присадки и, как следствие, технологических карт.

Вся присадка на фабрике производится на ЧПУ, и к ее изменению прибегают только в крайнем случае, т. е. это значительная нагрузка на конструкторский отдел и, по сути, частичная остановка производства.

### **ФАКТОРЫ, ЯВЛЯЮЩИЕСЯ РЕШАЮЩИМИ ПРИ ПРИНЯТИИ ФАБРИКОЙ РЕШЕНИЯ О ПЕРЕХОДЕ НА ФУРНИТУРУ, ПРЕДЛОЖЕННУЮ ПОСТАВЩИКОМ**

Кроме очевидных факторов, таких как надежность и функциональность предлагаемой фурнитуры, конкурентоспособность ценового предложения и необходимости замены присадки, одним из ключевых факторов будет предыдущая история сотрудничества с вашей компанией или ваша репутация как поставщика в глазах фабрики.

Если предложенные вами в прошлом решения проявили себя хорошо и заявленные свойства подтвердились, значит фабрика имеет положительный опыт работы с вашей компанией, это значительно увеличивает вероятность заключения сделки по новым продуктам.

Также это зависит от того, какую именно фурнитуру и какого бренда вы предлагаете заменить. Чем более технически сложный продукт и чем более известный бренд фурнитуры, который использует фабрика и который вы предлагаете заместить — тем сложнее и длительнее процесс переговоров. По сложным продуктам цикл ввода на фабрику может составлять и 6, и 12 месяцев, ведь кроме всех внутренних согласований и проверок, фабрике часто нужно согласовать замену на новый продукт с оптовыми покупателями или дилерами, а главное, аргументировать для них такую замену.

### **ГЛАВНЫЕ ОШИБКИ ПОСТАВЩИКОВ ПРИ СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ФАБРИКАМИ**

Как и в любом бизнесе, в сфере продажи мебельной фурнитуры большая ошибка — не выполнять в срок возложенные на себя обязательства перед партнером (фабрикой). Это может касаться чего угодно: на-



пример, сроков поставки фурнитуры. Многие большие производства имеют собственную складскую программу по ключевой фурнитуре, что помогает не останавливать производство в случае возникновения непредвиденных обстоятельств, или если поставщик не может вовремя осуществить очередную поставку, но такие моменты ожидаемо всегда воспринимаются негативно, т. к. могут доставлять серьезные проблемы, такие как нарушение фабрикой сроков производства и возможные связанные с этим штрафные санкции, особенно при работе на экспорт.

Одной из серьезных ошибок при общении менеджера с фабрикой может стать неумение правильно и быстро определить ЛПР и ЛВПР, что всегда ведет к значительной потере времени и снижению его эффективности.

Например, менеджер ведет переговоры о вводе какого-либо продукта фабрике, скажем, через снабжение. Снабженец утверждает, что он является ЛПР, отвечает за ввод продукта и может сам принимать решение в этом вопросе.

У вас появляются договоренности и сроки их выполнения, но по наступлению этих сроков вопрос не движется, договоренности не выполняются, снабженец не выходит на связь или тянет время. Чаще всего, это значит, что он не является ЛПР, что ваше время и средства вашей компании потрачены впустую.

Еще одна грубая ошибка — непонимание зон ответственности разных отделов на фабрике. Если представитель поставщика на встрече с главным конструктором будет приводить в качестве конкурентного преимущества своего продукта цену, вряд ли это приведет к положительным результатам, или, наоборот, при переговорах со снабжением руководствоваться техническими характеристиками фурнитуры.

### **У КАЖДОГО СОТРУДНИКА И ДЕПАРТАМЕНТА НА ФАБРИКЕ СВОЯ ЗОНА ОТВЕТСТВЕННОСТИ, ОЧЕНЬ ВАЖНО ЕЕ ПОНИМАТЬ.**

К сожалению, многие компании часто не могут быть достаточно гибкими при работе с крупным производством, что особенно сложно, если компания большая, и все ее процессы работают по определенным регламентам.

Скажу на примере нашей компании. Если клиенту, с которым мы работаем, нужна какая-то помощь, например, сделать срочную внеплановую доставку или срочно предоставить дополнительную техническую информацию, в 10 из 10 случаев мы сделаем все возможное, чтобы помочь клиенту, даже если это может



создать нам неудобства. Наиболее важным конкурентным преимуществом сегодня является уровень сервиса и удобство работы.

Сложно переоценить ущерб репутации компании, если поставщик не держит слово или не выполняет договоренности.

На эту тему процитирую Карла Сьюэла, автора книги «Клиенты на всю жизнь»:

*«Если вы сдерживаете свои обещания, то клиенты просят вас один раз, а может быть и дважды. Это можно сравнить с банковским счетом. Каждый раз, когда вы делаете свою работу хорошо, вы делаете вклад на свой счет. Каждый раз, когда вы ошибаетесь, с вашего счета списываются деньги, причем, одна ошибка соответствует десяти реализованным делам. До тех пор, пока баланс вашего счета положителен, клиенты будут прощать вас.»*

Материал актуален на 27.06.2023

## САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И ЗАО «ПЕРВАЯ МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА» ПОДПИСАЛИ СОГЛАШЕНИЕ О СТРОИТЕЛЬСТВЕ НОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

**В рамках XXVI Петербургского международного экономического форума генеральный директор ЗАО «Первая мебельная фабрика» Александр Шестаков и вице-губернатор Санкт-Петербурга Кирилл Поляков подписали соглашение о намерениях по созданию нового высокотехнологичного мебельного производства.**

В соответствии с документом Первая мебельная фабрика обязуется построить на территории Санкт-Петербурга современный производственный центр, который займется разработкой и выпуском инновационной мебельной продукции. На первом этапе реализации проекта планируется организация масштабного импортозамещающего производства межкомнатных, входных дверей и дверей специального назначения. Предполагаемый объем инвестиций Первой мебельной фабрики в строительство производственного центра составит 1,1 млрд рублей, на предприятии будет создано 120 новых рабочих мест, из которых 70 будут высокотехнологичными.

Проект будет реализован в рамках постановления Санкт-Петербурга №830 от 8 сентября 2022 года. Оно устанавливает требования, которым



должен соответствовать инвестиционный проект по строительству объекта производственного назначения, для предоставления под него находящейся в городской собственности недвижимости.

«Подписанное сегодня в рамках Петербургского международного экономического форума соглашение между администрацией Санкт-Петербурга и Первой мебельной фабрикой открывает новую страницу

взаимоотношений нашего предприятия и города, определяет отправные точки нашей совместной работы на дальнейшую перспективу. С нашей стороны мы сделаем всё возможное для того, чтобы промышленный сектор Санкт-Петербурга пополнился новым высокотехнологичным инновационным производственным центром, выпускающим крайне востребованную продукцию — двери различного назначения. Мебель от Первой мебельной фабрики давно славится отличным качеством и при этом демократичными ценами как в Санкт-Петербурге, так и по всей стране. Наша компания входит в список крупнейших российских производителей кухонной и корпусной мебели. Мы уверены, что достигнем успеха на новом для себя рынке, а любимый город благодаря нашей деятельности получит значительное количество новых высокотехнологичных рабочих мест и ощутимую прибавку налоговых поступлений в казну», — подчеркнул генеральный директор Первой мебельной фабрики Александр Шестаков.





# ТУРЕЦКИЙ KELEBEK ОТКРОЕТ ПЕРВЫЙ МАГАЗИН В РОССИИ

**Келебек — мебельный бренд из Турции, история которого началась более 88 лет назад. Ассортимент Келебек позволяет меблировать и декорировать все пространства в доме.**

Сегодня Kelebek заходит на российский рынок и планирует в июле открыть флагманский магазин в московском торговом центре «Мега Теплый Стан». Первый магазин Kelebek в России займет площадь 1,3 тыс. кв. метров. В магазине будет представлена корпусная мебель, мягкая мебель, детская мебель, товары для сада, аксессуары, предметы декора, матрасы и текстиль.

Компания намерена в будущем открывать точки продаж в крупных российских городах с населением от 500 тысяч человек. «В течение пяти лет планируем открыть более 100 магазинов по всей России, где-то свои, где-то — партнерские по франшизе», — заявил директор импортера турецкой мебели в РФ Денис Разумов.

Он также сообщил, что компания проводила переговоры с партнерами о размещении мебельных фабрик на территории РФ. Kelebek не исключает и запуска отдельных производственных процессов, разговоры о которых могут вестись в будущем.

Приобретение фабрик, на которых ранее производилась мебель для IKEA, не рассматривалось, подчер-



нул директор. При этом есть вероятность, что магазины Kelebek займут «коробки» шведского бренда.

По словам Дениса Разумова, вместе с открытием флагманского магазина в России также начнет работать онлайн-магазин, осуществляющий доставку по Москве и Московской области. Товары Kelebek будут продаваться и на площадках маркетплейсов, но их продажей будет заниматься суббренд.

Мебельный бренд Kelebek основан в Турции в 1935 году. Он входит в состав Doğanlar Holding Kelebek Group. Десятки магазинов бренда работают в крупных городах Турции, а также в других странах — Азербайджане, Узбекистане, Монголии, Ираке, Великобритании, Австрии, на Кипре и Шри-Ланке.

## ЭКСПЕРТЫ ВШЭ: 65% ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СИЛЬНО ЗАВИСЯТ ОТ ИМПОРТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

**«РосБизнесКонсалтинг» 7 июня 2023 сообщил, что две трети промышленных предприятий в России испытывают высокую зависимость от импортного оборудования, что показал опрос ВШЭ среди руководителей. Как видим, деревообработка в этом находится на 3 месте.**

К началу 2023 года почти пятая часть российских предприятий (18%) сообщили о крайне высокой потребности в зарубежном оборудовании, а около половины (47%) оценили зависимость от импортного оборудования как высокую. Такие результаты показал пилотный опрос руководителей более 1 тыс. предприятий промышленности, проведенный центром конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ в конце 2022 года.

Обрабатывающей промышленности наибольший процент зависимости — в сфере полиграфического производства, текстиля, одежды и деревообработки.



Полностью отказаться от импортных составляющих в производстве в ближайшие один-три года была готова только каждая десятая компания,

а основная часть — две трети — допускают лишь частичный отказ.

В интервью телеканалу РБК Тимур Иртуганов, директор АМДПР, рассказал, что зависимость мебельной и деревообрабатывающей отрасли от импортного оборудования крайне высока и озвученная цифра о доле импортозависимости в 65% слишком оптимистична. То, что касается станков российского производства, он отметил, что раньше в России производили какие-то интересные позиции, они были лучше китайских и дешевле европейских, то с ростом цен на металлы российское производство станков значительно сократилось, и инвесторы перестали рассматривать вложения в данный сектор. При этом уровень производителей из Китая заметно вырос.

# НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРИВЫЧНЫЕ ПРОЦЕССЫ

**Ближневосточный регион в последние годы стал самым динамично развивающимся рынком, на который направлено пристальное внимание бизнесменов всего мира.**

В апреле Dantone Home открыл свой первый шоурум в Дубае и специально для него подготовил такую подборку мебели и декора, где все предметы сочетаются между собой и позволяют легко создать комфортный интерьер в духе сдержанной роскоши.

Шоурум находится в Vox Park — оживлённом торговом квартале, который представляет собой красочную композицию из грузовых контейнеров, переоборудованных под бутики, рестораны и кафе. Магазин Dantone Home занял один из таких цветных боксов площадью 370 кв. м.

Все модели отвечают новому тренду на «тихую» роскошь: на первом плане не ультрасовременные формы и смелые цвета, а качествен-

ные материалы, приятные фактуры и вневременный дизайн.

Экспозиция в шоуруме собрана таким образом, чтобы предметы можно

При этом есть вероятность, что опция кастомизации мебели, популярная в России, в перспективе станет доступна и здесь. В шоуруме представлены



было без труда комбинировать друг с другом. Это продиктовано ритмом жизни Дубая: здесь нет времени на подбор расцветок и материалов — покупателям хочется прийти и за полчаса найти всё, что нужно.

модели российского производства, а также подборка мебели и этнического декора из Турции, Бали, Вьетнама и других стран — все они есть в наличии в Дубае и могут быть доставлены клиенту в течение нескольких дней.

## АВСТРИЙСКАЯ СЕТЬ KİKA/LEINER ОБЪЯВИЛА О БАНКРОТСТВЕ

**Австрийская сеть kika/Leiner известна российскому рынку благодаря компании «Домашний интерьер», основанной Александром Зайонцем и Михаилом Кучментом.**

Начиная с 2009 года «Домашний интерьер» развивал в России сеть мебельных салонов австрийской Kika Group.

Летом 2011 года «Домашний интерьер» объявил о выходе из франчайзингового соглашения с австрийской Kika/Leiner Group и начале развития сети гипермаркетов мебели и товаров для дома под собственной розничной маркой Hoff.

«Мы считаем, что эффективнее самостоятельно развивать бизнес в России, так как здесь другие по-

требительские предпочтения, другие бизнес-процессы», — объяснял тогда вице-президент и совладелец компании Михаил Кучмент.

В текущий четверг официальный представитель kika/Leiner, адми-



нистратор по делам о банкротстве Фолькер Ляйтнер, проинформировали представителей СМИ о продолжающемся процессе реструктуриза-

ции. На данный момент kika/Leiner объявила, что около 1900 сотрудников мебельной сети потеряют работу в конце июля, а 23 из 40 магазинов будут закрыты. Производство о банкротстве было открыто во вторник, 13 июня. Обязательства мебельной сети составляют 132 миллиона евро, затронуты около 400 кредиторов.

Успех реструктуризации зависит от дальнейшего хода производства по делу о банкротстве и, в конечном счете, от того, одобрит ли комитет кредиторов завершённый план реструктуризации 25 сентября. А пока в магазинах сети идут небывалые распродажи.

Первый мебельный магазин Kika был открыт в Вене в 1973 году. Бизнес быстро развивался в масштабную мебельную сеть.

## МЕБЕЛЬ И ПРЕДМЕТЫ ДОМАШНЕГО ОБИХОДА ПОДРОЖАЛИ В КАЗАХСТАНЕ НА 25% ЗА 2023 ГОД

**По итогам мая текущего года мебель и предметы домашнего обихода подорожали сразу на 24,6% за год. Годом ранее цены в секторе показывали рост на 13,3%, передает МИА «Казинформ» со ссылкой на energyprom.kz.**

Среди регионов РК наибольшее годовое удорожание мебели и предметов домашнего обихода наблюдалось в Астане: сразу на 53,1%. Следом идут Восточно-Казахстанская и Западно-Казахстанская области: на 41,6% и на 39,4% соответственно.

Наименьший рост цен в секторе зафиксировали в Мангистауской области: на 7,8%. Следом идут Павлодарская и Жамбылская области: на 11,7% и на 14,5% соответственно.

Заметнее всего в мебельном сегменте подорожали наборы для спальни: сразу на 28,2% за год.

Шкафы для платьев и белья выросли в цене на 27,7%, столы — на 23,9%, диван-кровати — на 23,2%, стулья — на 21,9%.

Если рассмотреть помесячную динамику роста, то наибольшее месячное удорожание в секторе в текущем году было отмечено в марте: на 2,3%. Непосредственно же за май мебель и предметы домашнего обихода подорожали на 0,5%.

Стоит отметить, что ранее, в период с 2020-го по 2022 год, наибольший месячный рост цен наблюдался в июне, причём в разные годы: в 2020 и 2021 году — на 1,9%, в 2022 — сразу на 6,2%.

Тем временем производство мебели за январь-апрель текущего года заметно сократилось по сравнению

штук — на 18,1% меньше по сравнению с январём-апрелем 2022 года. Производство деревянной офисной мебели составило 76,6 тыс. штук — на 22,6% меньше, чем годом ранее.

Также заметно сократился выпуск кухонной мебели: сразу на 28,4%, до 28,1 тыс. штук за январь-апрель текущего года. Производство дере-



с аналогичным периодом 2022 года. Выпуск стульев, табуреток и прочей специальной мебели для сидения с металлическим каркасом за январь-апрель 2023 года составил 312,1 тыс.

вянной мебели для столовой и гостиной сократилось на 6,2%, до 24,1 тыс. штук, прочей деревянной мебели для спальни (кроме кроватей и шкафов) — на 16,7%, до 14,4 тыс. штук.

## АВРАFORM ИЗ ЭЛЕКТРОСТАЛИ ВВЕЛ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ НОВЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СКЛАДСКОЙ КОМПЛЕКС ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ АБРАЗИВНЫХ ЛЕНТ



В производственно-складском комплексе площадью более 2 тыс. кв. метров установлено высокотехнологичное оборудование по изготовлению бесконечных абразивных лент для систем шлифования материалов на древесной основе и лакокрасочных покрытий. В цехе поддерживается определенная температура, а также внедрена система увлажнения воздуха, т. к. абразивные ленты изготавливают на бумажной и тканевой основе, чувствительной к влажности.

Здание разделено на технологический цех, административно-бытовую часть и складскую зону. Созданы все необходимые условия для производства и хранения абразивных материалов. Задействовано дополнительно 40 рабочих мест.

Компания АВРАFORM более 20 лет производит абразивные материалы. Продукцией предприятия пользуются крупнейшие производители мебели и столярные мастерские России.

# РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МЕБЕЛИ ТРЕБУЮТ ОТ ПРАВИТЕЛЬСТВА ВВЕДЕНИЯ ОТВЕТНЫХ САНКЦИЙ

**Выход на зарубежные рынки для российских экспортеров мебели фактически заблокирован действующими ввозными пошлинами, утверждают в Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности (АМДПР). При этом внутренний российский рынок остается открытым для всех импортеров, в том числе и для поставщиков из недружественных стран. Для того, чтобы уравнивать производителей мебели, правительству нужно в кратчайшие сроки ввести в отношении импортной продукции ответные санкции, уверен президент АМДПР Александр Шестаков.**



Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России

Еще год назад АМДПР обратилась в профильные министерства с инициативой об установлении ввозной пошлины в 60% для товаров из недружественных стран и в 10% — для товаров из дружественных стран. «Мы предложили правительству введение специальных экономических мер в отношении недружественных стран. Они, в соответствии с ФЗ №281-ФЗ, применяются в случаях обстоятельств, которые требуют безотлагательной реакции на недружественное действие иностранного государства или его органов и должностных лиц, представляющее угрозу интересам и безопасности РФ, — рассказывает Александр Шестаков. — Однако Минэкономразвития,

*сославшись на обязательства, взятые на себя Россией в рамках ВТО, предложило представителям борющихся за выживание отраслей пройти все круги бюрократического ада: сначала экономически обосновать повышение ставок ввозных таможенных пошлин, затем согласовать это с Евразийской экономической комиссией, а потом и с руководством ВТО. Этим мы и занимаемся уже почти год, хотя речь-то идет о справедливых ответных санкциях, а не о какой-то нашей прихоти. С точки зрения логики и здравого смысла уже давно должны быть введены ответные меры, и наш рынок точно так же должен быть закрыт для иностранных производителей мебели — так же, как это сделали они в отношении наших в марте 2022 года».*

Для российских производителей мебели зарубежные рынки либо закрыты, либо невыгодны из-за высоких пошлин. В результате ограничений экспорта его объем упал с \$300 млн в 2021 году до менее \$100 млн





**Александр Шестаков**

в 2022. «Переориентировать экспортные потоки на рынки дружественных стран невыгодно из-за местных пошлин. Например, средняя ставка на ввоз мебели из России в Турцию превышает 30%, а наш рынок фактически открыт для всех с максимальной ставкой ввозных пошлин 12%», — продолжает Александр Шестаков.

«Во всех странах Северной Африки и Ближнего Востока, за редкими исключениями, действуют защитительные таможенные пошлины на российскую мебель», — подтверждает **президент компании ООО «Алмаз» (торговая марка «Любимый дом») Сергей Змиевский**. — В Саудовской Аравии, Иордании, Марокко, Египте ставка составляет от 30% до 60%».

По данным АМДПР, в России около 70% импорта пришлось на поставки из дружественных стран, а 30% (или около 30 млрд рублей) на недружественные, преимущественно европейские. Основными иностранными поставщиками мебели в Россию остались производители Италии, Германии, Испании и Румынии, которые беспрепятственно продавали свои товары на российском внутреннем рынке, хотя для нас их рынки закрыты.

«В 2022 году зарубежные производители поставили на российский рынок мебели на сумму 105 млрд рублей, в то время как российские предприятия произвели мебели на 365 млрд рублей», — говорит **Вадим Чернушкин, исполнительный директор компании «Ангстрем»**. — Импорт составляет треть от объёмов российского производства, это очень большая доля. Не вижу причин, по которым мы должны дарить такой объём российского рынка странам, в которые доступ российской мебели запрещён».

Шестаков добавляет, что в минувшем декабре Ассоциация направила в адрес председателя Совета по вопросам развития лесного комплекса при Совете Федерации РФ, заместителя председателя СФ Юрия



**Вадим Чернушкин**

Воробьева соответствующие предложения к проекту решения по вопросам развития лесного комплекса. Совет по развитию лесного комплекса, рассмотрев аргументы АМДПР на заседании 12 декабря 2022 года, рекомендовал правительству РФ ввести дополнительные или запретительные ввозные таможенные пошлины на импорт отдельных видов мебели, бумаги и упаковки из недружественных стран. Однако правительственное решение до сих пор не принято.



**Тимур Иртыганов**

«По подсчетам АМДПР, из-за несовершенства действующей политики только в отношении импорта мебели и фанеры государство недополучает около 5 млрд рублей налога на прибыль, 1 млрд рублей взносов и отчислений с зарплат, 2,5 млрд рублей таможенных платежей. Только прямые общие потери государства из-за беспрепятственного допуска на российский рынок мебели и фанеры из недружественных стран составляет около 10 млрд рублей в год. Эти средства из-за нерешительности Минэкономразвития уходят из страны и поддерживают экономику наших недругов, в то время как могли бы послужить российской экономике», — подчеркивает **Тимур Иртыганов, гендиректор АМДПР**.



# 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**

# ФАСАДЫ

для изысканного интерьера





# НИКОЛАЕВСКИЕ фасады



*Изготовление мебельных фасадов*

г. Новосибирск, ул. Галушца, 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@ecoledsrev.ru  
whatsapp: 8-913-915-96-52 [www.fasad.novosibirsk.ru](http://www.fasad.novosibirsk.ru)





# МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОРПУСНОЙ МЕБЕЛИ

*Плита*  
*Облицовочные материалы*  
*Кромка*

**ЕДЛИЧКА**  
РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

**КРОМКА ПВХ  
КРОМКА ИЗ ШПОНА  
МЕБЕЛЬНЫЕ ПРОФИЛИ**



**БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ДО ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ**

8-495-259-61-17  
[www.edlichka.net](http://www.edlichka.net)  
[www.ztnk.ru](http://www.ztnk.ru)



# КРУПНЕЙШЕЕ МЕБЕЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ ВОЗОБНОВИЛО РАБОТУ

6 июня после более чем годового простоя состоялся перезапуск крупнейшего мебельного производства Северо-Запада России, бывшей производственной площадки ИКЕА в Новгородской области, на ООО «Экстраверт». Мероприятие посетили губернатор Новгородской области Андрей Никитин, заместитель руководителя Минпромторга РФ Олег Бочаров, партнеры и клиенты компании, а также другие гости.



«Сегодня мы представляем новый бренд, который называется «Экстраверт». У этого названия есть два разных прочтения. С одной стороны, это противоположность интраверту. И здесь есть мостик в прошлую историю предприятия. Раньше этот завод был внутренним поставщиком ИКЕА. Сейчас наша задача развернуться лицом к рынку. Есть и другое прочтение. В слове «экстраверт» слышатся два восходящих к латыни корня – extra и vert, которые можно перевести как «сверх» и «зеленый» или «не только зеленый». Здесь тоже скрывается аллюзия. От ИКЕА в наследство мы получили огромный багаж ответственности за окружающую среду, устойчивое развитие. И это наследие мы будем сохранять и по возможности преумножать. Но помимо экологической повестки мы планируем сюда привнести то, что будет «экстра». Это наш дизайн, наше понимание тенденций рынка, это те компетенции, которые у нас есть в создании современных материалов, это технологические инновации», — заявил **бенефициарный собственник ООО «Экстраверт» Вадим Осипов.**

«Когда-то стандарты ИКЕА были чем-то совершенно необычным для нашей страны и нашего региона. Этот завод сыграл важную роль в развитии ре-

гиональной промышленности, показывая, как надо организовывать производство, как надо работать, как надо заботиться о людях и окружающей среде. Этот этап прошел. И теперь мы можем, мы будем и у нас получится строить свою современную промышленность, интересную не только нам, но и за рубежом. И «Экстраверт» будет частью этого прекрасного процесса. Я хочу всех заверить, что мы сделаем





все от нас зависящее для поддержки и развития этого предприятия», — пообещал **глава Новгородской области Андрей Никитин**.

«Это амбициозная задача — выделиться из такой огромной системы, сохранить людей, технологии, качество, традиции. Сегодняшнее событие важно не только для Новгородской области, но и для всей страны», — отметил в своем выступлении **заместитель министра промышленности и торговли РФ Олег Бочаров**.

Отвечая на вопросы журналистов, он также казал: «Мебельная отрасль демонстрирует крайнюю устойчивость весь 2022 год. Надо отдать должное, что не имея внутренних договорённостей, подотрасли сохраняют баланс между дорожающими комплектующими и ценовой политикой на рынке. Люди чувствуют на себе, что спрос удовлетворён, и нет никаких спекуляций. И главное — у нас отрасль стала технологичной».

В общении с прессой Вадим Осипов поделился, что всего на ООО «Экстраверт» запланировано производ-

**ООО «Экстраверт»** — самая крупная производственная площадка, ранее принадлежавшая компании IKEA в России. Предприятие состоит из завода по производству ламинированных древесно-стружечных плит (ЛДСП) и фабрики корпусной мебели. Производственная мощность завода по выпуску ЛДСП составляет более 500 тыс. м<sup>3</sup> шлифованной ДСП, фабрики корпусной мебели – более 7 млн корпусов шкафов и кухонной мебели в год. В прошлом на этой мебельной фабрике выпускались популярные модели гардеробных систем и кухонь шведского бренда.

ство трех линеек продуктов под тремя разными брендами. Сегодня запущено производство мебельных плит (ДСП и ЛДСП), которые будут продаваться под брендом Extravert. В ближайшие месяцы предприятие выйдет на рынок еще с двумя линейками продуктов. Сначала начнется выпуск мебельных комплектующих или «префабов». Затем — собственной линейки корпусной мебели.

Он также продемонстрировал заместителю руководителя Минпромторга Олегу Бочарову, главе Новгородской области Андрею Никитину и ряду других гостей прототипы будущих мебельных деталей и изделий.

«Мы планируем предложить наилучшее сочетание цены и качества на рынке. Но главное, к чему мы стремимся в отношениях с нашими партнёрами, это доверие. И я уверена, что высокий уровень нашего сервиса, точность и надежность поставок станут гарантиями нашего будущего взаимовыгодного сотрудничества», — отметила **гендиректор ООО «Экстраверт» Татьяна Соломина**.

Представителей прессы многих интересовало, каковы условия работы сотрудников на ООО «Экстраверт» и что их отличает от условий на производстве IKEA.





«В принципе, никто никуда не переходил, никто нигде не увольнялся. Сотрудники работали на предприятии ООО «ИКЕА Индастри Новгород», которое было переименовано в ООО «Экстраверт». Мы сохранили основную часть коллектива. Когда мы приобрели завод, на нём работало 307 человек, на сегодня — более 350. Двери завода на сегодняшний день открыты на приём. Есть какие-то специальности, которые требуются на сегодня заводу для возобновления и продолжения устойчивой производственной деятельности. В этом отношении у нас очень хорошая ситуация», — прокомментировал Вадим Осипов.

После торжественной части для желающих состоялась экскурсия на плитное производство. А затем на площадке ООО «Экстраверт» состоялись тематические воркшопы, в которых приняли участие клиенты и партнеры компании.

\*\*\*

### Вадим Осипов

Родился в 1984 году в Санкт-Петербурге. Окончил Высшую школу менеджмента СПбГУ. Участвовал в развитии семейного бизнеса с конца 1990-х г. Начиная помощ-



ником своего отца Евгения Осипова, основателя группы компаний «Слотекс». Впоследствии занял пост заместителя гендиректора группы «Слотекс». После ухода из жизни отца (в 2010 г.) непосредственно осуществляет оперативное руководство группой компаний «Слотекс». В настоящее время гендиректор АО «Слотекс» (головная компания) и ряда дочерних структур группы.

С осени 2022 года — бенефициарный владелец ООО «Инвест Плюс» — SPV-компании (от англ. Special purpose vehicle, SPV), созданной для заключения сделки по покупке ООО «ИКЕА Индастри Новгород».

**Завод по производству ДСП/ЛДСП** в Подберезье (Новгородская область) группа Pfleiderer начала строить в 2004 году. Предприятие введено в эксплуатацию в 2006 году, линия ламинирования — в 2008-м. В 2013 этот актив был приобретен IKEA Industry.

Производство ДСП и ЛДСП, в том числе влагостойкой. Производственные мощности позволяют производить шлифованной ДСП — более 500 000 м<sup>3</sup>, ламинировать — 17,8 млн м<sup>2</sup>.

*Светлана Ширяева*





**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](http://www.bazisssoft.ru)



# ЦИФРОВОЙ МЕБЕЛЬНЫЙ ФОРУМ-2023



ЦИФРОВОЙ  
МЕБЕЛЬНЫЙ  
ФОРУМ  
МОСКВА 2023

**ЦМФ-2023** — современные решения для уверенного будущего вашего производства!

**ЦМФ-2023** — это глобальное индустриальное событие, где каждый производитель мебели найдет единомышленников, идеи для оптимизации и развития бизнеса, опорных партнеров, надежных поставщиков и разработчиков для уверенного будущего производства.

- Мировые премьеры новинок оборудования
- Линии и роботизированные ячейки
- Цифровое производство: БАЗИС — от точки продаж до упаковки
- Экспозиция ТОП-маркетплейсов
- Профессиональное образование для мебельных предприятий
- Опыт мировых лидеров и экспертов рынка
- Прямая связь с представителями заводов-изготовителей
- Насыщенная актуальная деловая программа
- Демонстрации новинок в работе!

## ГРАНДИОЗНЫЙ МАСШТАБ МЕРОПРИЯТИЯ В РОССИИ



**PRAKTIKA**  
ЦЕНТР ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

4-7 июля в пав. №3 будет проходить обучение наладчиков-операторов от центра PRAKTIKA

Для зарегистрированных на ЦМФ участников будет предоставляться **скидка 15%**

Не упустите возможность пройти обучение на действующем современном высокотехнологичном оборудовании в рамках грандиозного мероприятия!

Запись по телефонам **89251310351** и **84955326804**

[www.praktika.best](http://www.praktika.best)

## ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

**4 июля**

Всероссийская конференция производителей мебели

Система БАЗИС как основа цифрового мебельного предприятия. Продажи. Дизайн. Производство. Управление. Образование.

**6 июля**

Маркетплейсы и интернет-магазины в мебельном бизнесе

**5 июля**

Российский мебельный бизнес в меняющемся мире



**ПРОГРАММА**

4-7 июля

г. Москва

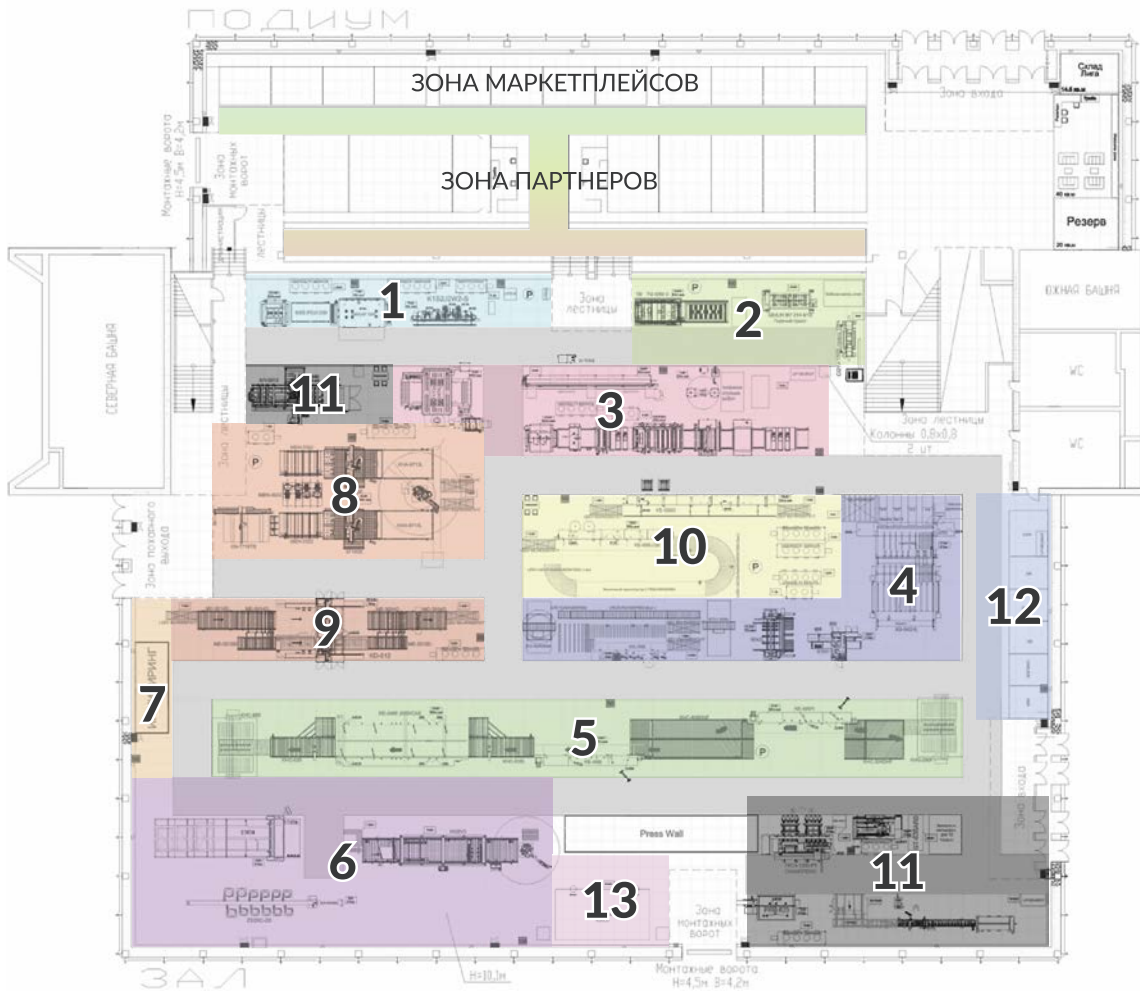
ЦВК «Экспоцентр»

павильон №3



# ЭКСПОЗИЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ

Схема зала



- |   |  |
|---|--|
| <b>1</b> Участок шлифования                     | <b>8</b> Роботизированная нестинг-ячейка     |
| <b>2</b> Прессование. Облицовка фасадов         | <b>9</b> Сверлильно-присадочная линия        |
| <b>3</b> Покраска и текстурирование             | <b>10</b> Идеальные кромки                   |
| <b>4</b> Сетевое производство                   | <b>11</b> Обработка массива                  |
| <b>5</b> 4-х сторонняя линия облицовки кромок   | <b>12</b> Инструменты и расходные материалы  |
| <b>6</b> Фасовка фурнитуры и упаковка продукции | <b>13</b> Централизованная система аспирации |
| <b>7</b> Инжиниринг и программное обеспечение   |  |



**5000+**  
м<sup>2</sup> возможностей

**1500+**  
посетителей в 2022 г.

**50+**  
станков в работе

**30+**  
партнёров-участников

**10**  
производственных  
участков

**3**  
автоматизированные  
линии

**3**  
роботизированные  
ячейки

**3**  
дня деловой  
программы

Организаторы:



Официальный партнёр:



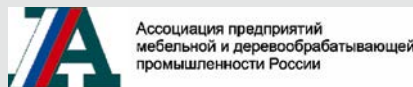
Генеральный партнёр:



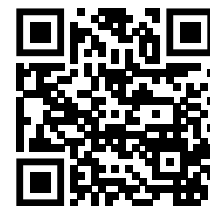
Генеральный информационный партнёр:



При поддержке:



Партнёры:



РЕГИСТРАЦИЯ

# «КЗ-МЕБЕЛЬ». МЫСЛИТЬ НЕ ПРОБЛЕМАМИ, А ВОЗМОЖНОСТЯМИ

**Какова одна из вечных целей, к которой стремится любой предприниматель? Кроме увеличения чистой прибыли, это, конечно, максимальное снижение влияния человеческого фактора и, соответственно, числа брака на производстве. В достижении этой цели помогают автоматизированные линии, станки с ЧПУ и современное программное обеспечение. О последнем и пойдет речь в нашей статье.**



## «КЗ-МЕБЕЛЬ» — ВАШ ДРУГ И ПОМОЩНИК

Программа «КЗ-Мебель» существует уже 25 лет. За это время многие мебельщики доверили ей свой бизнес. Все они отмечают, что с «приходом» на их предприятие программы производительность труда повысилась на 20-30%; значительно сократился брак (конкретных цифр нет, но практически до нуля); время обработки заказов уменьшилось в десятки раз; достигнута значительная экономия материалов; продукция стала более конкурентоспособной и многое другое.

## ПРОЕКТИРУЙТЕ БЫСТРО И БЕЗ ОШИБОК!

Конструировать в «КЗ-Мебель» просто, быстро и ... безопасно. Программа многое умеет делать автоматически. В примитивных программках для мебельщиков после расстановки панелей придётся их отдельно закроить, закрепить, может, и петли на фасады нужно будет ставить вручную. В «КЗ-Мебель» с подобными проблемами сталкиваться не придётся. Многие операции, которые приходится делать часто, максимально автоматизированы, а широкий набор настроек позволит приспособить программу под самые разные нужды проектирования и производства.

В мебели есть элементы, которые входят в состав чуть ли не каждого изделия. Взять хотя бы ящики, разновидностей которых великое множество. И редко так бывает, что первоначально выбранные клиентом ящики или их конфигурация «доживают» до финального варианта проекта. Причины тому самые разные: кто-то хочет сэкономить на комплектующих, кто-то хочет изменить соотношение размеров фасадов. Казалось бы, нужно сделать небольшие, с точки зрения клиента, корректировки, а нет, «наша песня хороша, начинай сначала»: удаляем старые ящики, устанавливаем другие с новым набором параметров, причем, все их новые значе-

ния «забываем» вручную... «Так не должно быть», — скажете Вы и будете совершенно правы. В правильной программе подобные вопросы решаются сиюминутно: изменением параметров уже установленных ящиков в пару кликов.

Возможность работы с полностью параметрическим объектами — уникальная особенность «КЗ-Мебель». В программе можно создавать целые семейства типовых изделий, всего лишь меняя параметры, не прибегая к ручному проектированию. Не менее уникальной возможностью является и то, что расширять ассортимент таких параметрических объектов пользователь может самостоятельно.

## ЗАБУДЬТЕ О НЕТОЧНОСТЯХ В РАСЧЕТАХ!

Программа не даст ошибиться в расчетах, так как источник «снятия мерок» един для всех вычислений. По спроектированной модели изделия автоматически рассчитывается цена, перечисляются все необходимые материалы и комплектующие, указываются размеры и количество панелей, листов ЛДСП и пр., то есть формируется смета заказа. Существует возможность модифицировать алгоритм расчёта стоимости, а также реализовать различные способы вычисления конечной цены для клиента в салоне и для формирования требований на склад предприятия.

## НЕ ВОЛНУЙТЕСЬ ЗА ПРОИЗВОДСТВО!

Даже идеально спроектированное изделие может быть испорчено, если на производстве допущены ошибки. Чтобы такого не произошло, модуль раскроя листовых материалов, входящий в комплекс программ «КЗ-Мебель», создаёт оптимальные карты раскроя и передаёт их на пильные центры, а модуль стыковки со станками с ЧПУ в автоматическом режиме формирует управляющие программы для станков.

В арсенале «КЗ-Мебель» много полезных инструментов, а список достоинств не ограничивается перечисленными в статье. Всех, кто идёт в ногу со временем, приглашаем ознакомиться с онлайн-версией нашей программы на официальном сайте компании [www.k3-mebel.ru](http://www.k3-mebel.ru).



[www.k3mebel.ru](http://www.k3mebel.ru)  
[sale@k3info.ru](mailto:sale@k3info.ru)  
8 (800) 3504248  
8 (831) 4352539



**КЛЕЕВАЯ И  
ЛАКОКРАСОЧНАЯ  
ПРОДУКЦИЯ**

*Краски Лаки Клеи*

# КЛЕЙ ДЛЯ КРОМКООБЛИЦОВОЧНОГО СТАНКА: PUR VS EVA

**В кромкооблицовывании применяют два основных, принципиально разных типа клея: обратимый (EVA) и необратимый (PUR). Второй вариант вошел в моду относительно недавно, и с ним связано гораздо больше мифов, чем с «классическим» этиленвинилацетатным клеем. Но даже применение EVA не сводится к «засыпал — и работай», увы, но есть нюансы, которые стоит учитывать операторам станков и даже технологам производств.**



В этой статье о клеях для кромкооблицовочных станков расскажут специалисты компаний, которые производят и поставляют клеевые составы или мебельное оборудование. Посмотрим, чем клеи на основе EVA и PUR для кромкооблицовки сходны, чем отличаются, в какой форме поставляются, прикинем экономику и расход клея. А в следующих статьях мы поговорим про оборудование для работы с этиленвинилацетатом и полиуретаном, а также послушаем отзывы производителей об особенностях работы с разными клеями.

## КАК РАБОТАЮТ EVA И PUR

Мебельная промышленность для наклеивания кромки использует клеи на основе EVA (этиленвинилацетат), PO (полиолефин) и PUR (полиуретан). Основное различие между ними в том, что EVA и PO относятся к термопластичным клеям, а PUR — к термореактивным.

Термопластичный клей при нагревании размягчается, а при остывании твердеет, причем, этот цикл может повторяться неоднократно. Соответственно, если на клеевой шов EVA попадает, допустим, пар от

чайника, то клей размягчается (при 70–90°C), кромка отлипает от торца, а ДСП получает ударную порцию влаги и разбухает.

**Михаил Козырев, главный технолог службы техподдержки продаж клеевых материалов компании «Арикон ЛК Системы»:** «Когда на EVA попадает пар, он просто повторно расплавляется и перестает обеспечивать герметичность подложки. Сам клей не деградирует и никак с водой не реагирует, он просто размягчается, допустим, стекает ниже и больше не держит кромку. Деградировать начинает уже подложка, ДСП или MDF, куда попадает вода».

Полиолефин крепче, хотя он похож по композиции на EVA, но в его основе другой базовый полимер, благодаря чему клеевой шов выдерживает нагрев свыше 100°C. Соответственно, полиолефин не размягчается под действием пара, и его можно использовать возле духовых шкафов или в горячих помещениях.



**Анастасия Найденова, ведущий специалист отдела продаж «КАМИ-Групп»:** «Полиолефиновые клеи обладают повышенной, по сравнению с EVA, термостойкостью (110–130°C), и обеспечивают прочное склеивание, они не размягчаются

под действием горячего пара, как и PUR, но, в отличие от последнего, для них не нужно специальное оборудование, полиолефинами можно пользоваться на обычном кромкооблицовочном станке. Полиолефин можно оставить в клеевой ванне на месяц, а потом расплавить и продолжить работу. Расход полиолефина примерно такой же, как у ненаполненного EVA и PUR».

В отличие от термопластичных EVA и PO термоактивный PUR химически реагирует с влагой в воздухе (и на поверхности) и твердеет необратимо, превращаясь, по сути, в пластик. Вообще, «реактивный» происходит от латинского reagere — «противодействовать», соответственно, «термоактивный» — дословно, «термоупорный». Если клеевой шов PUR нагревать, то он будет держаться до 150°C, а потом просто разрушится.

**Алексей Клишкин, руководитель проектов по обучению сопровождения программно-технических решений FELDER GROUP RUSSIA:** «Сейчас каждый второй производитель мебели хочет кромить полиуретановым клеем. А знаете, с чем это связано? Это связано с выходом IKEA на рынок Индии пять лет



назад. Тогда большинство мебели, которая производилась в Европе, просто не доезжала до клиентов. Ее перевозили в стальных морских контейнерах, под прямыми солнечными лучами, и температура внутри просто зашкаливала. Соответственно, EVA-клей размягчался, и кромки отклеивались.

Когда IKEA перешла на PUR, это полностью сняло проблему с отпадающей кромкой, так как полиуретан выдерживает нагрев до 150°C, чего в обычных, не лабораторных условиях нам просто не достичь. Соответственно, раз IKEA нужно кромить полиуретаном, то производители оборудования начали разрабатывать станки, а производители клея — более простые в обращении клеевые PUR-составы».



**Ирина Малахова, руководитель отдела продаж расходных материалов компании LIGA:** «У нас стало больше запросов на PUR-клеи, но, возможно, это связано с компаниями, которые занимаются коммерческим раскроем. Они ставят кро-

мочники с PUR и получают новое преимущество: тонкий клеевой шов, стабильность качества приклеивания и отсутствие рекламаций от клиентов».



**Натурные испытания стойкости EVA и PUR к обработке горячим паром, LIGA**

Что касается защиты от прямого попадания воды, то есть зрелищный фокус, когда деталь ЛДСП, закроменную «по кругу», кладут в воду на несколько часов. Сами клеи устойчивы к воде (из EVA вообще делают резиновые сапоги и коврики), но при прочих равных, EVA и PO создают более толстый и «рыхлый» шов, через который вода понемногу просачивается в торец заготовки. Те детали, которые клеили PUR, не разбухают, но для достижения этих выдающихся результатов полиуретан должен полежать 5–7 дней после кромления и набрать прочность.

## ХАРАКТЕРИСТИКИ КЛЕЕВ

Посмотрим на примере EVA-клея, как составы различаются внутри «линеек»: формой поставки, цветом, вязкостью, рабочей температурой и наполненностью.

### Наполненность

Ненаполненный EVA-клей — это клей с минимальным количеством примесей. Он хорошо растекается, отлично удерживает кромку, создает тонкий шов, дает меньше нагара и, соответственно, меньше изнашивает оборудование. Плотность ненаполненного EVA-клея составляет около 0,95 г/куб. см.

Но если производство использует не плотный MDF, а относительно «рыхлую» плиту ЛДСП, то значительная часть ненаполненного клея будет бесполезно проливаться в поры, и расход возрастет катастрофически, особенно если учесть, что ненаполненный клей в полтора-два раза дороже, чем наполненный.



Ненаполненный клей  
«Эргомелт»



Наполненный клей  
«Эргомелт»

Для пористых плит придуман EVA-клей с добавкой наполнителя, условно, мела или талька. Наполнитель повышает вязкость, поэтому клей не «проваливается» в поры торца ЛДСП, и, соответственно, его расход уменьшается. Кроме того, наполнитель позволяет изменить цвет клея. Адгезия наполненного клея ниже, чем у ненаполненного, поскольку там меньше «действующего вещества», но не фатально, к тому же, у него больше «пятно контакта» (т. е. клеевой слой остается на поверхности). Плотность наполненного клея может достигать до 1,6 г/куб. см.

Подвох наполненного клея в том, что в клеевой ванне и на клеевом валу быстрее образуется нагар, из-за чего оборудование приходится чаще чистить и ремонтировать.

Ирина Малахова: «Бывает, что производители жульничают и добавляют больше наполнителя. Допустим, написано 1,3, а по факту — 1,6. То есть клей очень вязкий, он не успевает перетекать на клеевой валик, и в клеевом шве возникают пропуски. И при повышении рабочей температуры наполненный клей все равно не становится жидким. Зато наполнитель, тот самый мел, быстрее нагорает на стенках клеевой ванны, и ее приходится чаще чистить».

Вязкость клея влияет на качество клеевого шва и на то, как быстро клей будет стекать (или подниматься) на клеевой валик.

Михаил Козырев: «Вязкий клей при низкой температуре и большой скорости подачи не будет работать. Если пренебречь инструкцией производителя, поставить нагрев 160–170°C и пытаться работать на большой скорости, то высоковязкий клей просто не будет успевать подниматься по клеенаносящему ролику, по насечкам. На торцах деталей большой толщины, пусть 60 мм, снизу клей будет, а сверху нет. Во-вторых, двигатель клеевого узла будет работать с перегрузкой, поскольку клей слишком густой. Чтобы снизить вязкость, надо повысить температуру и снизить скорость подачи».

Если же клей слишком жидкий, то он будет быстро стекать по ролику и создавать слишком тонкий клеевой слой. В этом случае надо снизить рабочую температуру. Здесь нужно нащупать рабочий диапазон, в котором клей работает и не стекает».

### Рабочая температура

Подбор клея зависит от того, какой диапазон температур доступен кромкооблицовочному станку. Современные станки работают в диапазонах 180–220°C на высокотемпературном клее, а относительно старые — в диапазоне 160–190°C, то есть, им подходит среднетемпературный клей. Ручные кромочники и станки для облицовки криволинейных деталей поддерживают температуру в диапазоне 130–150°C, чтобы кромка не плавилась при малой скорости подачи.

### Дешевый и дорогой клей

Что определяет цену клея, помимо личных амбиций продавца? Тут я предоставляю слово экспертам.

Ирина Малахова: «Покупая дорогой EVA-клей, мебельщик платит за чистоту этого клея. Например,



# DuranteAdesivi®

JOIN US IN EXCELLENCE

Фото предоставлено компанией «Арикон»

клеи из нашей «линейки» не пахнут. При работе станка из клеевой ванны не несетя запаха химии или пластика, сотрудникам не нужно ходить с закрытыми лицами, а владельцам устраивать дополнительную аспирацию. При использовании дешевых EVA-клеев может возникать настолько сильный и едкий запах, что в помещении невозможно находиться».



**Дмитрий Шаламов, руководитель отдела по работе с клиентами компании «Эрготек»:** «EVA — это многосоставная композиция, в которую входят как основа — полимер — так и «агенты липкости» (смолы, эфиры), отвечающие за адгезию.

Цена клея пропорциональна качеству составляющих. Чем чище компоненты, тем, понятно, интенсивность и характер запаха будет ниже. Но вообще, запах — это дело привычки. Допустим, оператор давно работает на каком-то, условно, пахучем клее. Он к нему уже адаптировался и привык. Даже если ему дать попробовать клеи, которые, с точки зрения производителя, будут иметь другой характер запаха и его меньшую интенсивность, оператор будет считать, что этот клей пахнет как-то не так, это очень субъективная история».

Алексей Климин: «Дешевый наполненный клей наносит больше вреда оборудованию, нежели дорогой. Клеевой шов будет в обоих случаях примерно одинаковым по толщине и визуальной видимости, но дешевый клей включает более крупную фракцию наполнителя, мела. Он сильнее загрязняет клеевую ванну станка, что приводит к более частому ее обслуживанию, а нередко и к выходу из строя. В целом, вы экономите на клее, вы экономите на кромке, но, к сожалению, теряете в ресурсе станка. Это можно сравнить с бензином для автомобиля, качественным и некачественным. В принципе, машина поедет на том и на том, но к чему это приведет в перспективе?»

Михаил Козырев: «Дорогие клеи отличаются от дешевых направлением использования. То есть, дорогой EVA-клей — это клей для ручных станков или обрабатывающих центров, у него меньше степень наполнения, чем у клея для проходных автоматических станков. К дорогому клею выше требования: он обязан приклеить кромку при меньшей скорости нанесения».

Конечно, все компоненты качественного клея должны быть измельчены по максимуму, но дело не в этом, дело в количестве и качестве присадок, которые туда добавляют. Наполнение клея — это вовсе не только гидрокарбонат (мел), как зачастую считает обыватель, там и пламегасители, и стабилизаторы плавления, и ряд веществ, формулу которых производители не раскрывают».

### Особенности PUR-клея

Помимо принципа действия, PUR отличается от EVA рабочей температурой клеевой ванны (130-150°C) и тем, что он принципиально не имеет наполнителя типа мела. То есть, по расходу и цене его корректно сравнивать именно с ненаполненным EVA-клеем. Зато у PUR-клея может варьироваться время полимеризации, скорость, с которой он «схватывается». К примеру, влажность воздуха летом в Сочи и зимой в Новосибирске будет значительно отличаться, поэтому и марки клея для этих условий нужны разные.

Мебельщики, которые еще не работали с PUR-клеями для кромкооблицовки, но имеют опыт обращения с монтажной пеной, опасаются, что этот клей также будет лезть во все стороны. Михаил Козырев поясняет, что расширяется жидкий PUR. PUR-расплав просто расплавляется и наносится тонким слоем, благодаря чему его расход примерно в 2–2,5 раза ниже, чем у EVA-расплавов и полиолефинов.

### КАК ПОДБИРАЮТ КЛЕЙ



#### Дмитрий Лещенко, менеджер по продукту «МДМ»:

*«Мы стараемся выяснить у клиента, какой материал он использует, какую кромку, какие параметры клевого шва он хочет получить (к примеру, если это будет мебель для ванной комнаты,*

*то нужен влагостойкий шов). Также уточняем, какой станок у него стоит, с какой скоростью подачи он работает, какова рабочая температура на станке, регулируется она или не регулируется, куда наносится клей — на деталь или на кромку... Все эти факторы мы учитываем, анализируем и подбираем решение из нашего ассортимента клеев Jowat».*

И это не исчерпывающий перечень вопросов, для более тонкой настройки на предприятие может выдвинуться технолог, который въедливо поинтересуется парком оборудования, тем, какой персонал находится на производстве, насколько само производство автоматизировано, обогревается ли помещение, и даже какова средняя длина заготовки (для длинных деталей нужен клей с пониженной вязкостью, который успеет плавиться и наносится на заготовку, пролетающую мимо клеевого узла). В общем, здесь целый опросный лист, которым пользуются в идеальных условиях.

Но в обычной ситуации экспресс-подбора EVA-клея, когда клиент звонит по телефону, неплохо работает «блиц» из трех пунктов.

Анастасия Найденкова: *«В первую очередь, клей подбирается под тип станка: на автоматические линии идут высокотемпературные клеи, на криволинейные ручные станки — низкотемпературные. Потом мы выбираем наполненный или ненаполненный клей и, возможно, варьируем вязкость».*

Эксперты сходятся на том, что если производство отладило техпроцесс наклеивания кромки, и вокруг не происходит ничего экстраординарного (вроде резкого подорожания клея или исчезновения поставщика), то трудно убедить людей хотя бы попробовать другую продукцию, поскольку у них нет мотивов к этому.

А вот если компании хотят зайти в новые ниши (фасады с тонким клеевым швом, кухонная мебель от среднего уровня и выше, лабораторная мебель и т. д.) или снизить количество брака, то они, вероятно, уже морально готовы перейти с EVA на PUR-клей.

Например, EVA-клей не любит как зимних холодов, так и жаркого лета. Если детали после кромления сразу отправляются на доставку в фуре, где под прямыми солнечными лучами температура может превышать 70°C, то клей размягчается, а кромка отслаивается. То есть, неконтролируемый брак возникает уже на этапе транспортировки.

Ирина Малахова: *«Фабрики в южных регионах начинают использовать PUR-клей для того, чтобы можно было сразу же отправить изделие за 200–300 километров по жаре к конечному заказчику. Естественно, PUR-клей более температуростойкий, он выдерживает этот нагрев».*

### ФАСОВКА И РАСХОД

EVA-клей преимущественно выпускают в виде гранул, расфасованных в мешки по 20 или 25 кг. Главное преимущество гранул — это удобство дозирования, их просто загребают из мешка и высыпают в клеянку. Еще часть объема EVA-клея приходится на специальные картриджи для станков Holz-Her с клеевым узлом собственной разработки. Поскольку EVA-клей не реагирует с воздухом, то особых требований к его хранению и транспортировке нет (в пределах разумного).

С полиуретаном ситуация сложнее, поскольку на воздухе он отверждается. Если герметичная упаковка, в которой его поставляют, вскрыта или нарушена при перевозке, то клей начинает потихоньку полимеризоваться. В нагретой клеевой ванночке этот процесс, конечно, происходит еще быстрее, но современные составы выдерживают 3 дня до полной полимеризации





### Гранулированный EVA-клей в фасовке 25 кг

(при нормальных условиях). Конечно, никакой речи о легендарном часе, за который PUR превращается в камень, уже давно не идет.

PUR поставляют преимущественно в виде картриджей, которые различаются весом и размером в диапазоне от 0,2 до 200 кг. PUR варят в реакторе и в жидком виде, в инертной атмосфере разливают по картриджам, либо прямо в плотные фольгированные пакеты, которые тут же герметизируют. Для дополнительной защиты картриджи помещают в картонную или жестяную упаковку.



PUR-расплав в виде картриджа

PUR-расплав в виде гранул

Фото предоставлены «МДМ»

Гранулированный PUR требует особенно трепетного отношения, поскольку при контакте с воздухом начинается полимеризация каждого «зерна», и в целом она идет гораздо быстрее, чем отдельно взятого картриджа. Поэтому компания Jowat предлагает гранулированный PUR в металлических банках фасовкой 0,5–0,6 кг, что исключает повреждение при транспортировке и дает возможность использовать весь клей за один раз.

Ирина Малахова: «Мы высчитали объем клея, которого хватает на то, чтобы закрывать кухню, и предлагаем PUR в фасовке 320 граммов. Клиент запускает станок, закидывает в клеевую ванну маленький брикет, работает, потом прогоняет через систему очиститель — и все.

Мы накапливаем статистику по расходу клея. В технической документации показывают расход клея на квадратный метр, но клиентам трудно эти цифры перевести в погонные метры, поэтому мы отталкиваемся от того, что большая часть производителей работает с кромкой шириной 19 мм. Тогда расход самого наполненного EVA-клея можно оценить в 4,3–4,5 г/м. Расход PUR значительно ниже, около 2,2–2,4 г/м (усредненно, 240 и 130 г/кв. м., соответственно)».

Разные компании дают немного «плавающие» цифры по расходу клеев, и это совершенно нормально, потому что приходится усреднять данные по многим переменным.



### Андрей Евшинцев, генеральный директор Altendorf Competence Center в России:

«Средний расход EVA-клея находится в диапазоне 210–230 г/кв. м., а PUR 140–160 г/кв. м. Это, конечно, условные цифры, т.к. на расход клея будут влиять разные факторы: рых-

лость материала, наполненный клей или не наполненный (расход клея без наполнителя меньше, т.к. адгезия лучше, и клея требуется меньше), настройки нанесения количества клея на заготовку (больше/меньше), в каком состоянии клеевая ванна (использование наполненного клея приводит к более быстрому образованию нагара, что также может увеличить расход клея)».

### ОЧИСТКА И ОЧИСТИТЕЛИ

Если станок работает с EVA-клеем низкого качества, с большим количеством наполнителя, то клеевая ванна будет быстро засоряться. Остатки старого клея пригорают к стенкам, ухудшают теплопередачу, пере-



Фото предоставлено «МДМ»

мешиваются с новым клеем и снижают его клеящие свойства. В этом случае рекомендуют раз в 2–4 недели проводить очистку клеевой ванны.

Дмитрий Лещенко: «У Jowat есть несколько видов очистителей. Холодный очиститель — это специальный раствор, который помогает снять приклеивший клей. Мы демонтируем клеевую ванну и помещаем ее на 8–10 часов в очиститель. Остатки клеевой массы легко снимаются тряпкой или шпателем.

Второй способ — горячий. Применяется для оперативной очистки. Мы ничего не демонтируем со станка, а просто засыпаем гранулированный очиститель в клеевую ванну. Расплавляем чистящее средство и прогоняем его через клеевую систему, а остатки сливаем.

Для PUR-клеев также используется гранулированный очиститель, который механически вытесняет жидкий клей из клеевой системы. Если на станке есть система слива, то процесс очистки проходит в автоматическом режиме, смесь сливается в специальный бачок. Очиститель Jowat, который мы поставляем, имеет красный цвет, и очень наглядно видно, что происходит, когда мы начинаем сливать клей: сначала выходит масса белого цвета, затем смесь меняет цвет на розовый и постепенно становится насыщенно-красной. Это означает, что в системе не осталось клея, и можно засыпать новый, либо консервировать, оставить на выходные. Вся процедура от начала до конца может занимать 20–30 минут».

## ЭКОНОМИКА

Анастасия Найденова: «Давайте посчитаем на примере турецкого клея, который мы поставляем под брендом Filato. 25-килограммовый мешок наполненного EVA-расплава стоит около 6–7 тысяч рублей,

а 20-килограммовый мешок ненаполненного EVA — 11 тысяч рублей. Соответственно, цена наполненного EVA-клея — 280 руб./кг, а ненаполненного EVA — 550 руб./кг. При этом полиолефин стоит около 50–600 руб./кг, а PUR примерно 1300 руб./кг. То есть, если принять за единицу цену наполненного EVA-клея, то, условно, полиолефин будет в 2, а полиуретан в 5 раз дороже. Но нужно учитывать, что PUR почти в 2 раза экономичнее EVA, при этом у него совершенно другие свойства шва в том, что касается термостойкости, влагостойкости и высокого качества приклеивания.

Если затронуть тему очистки станка после PUR, то на эту операцию уходит примерно килограмм очистителя. Соответственно, мешка в 20 кг хватит на месяц, это обойдется примерно в 14 тысяч рублей».

## ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОСТАВЩИКИ

На данный момент на рынке РФ ситуация с клеями для кромкооблицовывания следующая: доля европейских клеев уменьшилась, зато растет объем поставок из Турции, Китай поставляет PUR, а отечественные производители клеев не делают особой ставки на нишу клеев для кромки, хотя производства расплавов в России есть. В перспективе могут начаться поставки EVA из Китая, говорят, что тамошние производители совершили технологический рывок и нынче выпускают уже вполне достойный продукт.

Логично предположить, что производителей клея в той же Турции много, и не все одинаково полезны. Отечественные поставщики это понимают, и стараются работать с теми, кто проводит собственные исследования и разрабатывают новые продукты, т. е. обладают хорошей научной и производственной базой.

Анастасия Найденова: «Немецкий клей считается эталоном качества, и часть наших клиентов принципиально выбирает, например, Follmann или Jowat, поэтому мы поставляем всю линейку клеев: EVA, полиолефины, PUR. Но в связи с нестабильностью, с санкциями, ограничениями поставок, многие компании начали пробовать альтернативу, турецкую продукцию. Поскольку она не уступает по качеству немецким брендам, а по цене намного интереснее, то Турция набирает все большие обороты. Единственное ограничение — у них нет в ассортименте PUR».

Михаил Козырев: «Мы поставляем и EVA, и PUR, и полиолефиновые клеи. Я считаю, что наша продукция отличается от продукции китайских и турецких производителей стабильностью качества. Бывает, что их клей что-то клеит, а что-то не клеит. Быва-

ет и наоборот, когда качество их клеев даже лучше, чем ожидалось, но это не всегда в плюс: допустим, клей схватывается быстрее, а клиент к этому не готов. Итальянский клей-расплав DuranteAdesivi, который мы поставляем на российский рынок, клеит все и ведет себя одинаково сейчас, и год назад, и десять лет назад. То есть, работнику не нужно перенастраивать оборудование, когда он открывает новый мешок клея».

Дмитрий Шаламов: «Отечественных производителей клея-расплава на рынке РФ крайне мало. Есть импортные производители, которые имеют свои заводы и позиционируют себя как российские компании с европейскими корнями. Часто встречается, что компании-ритейлеры привозят импортные клеи,



Фото предоставлено «МДМ»

переклассифицируют их и реализуют под своей торговой маркой. Наше производство находится в Перми, желаящим мы можем его показать. Кроме того, в нашей лаборатории можем разработать продукт под требования клиента.

Мы выпускаем клеи-расплавы с 2008 года, и у нас есть марки клея, которые уже много лет сохраняют одно и то же качество. Есть предприятия, где технолог практически не подходит к кромочнику, там только оператор немного подкручивает настройки в зависимости от сезона и температуры окружающей среды».

Дмитрий Лещенко: «Что касается новинок, перспективных клеевых составов, то в данный момент у европейских производителей нет предложения, востребованного на российском рынке. Для примера, в Германии на уровне государства был выпущен закон, что компании должны использовать вторичное сы-

рье в своем производстве. Компания Jowat участвует в этой программе и ставит технологам задачу внедрить в клеи вторсырье, но не потерять в качестве. И технологи эту задачу выполняют, условно, четверть состава может приходиться на материалы вторичной переработки. Но для России это пока мало актуально, потому что у нас на первом месте остается цена выпущенного погонного метра, и уже во вторую очередь мы думаем об экологических вопросах. У нас есть много других задач, которые нужно решить, прежде чем мы дойдем до этой».

\*\*\*

Тема клеев для кромкооблицовки получилась неожиданно объемной, поэтому мы разделили информацию на три публикации. В первой мы рассмотрели, можно сказать, теорию клеев. Клеи на основе EVA и полиолефина — термопластичные, они размягчаются под действием высоких температур и твердеют при остывании. Клей на основе PUR реагирует с влагой воздуха и твердеет необратимо. Поэтому в суровых условиях эксплуатации полиуретан предпочтительнее. Кроме того, PUR-составы становятся все дружелюбнее к пользователю, при соблюдении некоторых правил, их можно держать в клеевой ванночке до 72 часов. Однако, каждый клей рассчитан на свою задачу, и EVA отлично справляется с кромлением корпусной мебели для обычных помещений.

При настройке кромкооблицовывания нужно отталкиваться от условий задачи: какой нужен шов (толщина, цвет, влагостойкость), на какой материал будет наклеиваться кромка (для рыхлого ЛДСП лучше подойдет наполненный состав, а для плотного MDF — ненаполненный), с какой скоростью подачи будет работать станок, в каком диапазоне регулируется температура на станке и тому подобное. Такой подход гораздо эффективнее, нежели попытки заставить работать какой-то произвольный клеевой состав. В общем, лучше день потерять, зато потом подходить к кромочнику только клей засыпать. К слову, количество засыпаемого клея можно примерно оценить в 4,4 грамма наполненного EVA на погонный метр кромки 19 мм и 2,3 грамма для PUR соответственно.

В следующих публикациях мы перейдем от теории к практике: уточним у экспертов, можно ли пользоваться PUR-клеем на кромкооблицовочном станке, рассчитанном на EVA; внимательно посмотрим на сами клеевые узлы; выясним, какие очевидные ошибки чаще всего допускают операторы кромочников и получим отзывы от пользователей разных клеев и разных станков.

Николай Фефер

# ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР ПРОДУКЦИИ **KB** В РОССИИ



**Kb (Kemal basaran) — турецкий производитель:**

- На рынке — более 30 лет
- Собственное производство 6500 кв.м
- Экспорт продукции в 13 стран мира

- Абразивные материалы разных конфигураций и размеров
- Полировальные пасты
- Пневматический инструмент



**ООО «ЕВРОСТИЛЬ»**  
г. Ростов-на-Дону,  
ул. Вити Черевичкина, 101  
тел. +7 (863) 333-01-01

**ФИЛИАЛЫ** Московская обл.,  
г. Балашиха, микрорайон  
Первое Мая, 21А  
тел. +7 (495) 137-79-49

г. Краснодар,  
пос. Пригородный,  
ул. Победы 40  
тел. +7 (989) 123-30-30

г. Кузнецк,  
ул. Пензенская, 130А  
+7 (928) 129-08-59

г. Ульяновск, проспект  
Созидателей, 27, ст.1  
+7 (928) 150-97-88



**ПРОИЗВОДСТВО ФРЕЗ  
ДЛЯ ДЕРЕВООБРАБОТКИ**

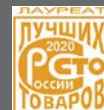
## ИНСТРУМЕНТ УСПЕХА!

- **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



Россия, Владимирская обл., г.Муром, ул. Энергетиков, д. 1-Б  
Тел.: +7(49234)34647, моб.: +7 (920) 9201215 (WhatsApp, Viber)

[www.elsifr.ru](http://www.elsifr.ru)





# ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

*Стили Дизайнеры Тренды  
Интерьеры*

# «ДИЗАЙН — ЭТО ПРО УДОБСТВО»

Крупнейшая мебельная выставка Salone del Mobile Milano прошла с 18 по 23 апреля 2023 года. Одно из самых значимых событий в мебельной индустрии проходит ежегодно, и на пять дней Salone становится площадкой для демонстрации последних тенденций и новинок в области мебельного дизайна и дизайна интерьера. Миланский мебельный салон с порядковым номером 61 собрал без малого 310 тысяч посетителей из 181 стран мира, пришедших полюбоваться на 2000 экспонентов.



**Владимир Москаленко**

Понятно, что даже простое созерцание двух тысяч стендов по одной минуте займет как раз 5 дней, поэтому необходимо обращаться к специалистам, которые знают, на что стоит обращать внимание, а мимо чего можно пройти. Нашим проводником сегодня станет **Владимир Москаленко — эксперт в области мебели, сантехники и интерьеров, основатель интерьерной компании «Аквариус»**. Он познакомит нас с основными трендами на Миланском салоне, просто и наглядно объяснит, откуда они берутся и как преобразовываются, расскажет, почему мода на интерьеры не меняется моментально, и чем отличаются российский и европейский подходы к дизайну.

## **Какие тенденции вы наблюдали на этой выставке, что увидели нового или неожиданного?**

Ничего глобально нового не было, потому что все не меняется по щелчку: сегодня в моде зеленое, завтра — синее. Продолжается тема устойчивого развития и всего, что вокруг него: recycle, безопасность, биоматериалы, биопластики. Если натуральный материал, например, дерево, то это не срубленное в диком лесу, а культивируемое, ответственно выращенное дерево. Но это уже не тренд, а скорее норма.

Преобладают округлые биофильные формы, но и они тоже не вчера появились, это отсылка к модер-

низму, который, в свою очередь, сам стал реакцией дизайн-сообщества на эпоху глобальных изменений, в которой мы живем года, наверное, с 2018.

Если говорить не о дизайне мебели, а о дизайне интерьера, то на многих стендах в экспозиции использовали смесь и стилей, и региональных эстетик. На этот эклектичный подход стоит обратить внимание, потому что интерьеры выглядят живыми. В чем проблема многих современных, вновь создаваемых интерьеров? В том, что они искусственные: вот ничего не было, а вот мы взяли и занесли все новенькое. А ведь живой интерьер развивается, как-то трансформируется — он как бы многослойный. Комод достался от бабушки, этот диван прикупили тогда-то, этот тогда-то, тут какой-то арт, там какой-то декор — все это попадает в интерьер не сразу. Даже рафинированный интерьер, который создали для картинке в журнале, через год выглядит уже по-другому. Люди в нем живут, что-то меняют, а что-то оставляют.

Я к тому, что гарнитурность — уже достаточно давно дурной тон, и многие стенды и именитые производители используют именно эклектичный подход, когда вещи, немного разные по стилистике, из разных эпох, из разных регионов соединяются в единое и выглядят очень живо. В определенной степени это можно назвать особенностью этого салона.





Второе — цвет. Цвет в дизайне меняется быстрее всего: в этом году один, в следующем — другой. Кроме того, невозможно постоянно создавать новые предметы, зато можно обновлять их цвет, фактуру, обивку, отделку. Мы берем одну и ту же модель, красим сегодня в матовый лак, завтра в металлик, послезавтра в высокий глянец, потом, допустим, делаем шпон. То же самое касается и мягкой мебели — сделали другую обивку и получили совершенно другой предмет.

На Миланском салоне демонстрировали достаточно широкую палитру, но ярко звучали оттенки розового, охры, сложные пастельные оттенки: если, к примеру, желтый, то не лимонный, а песочно-охристый. Очень популярна терракота, ее много и в мебели, и, допустим, в плитке, это такой highlight [основной момент]. Природная гамма остается актуальной, но она тоже развивается, добавляются новые нюансы. Условно, если в 2021 году цветом года был шалфеевый, это не буквально зеленый, а зелено-серый, то в этом году больше розово-сиреневая гамма с добавлением глиняных оттенков.

Вообще, буквальных цветов мало. Хотя тот же Baxter выдал целую экспозицию ультрамарина, а Cassina сделала культовый диван Maralunga в цвете любимых носков его создателя Vico Magistretti — оранжевом. Но это не тренд, а скорее, авторский почерк.

Трендом можно назвать переиздание исторических дизайнов, но, во-первых, из современных материалов, а во-вторых, с современными подходами к эргономике. Это звучит банально, но комфорт все-таки превалирует над эстетикой, не отменяет ее, но балансирует. Например, в прошлом году Poltrona Frau переиздали диван Ouverture, созданный Пьерлуиджи Черри в 1982 году. Его не просто сделали заново в новой обивке, а увеличили пропорции процентов





на двадцать. За это время изменились и объемы помещений, и представления о комфорте сидения, поэтому, если просто взять и переделать исторический предмет, он будет красивым, но не очень удобным.

Третье — материалы. Глобальный пережиток пандемических ограничений — это тактильные характеристики материалов. Нельзя сказать, что это какое-то единое направление, но очевидно, что очень важно, какие ощущения будет дарить материал при физическом взаимодействии: глубокие фактурные обивки, сатин пластика или деревянной отделки, брашированные поверхности и так далее.

**На ваш взгляд, почему европейские дизайнерские веяния приходят к нам с большой задержкой?**

Я бы не сказал, что между нами пропасть, что там что-то появляется, и только через три года доходит до нас. Нет, в плане дизайна мы довольно гибко реагируем на изменения в мировом контексте. Но вопрос в том, до кого это доходит, и эта ситуация не уникально-российская, она всеобщая.

Представьте график принятия инноваций — это стандартное распределение в виде колокола. Сначала 10% — это пионеры, инноваторы. Потом идет общее большинство прогрессивных, общее большинство ретроградов, ну и совсем консерваторы. Те, кто занимается дизайном, мы все в этих первых 10%. Поэтому нам и кажется, что мы это уже видели, а к основным слоям населения это приходит года через два.

Тут еще такой момент, что интерьеры, особенно в России, создаются долго. Сегодня я съездил на выставку, что-то увидел. Дальше идет нормальная деловая практика: пока вещь запускается в серию, пока заказывается на экспозиции, пока приезжает сюда, проходит, по-хорошему, полгода.

Потом приходит дизайнер, которому всегда хочется чего-то нового, он эту модель присмотрел. Затем, в течение еще условного полугода, у него появляется клиент, которому это должно подойти, и начинается







вы думаете, что европейские интерьеры приехали в Милан в апреле, а в июле уже будут в реализованных проектах по всей Европе — нет, не будут.

**Можете дать совет нашим мебельщикам? Допустим, вы увидели что-то интересное и знаете, что у нас на рынке этого нет.**

Не скажу, что я увидел такое, чего у нас нет. Но отмечу, что, в среднем, есть принципиальное отличие между тем, как дизайн понимают ведущие европейские производители и российские производители.

У нас дизайн — это эстетика нового. «Это уже было, давайте сделаем что-нибудь другое». Покрасим в зеленый, вместо квадратных ручек поставим треугольные, заменим один камень на другой. Все решения диктуются стремлением удивить, отличаться, идет какая-то игра, а это не про дизайн.

Дизайн — это же не только про красоту, это еще про функцию, про удобство, про новое качество жизни. И вот этому наши производители, по крайней мере, с которыми я сталкивался, уделяют мало внимания. А стоит подумать над тем, чтобы создать новое качество продукта, решить какой-то вопрос: вопрос удобства, вопрос долговечности, вопрос безопасности, вопрос бюджета в конце концов. А вопрос удивить стоит у небольшого числа людей.

реализация проекта. В общем, от подиума до появления в проекте — это, как ни крути, года два.

Еще нужно понимать, что в этом примере сошлись и дизайнер-инноватор, и клиент, который согласился на достаточно новаторскую вещь. А клиент может быть не из прогрессивного, а из консервативного большинства, и тогда он скажет: слушайте, это как-то слишком модно, давайте что-то более разумное.

Соответственно, новые вещи в интерьерах мы видим через несколько лет просто потому, что основная масса потребителей их принимает достаточно долго. Этим и объясняется длина трендов, не может быть такого, что сегодня все кругленькое, а завтра все квадратненькое, потому что оно просто не будет успевать попадать в интерьер. Интерьеры живут гораздо дольше, чем fashion, тут нет такого, что диван, кровать или тумба, которые сделали год назад, уже не актуальны. В ассортименте компаний успешные предметы живут не меньше десяти лет, а те, которые становятся классикой дизайна, могут жить сколько угодно.

То есть, нет никаких препятствий для того, чтобы интерьеры, представленные на нынешней Миланской выставке, появились у нас. Здесь нет каких-то национальных особенностей, так происходит везде. Если





К примеру, столяры мне говорят, что могут сделать одно и то же изделие в трех ценовых категориях: из МДФ, из массива или из их комбинации. Спрашиваю, а в чем разница? Отвечают, что в цене. А в чем-то еще, например, в безопасности, в долговечности? Нет. Но если нет принципиальной разницы, то зачем делать из массива?

Я не говорю, что нужно делать дешево. Я говорю о том, что изделиям из массива не хватает сторителлинга. Это еще одно принципиальное отличие наших мебельщиков от европейских. Там, когда ты приходишь, тебе рассказывают целую историю: почему это сделано именно так, где находятся корни, откуда взялся этот тренд, и ответом на что стал этот предмет. Вот этого нашим мебельщикам не хватает.

#### **Чем обусловлен выбор компаний для ваших обзоров?**

Когда я приезжаю на выставку, то целенаправленно иду к определенным людям, заодно просматриваю, что

попадает на глаза. Я уже давно не смотрю выставку «от корки до корки». Я не ретроград, я открыт новому, но иду к компаниям, которые я знаю и понимаю, и рассказываю о них. Интересно смотреть, как они развиваются. Если ты смотришь на лидеров, на их развитие, то общую картину мира можешь себе представить.

И в итальянской, и в международной мебельной индустрии есть разные градации. Есть лидеры и создатели трендов, есть ранние последователи, есть какое-то среднее большинство.

Но зачем смотреть на среднее большинство? У них те же самые проблемы, что на российском рынке, они точно так же не понимают, почему вещи делают именно так. У них нет сторителлинга, нет развития, зато есть очень простой нарратив: мы сделали дешевле, чем Cassina.

А почему вы сделали дешевле? Вопрос же не в том, что Cassina дорогая, потому что они все буржуи. Ну,

в определенной степени и в этом, но у Cassina есть отдел разработок, у Cassina есть маркетинг, Cassina разрабатывает модели, приглашая серьезных дизайнеров. Это все инвестиции, и это, естественно, отражается на цене точно так же, как и высокое качество производства и автоматизации, ответственное производство и использование премиальных материалов.

А потом какой-нибудь итальянский архаровец приходит в шоурум Cassina, фотографирует и срисовывает. Ему не нужно платить дизайнерам, он не вкладывается в маркетинг и в исследования. Где-то он закрывает глаза на не очень экологичные решения, берет материалы попроще и получает предмет не такой же, но похожий, зато дешевле.

В свое время очень хороший пример привел один немецкий дизайнер, он говорил: «Мы придумываем дизайн, а потом придумываем технологию, как это изготовить. А большинство производителей берут дизайн и адаптируют его под возможности своего производства». Это принципиально разные подходы, это дает принципиально разные результаты, и это, естественно, отражается и на цене.



\*\*\*

Миланский мебельный салон 2023 года не продемонстрировал каких-то прорывных изменений в подходе к дизайну, он продолжил и аккуратно развил тенденции предыдущих лет: устойчивое развитие, натуральность, округлые формы мебели и смягченные, смешанные цвета. Эксперт отмечает тренд на перевыпуск исторических дизайнов, когда классические модели делают из современных материалов и в соответствии с современными представлениями об эргономике.

По оценке Владимира Москаленко, между Россией и Европой нет «культурной пропасти», наоборот, отечественные дизайнеры очень чутко реагируют на инновации. Другой вопрос, что в любой стране временной зазор между первой демонстрацией предмета и появлением его в жилом интерьере составляет несколько лет. Это обусловлено отчасти требованиями производства, отчасти логистикой, отчасти смелостью дизайнеров и их клиентов. А вот российским производителям мебели стоит больше внимания обратить на потребности заказчиков: удобство, долговечность, безопасность мебели не менее важны, чем дизайн и бюджет.

**Беседовал Иван Романов**

## АННА МАРИЯ ОФСТЕДАЛЬ ЭНГ СОЗДАЕТ СКУЛЬПТУРНЫЙ АЛЮМИНИЕВЫЙ СТОЛ ДЛЯ FERM LIVING

**Датский бренд товаров для дома Ferm Living в партнерстве с норвежским дизайнером Анной Марией Офстедадь Энг создал волнообразный алюминиевый стол, который дебютировал на фестивале 3 Days of Design.**

Стол Dal, который также можно использовать в качестве скамейки, изначально был вырезан из дерева компанией Øfstedal Eng, но теперь он изготавливается из переработанного алюминия методом литья в песчаные формы.

Форма стола, который был представлен в выставочном зале Ferm Living в Копенгагене Анной Марией Офстедадь Энг и основательницей Ferm Living Триной Андерсен, была создана на склоне горы в долине Гудбрандсдален в Норвегии.

«Я часто беру органические силуэты и формы, которые видела в природе, и которые меня очаровывают, — сказала Офстедадь Энг. — Я использую природу как источник вдохновения для всей своей работы, и однажды я была в поездке в горы, и через них проходила почти органическая пещера. Я была загорелая, поэтому я хотела запечатлеть это и превратить во что-то функциональное».



«Это предмет мебели или искусство? Мы, конечно, коммерческая компания, создающая функциональные предметы, но мы любим добавлять слой чего-то некоммерческого, что-то, что должно вызывать эмоции или задавать вопросы. Вопрос», — сказал Андерсен.

«Мы очень вдохновлены тем, где встречаются дизайн и искусство», — добавила она.

Фотография черного алюминиевого стола от Ferm Living и Анны Марии Офстедадь Энг в воде

Анна Мария Офстедадь Энг использует органические формы для создания своих дизайнов.

По словам Тины Андерсен, стол был сделан из алюминия, чтобы сделать его более «технологичным», поскольку этот материал делает мебель подходящей как для внутреннего, так и для наружного использования.

«Мы считаем, что этот материал хорошо подходит для выражения, потому что он имеет немного шероховатости, которую, я думаю, мы испытываем в природе, а также, поскольку он прошел пескоструйную

обработку, его текстура не просто плоская и гладкая», — сказала она.

В Индии он отлит из трех частей. «Мы выбираем производство там, где есть сырье и где есть ручная работа, — объяснила г-жа Андерсен. Мы очень зависим от квалифицированных производств, которые принадлежат семье из поколения в поколение».

«У нас одинаковые взгляды на работу с ответственными материалами, работу с органическими формами и тактильными ощущениями», — добавила Андерсен.



## СТУЛ Plier от OIKO DESIGN OFFICE для DIABLA



**Стул Plier, разработанный Oïko Design, выполнен из четырёх согнутых алюминиевых полосок в порошковой окраске, образующих сиденье и спинку. Основной является перекрестье изогнутых трубок, образующих ножки.**

Plier поставляется в различных ярких и нейтральных оттенках.

Diabla стремилась создать неподвластный времени, но прочный стул, который можно было бы использовать в общественных и частных помещениях как внутри, так и на улице.

«Plier был задуман как небольшой, штабелируемый, изготовленный из одного материала, пригодный для вторичной переработки, прочный и повседневный стул, который можно было бы производить без использования пресс-форм и без какого-либо сложного промышленного процесса», — говорится в сообщении бренда.

Plier легко перемещается и устойчив к атмосферным воздействиям, что позволяет пользователям сидеть и наслаждаться уникальными видами на открытом воздухе, такими как предложенное японской архитектурной студией Kengo Kuma дополнение к собору Святого Мориса в Анже, Франция. Пристройка представляет собой колоннаду из концентрических каменных арок.

Plier выпускается в игривой розовой и красной отделке, а также в нейтральных тонах, таких как белый, серый, антрацит, песочный и бронзовый.

## УЛИЧНЫЙ ДИВАН SONGOLOLO ОТ ХОДЕЙН МАРТИН

**Южноафриканский дизайнер Холдейн Мартин создал Songololo, модульный уличный диван, которому пользователи могут придавать изогнутые формы.**

Каждый диван Songololo состоит из модульных секций, которые выполнены из алюминиевой ножки и изогнутого мягкого сиденья.

Эти секции объединяются, чтобы создать длинный диван, который можно изгибать в разные формы.

«Гибкий и утонченный Songololo приобретает чувственные, очерченные формы, превращаясь в культовый центральный элемент в любом пространстве, в помещении или на улице, — сказал Холдейн. — Вдохновленный ползучестью природы, диван Songololo имеет множество ножек, которые могут скручиваться, формироваться и видоизменяться в виде кривых и прямых линий».

Пользователи могут изгибать диван в различные формы. Songololo может быть различной длины — от шестиместного до 10-местного дивана.

Его сиденья обиты высококачественной тканью для наружного применения, а алюминиевые ножки покрыты порошковой краской с защитой от ультрафиолета.



## ДИВАН WALSH STREET ОТ РОБИНА БОЙДА И K5



**K5 Furniture и Фонд Бойда перепустили диван Walsh Street середины прошлого века, созданный австралийским архитектором Робинот Бойдом для своего дома.**

Диван Walsh Street выполнен в классическом модернистском стиле, с полностью обитой тканью рамой на тонких деревянных ножках и прямыми линиями, определяющими форму.

K5 Furniture заявляет, что точно следовала спецификациям Бойда и выбору материалов для трехместного дивана, используя недавно найденные рисунки в качестве эталона и подбирая ткани и кожу, чтобы они соответствовали дизайну.

«Каждый предмет в коллекции тщательно изготовлен из австралийских лиственных пород, украшен австралийскими шерстяными тканями и имеет пробковую плитку в качестве отделки столешницы», — сказал K5. — Это внимание к деталям и выбору материалов придает каждому предмету привлекательность, присущую искусно изготовленной мебели».

Изделие доступно в тщательно подобранном ассортименте тканей и кожи.

Бойд был известен не только как архитектор, но и как дизайнер, писатель и критик, который выступал за создание доступных и функциональных модернистских домов для объединения австралийских пригородов.

В K5 Furniture считают коллекцию Boyd воплощением своих ценностей. Помимо дивана, в коллекцию входят кресло, журнальный столик и обеденный стол.

## ДИВАН В КОНВЕРТЕ: НОВЫЙ ЭРГОНОМИЧНЫЙ ПРОЕКТ SPACE10 И PANTER&TOURRON

Команда датской дизайн-студии и лаборатории SPACE10 объединилась с фирмой Panter&Tourron для создания дивана, который был бы более легким в транспортировке и использовании по сравнению с другими аналогами. Проект Couch in an Envelope разработан с применением искусственного интеллекта: коллектив использовал понятия, связанные с легким весом предмета, его экологичностью, простотой перемещения и возможностью вторичной переработки. Финальная итерация модели



отличается плоским основанием с регулируемыми боковыми элементами, которые можно поднимать и

опускать в зависимости от потребностей пользователя. Дизайнеры предлагают использовать диван как самостоятельный предмет мебели или соединить несколько объектов между собой. В изготовлении прототипа команда задействовала алюминий, а также текстиль и нити на основе целлюлозы, поэтому его можно переработать повторно. Модель весит всего 10 килограммов, что обеспечивает легкость в доставке и перемещении мебели с места на место.

## СТОЛЫ SUPERPOP ОТ ПАОЛО КАПЕЛЛО ДЛЯ MINIFORMS

**Стол Superpop, разработанный итальянским дизайнером Паоло Капелло для Miniforms, имеет красочную поверхность, напоминающую террасу, созданную из переработанного пластика.**



Superpop разработан, чтобы быть универсальным, легким и забавным, с высотой и формой, которые делают коллекцию подходящей для использования в качестве журнальных столиков, приставных столиков или табуретов.

Cappello и Miniforms решили доказать, что «зеленый дизайн не должен быть скучным». Столы Superpop должны создавать праздничную атмосферу и легко перемещаться из одного места в другое.

Детали изготавливаются путем нагревания пластика, который был разделен по цвету и типу, при низкой температуре всего 120 градусов, поэтому он не смешивается и не меняет характеристики и может быть переработан в будущем.

«Superpop — это передовой проект, который привлекает внимание своей реализацией, яркими цветами и продуманным дизайном, выходящим за рамки стандартной концепции жилой мебели», — сказал Капелло.

Superpop выпускается в двух вариантах высоты и четырех цветах: Super Black, Super Blue, Super Red и Super White. Он подходит для использования как в помещении, так и на улице.



## ЭРГОНОМИЧНОЕ ОФИСНОЕ КРЕСЛО DORO C300 ОТ SIHOO

**Китайский мебельный бренд Sihoo создал эргономичное офисное кресло, состоящее из выпуклых и вогнутых изгибов, которые «близко имитируют человеческую форму».**

Эргономичное офисное кресло Doro C300 призвано повысить комфорт пользователя благодаря динамической адаптивной поддержке поясницы, гибкой спинке, повторяющей движения, и механическому подголовнику с широким углом наклона.

«Наша инновационная адаптивная система движения тела постоянно отслеживает движения вашего позвоночника с помощью технологии поясничной поддержки», — говорится в заявлении бренда. — Этот стул движется вместе с вами. Спинка точно имитирует человеческую форму, поддерживает позвоночник, следуя за движениями из стороны



в сторону в виде треугольника, она эффективно поддерживает верхнюю часть туловища и руки».

Другие функции включают в себя мягкие подлокотники, дышащую и

прочную сетку, а также динамический механизм наклона, позволяющий пользователям полностью растягиваться в сидячем положении.

Стул представлен в черном и белом цветах.





# ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

*События  
и экспозиции  
мебельной отрасли*



# LIGNA 2023. ИЛЛЮМИНАТОР В ЕВРОПУ

**LIGNA** — одна из крупнейших международных выставок, посвященных деревообработке и производству мебели, которая традиционно проходит каждые два года в немецком Ганновере. С 15 по 19 мая 2023 года LIGNA собрала более 1300 ведущих производителей мебельного оборудования, станков, материалов и комплектующих из 50 стран и более 80 тысяч посетителей из 160 стран. Поскольку в 2021 году LIGNA прошла в онлайн-формате, то теперь у посетителей была возможность оценить изменения, накопившиеся за 4 года, понять, в каком направлении будет развиваться как вся отрасль, так и ее флагманы. Российским мебельщикам нынешняя выставка также дала нечастую возможность посмотреть на компании, которые на данный момент не поставляют оборудование на наш рынок.

Чтобы составить впечатление о результатах LIGNA, можно ознакомиться с самопрезентациями и отчетами компаний. Но, объективно, не каждый заочный посетитель выставки сможет угадать, что скрывается за формулировками «целостные футуристичные концепции» или «интегрированные концепции производственных участков и комплексных системных решений, удовлетворяющие самым разным требованиям». Поэтому мы задали несколько вопросов тем производителям мебельного и деревообрабатывающего оборудования, которые участвовали в выставке и представлены на российском рынке.

**Ваши впечатления от выставки: сколько было посетителей, много ли специалистов из России подходило к стенду компании, чем интересовались?**



**Андрей Евшинцев, генеральный директор Altendorf Competence Center в России:**

«LIGNA — выставка, на которой традиционно можно посмотреть все новые достижения в области станкостроения и технологий деревообработки, ведь все

мировые производители оборудования приурочивают к этому событию премьерные показы своих разработок. Кроме того, LIGNA — это всегда возможность обменяться опытом с коллегами и партнерами, «сверить часы» и обсудить проекты и планы. Вот поэтому Altendorf Group принимала участие в выставке под девизом «СИЛА ПАРТНЕРСТВА». Эта новая эра корпоративной культуры подчеркивает важность силы партнерства в создании успешных и прочных деловых отношений. Все 5 рабочих дней выставки на стенде Altendorf Group с утра и до позднего вечера было



Фото предоставлено компанией Altendorf Competence Center

оживленно, можно сказать, «яблоку негде упасть»: партнеры и заказчики со всего мира знакомились с немецкими технологиями в области раскроя и кромкооблицовки. Были гости и из России, интересовались как форматно-раскroечными станками Altendorf, так и кромкооблицовочным оборудованием Hebrock. Но, к сожалению, из-за трудностей в оформлении виз и усложнившегося маршрута не все, кто хотел, смогли посетить выставку. А потому мы, как представитель Altendorf Group в России, как и всегда, обязательно представим разработки группы в Москве, в нашем демонстрационном зале. На выставке LIGNA особым вниманием пользовался форматно-раскroечный станок F 45 с интеллектуальной системой безопасности HAND GUARD. Безопасность — это приоритет Altendorf Group, и на этом был сделан особый акцент в экспозиции. Как и всегда, компания стремится предоставлять уникальные технические решения и услуги, а также поддерживать прочные партнерские отно-

шения для обеспечения успешного будущего мировой мебельной индустрии. Особенно наглядно это было продемонстрировано на выставке в Ганновере».



**Павел Леонов, Head of CNC Department FELDER GROUP RUSSIA:**

«Если на выставке LIGNA 2019 компании представили много новых, инновационных, но не испытанных технологий, то в этом году участники прототипы не показывали. В основном

демонстрировали проверенные решения. Компании больше обратились к консалтингу, автоматизации, роботизации, доработке текущих станков, какому-то небольшому апгрейду.

Дело в том, что пандемия коронавируса на долгое время останавливала заводы, и это стало серьезным ударом абсолютно для всех производителей оборудования в мире. И сейчас все производственные мощности и отделы R&D («исследований и разработок») брошены не столько на исследование новых технологий, сколько на покрытие увеличенного спроса на текущее оборудование. Думаю, что новинки будут представлены тогда, когда закончится этот переходный этап.

Можем сделать небольшой инсайд, что нашей компании есть, чем удивить рынок, но на данный момент завод опасается, что текущие производственные мощности не смогут полностью удовлетворить спрос. Поэтому момент выхода принципиально новых технологий и оборудования немножко отложен.

Русскоговорящих посетителей было меньше, чем ранее, и большая их часть приехала не из России, а, в основном, из Узбекистана, Таджикистана, Армении, Казахстана. Если в 2019 году на каждого менеджера на стенде приходилось 5–6 русскоязычных посетителей в день, то в этом году — по паре человек».



**Леонид Панферов, руководитель направления «Кромкооблицовочное оборудование» компании LIGA:**

«Завод KDT присутствовал на LIGNA в лице нескольких европейских дилеров, а компания LIGA приезжала для переговоров, во-первых, с

представителями завода, во-вторых, с остальными партнерами, в том числе с турецкими компаниями. Могу сказать, что в 2023 году выставка несколько ужалась, раньше было больше павильонов и посетителей. Да и из России приехало немного людей».



**Александр Степанов, генеральный директор SCM Group Rus:**

«Компания SCM традиционно представила на выставке LIGNA 2023 ряд новинок в области оборудования и программного обеспечения. Все инновации, представленные компанией

SCM, имеют общую цель: повысить эффективность производственных процессов. Для этого нужно снизить потребление энергии и количество отходов, упростить взаимодействие машины и человека».

**Что интересного представила ваша компания, какие инновационные решения или технологии, что будет особо интересно российским мебельщикам?**

Андрей Евшинцев: «Группа компаний Altendorf представила и новинки, и проверенные временем решения, среди них: HAND GUARD — первая и единственная в мире система безопасности на основе искусственного интеллекта и камер для форматных станков; новая «NEXT» серия кромкооблицовочных станков Hebrock; новый станок от Altendorf — F 35; хорошо известные форматники серии F 45 в различных конфигурациях.

И, в общем-то, все представленные решения могут быть интересны российским производителям мебели. Автоматизированный и производительный F 45 с любым из трех блоков управления — ProDrive,



Фото предоставлено FELDER GROUP RUSSIA



Фото предоставлено SCM Group

EvoDrive и ElmoDrive — уже давно пользуется вниманием и доверием со стороны пользователей. Концепция F 35 найдет отклик у тех, кто ищет нечто среднее между максимальной автоматизацией и классической механикой, с сохранением качества обработки и производительности. Обновленные серии кромочников Hebrock оценят те, кому важно качество кромко-облицовки, удобство управления и работы, а также надежность и долговечность оборудования. И отдельно стоит сказать про первую в мире оптическую систему безопасности HAND GUARD. В основе ее работы две камеры, которые четко фиксируют попадание руки оператора, в перчатках или без, в зону реза. При обнаружении камерами опасности пильный диск мгновенно опускается, станок останавливается. К возобновлению работы он готов в течение нескольких секунд. Таким образом, несчастные случаи при работе на форматно-раскroечном станке сводятся на нет. Во время ежечасных демонстраций HAND GUARD на выставке гости стенда уже смогли оценить, как Altendorf выводит работу в деревообрабатывающей промышленности на новый уровень. Безопасность — главная тенденция в разработках. Защите оператора всегда уделяют много внимания. И здесь решение Altendorf уникально, запатентовано и точно станет эталоном в производстве форматно-раскroечных станков».

Павел Леонов: «Компания Felder расширила линейку станков с установленной системой PCS© (Preventive Contact System). Это самое быстрое в мире бесконтактное защитное устройство, срабатывающее при приближении пальцев к пильному диску форматно-раскroечного станка. Ранее система была доступна только на станке Карра-550, но с марта 2023 года она устанавливается на младшую модель Карра-450 и на Felder K 945 S. Данную технологию начинают внедрять в менее дорогостоящие модели станков линейки Felder.

У сына основателя нашего завода Хансборга Фельдера есть мечта, чтобы эта система стояла на каждом нашем станке, включая демократичную линейку Hammer. Об этом просят тысячи клиентов по всему миру. Пока что это экономически нецелесообразно, цена системы сопоставима с ценой станка Hammer, но посмотрим, что будет в будущем.

Также мы представили технологию дополненной реальности (AR) на базе очков Microsoft HoloLens 2. Они показывают дополненную реальность, которая помогает управлять станком: позволяет наблюдать за процессами производства, существенно упрощает позиционирование консолей, присосок, зажимов и деталей нестандартной формы.

То есть ты видишь одновременно и станок, и виртуальные элементы, видишь положения, в которые нужно перемещать консоли и присоски. После того, как все установлено, появляется виртуальная модель заготовки, и нужно их совместить в физическом



Фото предоставлено компанией Altendorf Competence Center

мире, чтобы начать процесс обработки. По факту это тот же самый обрабатывающий центр, но работа с ним становится гораздо проще и комфортнее, повышается производительность и снижается время перенастройки. Это уже рабочее решение, которое мы начнем предлагать нашим клиентам в начале 2024 года».

Леонид Панферов: «Компания KDT представила, в частности, пильный центр KS542HL с двойным независимым толкателем, благодаря которому производительность распила увеличивается на 35%. Но нужно понимать, что для KDT главные выставки проходят все-таки не в Европе, а в Азии, поэтому за-

новинками стоит ехать, например, на выставку в Гуаньчжоу. Могу отметить, что крупные европейские производители большое внимание уделяют программному обеспечению и дополнительному оборудованию, межстаночной автоматизации. Там, где нет роботов, многие поставщики оборудования ставят автоматизированные ячейки с прицелом на минимизацию роли операторов. В этих ячейках есть дополнительные буферы, столы-перекладчики и прочее. Это помогает увеличить производительность, но не увеличивать количество персонала.

Мы, компания LIGA, уже относительно давно следуем этой тенденции, и то, что ее демонстрировали на LIGNA, показывает, что мы идем в нужном направлении. Уверен, что сейчас необходимо создавать более гибкие промышленные ячейки, которые будут выпускать большие объемы изделий, но не обязательно с большой серийностью. Это могут быть мелкосерийные партии, которые производятся в промышленных масштабах: быстро, индивидуально, с разными параметрами изделия. Задача в том, чтобы уйти от пресловутого человеческого фактора и увеличить производительность. Вторая задача — уменьшить количество брака. Брак — это боль для многих производств, а чем больше автоматизации, тем меньше брака».

Александр Степанов: «У SCM всегда имеется множество новых и уникальных на рынке решений, но вместе с тем, мы постоянно улучшаем существующую продуктовую линейку. К примеру, кромкооблицовочный станок те 40tr обзавелся новой группой обкатки углов, а на обрабатывающем центре morbidelli m100 оператору помогает система позиционирования FlexDrive (световые индикаторы на суппортах, присосках и зажимах). Morbidelli CX110 дополнил гамму сверлильно-присадочных станков, существенно расширив как функционал и оснащение, так и способность к интеграции, новый кромкооблицовочный станок Olimpic 500 имеет функцию автоматической смены радиуса обработки углов, а новый станок dmc system, использующий специальную лазерную группу, являет собой ноу-хау в шлифовке».

### **Какие глобальные изменения, тенденции в работах и производстве станков для мебельного производства и деревообработки вы увидели?**

Андрей Евшинцев: «Автоматизация и применение роботов в технологических линиях — тенденция не новая, но набирающая обороты все с большим масштабом и технологичностью. И выставка LIGNA это продемонстрировала в полной мере. Исключение человеческого фактора, минимизация брака, повыше-



Фото предоставлено компанией LIGA

ние производительности — это лишь малая часть аргументов в пользу роботизации и автоматизации, а потому эти процессы в центре внимания всех производителей оборудования».

Павел Леонов: «Важное направление, которое мы отметили, — это автоматизация и роботизация, по крайней мере, в Европе. Идея в том, чтобы улучшить уже имеющееся. Производства дооснащают роботизированными манипуляторами и системами транспортировки (например, возвратными конвейерами), благодаря чему увеличивается производительность. И это обходится дешевле, чем дополнительно нанимать сотрудников.

Почти возле каждого станка с ЧПУ стоял робот-манипулятор, который загружал или выгружал заготовки со станка. И даже рядом со стандартными станками тоже их ставили. Например, ручной сверлильно-присадочный станок FD 21 компании Felder дополнили небольшим роботом-манипулятором, который выполнял однотипные перемещения. Думаю, в дальнейшем, их можно будет использовать и на столярном оборудовании: на фрезерах, фуганках, рейсмусах.

Много было показано и ручной межстаночной автоматизации: подъемные столы, вакуумные ручные погрузчики, модульные системы хранения и тому подобное».

Леонид Панферов: «В первую очередь — видимо, это последствия пандемии — очень много роботиза-



Фото предоставлено SCM Group

ции. Она стала набирать популярность в 2020–2021 годах, но сейчас практически каждая небольшая ячейка оборудована роботом. Самое дорогое в роботизированной ячейке — это не сам робот, а интеграция робота со станками.

Раньше роботизированные ячейки были довольно сложны, они требовали присутствия в штате компании компетентного специалиста, который будет следить за этими роботами, заниматься программированием и так далее. Сейчас есть программное обеспечение, которое визуализирует процессы, то есть, можно избежать долгого и муторного написания и проверки кодов. Можно работать при помощи обычного тачскрина, просто вручную передвигая предметы по экрану. Это делает роботизированные ячейки более доступными.

Если в 2020–2021 году в России такой тренд только начинал популяризоваться, то сейчас это уже вопрос буквально года. Думаю, что следующий год в плане робототехники будет прорывным. Даже на цифровом мебельном форуме, который LIGA проводит в июле, будет уже полноценная роботизированная нестинговая ячейка, где учтены все нюансы предыдущего опыта. Там, например, будет робот-манипулятор, обслуживающий две линии и робот-паллетайзер, который будет заниматься выгрузкой упакованных изделий с автоматической линии упаковки, по 10 тяжелых коробок (40 кг) за минуту».

Александр Степанов: «Одной из явных тенденций является улучшение ПО и упрощение взаимодействия с ним. Например, SCM представила ряд новых программных продуктов, среди которых были как относительно простые (оптимизаторы раскроя для пильных центров или для форматно-раскроечных станков), так и сложные, вроде систем управления

производством, причем отдельный акцент мы делаем на интуитивно понятное ПО.

Отмечаем тренд к автоматизации и роботизации, а также снижению партийности деталей. Инструментом для этого мы видим, в том числе, систему гибких ячеек, способных выполнять уникальные задачи. В ячейки для повышения эффективности интегрированы антропоморфные роботы и управляемые сетью мобильные транспортировочные платформы».

\*\*\*

Результаты LIGNA говорят о том, что отдельно взятые станки, пусть они и будут обладать прорывными характеристиками или технологиями, не смогут обеспечить весь производственный процесс. Гораздо перспективнее выглядит автоматизация предприятий, уже оснащенных каким-то станочным парком, упрощение управления как отдельными станками, так и всей технологической цепочкой. Логично пред-



Фото предоставлено FELDER GROUP RUSSIA

положить, что и далее большую роль будут играть совершенствование ПО, построение «гибких ячеек» на имеющейся материальной базе и роботизация. И те компании, которые поставляют мебельное оборудование на отечественный мебельный рынок, обладают всеми возможностями, чтобы помочь российским мебельным предприятиям не отстать от своих европейских коллег и повысить эффективность производства.

**Николай Фефер**

# ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,



**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](http://www.umids.ru)

**11 – 13 апреля 2023 г.**

## **МЕБЕЛЬ. & ИНТЕРЬЕР – 2023**

*Минск, Белоруссия, «Футбольный манеж»*

Международная выставка мебели и интерьера

[www.miexpo.by](http://www.miexpo.by)

**12 – 14 апреля 2023 г.**

## **MEBELEXPO UZBEKISTAN – 2023**

*Узбекистан, Ташкент, НВК «УзЭкспоцентр»*

Международная выставка «Мебель и технологии производства»

[www.mebelexpo.uz](http://www.mebelexpo.uz)

**13 – 16 апреля 2023 г.**

## **СВОИ ДОМ – 2023**

*Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»*

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

[www.novosibexpo.ru](http://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](http://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](http://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](http://www.expoural.com)

**15 мая – 19 мая 2023 г.**

## **LIGNA – 2023**

*Ганновер, Германия*

Международная специализированная выставка-ярмарка

[www.ligna.de](http://www.ligna.de)

**04 – 07 июня 2023 г.**

## **IMM COLOGNE – 2023**

*Кёльн, Германия*

Международная выставка мебели

[www.imm-cologne.com](http://www.imm-cologne.com)

**07 – 10 июня 2023 г.**

## **АРХ МОСКВА – 2023**

*Москва, Гостиный двор, ул. Ильинка, д. 4*

Международная выставка архитектуры и дизайна

[www.archmoscow.ru](http://www.archmoscow.ru)

# И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА НА 2023 Г.



15 – 17 июня 2022 г.

**МЕБЕЛЬ И ИНТЕРЬЕР – 2022.**  
**ЛЕС И ДЕРЕВООБРАБОТКА – 2022**

Алматы, Казахстан, ВЦ «Атакент»

Ведущие казахстанские проекты, посвященные мебели и деревообрабатывающей промышленности.

[www.mebelexpo.kz](http://www.mebelexpo.kz)

07 – 11 сентября 2023 г.

**MAISON & OBJET – 2023, ФРАНЦИЯ, ПАРИЖ**

Неделя дизайна в Париже

[www.maison-objet.com](http://www.maison-objet.com)

08 сентября 2023 г.

**CONF-FU – 2023**

Россия, Санкт-Петербург

Главная мебельная конференция

[conf-fu.spb.ru](http://conf-fu.spb.ru)

10 – 12 сентября 2023 г.

**INDEX САУДОВСКАЯ АРАВИЯ – 2023**

Королевство Саудовская Аравия, Эр-Рияд

Выставка по дизайну интерьеров, мебели и отделке

[www.index-saudi.com](http://www.index-saudi.com)

14 – 16 сентября 2023 г.

**МВМК – 2023**

Крым, Симферополь, пгт Аэрофлотский, площадь эропорта, 14

Специализированная отраслевая выставка мебели, фурнитуры и комплектующих

[www.expoforum.biz](http://www.expoforum.biz)

19 – 21 сентября 2023 г.

**НОМЕТЕКСТИЛЬ & DESIGN – 2023**

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера

[hometextile-design.ru](http://hometextile-design.ru)

[WWW.MEBELSHIK.BIZ](http://WWW.MEBELSHIK.BIZ)

20 – 22 сентября 2023 г.

**ЭКСПОДРЕВ – 2023**

Красноярск, МВДЦ «Сибирь», ВК «Красноярская ярмарка»

Деревообрабатывающая специализированная выставка

[www.krasfair.ru](http://www.krasfair.ru)

20 – 23 сентября 2023 г.

**IFMAC И WOODMAC – 2023**

Индонезия, Джакарта, JI EXPO Кемайоран

Международная выставка комплектующих и оборудования для производства мебели и деревообработки

[www.ifmac.net](http://www.ifmac.net)

21 – 23 сентября 2023 г.

**МЕБЕЛЬ&ДЕРЕВООБРАБОТКА УРАЛ – 2023**

Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»

Выставка мебели, оборудования и комплектующих для деревообрабатывающего, лесоперерабатывающего и мебельного производства

[www.mebelexpo-ural.ru](http://www.mebelexpo-ural.ru)

30 сентября – 03 октября 2023 г.

**ИНТЕРМОВ – 2023.**

Турция, Стамбул, ВЦ Тйуар

Международная выставка компонентов для мебели

[www.intermobistanbul.com](http://www.intermobistanbul.com)

17 – 20 октября 2023 г.

**SICAM – 2023**

Италия, Порденоне, Pordenone Fiere

Международная специализированная выставка комплектующих для производства мебели

[www.exposicam.it](http://www.exposicam.it)

17 – 19 ноября 2023 г.

**WOFX – 2023**

Индия, Мумбаи, Бомбейский выставочный центр

Международная специализированная b2b-выставка готовой мебели и комплектующих для производства мебели

[wofxworldexpo.com](http://wofxworldexpo.com)



**13-15 СЕНТЯБРЯ**

г. Иркутск

☎ 8 (3952) 35-29-00

# SibWood Эхро

## МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

технологий, оборудования, техники, продукции  
и услуг для лесовосстановления, лесозаготовительной и  
деревообрабатывающей промышленности, деревянного  
домостроения.



**SIBEXPO**  
CENTRE



**ЛЕСНОЙ**  
КОМПЛЕКС





## 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

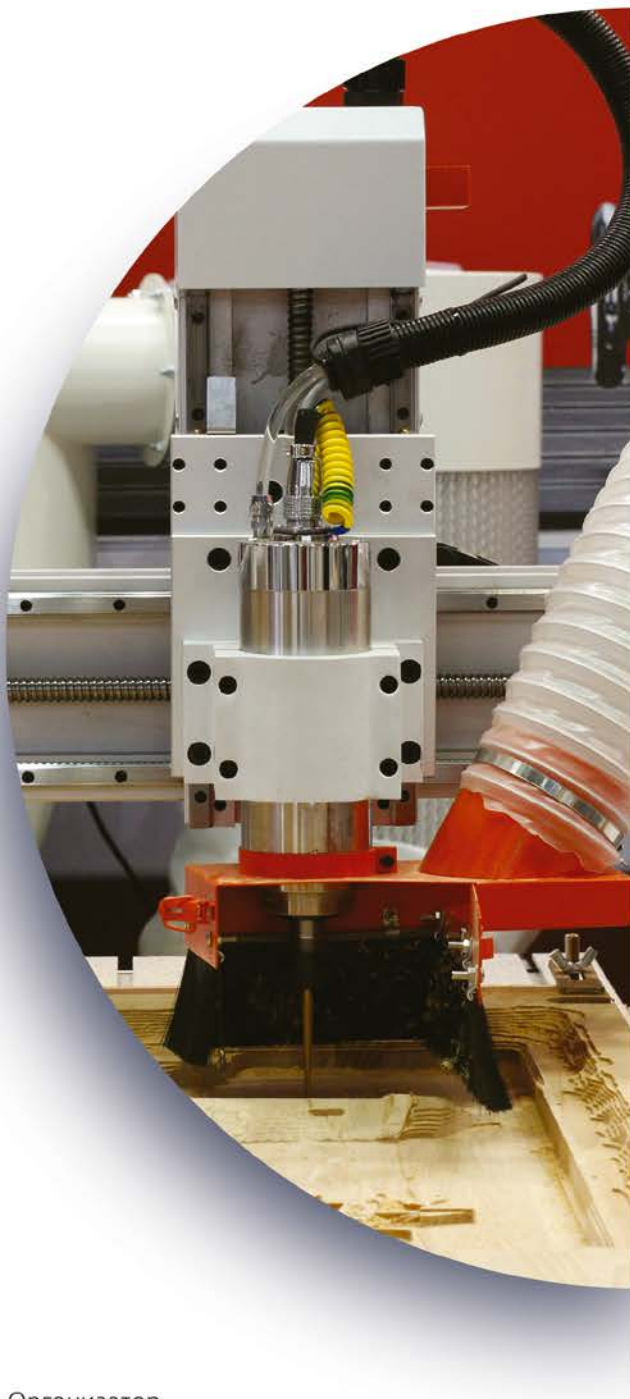
<b>Monticelli-sib</b>	Мира,54	335-12-03
<b>Аристо Сибирь</b>	Владимировская, 11а, к. 2	363 78 15
<b>Бином, ООО</b>	Журиная, 80/1	223-85-77
<b>Борисов, ИП</b>	1-я Ельцовка, 1	225-19-59
<b>Глобал, ГК</b>	Фабричная, 41/1	303-42-90
<b>Глобал, ГК</b>	Ватутина, 99/2, блок В1	230-20-25
<b>Джокер</b>	Сибиряков-Гвардейцев,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

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



**21-23 сентября 2023**

г. Екатеринбург,  
МВЦ «Екатеринбург-Экспо»



**ВЫСТАВКА МЕБЕЛИ,  
ОБОРУДОВАНИЯ И  
КОМПЛЕКТУЮЩИХ**

для деревообрабатывающего,  
лесоперерабатывающего  
и мебельного производства

Организатор



Международная  
Выставочная  
Компания

Офис в Екатеринбурге  
+7 (343) 226-04-29  
furniture-ural@mvk.ru

Забронируйте стенд  
**mebelexpo-ural.ru**





# Мебель интерьер дизайн

34-я международная  
выставка «Мебель, фурнитура  
и обивочные материалы»

**20–24.11.2023**

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

12+

[www.meb-expo.ru](http://www.meb-expo.ru)



При поддержке



Под патронатом



Организатор



**ЭКСПОЦЕНТР**