Мебельщик Сибири

№04 (293) март 2020

ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫЙ ЧЛЕН АССОЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Компания ДЖОКЕР

мебельная фурнитура и кромка ПВХ

г. Новосибирск,
ул. Сибиряков Гвардейцев, 51/3
Тел. (383) 335 73 77,

www.joker-nsk.ru

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

МЕБЕЛЬ

ИНТЕРЬЕР ДИЗАЙН

23–27
НОЯБРЯ 2020

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

При поддержке: МИНПРОМТОРГ РОССИИ; РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР, ЭКСАР, РОСЭКСИМБАНК; АРХИТЕКТОРЫ РОССИИ

При содействии: ТПП РФ

Под патронатом:

www.meb-expo.ru

Организатор: ЭКСПОЦЕНТР

ufi Approved Event; Expo Rating

Реклама 12+

www.mebelsib.biz

12+

Журнал «Мебельщик Сибири» № 04 (293) март 2020 г.
Учредитель: Ширяева Светлана Юрьевна
Адрес редакции и издателя: 630033, г. Новосибирск
ул. Оловозаводская, 47
тел./факс: +7 (383) 352-35-05, 352-31-01
E-mail: mebel@x1.ru

Главный редактор: Светлана Юрьевна Ширяева
моб. +7 913-912-4-333

Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ54-00876
от 02.11.2018 г.
Зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Сибирскому федеральному округу.

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»
г. Новосибирск, ул. Брюллова, 4.
тел. +7 (383) 334-02-73, dealsib@mail.ru
Подписано в печать: 28.02.2020 г.
Дата выхода: 02.03.2020 г.
Тираж 10 000 экземпляров.

Журнал распространяется бесплатно по предприятиям мебельной отрасли.
Курьерскую доставку осуществляют:
г. Новосибирск, «БИС-Курьер»
ул. Герцена,12, тел.: (383) 217-69-67

СОДЕРЖАНИЕ

ПУБЛИКАЦИИ

КАК СТАТЬ ЭФФЕКТИВНЫМ МЕБЕЛЬЩИКОМ .. 8
НОВОСТИ 12
АССОЦИАЦИЯ НЕМЕЦКОЙ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ИТОГИ РАБОТЫ ОТРАСЛИ В 2019 И ПРОГНОЗ НА 2020 ГОД 14
ГЛЯНЕЦ — ПО-ПРЕЖНЕМУ АКТУАЛЬНЫЙ 24
СИСТЕМА «2020»: ВДОХНОВЛЯТЬ, ПРОЕКТИРОВАТЬ, УПРАВЛЯТЬ 34
ПЕТР КАЗОРИН, «АНГСТРЕМ»: «МЫ ИЗМЕНИЛИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ — И ПОТОК ПОКУПАТЕЛЕЙ РЕЗКО УВЕЛИЧИЛСЯ» 42
ИГОРЬ КУРКИН: «ДИЗАЙНЕР ДОЛЖЕН НАУЧИТЬСЯ ГОВОРИТЬ НЕТ!» 46
СИБИРСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ–2020. ИТОГИ 54
ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 58

Менеджеры по рекламе:
Светлана Ширяева
моб.: +7 913-912-4-333

Илья Дмитриев
моб.: +7 953-808-76-43

Дизайн макетов, верстка:
Павел Осипов
Юрий Катанский

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

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕМЫМ МАТЕРИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. АНКЕТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЖУРНАЛА ПО ПОДПИСКЕ 63

8 МАРТА

Дорогие женщины!

Восьмое Марта — яркий праздник
Чудесных, добрых поздравлений!
Желаю Вам любви, добра,
Прекрасных, радостных мгновений,

Веселья, мира, вдохновенья,
Весны в душе, на сердце — счастья,
Здоровья близким и родным!
И чтобы мимо все несчастья!

От всей души коллектив
редакции «Мебельщик Сибири»

www.mebelsib.biz

ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Ручки
Петли
Ящики

АЛЬДИ
МЕБЕЛЬНАЯ ФУРНИТУРА

г. Смоленск
+7 (4812) 42-24-29
www.aldi04.ru

Австрийское качество

ЗА 890 РУБЛЕЙ!*

При единовременной покупке трех и более подъемных механизмов AVENTOS HK-XS – **скидка 15%** на весь комплект!

Срок проведения акции:
с 29 января по 31 марта 2020 года

*Стоимость одного подъемного механизма AVENTOS HK-XS с учетом скидки 15%. Цена ориентировочная, может меняться в зависимости от курса Евро ЦБ РФ.

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

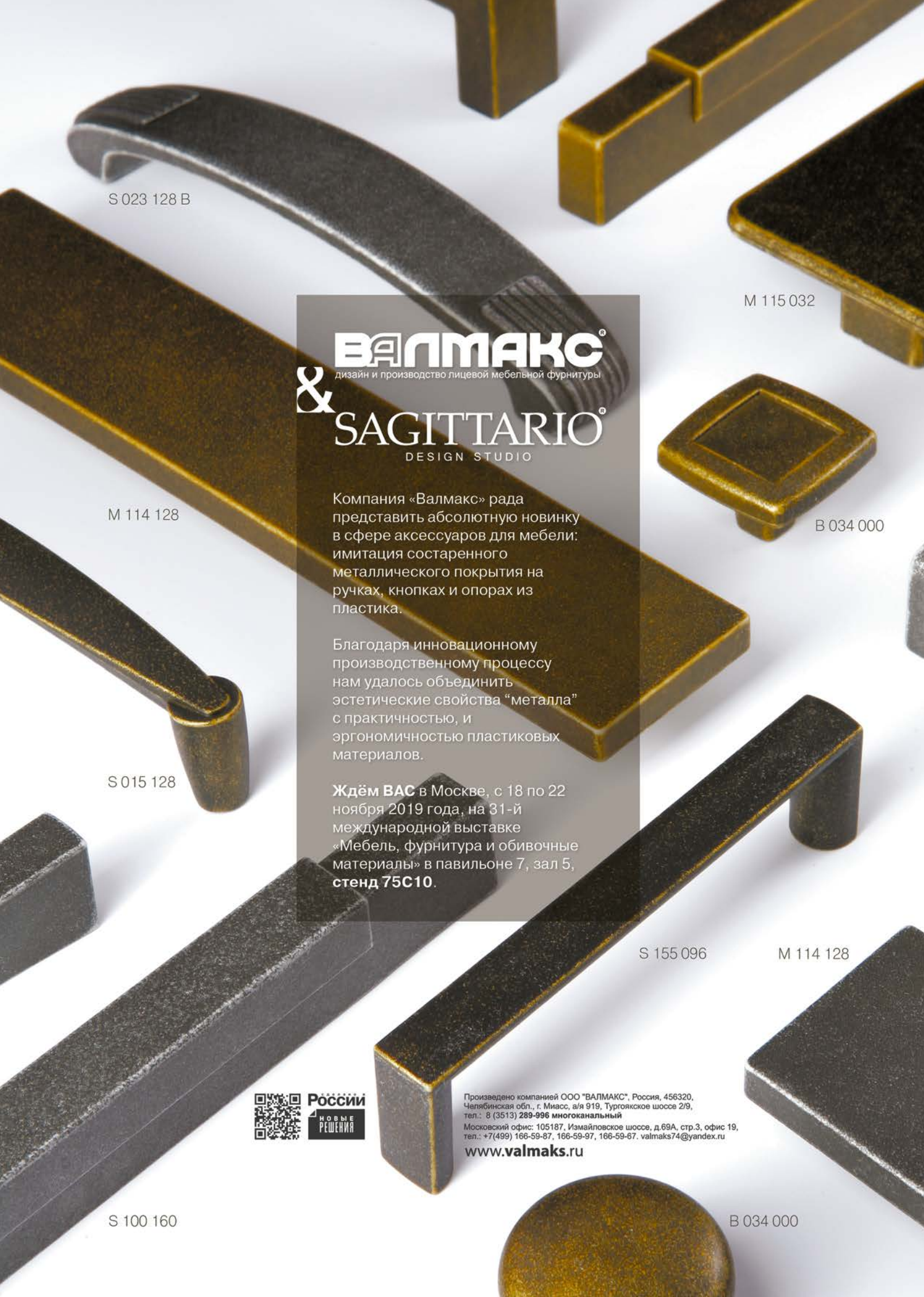
г. Новосибирск
ул. Ватутина, 99Н
+7 (383) 352-39-71
lb@nois.su

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

ноис.рф

nois.su

Количество товара ограничено. Скидка 15% не суммируется с другими действующими акциями. Скидка распространяется только на крепления и силовой механизм AVENTOS HK-XS, петли в акции не участвуют. Скидка распространяется на подъемные механизмы без технологии TIP-ON. Все подробности акции уточняйте у менеджеров в офисах продаж компании НОИС.



ВАЛМАКС®
дизайн и производство лицевой мебельной фурнитуры

& SAGITTARIO®
DESIGN STUDIO

Компания «Валмакс» рада представить абсолютную новинку в сфере аксессуаров для мебели: имитация состаренного металлического покрытия на ручках, кнопках и опорах из пластика.

Благодаря инновационному производственному процессу нам удалось объединить эстетические свойства “металла” с практичностью, и эргономичностью пластиковых материалов.

Ждём ВАС в Москве, с 18 по 22 ноября 2019 года, на 31-й международной выставке «Мебель, фурнитура и обивочные материалы» в павильоне 7, зал 5, **стенд 75С10**.

Сделано в России
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Произведено компанией ООО "ВАЛМАКС", Россия, 456320, Челябинская обл., г. Миасс, а/я 919, Тургоякское шоссе 2/9, тел.: 8 (3513) **289-996 многоканальный**
Московский офис: 105187, Измайловское шоссе, д.69А, стр.3, офис 19, тел.: +7(499) 166-59-87, 166-59-97, 166-59-67. valmaks74@yandex.ru
www.**valmaks**.ru

Посудосушитель «Альтернатива» для шкафов 450мм, 600мм, 800мм

Полупрозрачные матовые поддоны для посудосушителей

В комплекте:
комплект сушек металлических для кружек и тарелок (полимерное покрытие «зеркальный хром» - 1шт, поддон (матовый, полупрозрачный) - 2 шт, крепление решетки посудосушителя и поддона (пластиковое, цвет серый) - 4шт, саморез 4х20 для крепления - 8шт

БИНОМ

Производство мебельной фурнитуры

www.bynom.ru

(383) 243-54-69

(383) 224-58-44

Сушки кухонные
Поддоны
Ручки мебельные
Опоры
Заглушки, фланцы
Штанги
Крепежные элементы

Кнопка

Рим

Дианта

Опора D40
h 65
h 100
h 120
h 150

Серый металлик

Опора D50
h 100
h 150
h 200

Хром

Врезная D35

Штанги выдвижные

630005, г. Новосибирск, ул. Журинская 80/1

E-mail: bynom@bynom.ru

КАК СТАТЬ ЭФФЕКТИВНЫМ МЕБЕЛЬЩИКОМ

НА КОНФЕРЕНЦИИ «ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕБЕЛЬЩИК–2020» В ЕКАТЕРИНБУРГЕ ПРЕДСТАВИЛИ НОВИНКИ ЭТОГО ГОДА СРАЗУ 4 КРУПНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ФУРНИТУРЫ И КОМПЛЕКТУЮЩИХ

ВСЕ ДЛЯ КОМФОРТА ЗАКАЗЧИКА

В качестве хэдлайнеров в Екатеринбург приехали топ-менеджеры из 4-х крупных российских компаний: ULGRAN (Ульяновск), PREMIAL® (Нижний Новгород), SETE (Краснодар) и TDM (Санкт-Петербург). Организовала конференцию екатеринбургская компания «Штайнел», которая активно сотрудничает с этими поставщиками.

Бессменный владелец компании «Штайнел» Константин Старовойтов рассказал, что при выборе экспертов для конференции организаторы стремились охватить разные направления рынка фурнитуры и комплектующих, используемых для производства мебели:

«Мы пригласили тех из наших партнеров, чья продукция между собой не конкурирует, а, скорее, дополняет друг друга. Каждая из этих компаний забрала свою долю рынка и успешно работает в выбранном сегменте.

Композитные мойки завода ULGRAN приобрели популярность не только в России, но и в странах Таможенного Союза и Европы. За 10 лет работы качество продукции по достоинству оценило свыше миллиона покупателей, продано больше миллиона моек. По мнению многих отраслевых экспертов, мойки ULGRAN на сегодняшний день имеют на рынке одно из лучших соотношений цена/качество.

Компания TDM поставляет продукцию 22 брендов, включая мебельные ручки Paolo Mozerro европейского дизайна, наполнение для шкафов-купе SIBO и наполнение для кухонь LOTTI.

SETE развивают направление лицевой фурнитуры: например, складные полкодержатели, направляющие, петли, системы выдвижных ящиков, благодаря которым ящики открываются легко и бесшумно; коллекция ручек богата эксклюзивными классическими моделями и ручками ручной работы.

PREMIAL® специализируется на системах алюминиевых профилей и мебельных комплектующих. Предлагает современные варианты систем для создания шкафов-купе, корпусной мебели. Компания представляет практичные конфигурации профиля и стильные коллекции декоров.

Если мебельщик будет применять все эти находки от наших партнеров, он сможет сократить собственные издержки, а также увеличить комфорт заказчика мебели и его удовольствие от покупки».

Все компании, представившие в Екатеринбурге свои хиты и новинки, давно известны покупателям фурнитуры. ULGRAN на рынке с 2010 года, PREMIAL® — с 2008 года, TDM — уже более 20 лет. Относительно молода только торговая марка SETE (создана в 2016 году). Однако этот бренд развивает компания «Мебельснаб», которая существует на российском мебельном рынке более 25 лет, имеет филиалы в Москве и Воронеже, 5000 кв. м складских площадей в Краснодаре и 7000 кв. м производственных площадей в Махачкале. Организатор конференции — компания «Штайнел» — также является старожилом мебельного рынка: в сентябре 2019 года фирма отметила 25-летний юбилей.

МОЙКИ ГРЯЗИ НЕ БОЯТСЯ. А ТАКЖЕ — ЗЕЛЕНКИ И КИПЯТКА

Руководитель отдела маркетинга компании ULGRAN Ольга Дубровская в своем выступлении акцентировала внимание аудитории на самых распространенных и противоречивых мифах в интернете касательно моек из искусственного камня.

ПАМЯТКА МЕБЕЛЬЩИКУ: 12 ФАКТОВ ОТ ЭКСПЕРТОВ

ШТАЙНЕЛ

1. Для мебельщиков в компании разработан ряд сервисных услуг: распил столешниц и ЛДСП, кромление, еврозапил, работы с дверями-купе и резка профилей для шкафов-купе.

2. Компания «Штайнел» — официальный представитель бренда Ulgran в Свердловской области. Популярные мойки легально можно купить только здесь и у партнеров «Штайнел».

ULGRAN

3. Покрытие из шагрени мешает поцарапать мойку. Шагрень — признак высококлассной заводской мойки, «гаражники» на шагрень не тратятся.

4. Мойки ULGRAN комплектуются сливной арматурой серии «Элит» с сетчатым выпуском из нержавеющей стали, что обеспечит удобное и долговечное пользование. Также в комплекте идет гофротруба и фреза для высверливания отверстий в реверсивных (оборотных) мойках.

5. Смесители ULGRAN выдерживают цикл из 500 тыс. открываний / закрываний, но и это не предел для их эксплуатации. Средний срок службы: от 7 — 8 лет и выше.

PREMIAL®

6. Ролики PREMIAL® RED для шкафов-купе выдерживают нагрузку до 80 кг (на пару) и рассчитаны на 30 лет работы (до 120 000 циклов открываний / закрываний).

7. Ролики PREMIAL® DOUBLE PREMIUM обеспечивают бесшумность и плавность хода любым дверям-купе: как очень широким (более 1 метра), так и узким (до 55 см), выдерживают нагрузку до 120 кг (на пару).

SETE

8. Системы выдвижных ящиков SETBOX обеспечивают точность доводки и бесшумность закрывания.

9. Благодаря встраиваемому удлинителю SETE можно избежать выноса розеток на стеновую панель кухни, что делает внешний вид мебели более привлекательным.

TDM

10. Существует учебник по продукции TDM для продавцов, дизайнеров и сборщиков мебели. Он доступен на сайте tdmb2b.ru/blog/category/education.

11. Кромочные материалы Technoplast подходят по цвету к плитам 23 производителей.

12. Рыночная стоимость мебельных ручек Paolo Mozerro такова, что их можно предложить заказчику мебели с наценкой более 50%. Продукция обладает высокой маржинальностью по сравнению со многими видами фурнитуры.

НОВИНКИ 2020 ГОДА, НА КОТОРЫЕ СТОИТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ

ULGRAN

* Дозаторы для жидкого мыла в одном цвете с мойкой: специально для создания единого интерьера кухни.

* Универсальный телескопический коландер для разморозки продуктов прямо в чаше мойки — подходит к мойке любого размера и формы.

SETE

* Удлинители с беспроводной зарядкой и зарядкой USB.

* Подъемники газовые с доводчиком.

* Складные полкодержатели с нагрузкой до 150 кг на комплект.

* Подстолье с основанием.

TDM

* Выкатные механизмы «Волшебный угол» LOTTI: делают самый труднодоступный угловой кухонный модуль удобным и вместительным местом хранения.

* Системы наполнения «Умный шкаф» SIBO: 4 коллекции для разных ценовых сегментов.

* Кромочные материалы Technoplast: вводятся трендовые декоры для плит популярных производителей, включая Egger, Kronospan и Увадрев.

PREMIAL ®

• Подвесная беспороговая система ALUFORCE® FELIX. Предполагает универсальное использование — шкафы-купе и интерьерные перегородки. Дверь фиксируется в верхнем рельсе, нижний ролик-буфер всегда внутри двери. Все функциональные механизмы скрыты декоративной накладкой.

• Навесная система ALUFORCE® INLAY для широких корпусных шкафов (ширина двери 550-1800 мм). Двери полностью закрывают корпус шкафа.

• Двусторонний вертикальный симметричный L-профиль — это прочный и надежный профиль (переменная толщина от 1,2 мм до 2 мм). Представлен в двух декорах: «Матовый хром», «Белый глянец»; интегрируется с подвесной беспороговой системой ALUFORCE® FELIX.

Например, есть популярный миф, что в каменную мойку нельзя сливать кипяток. На самом деле, вполне можно. Мойки ULGRAN спокойно выдерживают перепад температур в 180 градусов в штатном режиме: от -50 до +130 градусов. Однако ставить раскаленные сковородки и выливать кипящее подсолнечное масло (температура кипения в районе 260 градусов) производитель категорически не рекомендует, так как защитное покрытие гелькоут на такие температуры не рассчитано.

Во избежание повреждения защитного слоя гелькоута рекомендуется воздерживаться от использования абразивных средств («Пемолюкса», популярных сейчас меламиновых губок и т. д.) и сильных кислот (таких, как «Белизна»), а мыть мойку только жирорастворимыми или щелочными средствами («Фейри», «Шуманитом», «Доместосом»).

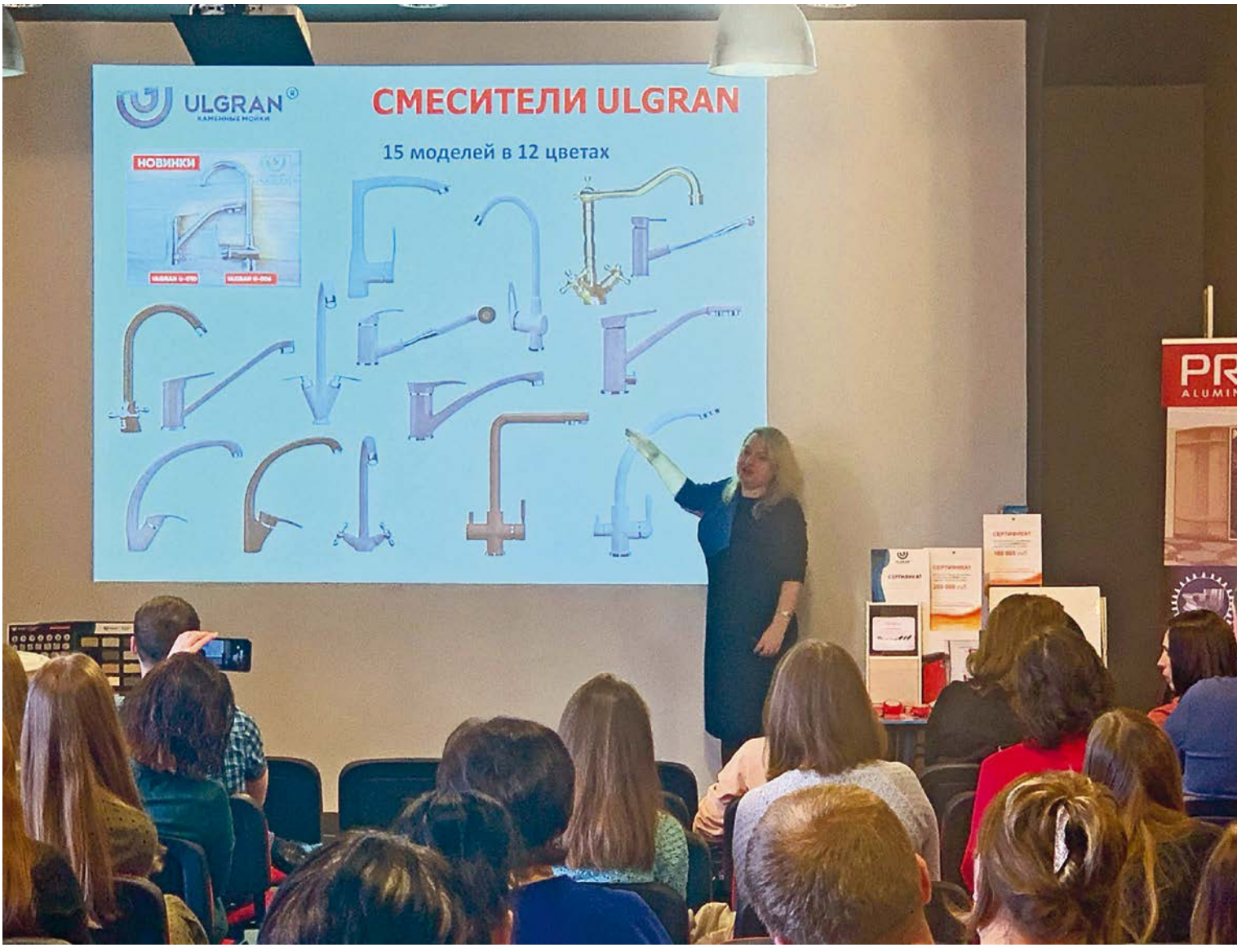
Гелькоут не только защищает поверхность мойки, но и дарит покупателю множество преимуществ. «Он не имеет пор, а, значит, негде размножаться бактериям, поверхность не темнеет, не впитывает жир, чай или кофе. Этот слой устойчив к ультрафиолету, а значит, можно смело ставить мойку у окна», — отметила Ольга.

Аудитории были продемонстрированы многочисленные испытания с мойкой, в частности, эксперимент с зеленкой, тесты на прочность и перепад температур.

КАК НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЯЮТ МЕБЕЛЬНУЮ ИНДУСТРИЮ

Рынок комплектующих вовсю осваивается на территории новых информационных технологий, что показывают кейсы от участников конференции. Например, ULGRAN использует мировой интернет-тренд — Приложение дополненной реальности, с помощью которого можно «примерить» любую модель мойки в собственном интерьере. Для этого достаточно скачать и распечатать специальный маркер в формате А4 — положить, например, на кухонную столешницу, и на экране приложения появится фото мойки на этой поверхности и характеристики мойки. Такое приложение удобно использовать мебельщикам и дизайнерам при общении с конечным клиентом.

Компания «Штайнел», в свою очередь, активно использует возможности e-commerce. Мебельщики, которые заказывают комплектующие на сайте магазина, сохраняют свои скидки, приобретенные за время сотрудничества с компанией, и получают дополнительный кэшбэк за каждый онлайн-заказ. Кэшбэком можно оплатить часть следующего заказа. У покупателей также появилась возможность прямо на сайте оформить доставку курьерской службой СДЭК, выбрав тариф и пункт выдачи заказа. Теперь «Штайнел» отправляет фурнитуру по всей стране — от Ростова-на-Дону до Южно-Сахалинска.



А эксперты из компании SETE продемонстрировали на конференции свои технологические новинки: например, встроенные удлинители с функцией беспроводной зарядки смартфона (на такой удлинитель смартфон достаточно просто положить).

С ПРОФИЛЕМ — НА ЭЛЬБРУС!

Основатель и **генеральный директор компании PREMIAL® Александр Коваль** удивил уральских мебельщиков фотографией флага своей компании на вершине Эльбруса (туда его доставили альпинисты). А потом по рядам пошла продукция компании — образцы алюминиевых профилей для шкафов-купе. Сегодня PREMIAL® изготавливает алюминиевый профиль в 6 конфигурациях: L, C (премиальный и классика), П, Н, I. Сделали акцент на развитии широкой линейки декоров, чтобы производителю мебели было легко подобрать профили под нужный цвет шкафа-купе. Новинки этого года: профиль в декорах «Сосна», «Дуб Галифакс», «Шимо темный», «Бронза антик» и «Серебро антик», «Черный глянец». Линейка профилей с эффектом Soft Touch заслужила особую популярность в цветах «Ваниль», «Арабика», «Латте». В «Штайнеле» специально для местных мебельщиков разработали услугу резки профилей PREMIAL® под 5 востребованных размеров.

Александр Коваль сообщил, что, помимо системы алюминиевого профиля, компания может предложить большой спектр мебельной фурнитуры для шкафов-купе. Например, усиленные ролики, уплотнители в нижние направляющие, доводчики, шлегель и т. д.

Гости конференции смогли унести с собой комплекты образцов алюминиевого профиля PREMIAL®, образцов декоров моек ULGRAN и приняли активное участие в розыгрыше 16 призов, среди которых были кофеварка, фитнес-браслет и фирменные сувениры от PREMIAL®, полкодержатели и встроенные удлинители SETE, сертификаты на алюминиевый профиль PREMIAL ®, на оборудование выставки в салоне комплектующими SIBO и сертификаты на комплекты фурнитуры от «Штайнел» на 100 и 200 тыс. руб. Щедрый призовой фонд составил почти 500 тыс. руб.

Светлана Воронова

ЗАВОД ПОЛИУРЕТАНА ЗА 3,7 МЛРД РУБЛЕЙ ПОСТРОЯТ ПОД ЛИПЕЦКОМ К 2022 ГОДУ

Компания Egida+ планирует инвестировать почти 3,8 млрд рублей в строительство завода по выпуску пенополиуретана (поролона) в особой экономической зоне (ОЭЗ) «Липецк», чтобы к 2022 году занять 40% российского рынка этой продукции. На заводе будет создано более 200 рабочих мест, сообщила в четверг пресс-служба правительства Липецкой области по итогам встречи губернатора региона Игоря Артамонова с вице-президентом этой компании Валерием Хлебниковым.

«Сегодня Egida+ производит не менее 35% эластичного пенополиуретана в России, запуск завода в ОЭЗ «Липецк» позволит ей увеличить долю на российском рынке до 40%», — говорится в сообщении пресс-службы.

По данным Хлебникова, компания с 2018 года является резидентом ОЭЗ «Липецк» с проектом по производству пенополиуретана, изначальная стоимость которого оценивалась в 1,3 млрд рублей. Сейчас компания намерена почти втрое увеличить инвестиции для строительства завода на площади 12,5 га.

Компания Egida+ создана в Казани в 1992 году, является одним из лидеров в России по производству и продаже эластичного пенополиуретана, мебельных тканей, клея и комплектующих для мягкой мебели, поставляет комплектующие для крупнейших производителей мебели России и стран СНГ, в том числе таких, как Askona, Moon, Hoff.

ОЭЗ «Липецк» площадью около 2,3 тыс. га образована в Грязинском районе Липецкой области в 2005 году, насчитывает 64 компании-резидента из 16 стран. В ОЭЗ производится медицинское и энергетическое оборудование, элементы и системы альтернативной энергетики и автокомпоненты. Резиденты построили 23 завода, вложив порядка 63 млрд рублей при заявленном объеме инвестиций более 197 млрд рублей, в ОЭЗ создано почти 4,3 тыс. рабочих мест. В 2017 году в ОЭЗ открыли участок в Елецком районе.

tass.ru

«РУССКАЯ КОЖА» ВНЕДРИЛА ЦИФРОВУЮ СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ

Рязанский кожевенный завод «Русская кожа» с помощью займа Фонда развития промышленности завершил процесс внедрения платформы для автоматизации управления внутренними и внешними ресурсами предприятия.

«В 2019 году ФРП предоставил рязанскому заводу льготный заем по программе «Цифровизация промышленности» в размере 80 млн рублей под 5% годовых. Общий бюджет проекта превысил 160 млн рублей. «Русская кожа» стала первой компанией, которая цифровизировала работу предприятия с привлечением займа Фонда», — рассказал директор ФРП Роман Петруца.

С привлечением средств ФРП компания внедрила многофункциональную систему управления ресурсами (ERP) и систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), а также организовала виртуальный центр обработки данных.

Система ERP нацелена на повышение эффективности бизнеса и принятия взвешенных решений. Результатом ее внедрения стало сокращение на 30% сроков производства заказа, увеличение на 25% объема выпуска продукции глубокой степени переработки и более высокая продуктовая рентабельность.

Система CRM предназначена для организации взаимодействия с заказчиками, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов. Создание виртуального центра обработки данных позволило сохранить расходы на ИТ-персонал на прежнем уровне, уменьшить затраты на закупку собственного серверного оборудования и ускорить возможность запуска новых проектов за счет гибкости управления серверными ресурсами.

Напомним, в июле 2017 года компания с привлечением займа ФРП запустила в Рязани производство натуральных кож высокого качества для внутренней отделки автомобилей отечественного и зарубежного производства.

minpromtorg.gov.ru

MOSBUILD 2020: КОМПАНИЯ NOLTE KÜCHEN АНОНСИРУЕТ ЗАПУСК НОВОГО БРЕНДА

Nolte SPA — логичное продолжение традиционного подхода компании Nolte Küchen к производству мебели, которая будет использоваться за пределами кухни

Nolte SPA — мебель для ванной комнаты — новое направление деятельности немецкой компании Nolte K chen.

В ассортименте мебели Nolte K chen легко найти предметы, которые можно использовать за пределами кухонного пространства. Компания представила новую мебель, с помощью которой можно обустроить места хранения, организовать зоны для стирки, «структурировать» быт. Теперь организация хозяйственных зон — это вопрос только вашего вкуса и потребностей.

На домашней выставке фабрика Nolte Küchen Hausmesse 2019 анонсировала развитие нового направления деятельности компании — производство мебели для ванной комнаты под брендом Nolte SPA. На данный момент разработано шесть гарнитуров, которые уже доступны для заказа. Весной 2020 фабрика начинает работать с индивидуальными проектами.

Направление Nolte SPA — логичное продолжение традиционного подхода Nolte Küchen к производству мебели, которая будет использоваться за пределами кухонного помещения: в гостиной, прихожей, гардеробной, домашней прачечной, а теперь и в ванной комнате.

Современная ванная комната — это зона отдыха и комфорта. Она играет важную роль в нашей повседневной жизни: утром бодрит и заряжает энергией на весь день, а вечером, наоборот, помогает расслабиться. Именно поэтому к обустройству ванной комнаты необходимо подойти ответственно. Nolte SPA предлагает мебель из высококачественных материалов, с современными фасадами «без ручек», надёжной фурнитурой, атмосферной LED-подсветкой и различными аксессуарами.

Для ванных комнат Nolte SPA использует некоторые коллекции из основной линейки Nolte K chen: модели со скрытой ручкой в глянцевом (Alpha Lack) и матовом (Sigma Lack) исполнении, матовые фасады Integra со встроенными ручками, имитацию цемента (Stone) и дерева (Artwood), коллекцию с матовым покрытием Plus, защищающим от отпечатков пальцев, бюджетную линейка Manhattan, глянцевые фасады Nova Lack.

Мебель фабрики Nolte K chen славится своими качественными деталями. Так, к примеру, практически для каждого фасада внутренний корпус изготавливается того же цвета. А в ванных комнатах цвет уплотнителей, которые обеспечивают плавное закрывание дверец и защищают от пыли, совпадает с цветом корпусов.

На сегодняшний день выпускается два варианта базовых шкафов под раковину: высотой 450 мм и 600 мм. Выдвижной ящик имеет U-образную форму и вкладыш с разделителем для мелочей. Ящики могут быть изготовлены без ручек, с системой открывания MatrixArt и дополнены декоративной подсветкой LED Emotion.

Кстати, подсветка используется также и в открытых элементах, зеркалах, шкафах. Благодаря использованию LED Emotion можно управлять яркостью и световой температурой как с пульта, так и с помощью жестов. Все элементы освещения имеют степень защиты IP 44 и пригодны для использования во влажных помещениях.

Продукция компании Nolte K chen будет представлена на выставке MosBuild 2020, которая состоится 31 марта—3 апреля в МВЦ «Крокус Экспо».

По материалам mosbuild.com

АССОЦИАЦИЯ НЕМЕЦКОЙ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ИТОГИ РАБОТЫ ОТРАСЛИ В 2019 И ПРОГНОЗ НА 2020 ГОД

Ян Курт, исполнительный директор ассоциации немецкой мебельной промышленности

Ассоциация немецкой мебельной промышленности прогнозирует легкий рост продаж в 2020 году, особенно за счет молодежи, которая собирается купить новую мебель. 9,3 миллиона немецких семей планируют приобрести мебель в 2020 году. «Именно поэтому мы с реалистичным оптимизмом подходим к новому десятилетию, — говорит Ян Курт, исполнительный директор Ассоциации немецкой мебельной промышленности. — В прошлом году к октябрю в основном значительно выросли продажи кухонной мебели.

Ян Курт, исполнительный директор ассоциации немецкой мебельной промышленности, заявил в январе в Кельне по случаю пресс-конференции Imm Cologne 2020: *«Мы стоим на пороге нового десятилетия, которое, по словам канцлера ФРГ, может стать хорошим десятилетием, несмотря на огромные проблемы. «Давайте еще раз удивимся тому, что мы можем», — сказала госпожа Меркель. Это хороший подход, с которым мы хотим наполнить жизнью мебельную индустрию: если вспомнить, десять лет назад мы тоже стояли в начале нового десятилетия, но и в конце большого экономического кризиса, который принес мебельной промышленности некоторые изменения. В конце 2009 года отрасль получила выручку в размере 15,4 млрд евро, а соответственно, примерно на два миллиарда евро или на 12% меньше, чем годом ранее. Мы имели 540 мебельных предприятий и насчитывали 90 тыс. человек, работающих в отрасли. Сегодня, десять лет спустя, отрасль имеет выручку 17,7 млрд евро, 477 работающих предприятий и 85 тыс. сотрудников».*

Это было не лучшее десятилетие, но то, в котором отрасль не только значительно консолидировалась, но и становилась все более конкурентоспособной на международной арене. Сегодня на рынке работают более крупные и более современные компании, а обороты выросли на 2,3 млрд евро. Предприятия стали значительно более профессиональны и перспективны, чем десять лет назад.

Взгляд в ближайшее будущее показывает, что немцы хотят обустраивать жилье. «Мы провели репрезентативный опрос с известным исследовательским институтом TNS Kantar в Германии незадолго до Рождества. Основные результаты: все-таки почти четверть всех немцев, то есть почти 19 миллионов человек из 9,3 млн семей планируют в 2020 году приобретение новой мебели», — отмечает Ян Курт.

В среднем в 2020 году выходит на семью готовой мебели на 2 581 евро. Особенно тяга к приобретению новой мебели заметна у молодых людей: так, 40,5% населения в возрасте от 14 до 29 лет планируют купить новую мебель. Аналогично, новую покупку планируют 31,5 % людей в возрасте от 30 до 39 лет. Из тех, кто старше 60 лет, только 12,5% планируют в 2020 году покупать мебель.

«Мы с реалистичным оптимизмом смотрим в новое десятилетие и в 2020 году ожидаем небольшого увеличения продаж — около 1%. Внутри страны мы должны на первый план продвигать тему «сделано в Германии» и рассказывать потребителям о нашем отличном качестве и первоклассном обслуживании», — говорит Ян Курт.

Нынешнее развитие внешних рынков также лояльно по отношению к продукции из Германии. За пер-

вые десять месяцев 2019 года 32,8 % мебели, произведенной в Германии, отправились за границу. Это самый высокий коэффициент экспорта, когда-либо зафиксированный. На рубеже тысячелетий эти цифры были довольно скудные — 16,3%. Непрерывный рост экспорта свидетельствует о высокой международной оценке немецкой мебели. В целом по итогам 2019 года экспорт немецких производителей вырос на 2,1%. Экспорт в большинство крупных неевропейских рынков в настоящее время также находится в плюсе. Так экспорт мебели в США был увеличен на 15,1% с января по октябрь 2019 года по сравнению с прошлым годом. Продажи немецкой мебели в России после продолжительного периода ослабления растут третий год подряд и в 2019 году увеличились на 18,8%.

Другие ключевые развивающиеся рынки, такие как Япония, Канада и Южная Корея, выиграли от недавних соглашений о свободной торговле с ЕС и также оказались позитивными.

Только Китай, будучи растущим рынком в предыдущие годы, снизился на 22,3% в прошлом году. Из-за торговых ограничений США по отношению к Китаю там все больше товаров остается внутри страны, что затрудняет экспорт в Китай. Однако, с другой стороны, открываются новые возможности для экспорта в США.

«Мы предполагаем, что объем внешней торговли немецкой мебелью с Китаем значительно сократится в первом квартале 2020 года на фоне уже видимых негативных последствий коронавируса для спроса на мебель в Китае и для глобальных цепочек поставок. Это повлияет не только на экспорт мебели из Германии, но и на импорт мебели, сырья и комплектующих. В конце февраля VDM провела опрос членов о влиянии кризиса, вызванного коронавирусом, на немецкую мебельную промышленность. Согласно первым результатам, почти половина опрошенных компаний (49%) в настоящее время не могут доставить товары, уже заказанные в Китае. Более половины респондентов (58%) в настоящее время видят снижение заказов из Китая. Что касается импорта, более половины компаний (56%) заявляют, что на них влияет дефицит поставок из Китая.

Помимо, по крайней мере, временного, существенного сокращения экспорта немецкой мебели в Китай, текущая ситуация также должна привести и к изменению импорта. Если из-за провала производства мебели в Китае в начале года и поставок со значительными задержками розничные продажи в Германии упадут, то заполнение больших торговых площадей и объемы продаж должны быть покрыты за счет других поставщиков. Как это будет происходить, также зависит от скорости реагирования и надежности доставки альтернативных поставщиков. Одно можно сказать наверняка: 2020 год станет еще одним особенно сложным для мебельной промышленности», — говорит Ян Курт.

Кроме того, внутри ЕС спрос на мебель значительно вырос в 2019 по сравнению с 2018. Франция стала

главным рынком сбыта мебели из Германии внутри ЕС: рост экспорта мебели в 2019 году вырос на 6,8%. Другие европейские рынки, такие как Швейцария, Бельгия, Польша, Италия и Швеция, также развивались положительно. В отличие от этого, Brexit тормозит развитие торговли с Великобританией: экспорт немецкой мебели через английский канал сокращается третий год подряд, и упал на 3,2% — практически до 700 млн евро. Тем не менее, Великобритания попрежнему занимает пятое место в рейтинге основных экспортных рынков.

Тем не менее, внутренний рынок остается на сегодняшний день самым важным рынком для немецких производителей мебели в 2020 году.

2019 год для немецкой мебельной промышленности завершился небольшим падением продаж в размере около 0,5%. Общий объем продаж по октябрь 2019 года составил почти 14,9 млрд евро. За весь год 2019 году ожидается оборот около 18 млрд евро.

Значительно увеличилось производство кухонь: продажи по октябрь 2019 года выросли на 2,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составили более 4,2 млрд евро. Этот эффект обусловлен, прежде всего, очень хорошим внешним спросом, который вырос на 5,9% по сравнению с прошлым годом. Внутренний рынок кухонь также вырос на 0,7%. Так как продажи кухонь на конец октября выросли на 5,1%, в целом 2019 год также завершится в плюсе.

Сегмент офисной и торговой мебели по официальным данным вышел в плюс на 0,7% с оборотом около 3,5 млрд евро. Продажи матрасов снизились на 2,3%, составив около 640 млн евро.

Что касается индустрии мягкой мебели, официальная статистика, которая фиксирует только события на немецких производственных площадках, показывает снижение продаж на 0,5%, примерно до 760 миллионов евро. В отличие от этого, компании с собственными производственными мощностями за рубежом зафиксировали увеличение объема заказов примерно на 4% к концу октября.

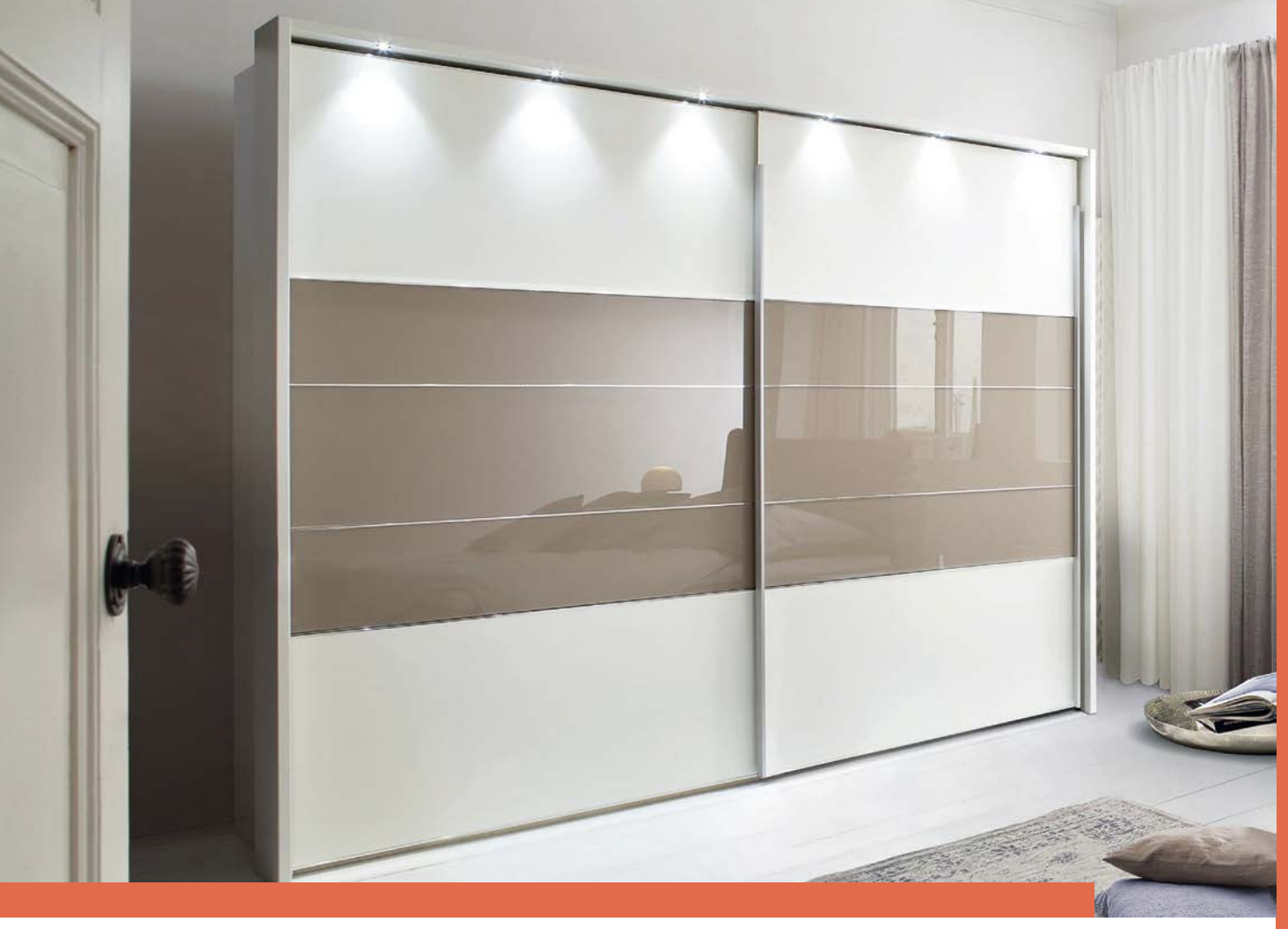
Согласно статистике, в сегменте «Прочая мебель» выручка упала на 2,9% до 5,8 млрд евро. Это самый большой сегмент отрасли, по официальной оценке, и включает в себя не только мебель для гостиной, столовой и спальни, но и небольшую мебель, жесткую мебель для сидения и детали мебели. Таким образом, значимость официальных цифр в отношении классической мебели для дома остается низкой. Согласно отраслевому опросу, среди производителей домашней мебели рост поступлений заказов к концу октября с учетом собственных производственных площадок за рубежом составил 4,1%.

Всего в 2019 году отрасль включала 477 предприятий с более чем 50-ю работниками (-0,8 %). Численность работников осталась стабильной — 84 533 сотрудника.

Несмотря на устойчивый рынок труда на фоне роста доходов, дополнительная покупательная способность не может быть преобразована в новые покупки мебели. Это, безусловно, связано с изменениями в структуре торговли мебелью и устойчивой проблемой посещаемости покупателями больших торговых площадей. Машины продаж, сильно привязанные к цене за пределами городов, работают все хуже и хуже во времена устных и хорошо информированных потребителей. Вместо этого специализированная торговля и онлайн-каналы продаж приобретают все большее значение. Просто продавать мебель недостаточно. Востребованы концепции интерьера и атмосфера "

Это, конечно же, также связано с изменениями в структуре торговли мебелью и сохраняющейся проблемой частоты на большой площади. Сильно привязанные к фиксированным ценам объекты торговли за городом работают во времена зрелых и хорошо информированных потребителей. Вместо них специализированные магазины и каналы онлайн-продаж становятся все более важными. Просто продавать мебель недостаточно. Востребованы концепции интерьера и атмосфера.

По материалам moebelfertigung.com



СТЕКЛО КОМПЛЕКТУЮЩИЕ для шкафов–купе

Комплектующие для шкафов–купе

MODERN COUPE

ФАБРИКА
РАЗДВИЖНЫХ ДВЕРЕЙ

Каркасно-модульная система «Лофт» – это алюминиевая система, состоящая из алюминиевых профилей и различных коннекторов, которая позволяет создавать практичную мебель разных конфигураций для современных интерьеров.
Система состоит из трех видов алюминиевого профиля и шести видов коннекторов, соединяющих алюминиевый профиль.

«Лофт» позволяет проектировать различные мебельные конструкции, которые подойдут для любого места Вашего дома: для гостиной отлично подойдут журнальный столик и стойка для горшечных растений, для спальни – консоль, для прихожей – стойка. Возможность модификации разнообразна.

БЕСПЛАТНАЯ ЛИНИЯ **8-800-200-52-13**

г. Новосибирск:
ул. Сибиряков-Гвардейцев, 49/2
modern_kupe@inbox.ru
8 (383) 353-52-13
8 (383) 344-97-99

г. Кемерово:
пр-т Советский, 5
kemerovo@modern-coupe.ru
8 (3842) 452-352
8-951-581-78-57

НОВЫЙ ОФИС:
ул. Бетонная, 4
info@mk54.ru
+7 (383) 383-06-63

Весь ассортимент продукции представлен на нашем сайте **MODERN-COUPE.RU**
Конструкторы фасадов шкафов-купе и кухонных фартуков: **КОНСТРУКТОР54.РФ**

ARISTO®

aluminium
profile system

быстро
качественно
надежно

СБОРКА
готовых дверей

из профиля ARISTO

Новосибирск
ул. Владимировская, 11 Б

+7 (383) 363 78 15
+7 (383) 363 78 16
www.aristo.expert

UMM

Российское производство, порошковая окраска и гальваническое покрытие (хром)

КАЧЕСТВО ДОСТУПНО

10 ЛЕТ НА РЫНКЕ

КУХОННОЕ НАПОЛНЕНИЕ

- Бутылочницы Квадро (на направляющих Hettich)
- Выкатные корзины (на направляющих скрытого монтажа Hettich)
- Бутылочницы Премиум и Эко хром, черный

- Сушки нержавейка пищевая полированная
- Сушки гальваника хром
- Сушки LOFT Полимерное покрытие черный
- Сушки выкатные (на направляющих скрытого монтажа Hettich)

НАПОЛНЕНИЕ ДЛЯ ШКАФОВ-КУПЕ

- Корзины различных видов и размеров (хром, окраска — металлик, белый)
- Сетчатая полка (хром, окраска — металлик, белый)
- Обувница (хром, окраска — металлик)

umm-tehno.ru

Производство, Офис:
г. Краснодар,
ул. Новороссийская, 172,
оф. 206

Контакты:
моб.: +7 (989) 806-29-42,
моб.: +7 (989) 806-29-43,
e-mail: umm-tehno@mail.ru

Логистический склад:
Московская область,
г. Химки,
ул. Нагорное шоссе, д. 2

ФАСАДЫ и СТОЛЕШНИЦЫ

Фасады
Столешницы
Мебельные детали

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

пластик ABET, ARPA
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

ТОМСКИЕ МЕБЕЛЬНЫЕ ФАСАДЫ

Кроватные спинки

новая коллекция 2020

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

Николаевские фасады

г. Новосибирск, ул. Галущака, 1, т.: (383) 227-24-01, 291-96-52
ул. Олимпийская, 37, т. (383) 248-89-11, e-mail: kablashov@yandex.ru
www.fasad.novosibirsk.ru

мебельные фасады МДФ

МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА
МЕДЕЯ
Для ПРОФЕССИОНАЛОВ

г. Новосибирск, ул. МИРА, 54а,
Тел.: (383) 211-27-20, 299-10-29
www.mf-medea.ru

ФАСАДЫ

по Вашим размерам, в т. ч. ГНУТЫЕ

- **МДФ** ОКРАШЕННЫЙ (глянец, металлик, хамелеон)
- **ШПОН** ГЛЯНЕЦ, МАТОВЫЙ
- **ДЕРЕВО** Дуб, Ясень, Сосна

- **ШИРОКАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА**
- **ПОДБОР ЦВЕТА**
- **АЭРОГРАФИЯ, ФОТОПЕЧАТЬ**
- **МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ**

Изготовление мебели по индивидуальным проектам

ГЛЯНЕЦ — ПО-ПРЕЖНЕМУ АКТУАЛЬНЫЙ

Как-то неожиданно в этом году для себя отметила, что некоторые решения, пришедшие на рынок довольно давно и потихоньку начинающие тускнеть и терять свою актуальность, неожиданно приобретают новый акцент, новые модные сочетания и выходят на новый виток популярности. Так в одежде в разные периоды были модны то юбки мини, то макси, а теперь модно все, но в актуальном сочетании и в модных стилистических решениях.

Так глянцевые фасады когда-то на пике популярности имели несколько иной внешний вид: например, в сегменте «эконом» присутствовали модели с фигурной фрезеровкой и декоративными элементами, обтянутые глянцевой ПВХ-пленкой в древесных декорах. Нынче такие модели считаются в прошлом, и их практически никто не делает.

Глянец приобрел сегодня солидность и иное звучание, а вместе с этим растущий интерес и высокую популярность.

Именно поэтому мы решили узнать мнение производителей и продавцов фасадов о том, какие глянцевые фасады и технологии их изготовления сегодня наиболее актуальны, качественны, удобны в производстве, выигрывают по соотношению цена/качество и особо популярны у конечного покупателя.

Мы рассмотрим со всех сторон различные технологии изготовления глянцевых фасадов, материалы для их изготовления и обозначим преимущества и недостатки, а также поговорим о дизайнерских решениях с использованием глянцевых поверхностей, которые вот уже скоро как десять лет продолжают радовать потребителя и никак не выходят из моды.

«Прежде чем говорить о любой теме, надо определиться с общими терминами. Как таковых «глянцевых фасадов» не существует, а есть мебельные фасады с глянцевым покрытием. Как и всю группу этой продукции, их можно рассматривать с точки зрения материала основы (МДФ, ДСП или массив) или с точ-

ки зрения материала покрытия (пластик, пленка, краска)», — считает **Владимир Максимец, директор по маркетингу компании ООО «ВХЦ-Фасад» (г. Санкт-Петербург).**

Конечно, самая важная и самая видимая часть фасада — это покрытие, о котором в большей степени мы и будем говорить, но также немаловажную роль играет и основа, которая влияет как на качество покрытия, так и на значимую составляющую спроса — цену. Сегодня редкий потребитель готов платить заметно дороже за чуть лучше, он пытается разобраться в нюансах и деталях и выбрать оптимальный по соотношению цена/качество продукт.

В качестве основы для глянцевых фасадов могут выступать:
- Массив дерева
- МДФ
- ЛДСП

«Сегодня реже всего встречаются изделия из массива. На российском рынке до середины «нулевых» такие фасады можно было приобрести в итальянском исполнении, но они были вытеснены кризисами и развитием ПВХ-пленки», — делится Владимир Максимец.

Он выделяет три группы особо популярных сочетаний покрытия и основы, что, в принципе, подтверждается и рядом других экспертов:
- покрытые пластиком с основой из ДСП;
- покрытые ПВХ-пленкой с основой из МДФ;
- покрытые краской с основой из МДФ.

А сейчас мне бы хотелось рассмотреть глянцевые фасады по видам покрытий и выяснить, что сегодня предлагают производители, на что спрос, и каковы преимущества и недостатки различных глянцевых покрытий.

Но сначала я бы обозначила, что в глянцевых покрытиях особое место занимает «высокий глянец», к которому стремятся, которого добиваются, который считается вершиной качества. По разным оценкам, «высокий глянец» — это отражающая способность близкая

К 100% (95-98%), но и способность отражать на 80% многие также относят к «высокому глянцу».

ОКРАШЕННЫЕ ФАСАДЫ

По мнению Владимира, фасады делятся на 2 типа. Первый — МДФ покрытый глянцевой краской, которая после высыхания и полировки дает нужный эффект. Второй — МДФ, покрытый матовой краской, на которую сверху наносится акриловый или полиуретановый лак. Второй тип фасадов, как правило, называют «высоким глянцем», так как на них достигается степень отражения поверхности свыше 70 процентов.

«За простым названием «крашеные фасады» скрывается сложная технология их изготовления: грунт, эмаль и лак наносят в несколько слоёв, всё это много раз сушится, шлифуется и полируется. В завершении изделия покрывают воском. Производителями предлагается глянцевая мебель с прямыми и радиусными фасадами. Основой таких фасадов является влагостойкая МДФ-плита. Технология позволяет красить кроме лицевой поверхности торцы изделия, и в кромке нет необходимости. Попадание влаги вовнутрь при такой технологии практически исключено. Фабрики с собственным цехом не зависят от массовых цветов производителя материалов, а выбирают их сами. Также некоторые фабрики красят изделия в тот цвет, который выбрал заказчик. Укрывистость эмали меньше, чем у пластика, но финишные процедуры, такие как шлифовка и полировка, убивают все дефекты. Такой сложный процесс изготовления крашеных фасадов сказывается на цене, но даёт высокое качество», — делятся **специалисты компании «ТБМ».**

Также сложность технологии изготовления отмечает и начальник отдела продаж Томского региона компании «Томские Мебельные Фасады» Элеонора Иванова:

«Это очень сложный и трудоемкий процесс. В первую очередь, подготовленная плита МДФ проходит несколько этапов ошкуривания, грунтовки и шлифовки. Только после этого при помощи краскопульта наносят изолятор, грунтовку в 2 слоя и краску в несколько слоев — до получения требуемого оттенка. Далее окрашенная поверхность покрывается лаком и после этого шлифуется для придания материалу глянца».

Грунт-изолятор дает возможность получить более высокую укрывистость и, в конечном итоге, качество покрытия и глянца, хотя некоторые компании не используют его в целях экономии, что сказывается на конечном результате.

Андрей Чирков, менеджер по поставкам AMIX (г. Санкт-Петербург), замечает, что при соблюдении правильности всех технологических процессов можно добиться очень высокого качества и степени отражения глянца эмалированных фасадов МДФ.

«Благодаря тому, что эмаль укрывает все поры материала со всех сторон фасада, достигается высокая влаго- и пароустойчивость», — добавляет Андрей.

Также он говорит о том, что глянцевые окрашенные фасады изготавливают чаще всего в определенном дизайне, где данная технология практически незаменима:

«Прежде всего, стоит уточнить, что окрашенные фасады МДФ — это решение для мебели с каким-то фрезерованным дизайном дверок. Это может быть узор на плоскости, имитирующий сборный фасад из массива с резной вставкой, или так называемая интегрированная ручка — выборка в верхней части фасада для открывания его рукой без установки отдельной мебельной ручки.

В первом случае мебельные глянцевые эмали используются не часто, в виду того, что глянец — это атрибут современного стиля. А вот как раз фасады с плоской лицевой стороной и интегрированной ручкой идеально сочетаются с современным стилем и глянцевой отделкой».

Элеонора Иванова также рассказывает об интересных глянцевых моделях с интегрированной ручкой в ассортименте «Томских Мебельных Фасадов»:

«Нашей компанией была разработана линейка крашеных фасадов с интегрированной ручкой. Благодаря двухцветному окрашиванию, фасад приобретает необычный внешний вид. Также есть возможность окрашивать фасад с двух сторон: благодаря этому, он получается монолитным и не пропускает влагу».

«Основное преимущество таких фасадов — это практически неограниченная цветовая гамма. Однако цена на такие фасады относительно высока, так как процесс их производства достаточно трудоемкий. На высокопрофессиональных производствах, таких как ВХЦ-фасад, где отработан весь производственный цикл и соблюдаются технологические нормы, на мебельных фасадах отсутствует шагрень. Немаловажную роль играет технология получения глянцевого покрытия на фасадах. Этот аспект напрямую связан с долговечностью. Как правило, полиуретановые лаки являются более твердыми и, как следствие, более износостойкими. Акриловые лаки имеют более широкий спектр твердости, а значит можно получить как фасады очень хорошего качества, так и нет. Поэтому считается, что этот тип продукции чаще подвержен повреждениям при эксплуатации.

Во влажных помещениях продавцы, как правило, рекомендуют ставить мебель с крашеными фасадами, т. к. считается, что они менее подвержены разбуханию. Важно знать, что это утверждение работает только в том случае, если фасад покрашен с двух сторон», — говорит о преимуществах и нюансах производства Владимир Максимец.

Элеонора Иванова также основным преимуществом крашеных фасадов считает огромный выбор цветовых решений. *«Мы работаем по каталогу Ral и WoodColor. Так как мы используем качественные краски, они устойчивы к выгоранию»,* — делится она.

Владимир Максимец рассказывает о том, что крашеные фасады с эффектом «металлика» обычно покрывают сверху лаком, и формально эти фасады тоже считаются «глянцевыми», что еще больше расширяет их цветовую палитру.

Плюсы:

- *широкий выбор цветов;*
- *получение высокого глянца;*
- *влаго- и паростойкость;*
- *возможность реставрации мелких царапин.*

«А вот недостатком является довольно субтильная устойчивость таких фасадов к физическим воздействиям, царапинам.

Относительно высокую цену в недостатки данных фасадов заносить не будем, поскольку она компенсируется невероятно широким выбором оттенков – буквально, воплотить можно любую цветовую фантазию», — считает Андрей Чирков.

Минусы:

- *высокая цена;*
- *изменение оттенка цвета при эксплуатации;*
- *сильная зависимость от ультрафиолетовых лучей, что может привести к пожелтению лакового слоя;*
- *высокая вероятность царапин и сколов;*

ФАСАДЫ В ПЛЕНКЕ ПВХ

«Глянцевая ПВХ-пленка — это общее название целой группы пленок, под которой ошибочно понимают «однотонную пленку», — говорит Владимир Максимец. На самом деле, на рынке представлены самые разнообразные глянцевые пленки. Это, конечно, однотонные, но также с имитацией текстуры, различных узоров и металлики».

«В данном сегменте, на самом деле, есть целых два направления. Первое, классическое — наклеивание пленки ПВХ на фрезерованный или гладкий фасад из МДФ с помощью вакуумного пресса. И второй — изготовление фасадов путем нарезки и окромления гладкого листового материала с уже накатанной на лицевую поверхность пленкой МДФ», — обозначает два варианта производства Андрей Чирков.

Конечно, все зависит от качества материалов и качества производства, но, как отмечают эксперты, часто цена решает вопрос не в пользу качества.

«Первый тип можно назвать экономичным, поскольку после фасадов из ДСП такие фасады в пленке ПВХ являются самыми дешевыми. Многое зависит от пленки и условий производства, но сегмент и конъюнктура не позволяют использовать лучшие образцы. Идеальный глянец в таком случае не получить — пленка будет обтягивать собой все неровности поверхности МДФ, коих множество», — отмечает Андрей Чирков.

Владимир Максимец также говорит о том, что разбег ценовой очень высокий, и можно изготовить как малокачественные фасады в дешевой тонкой пленке и с использованием дешевой МДФ-плиты, так и фасады сегмента «средний плюс» и выше:

«Для производства МДФ-фасадов в глянцевой пленке используют материал толщиной 16 мм или 19 мм. Эконом-предложение в большинстве случаев — это 16 мм. Главный недостаток таких фасадов — выгибание, т. к. пленки с эффектом «глянец» за счет дополнительного слоя в структуре имеют большую толщину и, как следствие, меньшую пластичность. Поэтому ответственные производители или используют МДФ толщиной 19 мм, или честно предупреждают покупателей о возможных дефектах.

Цена фасадов в глянцевой пленке напрямую зависит от производителя. Эконом-фасады делают из дешевой китайской пленки толщиной 0,3-0,35 мм. Как следствие, — высокая шагрень и низкая износостойкость конечного изделия. Фасады среднего ценового сегмента обычно изготавливают из пленки производства «промышленного Китая», Кореи или Тайваня. Толщина этой пленки 0,4-0,45 мм. Покрытия этих пленок гораздо лучше «эконома», но в 90% случаев все равно будет наблюдаться значительная шагрень. Фасады сегмента «средний плюс» и «высокий» делают из немецкой или японской пленки толщиной от 0,6 мм. По цене фасады в этой пленке сопоставимы с лучшими предложениями пластика и дешевле краски».

«Есть много способов для достижения покрытия высокий глянец, мы на производстве используем прессование при низкой температуре. Преимущество такого высокого глянца — это, безусловно, цена и возможность изготовления деталей высотой до 2750 мм, а также многообразие декоров ПВХ и различные краевые фрезеровки», — делится Элеонора Иванова.

Андрей Чирков считает, что изготовленная в условиях высокотехнологичного серийного производства плита МДФ, покрытая с одной стороны ПВХ-пленкой, демонстрирует высокое качество глянца: *«Обычно на таких панелях используется пленка более толстая, нежели та, которой окутывают в вакуумных прессах единичные изделия, поэтому она способна эффективно скрыть дефекты на поверхности МДФ».*

Безусловно, здесь можно добиться высокого качества поверхности, но надо учитывать и тот факт, что плита режется в размер небезотходно и далее фасад нужно качественно закромить.

Если пойти дальше, то можно на вполне себе матовую пленку нанести качественный лак и получить глянцевую поверхность.

Об этом говорит и Владимир Максимец: *«Интересный факт. Для того, чтобы получить глянцевое покрытие, не обязательно покупать глянцевую пленку, достаточно взять матовую пленку и покрыть ее глянцевым акриловым или полиуретановым лаком. Цена такого мебельного фасада будет достаточно высокой, но зато он не будет иметь многих дефектов, присущих глянцевым пленкам».*

«К данным фасадам применяется технология, пришедшая к нам из автомобильной промышленности: на фасад в пленке ПВХ наносят полимерный лак в несколько слоев. После этой процедуры поверхность тщательно просушивают, а затем полируют в несколько этапов, убирая мельчайшие пылинки и придавая блеск и насыщенность цвета фасаду.

Полимерный лак придает поверхности твердость, износостойкость и идеальную глянцевость. Фасад становится более термостойким и влагостойким», — отмечает Элеонора Иванова.

Здесь уже происходит смешение технологий для достижения наилучшего результата.

«Преимуществом и тех, и других МДФ-фасадов в пленке ПВХ является умеренная цена и хорошая устойчивость поверхности к повреждениям, — отмечает Андрей Чирков. — *А при соблюдении всех технологических процессов влаго- и пароустойчивость также будет на высоте. Но высокую температуру пленка ПВХ переносит плохо, часто окутанные ПВХ-фасады из МДФ страдают от деформации пленки в местах действия температур — около духовых шкафов, чайников, посудомоечных машин».*

Плюсы:

- *большой ассортиментный ряд внутри коллекции: глухой фасад, витрина, решетка, радиусный фасад, декоративные элементы;*
- *значительный выбор цветов;*
- *лучшая защита от разбухания в сравнении с ДСП фасадами;*
- *устойчивость к истиранию;*
- *невысокая цена.*

Минусы:

- *сильно заметная шагрень на фасадах в бюджетном сегменте;*
- *подверженность мелким повреждениям при эксплуатации;*
- *зависимость выгибания от качества пленки и МДФ, что наиболее критично на кухонных стеллажах;*
- *подверженность влиянию высоких температур и перепадам температур*

ПЛАСТИКОВЫЕ ГЛЯНЦЕВЫЕ ПОВЕРХНОСТИ

«Фасады, изготовленные из панелей с лицевой стороной, отделанной HPL, — по мнению Андрея Чиркова, — *используются реже всего, однако в последнее время активность производителей в этом сегменте повысилась. Правда, ставку теперь делают не на глянцевые, а на супер-матовые и софт-тач поверхности, поскольку процесс производства не позволяет получить идеальный глянец, сохраняется некая мелкая «волнистость» на плоскости».*

Я бы разделила фасады с покрытием из пластика на две группы, которые сильно отличаются и по основе, и по качеству пластика, и по ценовому сегменту. Надо также отметить, что такие фасады производятся на основе изготовленных плит, а затем пилятся и кромятся. Так что от кромки и качества ее нанесения и цена, и срок службы зависят тоже.

ДСП-ФАСАДЫ, ПОКРЫТЫЕ ПЛАСТИКОМ

«Главным плюсом этих фасадов является цена. При этом мнение о том, что такие изделия более долговечны, не всегда соответствуют действительности, — говорит Владимир Максимец. — *Хорошие сроки эксплуатации показывают фасады в ценовых сегментах «средний плюс» и «высокий». Экономичные же модели, как правило, не служат долго и очень быстро теряют свой первоначальный блеск, а твердость покрытия не позволяет защитить их от мелких повреждений».*

МНЕНИЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Дизайнер Наталья Соболева: *«Матовые материалы придают помещению уют, но кухня по факту может казаться меньше. С глянцевыми фасадами кухня будет выглядеть просторнее, но вместе с тем немного холодноватой».*

Дизайнер Елена Гилева: *«Выбирайте глянцевые фасады, если площадь кухни небольшая: зеркальный эффект увеличивает пространство. Или если кухня находится в отдельном помещении, а не совмещена с гостиной: иначе глянцевая мебель будет привлекать слишком много внимания к зоне приготовления еды, а это сейчас неактуально».*

Дизайнер Марина Поклонцева: *«Если кухня совмещена с гостиной и составляет её основу, то дизайнер понимает, что кухня должна быть парадной. Глянцевый фасад очень кстати, так как смотрится дорого и празднично».*

Дизайнер Ирина Лазутина: *«Если окно выходит на юг, выбирайте матовый кухонный фасад, чтобы солнечные зайчики не раздражали глаза. В других случаях используйте глянец. Можно и в одной кухне совместить глянец и матовые поверхности — для контраста и настроения».*

Дизайнер Татьяна Афанасьева: *«Если кухня находится под прямыми солнечными лучами, от глянца лучше отказаться: на фасадах будет видно каждое пятнышко».*

Архитектор Александр Борознов: *«Если предусмотреть, что отражение в глянце будет красивым и дополнит интерьер — можно использовать глянцевые фасады, а если отражать нечего — лучше матовые».*

Дизайнер Мария Устинова: *«Все зависит от стиля: ар-деко — точно глянец. Да, конечно же, будут видны отпечатки пальцев, но тот, кто любит гламур, с этим мирится».*

Если уж классике показан глянец, то фасады будут безрамные и обычно без декора (как на фото). Классического настроения на кухне тогда добиваются за счет прочей мебели и выбора традиционных отделочных материалов вроде облицовки мрамором.

МНЕНИЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Оксана Савчук: *«Кстати, за качественным глянцем легко ухаживать, в несколько раз проще, чем за матовым фасадом. Помимо многих слоев «высокого лака», как его называют производители дорогих кухонь, финишным слоем идет слой «против отпечатков пальцев»: следы буквально испаряются с поверхности».*

Дизайнер-декоратор Вера Корчагина: *«Если нужны динамика, праздничность и легкость — это глянец. Матовая кухня будет выглядеть более фундаментально. Но все зависит от цвета: чёрный глянец будет легче матового марсала, но тяжелее кремового матового».*

Дизайнер Наталья Тарханова: *«Только матовые! Глянцевые кухни — это привет из 90-х. Посмотрите на ведущих производителей мебели, которых все копируют. Сейчас всеобщий тренд на натуральность: даже густые брови тому пример».*

Матовые и глянцевые фасады можно использовать одновременно на одной кухне — и этот приём многие профессионалы тоже называют трендом. Важно: блестеть должно что-то одно. Либо фартук, либо линия фасада, либо ручки.

Дизайнер Елена Михеева: *«У кухни обычно есть нижний и верхний ряд. Мне нравится сочетание матового (более практичного) низа кухни и эффектных верхних глянцевых фасадов, отражающих свет».*

Архитектор Марк Чупров: *«Сочетание глянцевых и матовых фасадов удачно по многим причинам. Например, глянцем можно нивелировать ощущение громоздкости верхних ящиков».*

Дизайнер Ольга Копосова: *«В моём недавнем проекте сочетание фактур стало компромиссом. Заказчики хотели глянцевые фасады, но не хотели видеть бесконечные отпечатки пальцев. Поэтому глянцевыми мы сделали верхние шкафы, а матовыми нижние».*

Дизайнер Жанна Бадалян: *«Верхние шкафы, которые, как правило, меньше пачкаются, сделайте глянцевыми, а нижним фасадам, которые приходится протирать намного чаще, придайте матовую фактуру. И пусть они будут разного оттенка».*

«Зато, HPL-пластик очень устойчив к температурам и случайным ударам, ведь именно HPL используется при производстве кухонных столешниц», — отмечает Андрей Чирков.

Плюсы:
- *устойчивость к температурам;*
- *широкая цветовая гамма;*
- *высокая устойчивость к истиранию;*
- *низкая цена.*

Минусы:
- *нельзя изготовить витрины, решетки, радиусные фасады;*
- *практически полное отсутствие декоративных элементов;*
- *как правило, эконом-фасады сделаны на основе низкосортного ДСП, а кромка, нанесенная кустарным методом, не служит долго, что приводит к ее отслоению и разбуханию фасадов;*
- *ограниченное число цветов и только один вид фасада — плоский без рисунка;*
- *низкий уровень глянца, тусклость поверхности фасада*

МДФ-ФАСАДЫ, ПОКРЫТЫЕ АКРИЛОВЫМ ПЛАСТИКОМ

«Акрил — это разговорное торговое слово, красивое и непонятное покупателю. Достаточно зайти на сайт Википедии, чтобы убедиться в том, что акрил — это синоним слова пластик», — считает Владимир Максимец.

Хотя, показатели акрилового пластика намного выше — высокий глянец, отличные эксплуатационные характеристики.

«Панели с тонким листом акрила на поверхности из МДФ имеют одну из самых высоких степеней глянца при адекватной цене, — отмечает Андрей Чирков. — Эффект «стеклянной» поверхности в данном случае усиливается тем, что кромка на торцах расположена позади лицевой плоскости акрила: при взгляде на такой фасад не видно никаких стыков панели и кромки. Такие фасады хорошо противостоят физическим воздействиям, а вот температура и влажность способны повлечь отслаивание акрилового слоя, хотя при качественном производстве такие риски минимальны».

«На нашем производстве мы изготавливаем плиту для акриловых фасадов, — рассказывает Элеонора Иванова. — *Для этого мы берем МДФ и наносим на него акриловый пластик при помощи температуры и механического давления.*

Из нее мы изготавливаем фасады с нанесением кромки по технологии Hot air — нанесение кромки горячим воздухом. Данная кромка применяется также и для работы с лазером. Поэтому ее называют «лазерная кромка». В состав входит специальный полимер, который, расплавляясь, прочно приклеивает кромку к фасаду, и получается монолитное изделие, так называемое, «бесклеевое соединение». Благодаря этой

технологии, можно забыть о проблеме загрязнения и пожелтения швов».

Плюсы:
- *насыщенные и глубокие цвета;*
- *высокая степень глянца;*
- *Материал экологически безопасен;*
- *Устойчивость поверхности к изменению цвета.*

Минусы:
- *невысокая устойчивость к механическим повреждениям;*
- *подвержен влиянию агрессивных чистящих средств;*
- *только один вид фасада — плоский без рисунка;*
- *высокая цена.*

УФ-ЛАК (UV)

«Еще иногда, хотя и ошибочно, пластиком называют МДФ-панели, покрытые УФ-лаком в несколько слоев. Фасады из таких панелей очень популярны и, пожалуй, самые дорогие. Преимуществом является зеркальный глянец, эффект «стеклянной» поверхности, высокая устойчивость к механическим повреждениям, температурам и влажности», — отмечает Андрей Чирков.

«Технологический процесс может отличаться у различных производителей, но основной принцип состоит в том, что поочередно каждый слой краски или лака отверждается под УФ-светом, что значительно сокращает время изготовления фасада и увеличивает прочность глянцевого покрытия. Сам рисунок плиты задают полиуретановые краски, кашированная бумага или натуральный шпон. Огромное значение имеет тщательнейшим образом проведенная подготовка плиты, ее тщательная грунтовка и шлифовка — от этого зависят качество и ровность глянцевой поверхности», — рассказывают специалисты компании ТБМ.

Плюсы:
- *идеальная, ровная, зеркальная поверхность;*
- *яркие и насыщенные декоры;*
- *высокая светоустойчивость глянцевой поверхности;*
- *отсутствие шагрени на поверхности;*
- *прочность глянцевой поверхности;*
- *легкий уход за поверхностью.*

Минусы:
- *высокая цена;*
- *возможна более низкая устойчивость к потере цвета при низком качестве.*

ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

«Хит-цвет на все времена у глянцевых мебельных фасадов — белый. Для фасадов без фрезеровки стиля «модерн» кроме белого очень актуальны пастельные цвета. Яркие цветовые решения контрастных тонов хорошо смотрятся на фотографиях и выставочных образцах, но пользуются незначительным покупательским спросом.

В фасадах стиля «прованс» могут встречаться фасады в краске нежно-зеленого или синего оттенка.

Так как глянцевая ПВХ-пленка достаточно толстая, то в классическом стиле практически не используется. Однако, часто заказывают крашеные глянцевые фасады со сложными и глубокими фрезеровками. Практически в 100 % случаев при их изготовлении по желанию заказчика используется золотая или серебряная патина. Основные оттенки цвета: белый, слоновая кость и коралл», — делится Владимир Максимец.

Хотя, я бы не отметала темные тона в глянце с патиной в «классике», которые особенно популярны в отдельных регионах. Да и итальянцы пока не перестали делать темные древесные декоры в глянце.

«Что касается цветовых предпочтений в глянцевых фасадах, то половина всех кухонь в современном стиле в России идет в разновидностях белой гаммы (подтверждено исследованием “The kitchen furniture market in Russia” S25RU, опубликованном агентством CSIL в 2018 году). Такая статистика также обусловлена «расширяющим пространство» свойством светлых поверхностей», — говорит Андрей Чирков.

Хотя глянец в темно-зеленых, серых, графитовых цветах нередко встречается, правда, в кухнях премиального сегмента.

Элеонора Иванова также как самый популярный цвет отмечает белый, но считает, что пользуются спросом бежевые оттенки в сочетании с серыми и коричневыми.

ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ГЛЯНЦЕВЫХ ФАСАДОВ

«Глянцевые фасады будут продолжать набирать популярность в России, — считает Андрей Чирков. — *Почему? Дело в том, что хорошо отражающие свет поверхности визуально расширяют пространство наших небольших, в общей массе, кухонь.*

Также, вопреки распространенному заблуждению, за глянцевыми фасадами легче ухаживать, нежели за какими-то фактурными или матовыми. Достаточно протереть тряпочкой с каким-то мягким бытовым стеклоочистителем — и фасад будет как новый. А вот с матового фасада отпечатки пальцев удалить достаточно сложно».

«Основной фактор развития рынка видится в предложении ПВХ-пленки достаточного качества и по разумной цене, а также в расширении предложения по эффектам и оттенкам. Определенные положительные сигналы в этом направлении уже есть. Поступают предложения по глянцевым однотонным пленкам с эффектом «хамелеон», а также анонсируются интересные варианты по качественной и недорогой пленке европейского производства при сохранении жестких требований к качеству.

Тем не менее, говорить о перспективах конкретного направления в производстве мебели в условиях жесткого кризиса достаточно сложно. На сегодня ясно одно: в 2020 году резкого скачка спроса ни на один вид продукции не предвидится, но конкуренция за покупателя ужесточится», — говорит о перспективах рынка глянцевых фасадов Владимир Максимец.

Конечно, спектр производства глянцевых фасадов огромен — от глубокого эконома до премиальных вариантов. Но спрос рождает предложение, и от возможностей покупателей напрямую зависит, что завтра будет продаваться. Но одно понятно: глянцевые фасады, появившись однажды практически лет 10 назад, не сдают своих позиций и по-прежнему актуальны.

Светлана Ширяева

ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ
для производства мебели
IT–ТЕХНОЛОГИИ

Станки
Инструмент
IT–технологии

СИСТЕМА «2020»: ВДОХНОВЛЯТЬ, ПРОЕКТИРОВАТЬ, УПРАВЛЯТЬ

«2020» — это специализированное программное обеспечение для мебельной промышленности, возможно пока еще не так широко известное в нашей стране, но уже на протяжении нескольких лет эффективно используемое на таких крупных мебельных производствах, как «Первая мебельная фабрика», «Лером» (Россия), «ЗОВ» (Беларусь) и других. В чем особенность этого программного продукта, почему решение «2020» интересно крупным предприятиям и чем сегодня готово заинтересовать средних производителей мебели, рассказал руководитель отдела программного обеспечения для мебельной индустрии компании «Фаэтон» (официального представителя «2020» в России) Алексей Шмаков.

НЕМНОГО ИСТОРИИ

Самое первое решение «2020» появилось еще в 1985 году в Канаде. Основатель компании Жон Миньон, будучи директором фабрики по производству кухонь, предположил, что для увеличения продаж было бы неплохо дать клиентам возможность увидеть, как будет выглядеть их будущая мебель, но на тот момент не существовало никаких инструментов для визуального дизайна. Оставалось одно — придумать эти инструменты. Так появилась первая программа «2020 Design». А уже в середине 90-х такая визуализация стала в Канаде и Америке основным стандартом приема заказов для индивидуальной кухонной мебели. Успешно закрепившись в области проектирования, в компании задумались о развитии систем управления производством. Для реализации этой идеи была приобретена немецкая компания MBI, расположенная по соседству с ключевыми производителями деревообрабатывающего оборудования и имеющая с ними тесные связи. В компании уже была разработана система «Factory network» или «Фабричная сеть». На ее базе и была создана система управления производством, получившая название «2020 Insight».

И началась работа над комплексным сквозным решением, которое охватывало бы все процессы — от приема заказа до отгрузки, учитывая производственные мощности, связь, интеграцию с оборудованием. Сегодня «2020» — это международная компания, в которой работает порядка 800 человек. На территории России решение «2020» представлено с 2010 года через компанию «Фаэтон». Она же занимается внедрением программы на Украине, в Белоруссии, Азербайджане и ряде других союзных республик.

«2020» СЕГОДНЯ

Сегодня решения «2020» помогают профессиональным дизайнерам и архитекторам, розничным торговым организация, производителям мебели и самим конечным потребителям воплощать идеи в жизнь, вдохновляют инновации и оптимизируют процессы. Основная цель всей системы — уменьшить путь нового продукта до клиента: от момента создания проекта мебели и интерьера, производства до ввода в эксплуатацию, включая сокращение не только времени, но расходов и вынужденных издержек. «2020» выстраивает всю цепочку и распределяет ответственность подразделений в этом процессе. Естественно, такое сквозное решение способно существенно оптимизировать весь производственный цикл и систему продаж, а также сэкономить средства предприятия за счет снижения издержек, исключения брака и разумного использования материалов.

Программные продукты «2020» делятся на три основных направления: online-решения для продаж, решения для дизайна и решения для производства. В каждое направление входят различные модули. Каждый пользователь сам выбирает для себя необходимый набор, подстраивая систему под собственные нужды. Но обо всем по порядку.

ONLINE-РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПРОДАЖ

Начать обзор программных продуктов от «2020» хочется с направления online-решения для продаж, поскольку оно является на сегодняшний день уникальным для отрасли. Оно вдохновляет воображение потребителей и дает возможность каждому человеку самостоятельно проектировать свое помещение.

Это направление начало развиваться благодаря компании IKEA в 2008 году. Под реализацию задачи в команду канадских разработчиков были приглашены специалисты, имеющие за плечами колоссальный опыт программирования различных видео- и интернет-игр и знающие толк в зрелищности и наглядности. Специально для шведского бренда они создали быстрый, легкий и простой инструмент, который позволил клиентам IKEA самим планировать свое пространство, меблировать и визуализировать кухню, не выходя из дома, чтобы уже потом, вдохновившись собственным проектом, идти в магазин для оформления покупки. Разработанное для IKEA решение, получившее название «Kitchen planner», используется уже на протяжении 10 лет и позволяет через него ежегодно продавать порядка миллиона кухонь по всему миру, а для компании-разработчика оно помогло на имеющейся базе наладить сотрудничество с крупными DIY-сетями: «Леруа Мерлен» в России, Porta в Германии, B&Q в Англии, Home Depot в Америке и др. Так в линейке «2020» появился новый уникальный продукт «Ideal Spaces». А ведь DIY-сети — это огромная ниша сбыта для производителей мебели. При этом предложенное online-решение интересно и для самих фабрик, обладающих собственной розничной сетью.

«2020 Ideal Spaces» представляет собой онлайн-систему, которая позволяет конечным клиентам самим проектировать в трехмерном изображении свое пространство, создавать собственное помещение, вписывая продукцию конкретной сети и фабрики в это помещение. Используя любой из современных гаджетов — телефон, планшет, стационарный компьютер клиент может не только спланировать и визуализировать свою комнату, но и поделиться своим проектом с друзьями через социальные сети! Т. е. с самого начала, только на этапе мысли о возможной покупке, воображение клиента уже оказывается захвачено процессом создания своего собственного проекта. Сегодня клиент хочет быть участником процесса — и это один из основных трендов ретейла, зачастую он уже знает больше менеджера в салоне: прежде чем совершить покупку человек ищет информацию в Интернете, читает отзывы, сравнивает... «2020 Ideal Spaces» дает клиенту возможность погрузиться в виртуальную реальность, да еще и подключить друзей. А продавец уже заранее в рамках этого решения может рассказать о себе огромному числу потенциальных клиентов, в режиме реального времени получает возможность продемонстрировать различные варианты своей продукции, опции и альтернативы, а также обозначить цены.

Основная идея «Ideal Spaces» заключается в удовлетворении желания клиента приобрести что-либо, а ведь оно может возникнуть в любой момент — в дороге, в командировке или дома с семьей.

«Например, человек хочет поменять кухню, — поясняет **руководитель отдела программного обеспечения для мебельной индустрии компании «Фаэтон» Алексей Шмаков,** *— и, как правило, этот процесс крайне небыстрый, особенно у нас в России. То есть большинство из нас сначала обсуждает с семьей, потом нужно что-то увидеть, почерпнуть идею, чем-то вдохновиться, потом прийти пощупать руками, уйти опять думать... Соответственно, здесь очень кстати приходится быстрый, легкий online-продукт, который дает конечному потребителю возможность сначала в Интернете, зайдя, например, на сайт IKEA или «Леруа Мерлен», самостоятельно нарисовать и вдохновиться, ведь вдохновение очень важно, а потом прийти в магазин и, если нужно, — дорисовать и купить, а продавцу остается только передать заказ на*

фабрику. Вот эта комбинация — онлайн-продукт, офлайн-продукт, производство — и создает единую неразрывную систему, которая существенно помогает и оптимизирует весь рабочий процесс».

Решение «Ideal Spaces» особенно актуально и удобно для продавцов, предлагающих серийную, модульную мебель, поскольку суть процесса проектирования сводится к тому, что система сама строит помещение. Сначала клиент вдохновляется каким-то виртуальным шоурумом, выбирает нажатием кнопки понравившиеся цвета, фасады, система запоминает все это. На следующем шаге человек сам строит помещение, вводит размеры, размещает на плане окна, двери, колонны и т. д. Далее система задает различные наводящие вопросы. Например, если проектируется кухня, то вопросы могут быть о количестве членов семьи, планируется ли только готовить на кухне или еще принимать еду, как удобнее разместить холодильник — встроить или отдельно поставить, и т. д. Проанализировав ответы, система предлагает порядка 20-ти вариантов расстановки: Г-образные кухни, П-образные, с островом, без острова и т. д. Варианты генерируются на основе созданного умного каталога из ассортимента, в данном случае IKEA или «Леруа Мерлен». Естественно, сразу определяется цена. А далее вопрос выбора. Такой процесс конструирования пространства и подбора мебели обеспечивается за счет модуля автодизайна, встроенного в систему. Определившись с вариантом кухни, клиент прикрепляется к какому-то магазину сети, где уже вместе с менеджером проект при необходимости дорабатывается, и сделка закрывается. Заказ отправляется для изготовления на фабрику. В будущем планируется предоставление возможности оформить покупку прямо на сайте.

Но «Ideal Spaces» подходит не только для работы с серийной мебелью. Наглядной иллюстрацией служит опыт использования программы компанией «LORENA кухни», которая занимается производством мебели по индивидуальному заказу и имеет развитую розничную сеть. В данном случае система используется как лидогенератор. На сайте фабрики имеется опция конструктора. Здесь можно посмотреть какие-то варианты гарнитуров, вдохновиться ими и попробовать создать собственный проект. А дальше уже прийти в точку продаж и здесь вместе с менеджером в той же программе или уже в «2020 Design», как в программе, допускающей различные нестандартаные решения, подогнать понравившийся проект под индивидуальные размеры: в итоге посетитель сайта становится реальным покупателем.

Пользуется виртуальным планировщиком и компания «Лером» в сегменте жилой мебели. На сегодняшний день в программе было нарисовано порядка 26 000 проектов самими клиентами фабрики! В системе зарегистрировались 16 000 пользователей! Это ли не показатель того, что онлайн-система «2020» — действительно интересное и востребованное решение!

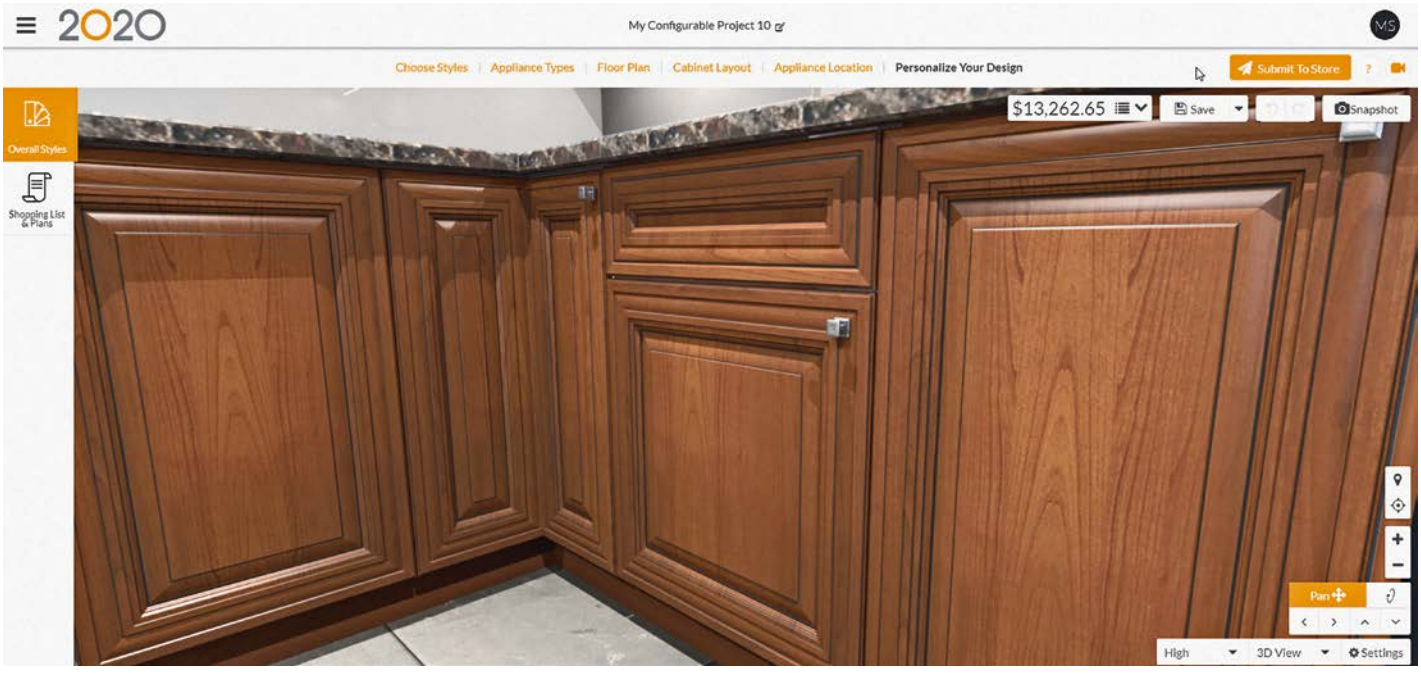
Таким образом, к работе с «2020 Ideal Spaces» есть разные подходы, но важно одно — программа позволяет производителям как серийной, так и индивидуальной мебели иметь все необходимое в одном продукте.

РЕШЕНИЯ ДЛЯ ДИЗАЙНА

«2020 Design» — это программа, предназначенная для создания дизайн-проекта интерьера менеджером в салоне продаж или непосредственно у клиента. Если online-система «Ideal Spaces» рассчитана, в первую очередь, на конечных потребителей и их вовлечение в процесс покупки, то это решение по дизайну ориентируется на профессиональные дизайн-студии, архитектурные бюро и, конечно, розницу. Будучи установленной в точках продаж мебели, программа позволяет не только спроектировать пространство, расставить мебель, обработать нестандартные размеры, создать двухмерные проекции и трехмерные виды проекта, сгенерировать фотореалистичную картинку, но и сразу же рассчитать стоимость, сформировать договор и полную спецификацию изделия. Остается только экспортировать файл проекта в систему управления производством «2020 Insight» для дальнейшей обработки и изготовления на фабрике.

И здесь обязательно необходимо сказать о такой удобной и полезной опции «2020», как наличие каталогов материалов, фурнитуры и комплектующих, которые позволяют максимально точно создавать проект, рассчитывать его стоимость и формировать спецификацию. Изначально в систему уже закачаны максимально полные и актуальные библиотеки от западных поставщиков. Поскольку программа «2020» достаточно широко распространена на Западе, то, естественно, западные производители заинтересованы предоставлять данные о своей продукции в самых последних версиях, обновлять каталоги системы проектирования и поддерживать их актуальность. Пользователь же может скачивать все эти обновления и использовать новые версии из облачного сервиса 2020 Cloud. Более того, помимо базовых каталогов каждый пользователь программы может вносить в нее применяемые на своем производстве комплектующие и фурнитуру. Эти данные можно импортировать из библиотек Google, добавлять вручную самостоятельно или привлекая специалистов компании-разработчика ПО.

Для более четкого управления и контроля за продажами «2020 Design» легко стыкуется с 1С и различными системами управления взаимоотношениями с клиентами. Более того, для обеспечения работы структуры сбыта у «2020» есть собственная CRM-система. К примеру, существует мебельная фабрика, у нее есть дистрибьюторы, у которых в свою очередь есть дилеры, у дилеров — магазины, а в магазинах дизайнеры создают проекты. Собирать всю информацию со всех узлов сбыта можно в облаке «2020». Это очень удобно, поскольку позволяет эф-



фективно контролировать все точки продаж. Сколько фабрика собирает заказов с квадратного метра в каком салоне? Кто проявляет наименьшую активность? Все дилеры, включая их основные показатели и KPI отмечены на большой интерактивной карте. Эта система выступает связующим звеном между «2020 Design» и «2020 Insight» (решением для производства, о котором пойдет речь дальше). И это эффективный инструмент, который позволяет и самим менеджерам в магазине работать более удобно и сохранять все данные в одном месте, а фабрике и дилерам контролировать, что же делают менеджеры.

РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА

Третье направление программных продуктов «2020» представляет собой систему комплексного оперативного управления производством «2020 Insight», объединяющую технологии и создающую интегрированный поток информации от заказа до монтажа. И разработки компании в этом направлении тоже являются уникальными по своей сути.

Проще говоря, «2020 Insight» — это производственная система, которая управляет ресурсами фабрики, материалами, парком оборудования, людьми, контролирует и оптимизирует все протекающие на предприятии процессы, кроме финансовых (по части финансов и бухгалтерии программа очень плотно интегрируется с 1С). Этот блок состоит из порядка 30-ти модулей, отвечающих за проектирование, раскрой и другие технологические процессы, решения по планированию производства, контроль исполнения и т. д. Каждый пользователь собирает свою программу «2020 Insight», как Lego из необходимых модулей. Также в системе представлено разными способами автоматизированное планирование производства: с точки зрения технологического процесса установлены связки со станками основных европейских производителей. Универсальный постпроцессор создает станочно-ориентированные ЧПУ-программы на базе обрабатываемой детали и используемого на предприятии станка.

Отдельный интерес представляет уникальный инженерный модуль, входящий в систему. Он работает в фоновом режиме, генерируя спецификации без участия конструкторов.

«Работу этого модуля можно объяснить на примере фабрики «ЗОВ Мебель» в Белоруссии, — рассказывает Алексей Шмаков. — *У них каждый день приходят 200 уникальных заказов. Каждая тумбочка — в ней что-то поменялось. Никто из конструкторов вообще с этим не работает: все заказы поступают в единую воронку, попадают на сервер в инженерный модуль. Он автоматически обрабатывает все эти заказы и создает спецификации, маршруты, ЧПУ-программы, инструкции на производство и т. д. Все это делает один модуль. Это касается даже тех деталей и изделий, которых еще не было в производстве. Соответственно, снимается необходимость в работе конструкторского блока, конкретного достаточно высокооплачиваемого персонала. А значит, сокращается время на выполнение конкретного заказа, снижаются издержки. На том же «ЗОВе» было 14 конструкторов, а осталось трое, которые обслуживают производство кухонь. На «Первой мебельной» было 6 — остался один человек. Один только инженерный модуль автоматизирует обработку заказа и гарантирует предприятию существенную экономию!».*

Таким образом, «2020 Insight» — это такая единая и неразрывная система, соединяющая все основные производственные и бизнес-процессы, оптимизирующая и контролирующая их. В ее основу заложено несколько важных принципов, среди которых принципы или концепция бережливого производства и прин-

цип Just in Time — вся информация по производству должна быть точно в срок и в нужном месте.

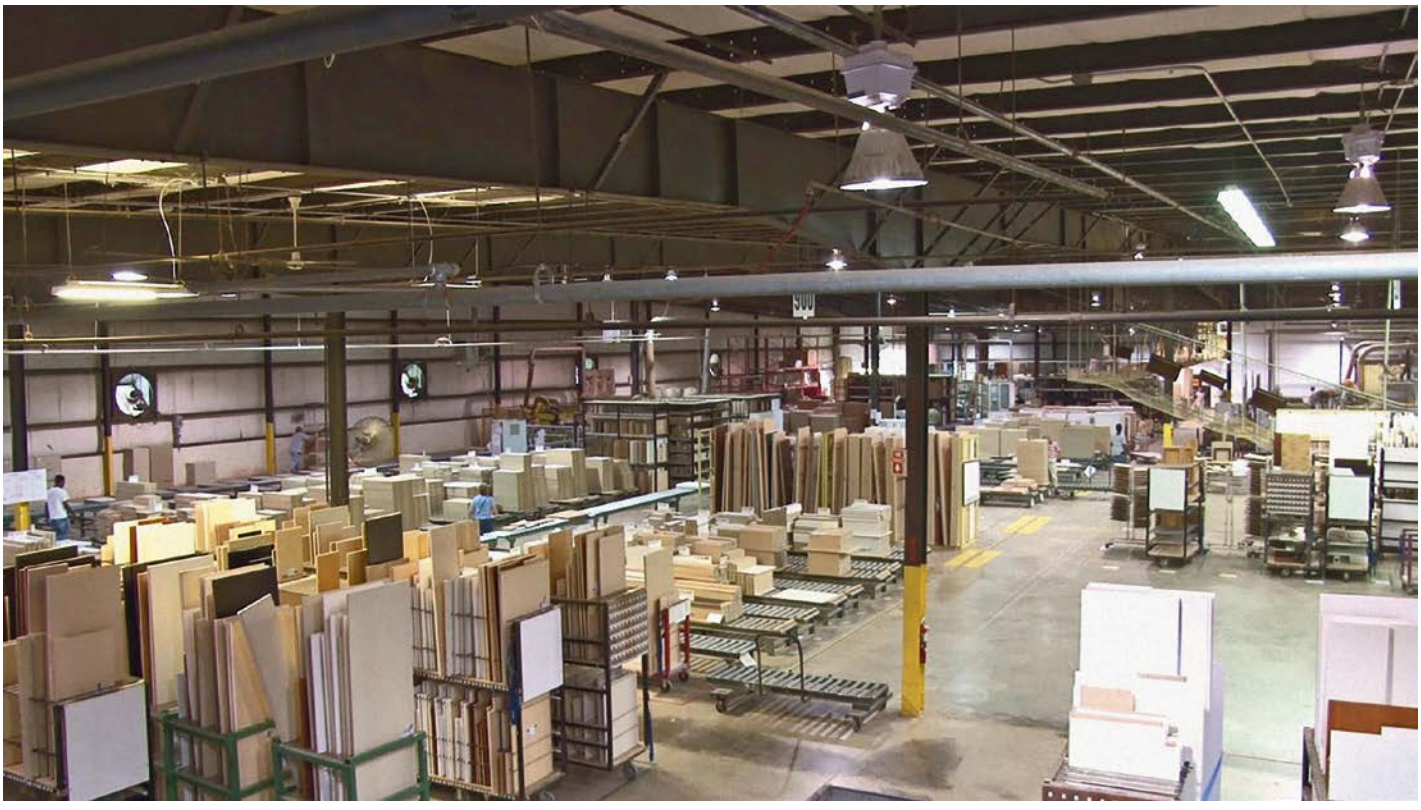
Еще один хороший пример, которым поделился г-н Шмаков, — польский производитель STEINPOL, вторая по величине в Европе фирма, которая занимается мягкой мебелью. 9 фабрик STEINPOL объединены в одну сеть в системе «2020» с единым сервис-центром. Планированием производства на всех фабриках занимается всего лишь один человек. Он сидит перед двумя экранами: на одном транслируются все фабрики, время, даты, каждый производственный участок на каждой фабрике; на другом экране сотрудник сервисного центра видит приходящие заказы. Здесь нужно оговориться — фирма выпускает хоть и стандартную продукцию, но исключительно под заказ. Сотрудник смотрит на воронку продаж, набрасывает поступившие заказы на всю свою мощность, смотрит, как это распределяется автоматически, что-то меняет, корректирует при необходимости и запускает процесс. Таким образом, всего лишь один человек управляет загрузкой всех девяти фабрик. Конечно же, на каждой фабрике есть еще собственные диспетчера производства, но они ничего не решают в масштабах всего производственного процесса.

Использование программы позволяет максимально автоматизировать процесс. В той же Германии уже давно работают «умные» фабрики, где минимум человеческих ресурсов занимается управлением, а все остальное считает система и выполняют машины. Тем самым сводится на нет пресловутый человеческий фактор, сокращается количество брака, а также экономятся серьезные средства — цели, к которым стремятся все производители.

НЕОЖИДАННО… «БАЗИС»

Итак, программа «2020» обладает собственной системой проектирования, которая уже заточена на работу с оборудованием, но сегодня имеется возможность взаимодействия и со сторонними инженерными системами, например, с «БАЗИС-Мебельщик» российского разработчика!

Как происходит взаимодействие и зачем связь с другой, самостоятельной системой автоматизации мебельного предприятия, Алексей Шмаков объясняет на примере «Первой мебельной фабрики». Одно из направлений деятельности компании — это производство индивидуальных кухонь. Сам этот процесс уже давно прописан с точки зрения ПО и полностью реализуется в системе «2020» через инженерный модуль. В него попадают разные индивидуальные кухни, задания отправляется на производственные линии. Но есть, например, у фабрики тендерные заказы, когда нужно проектировать что-то один раз в жизни, и это больше никогда не встретится. Для этих задач иногда целесообразно использовать «БАЗИС». В рамках этого модуля конструктора создают требуемую нестандартную конструкцию, но при этом используют материалы из системы «2020», передают проект опять-таки в нашу систему «2020», которая раскладывает конструкцию по деталям, по маршрутам и станкам. Такая интеграция открывает новые перспективы, прежде всего, для самих производителей мебели. Ведь небольшие мебельные фабрики (а их в России большинство) привыкли работать именно в системе «БАЗИС», и их пугает процесс проектирования в другом инженерном модуле, а здесь предлагается уникальное решение от двух разработчиков программного обеспечения.



На сегодняшний день уже реализовано несколько проектов по такой интеграции, а в дальнейшем планируется взаимосвязь «2020» и «БАЗИС-Мебельщик» выделить в отдельный модуль. И у клиентов всегда будет выбор — внедрять инженерный модуль «2020» или использовать возможность интеграции с «БАЗИС». К слову, аналогичная работа налажена с такими системами как Top Solid, SolidWorks, потому что в Америке эти программы очень популярны. В «2020» видят дальнейшее развитие именно в интеграции, компания открыта к тому, чтобы свою систему стыковать с другими.

И БОЛЬШИМ, И СРЕДНИМ, И НЕ ТОЛЬКО МЕБЕЛЬ

Изначально программные решения «2020» в России использовались преимущественно на крупных фабриках, занимающихся производством корпусной мебели, реже мягкой. Связано это и с масштабом, и с глобальностью предлагаемых решений, и, конечно же, с ценой. По сравнению со многими другими представленными на отечественном рынке российским и иностранным ПО, система «2020» — это премиальный продукт. Но, естественно, развитие компании не стоит на месте, благодаря постоянной работе над собственной стоимостью (например, не так давно для систем графического дизайна появилась субарендная модель), последние годы среди клиентов компании встречается все больше средних и средних+ предприятий. Предлагаемые решения отлично подходят для тех фирм, у которых от 50 человек работает в цехе, которые хотят развиваться и ставят перед собой амбициозные цели.

К слову, программное обеспечение «2020» позволяет максимально автоматизировать не только все процессы на мебельном предприятии (от продаж до отгрузки), но и деревообрабатывающее производство. В России уже реализуется проект с компанией «Slotex» по выпуску столешниц. В Германии дверные фабрики работают в «2020». Да даже заводы по производству плит МДФ и ДСП могут использовать этот программный продукт, уверены в компании «Фаэтон».

КАК ПРОИСХОДИТ ПРОЦЕСС ВНЕДРЕНИЯ

Каждый проект, каждое предприятие уникально. Процесс внедрения нового программного обеспечения — серьезный и кропотливый процесс.

«Мы не продаем программу «в коробке» и руководство пользователя, как настраивать все это, — рассказывает Алексей Шмаков. — *Мы приглашаем наших консультантов, немцев, и работаем с ними в тандеме. Обязательно в каждом индустриальном проекте в нашу команду входит немецкий специалист с двадцатью-двадцатью пятью годами опыта именно в области внедрения таких проектов. Иметь такого партнера — большая удача, ведь он в целом понимает процесс автоматизации изнутри и видит, куда он движется, ведь, например, те вещи, которые только появляются в России, в Германии пройдены еще пятнадцать-двадцать лет назад. Вместе с клиентом мы смотрим и на текущий бизнес-процесс, и на производственные задачи, заглядываем в будущее — где мы хотим оказаться через два-три года или через пять лет. После этого бизнес-аналитки и проект-менеджер нашей компании обязательно проектируют бизнес-процесс во времени, составляют план, по которому предприятие заказчика будет работать в будущем. И уже на базе этого становится ясно, какие модули, какие лицензии, какие программные решения актуальны для этого конкретного заказчика. Несмотря на то, что мы поставляем один и тот же продукт, но у всех он используется со своими особенностями, в разной комплектации, ведь бизнес-процесс у всех разный».*

Далее начинается внедрение, а это иногда болезненная и непростая история, ведь всегда сложно принимать что-то новое. Обычно сначала идут два параллельных процесса — старый (как привыкли на предприятии работать) и новый, во время которого тестируется работа по новым правилам: выбираются какие-то типовые изделия, раскладывается весь процесс от приема заказа до отгрузки, утверждается, тестируется. И уже когда все нормально, все согласны, что это будет работать так, плюсы во всем этом процессе очевидны — начинается массивный ввод данных. Это может занимать несколько месяцев и более. И вот наступает момент, когда уже можно переходить полностью на новый процесс, начинается жизнь «по-новому». Все это протекает, разумеется, при поддержке специалистов «2020». «Бывает, мы месяц-два проводим с людьми в цехах, — делится опытом г-н Шмаков. — Например, не так давно мы длительное время работали в Азербайджане: пришлось выстраивать весь процесс производства, чтобы сотрудники привыкли все сканировать, проверять, проводить через систему и т. д. Им сложно было перестроиться со старой хаотичной работы на четкий выстроенный процесс. И приходилось фактически ходить за ручку два месяца».

На протяжении всего времени использования программного обеспечения «2020» осуществляется техническое обслуживание и поддержка клиентов со стороны разработчика. Программа очень быстро развивается, обновляются версии, добавляется новый функционал. К слову, со всего мира собираются требования и ожидания пользователей, ранжируются и попадают в план разработки. Один из таких примеров — сегодня все больше и больше людей уходит в гаджеты, в ответ на это уже была реализована возможность управления производственной системой с мобильных приложений. Привычные сканеры или контрольные точки на производстве, какие-то промышленные устройства стали необязательными — весь процесс отражается на экране смартфона или планшета. Это не только быстро и удобно — такой подход удешевляет установку программы: чем дешевле инфраструктура и необходимое для внедрения оборудование, тем доступнее становится решение. И над этим тоже постоянно работают разработчики «2020».

Ольга Рябинина, PR-агентство MediaWood

БАЗИС

БАЗИС Мебельщик

БАЗИС Раскрой

БАЗИС Упаковка

БАЗИС Шкаф

БАЗИС Смета

БАЗИС ЧПУ

БАЗИС Склад

БАЗИС Салон

Обновления системы БАЗИС 11 смотрите на сайте

+7 (496) 623-09-90

www.bazissoft.ru

ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

Кухни
Диваны
Стили
Тренды

ПЕТР КАЗОРИН, «АНГСТРЕМ»: «МЫ ИЗМЕНИЛИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ — И ПОТОК ПОКУПАТЕЛЕЙ РЕЗКО УВЕЛИЧИЛСЯ»

На фоне сокращения розничных продаж есть компании, которым все же удается расти. Одна из них — мебельная сеть «Ангстрем», которая в 2019 году продолжила укреплять свои позиции на рынке. Коммерческий директор мебельного холдинга «Ангстрем» Петр Казорин рассказал, что помогает компании расти быстрее рынка и что клиенты ожидают от мебельных салонов.

СПРАВКА

Мебельный холдинг «Ангстрем» — российское предприятие по производству корпусной мебели для дома, работающее на рынке с 1991 года. Производственные мощности находятся в Воронеже, площадь производственно-складских помещений — 85 тыс. кв. м. В компании работают более 2 тыс. сотрудников. Холдинг развивает партнерство более чем со 100 оптовыми компаниями из России и ближнего зарубежья.

В мебельной сети «Ангстрем» более 220 торговых точек, открытых в 85 городах России. Средний чек — 42 100 руб. Большая часть магазинов расположена на территории торговых центров. Мебель, произведенная на заводе, продается в салонах собственной сети, также производство поставляет корпусную мебель из ЛДСП для концерна IKEA.

Пожалуйста, расскажите об итогах 2019 года.

Несмотря на явное падение доходов населения, для «Ангстрема» 2019 год прошел успешно: общая выручка холдинга выросла на 7%, а в ноябре мы поставили абсолютный рекорд по выручке за многие годы – плюс 20% по сравнению с ноябрем 2018 года. Компания смогла увеличить конвертируемость посетителей магазинов в покупателей, вырастить средний чек, стоимость единицы изделия и даже количество товаров в чеке.

В 2019 году компания укрепила свои позиции на рынке: показатели розницы увеличились на 4%, b2b-направление (бренд HitLine) — на 12,7%, а прирост по сторонней продукции составил 7%. Положительную динамику показал интернет-магазин: онлайн-продажи выросли на 30%. Одно из приоритетных направлений компании, мебель по индивидуальным проектам «А-Дизайн», относительно 2018 года вышло на показатели +68%, а в ноябре 2019 года достигло своего исторического максимума.

Нельзя достичь таких результатов, ничего не поменяв в компании. Что изменилось?

В первую очередь, речь идет об умении слушать и понимать клиентов. Предпочтения покупателей, несомненно, меняются. Сейчас люди не просто экономят, а в принципе более рационально подходят к приобретению чего-либо. Мы провели много исследований и четко уловили этот тренд.

А если говорить о конкретных шагах, то в компании был полностью изменен маркетинг — от товарной политики до акционной, детально проработана подача информации. Раньше мы основывались на том, что хотим продать, а сейчас подстроились под покупателя. Если прежде мы рекламировали мебель, то сейчас продаем эмоцию, определенную атмосферу, стиль жизни. Как только изменилось позиционирование, поток покупателей резко увеличился. Мы ушли от навязчивого сервиса, «навязчивой» мебели, навязчивых условий. В итоге, по опросам покупателей, мы с большим отрывом от конкурентов вышли вперед по восприятию акций, мероприятий. Мебель «Ангстрем» не предлагает товар по минимальной на рынке цене, а работает по принципу оптимального соотношения цены и качества, и, думаю, что люди это видят.

Раз в пять лет мы проводим реконцепцию магазинов и сейчас начинаем большой проект по рестайлингу торговых площадок, готовим новый брендбук. И, по моим оценкам, это тоже даст большой прирост.

Какие регионы и города вам интересны для развития? Как меняются покупательские предпочтения в зависимости от региона?

Мы активно развиваемся в регионах. Нам очень интересны Дальний Восток и небольшие города (от 100 тысяч человек) с достаточным уровнем дохода населения (в каждом городе достаточный уровень дохода свой). Низкая конкуренция позволяет зарабатывать там хорошие деньги. Но просто так прийти и начать торговать тоже нельзя, поэтому мы серьезно вкладываемся в исследования. В городах с населением около 100 тысяч человек очень сильно отличаются покупательские предпочтения. Например, там больше приобретают классику, а в мегаполисах – современную мебель. Естественно, мы учитываем эту специфику, когда выбираем формат торговой площадки. У нас сейчас приняты небольшие форматы салонов (порядка 200 кв. м), а в малых городах они даже чуть меньше.

Где лучше открывать мебельный магазин — в ТЦ или в стрит-ритейле?

Уже несколько лет на мебельном рынке наблюдается резкое падение трафика. Мы развиваем новый формат в торгово-развлекательных комплексах. Это, опять же, связано с изменившейся формой потребления: сегодня человек хочет купить там, где он еще и сможет отдохнуть, где есть фудкорт, лаунж-зоны, кино и так далее.

У нас уже есть несколько салонов, которые находятся в классических торговых комплексах, и мы наблюдаем эти изменения в поведении покупателей. То есть сейчас действительно нужно качественно развлекать потребителя, даже если речь идет о покупке стульев.

Как вы оцениваете, какие локации будут успешными при открытии магазина?

Мы немного изменили подход к выбору места для магазина. У нас есть атласы городов, где отмечен каждый торговый центр с его экономическими показателями, в том числе и количеством людей, которые заходят. Предварительно всегда ставим свой персонал, который меряет трафик на входе. Безусловно, готовы платить аренду, но не за квадратный метр, а за клиента. Это ключевой принцип, на основе которого строятся все расчеты.

Стоимость аренды зависит от многих факторов и чаще просчитывается индивидуально, в зависимости от ключевых показателей. В основном, это фиксированная стоимость, которая согласована в рамках переговоров. Есть точки, где стоимость зависит от товарооборота, но их мало.

Какой процент продаж осуществляется через интернет-магазин?

Интернет-магазин работает около четырех лет, и через него осуществляется от 8% до 10% продаж. Не могу утверждать, что будущее однозначно за онлайном. Клиент все равно хочет пощупать товар живьем, это же не дешевая футболка. Он приходит в интернет-магазин, бронирует, а потом чаще всего едет в салон. Поэтому наиболее перспективно развивать смешанный формат, когда есть офлайн-розница и интернет-магазин с клиентским сервисом.

Какой процент продаж в магазинах приходится на мебель своего производства, а какой — на другие фабрики?

Выручка 80% – это наша продукция, 20% – сторонняя. Сторонняя на 90% представлена российскими производителями, а 10% – это производители из Белоруссии и Польши.

Корпусная мебель, которую мы сами производим, сейчас насчитывает порядка 12 коллекций мебели, сторонняя состоит из двух коллекций. Большой ассортимент малых форм и столовых групп (сторонняя продукция), две фабрики матрасов делают эксклюзивные товары для «Ангстрем». Для этого у нас есть надежные партнеры, чью продукцию можно посмотреть в выборочных салонах и в интернет-магазине. Каждый клиент, вне зависимости от локации, может получить то, что ему нужно.

Как вы планируете развиваться в 2020 году?

Непростая экономическая ситуация дает возможность перестроиться, ведь бизнес начинает двигаться вперед только тогда, когда ощущает трудности. Но, на мой взгляд, кризис чаще в головах, а не на рынке. В 2020 году запланирован масштабный переезд всех производственных мощностей и офисов «Ангстрем» в индустриальный парк «Масловский». В настоящий момент там функционирует логистический склад и ведется завершающий этап работ по строительству новой фабрики фасадов.

В сентябре 2019 года на заседании экспертного совета Фонда развития промышленности состоялась защита проекта компании «Ангстрем» на тему «Организация высокотехнологичного производства мебельных фасадов на территории индустриального парка «Масловский»». Эксперты фонда отметили проект как один из лучших и приняли решение оказать «Ангстрем» максимальную поддержку — выделить льготный заем по программе «Комплектующие изделия» в размере 500 млн рублей сроком на пять лет. Эти средства будут потрачены на приобретение нового высокотехнологичного оборудования для фабрики фасадов. В декабре 2019 года была получена первая часть займа.

В рознице мы продолжим точечно открывать салоны, но сосредоточимся на эффективности работы. В планах – прирост в выручке на 20–25% на тех же самых площадях. Задача интересная, непростая, но вполне по силам.

Retail.ru

МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА ВЕСТА

Ведущий производитель корпусной мебели в Западно-Сибирском регионе

Приглашаем Вас к сотрудничеству!

Готовые и модульные кухонные гарнитуры

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

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

• персональный подход
• гибкая система скидок • низкие цены

Принимаем заказы на серийное изготовление корпусной мебели

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

8 495 662 33 74, 8 925 669 99 08, 8 901 900 50 36, 8 901 900 50 36
www.mkmeridian.com

Торговый Дом Меридиан

Торговый дом МЕРИДИАН — это качество, проверенное временем!

ИГОРЬ КУРКИН: «ДИЗАЙНЕР ДОЛЖЕН НАУЧИТЬСЯ ГОВОРИТЬ НЕТ!»

Игорь Куркин — дизайнер интерьера и декоратор, член Союза Дизайнеров и Архитекторов, блогер. В 2018 году Игорь стал участником ТОП-100 AD Россия. Десятилетний стаж работы позволяет Игорю делиться своим опытом как с начинающими, так и с практикующими дизайнерами.

Мы предлагаем вашему вниманию интервью Игоря Куркина, в котором он рассказал, о чем забывают в разработке планировки даже самые опытные дизайнеры, где черпать вдохновение и знакомиться с трендами, какими качествами должен обладать дизайнер, чтобы добиться успеха, и о многом другом.

Игорь, как вы пришли к интерьерному дизайну?

Мужской путь в эту профессию тернист и отличается от пути женского. В моем случае с начала 90-х годов у меня был торговый бизнес, существующий и сегодня. Но архитектура и дизайн, в частности, были моими двумя большими любовями, которыми я болел лет с 16-ти.

Мне все это безумно нравилось. И к тому же я был влюблен в девушку, которая поступала в МАРХИ. У меня не было финансовой возможности заниматься рисунком. Я пошел на экономический факультет по той простой причине, что математика была дешевле частных занятий рисунком. Так, первая любовь, в конце концов, выросла в профессию.

Я начал делать что-то для себя. Сделал свою первую квартиру, затем вторую. Квартиру родителей и квартиру сестры, построил дом… Потихоньку мои друзья и знакомые, видя, что я делаю себе, спрашивали совет. Потом кому-то я помог сделать ремонт целиком, считая, что это просто ремонт, а не дизайн.

Мне казалось, что я просто получаю удовольствие. Но я все-таки был человеком занятым. И когда ко мне стали обращаться друзья друзей совершенно незнакомые, я не смог бесплатно уделять этому время, это было бы в ущерб моему бизнесу.

Я сказал: «Я не могу все это делать бесплатно. Давайте, вы мне что-то заплатите, а я вам помогу». И заказчики щедро платили. И когда я первый раз получил деньги, я удивился: «Дизайн мне доставляет такое громадное удовольствие! А люди еще и деньги за это платят…».

Потихоньку, больше на автоматическом уровне, я стал развивать это направление. Постепенно дизайн стал отнимать очень много времени, больше, чем моя основная работа. И финансово, в принципе, было довольно интересно. Поэтому у меня появилась возможность посвятить всего себя своему любимому делу.

Вы получили потом профильное образование?

Я не имею профессионального российского образования как дизайнер. Образование заочное с очной сдачей экзамена я получил в Миланском техническом университете (Politecnico di Milano) по специализации «Дизайн жилой среды, дизайн интерьера». Основная моя деятельность — частные жилые интерьеры. Но в последнее время я начал заниматься и HoReCa — ресторанами, магазинами и т. д.

Высшее экономическое образование помогает в работе?

Высшее образование, любое, обязательно, если ты хочешь грамотно общаться со своими заказчиками. По крайней мере, для людей, которые собираются работать на высоком уровне. Высшее образование дает широкий кругозор и при правильном понимании — умение пользоваться литературой. Высшее образование — это полезно.

Что для вас в начале карьеры, как дизайнера интерьера, было сложнее всего?

Общаться с заказчиком и называть цену.

Как справлялись?

Очень тяжело. Не называл. Первым двум-трем заказчикам, которым я профессионально делал коммерческие проекты, честно говорил о том, что я не знаю, сколько это будет стоить. Сколько дадите — тому я и буду рад. Но всегда заказчики оставались довольны. И я получал всегда больше, чем та сумма, на которую я рассчитывал.

Что для вас сейчас главное в работе?

Удовлетворение, причем не финансовое. Об этом я думаю в самую последнюю очередь. И это, наверное, минус, потому что как бизнесмен я не должен думать так. Но до сих пор для меня главное — получение эстетического удовлетворения от того, что я сделал.

Недавно я получал мебель, которую делали по моим эскизам для заказчика со сложными вкусовыми пристрастиями. И здесь я очень боялся. Я видел производство, как ее изготавливали, как она выглядит в несобранном виде. А сейчас мы все получили, поставили, и это восторг! Я абсолютно воодушевлен энергией, потому что я получил тот потрясающий результат, который видел. Но я с него ничего не заработал, потому что мне интересно было эту кровать сделать и туда поставить. От заказчика я за это не получил ничего. Он просто оплатил стоимость изготовления этой вещи.

Вы работаете как самостоятельный дизайнер или у вас есть студия, помощники?

Как самостоятельный дизайнер я работал до этого года. В этом году я привлек в команду студию Елены Тихоновой Cameleon Interios не на правах сотрудника, а на правах партнера. Сейчас мы работаем с ней совместно.

Но есть и мои собственные проекты, которые я веду от своего имени. Пока я не понимаю, как мы это будем организовывать, но, вероятнее всего, студия совместно с Еленой Тихоновой у нас появится. На данный момент ее нет, хотя два больших совместных проекта мы уже ведем.

Вы полностью ведете проект: занимаетесь черчением, визуализацией?

У меня с визуализацией очень сложные отношения. Я визуализацию не люблю и редко ее самостоятельно делаю. У меня очень предвзятое отношение к ней. Я считаю, что это огромное подспорье для начинающих дизайнеров и декораторов — они могут показать свое виденье заказчику еще до реализации проекта.

Второй год подряд Игорь Куркин принимает участие в дизайнерской экспозиции BATIMAT RUSSIA. В этот раз он продемонстрировал необычную библиотеку бутик-отеля с интригующим названием Suum Cuique («Каждому свое»).

«Тяга к знаниям и любопытство — это единственное, что объединяет самых разных людей. И какими бы разными мы ни были, за чтением книги каждый погружается в свою уникальную атмосферу. Чтение отправляет нас в свой собственный мир — мир фантазий и грез, мир познания и саморазвития. В современном мире отношение к чтению изменилось. Мы ежесекундно поглощаем гигантские объемы различной информации всевозможными способами, но до сих пор чтение с листа остается сакральным действом, требующим уединения и личного пространства. Моя библиотека создана для двух противоположных типов людей, а именно — для условного экстраверта и такого же условного интроверта. У первого — открытое светлое пространство с парадной люстрой и шикарным камином, пространство для самолюбования и демонстрации себя окружающему миру: белый холст с единственным акцентом — собственно посетителем этого пространства. У второго — камерное темное помещение: современная пещера с уютным креслом и направленным источником мягкого света, предназначенным лишь для одного читателя. Разделяет эти два мира зеркальная стена, где каждый может увидеть свое отражение. Главным объединяющим элементом становится огромная семиметровая книжная полка с собранием книг, предназначенных для чтения как одним, так и другим персонажем этого двуцветного пространства», — объясняет дизайнер.

Но основные мои клиенты приходят по сарафанному радио. То есть это люди, которые видели мои работы вживую и имеют некий кредит доверия к моей работе. И визуализация — это скорее мой стопор, особенно на длительных проектах.

В частности, я работаю с загородными домами, срок реализации которых от года до двух лет. Визуализация, сделанная на начальном этапе и полюбившаяся заказчику, для меня становится камнем преткновения на финишном этапе. Как правило, мне хочется привнести что-то новое, по-другому раскрасить, добавить другой декор, добавить другие цвета. И бывает сложно объяснить заказчику, почему он заплатил за эту картинку, а я ему в итоге делаю совершенно другую.

Поэтому я предпочитаю ручную подачу. Как правило, заказчики соглашаются. В процессе работы мы делаем скетчи — сначала черно-белые, потом я делаю большие акварельные отрисовки. Их я делаю самостоятельно или привлекаю художников, которые мне это отрисовывают.

Но проекты по HoReCa без визуализации не обходятся, там это необходимо. И одной из причин, по которой я взял в партнерство Елену, в том, что Елена тот дизайнер, который на «ты» с компьютером и визуализацией. И на быстрых проектах это хорошее подспорье – быстро дать клиенту информацию о том, как будет выглядеть итоговый продукт.

По поводу чертежки: чертежку я делаю самостоятельно. Черчу все, кроме корпусной мебели. Сложную корпусную мебель чертит специально обученный технолог, как правило, технолог производства.

Административной работой, связанной с бизнесом, тоже занимаетесь вы?

Так как я не веду большое количество проектов, в год у меня их 3-4, то с бухгалтерией я справляюсь самостоятельно. Если будем расширяться, буду привлекать сторонних сотрудников.

У вас большой опыт работы. Приходится сталкиваться с рутиной?

Нет. Меня целиком и полностью поглощает проект, причем настолько, что часто отрывает от моей семьи. И каждый раз, когда я кидаюсь во что-то новое, я кидаюсь туда с головой. Рутиной назвать это не могу. Даже строительные этапы, когда приходится ходить в

резиновых сапогах и все контролировать, для меня — музыка.

Какими каналами продаж своих услуг вы пользуетесь?

Основной канал – сарафанное радио. В последнее время часто клиенты приходят из Instagram.

Неплохим подспорьем являются публикации, но это не прямая продажа, а способ доказать клиентам свою компетентность и профессиональный уровень. Например, в данный момент мы делаем кафе, собственником которого является иностранный заказчик. Ему было очень важно зайти в интернет, забить фамилию и увидеть кучу статей с упоминанием меня или мои интервью.

Назовите три главные ошибки, которые совершают даже опытные дизайнеры в работе над планировкой.

Первая ошибка, которую я часто вижу и у своих стажёров, и у своих коллег — не осевые планировочные решения. Люди думают не осями, не направлениями движения, а объемами. Выстраивается объем комнаты, в которую нужно вписать мебель, а как будут расположены двери, каким образом будут направлены потоки движения в этом пространстве, дизайнера мало волнует. Все стараются свои интерьеры сделать фотогеничными, но не волнуются о том, как заказчик будет взаимодействовать с этим пространством. Важна только красивая картинка.

Вторая ошибка — присоединение балконов и лоджий не в соответствии со СНиПами и нормативами. Например, перенос отопления на балкон, что недопустимо, вне зависимости от утепления, демонтаж подоконных блоков, которые являются частью несущих конструкций, монтаж внешнего блока кондиционера на фасад без согласования и так далее.

Дизайнер — продолжение архитектора, поэтому важно делать свое дело не в ущерб другим. То, что задумал архитектор, мы не вправе портить. Да и с градостроительной точки зрения внешние блоки кондиционеров, размещенные как попало на фасадах исторических зданий, уродуют наш город.

Третья ошибка — перенос влажных зон над жилыми зонами ниже лежащих этажей, что категорически запрещено.

К тому же, существуют серьезные мелочи штробления горизонтальных штроб для прокладки канализационных труб и труб водоснабжения, а также электросетей в несущих конструкциях.

Как вы выводите заказчика на то, чтобы он сказал, что он действительно хочет?

Может мне посчастливилось, но я не встречал людей, которые не знают, чего они хотят. Я встречал массу людей, которые не знают, как выразить свои мысли. Но мы все сделаны из одного теста. И социокультурные скрепы в России одинаковые. Поэтому все наши хотелки похожи, и наш заказчик хочет всего того же, чего хотим и мы.

Просто есть люди, которые привыкли жить более приватно, и им нужны интимные пространства, а кто-то любит жить открыто. Нужно всегда исходить из состава семьи, и, прежде чем приступать к работе над проектом, пообщаться с людьми и узнать, каков у них быт.

Есть особенности социокультурные. Когда я работал с кавказскими заказчиками, для меня составляло некоторую сложность незнание того, что кухня должна быть изолированной. Это связано с тем, что традиционно для проведения встреч и праздников в доме ортодоксальных семей должна быть мужская комната, как правило, гостиная и женская – кухня, где женщины сидят за отдельным столом. Таким нюансам нужно уделять внимание.

В данный момент, я занимаюсь проектом, на котором люди трижды поменяли дизайнера. Я стал четвертым. Три дизайнера слетели с хорошего проекта по одной единственной причине — они пытались реализовать собственные амбиции в рамках существующей планировки и пытались подать ее максимально выигрышно. Но при этом не учитывали сложных взаимоотношений внутри семьи и потребности в интимном пространстве у одного из заказчиков. И после того, как мы поговорили с людьми по душам и обсудили, как же хочется, чтобы все было, причем, не совместно с мужем и женой, а по отдельности, только тогда стало понятно, почему не срослось с предыдущими дизайнерами.

Если заказчик очень просит нарушить нормы СанПиН, дизайнер должен идти на поводу?

Дизайнер должен помнить, что если он нарушит нормы, то отвечать он будет не перед заказчиком, а перед законом. И это всё расставляет на свои места.

Кто должен проходить все инстанции в сложных случаях планировки: дизайнер или заказчик?

Дизайнер должен оказать помощь, подготовить документы и так далее. Часто наши регистрационные органы недружественны к перепланировке не по причине ее неверности или каких-то нарушений, а по причине коррупционной составляющей. Поэтому есть специально привлеченные компетентные люди, которые могут повлиять на скорость принятия решения и лояльность.

Но, в любом случае, когда мы выстраиваем планировку, нужно учитывать, что если унитаз в нашей квартире расположен над лежащей ниже спальней кварти-

ры, ни один, даже самый опытный, помощник даже за большие деньги вам продвинуть это не сможет.

Как найти этих помощников?

Это частные компании, в том числе, архитектурные мастерские. Они оказывают такие услуги и находятся в открытом доступе. Они помогают ускорить процесс, и вам не приходится бегать и собирать огромное количество бумажек.

Как часто меняются нормы СанПиН?

Последние изменения были три года назад. Изредка меняются параграфы и положения, но обычно связано это с появлением новых уникальных зданий. Нормы меняются под них, вносятся поправки и корректировки. Например, построен комплекс Москва Сити, где нет открывающихся окон, где вытяжные системы вентиляции, где сложная система пожаротушения и т. д.

Дизайнер должен следить за этими изменениями?

Я считаю, что дизайнер должен знать базовые положения. Дизайнер и перепланировка – это как автомобилист за рулем. Мы же не проходим переаттестацию раз в год, но при этом знаем, что означает знак «Кирпич» или как действовать перед пешеходным переходом, знаем, как действуют сигналы светофора. Здесь та же самая история.

Речь идет не о сложных инженерных проектах, а проектах локального жилья, например, квартир. Дизайнер обязан основываться на здравых нормах, которые существуют, и знать основные положения в случае каких-то серьезных решений с вмешательством в несущие конструкции, а также с серьезным вмешательством в инженерные системы дома. Необходимо привлекать технолога, который знает эти нормы досконально. Это вопрос компетентности технолога, а не дизайнера.

И еще немного о вашей деятельности. Вы ведете блог. О чем он?

Лучше всего на свете продается предельная честность и откровенность. Я веду свой Instagram, но пишу не про свою работу, не про свою жизнь отдельно, я не продаю там себя. Я просто показываю, чем я живу, что меня интересует, в чем мои скрепы, где черпаю вдохновение, где делаю покупки, как веду свою работу.

Часто к проектам я прикрепляю отдельный хэштег. Мои заказчики к этому привыкли. Они могут наблюдать удаленно за своим проектом, просто подписавшись на хэштег. Каждый раз новая информация появляется в моих Stories и постах, и они видят, что происходит с проектом на данном этапе.

А откуда возникла такая идея?

Это моя собственная идея. Никто мне не предлагал этого, просто мне показалось, что так удобно. Мы же все немножко эксгибиционисты, потому что жизнь такая. То, что ты не сфотографировал, того не было. И с другой стороны, есть чем похвастаться, когда выкладываешь этапы своей работы.

Вы часто делаете обзоры выставок?

Это было моим отдельным желанием. Я их посещал достаточно много и часто, редко пропускал что-то интересное. Но до прошлого года я этих обзоров не делал. Мы собирались в частном кругу, я что-то рассказывал и показывал, делился своими собственными находками. А затем я понял, что люди пользуются этой информацией, а я не готов делиться ей бесплатно. Журналы освещают только то, что проплачено или что интересно редакции. А я прихожу на выставки и снимаю то, что интересует меня.

Я принял решение, что я хочу это все показать. На следующий день после завершения выставки я провожу вебинар, где показываю свое видение этой выставки, трендов, даю свой собственный анализ и ретроспективу того «почему», «что» и «как».

Выросло уже целое новое поколение ребят, которые мыслят совершенно по-другому — свежими, новыми и классными идеями, но при этом у них нет насмотренности. Невозможно войти в зал импрессионистов и понять их творчество, не видя до этого искусство ренессанса. Так и здесь. Как понять, что Филипп Старк — это круто, а вот что-то другое — не круто. Поэтому я пытаюсь восполнить эти пробелы.

У нас возможности появились довольно поздно. Первые выставки русские дизайнеры начали посещать в конце девяностых – начале двухтысячных, а индустрия развивалась достаточно давно. Весь дизайн середины XX века, на котором построено современное видение дизайна, не знаком 20-летним и 30-летним авторам. Они видят эти продукты первый раз, и им кажется, что это сверхъестественное, новое и невозможное. При этом они не понимают, откуда растут ноги, и как это будет трансформироваться. И мне очень приятно восполнять эти пробелы такими обзорами.

Какие еще выставки, кроме Милана и Maison & Objet вы посещаете?

IMM Cologne. К сожалению, не был на High Point Market, но очень хочу. Мне очень нравится американский дизайн. Американцы — невероятные дизайнеры и декораторы, при этом про дизайн там очень мало. Дизайн — не про то, как выглядит, а про то, как работает. А это история про европейцев, а не про американцев. Но при этом, мне очень интересно американское видение. Респектабельный американский стиль дико популярен сейчас, и я часто в нем работаю. Он часто импонирует заказчикам, и мне хотелось бы это увидеть.

Где лежат источники понимая трендов?

Понимание трендов — это ярмарки искусства. Art Bazel, Design Maiami… Как истоки русской литературы лежат в классике, так истоки дизайна лежат в классике. Все развивается волнообразно. Если в прошлом году на пике популярности были 70-е и 60-е, то вот сейчас в моду входят 80-е, а 90-е — будущий тренд. Ничего не меняется. Все остается. Все идет и развивается, как и раньше.

Вы следите за российским предметным дизайном?

Так как я сам немножко занимаюсь предметным дизайном, я вообще стараюсь не следить. Дело в том, что я жадный и очень завистливый человек. И если вдруг кто-то делает что-то, от чего я схожу с ума, и что мне дико нравится, тогда у меня очень сильно портится настроение.

Но естественно, я не могу в информационном поле пропускать какие-то вещи. Мне безумно нравится, что делает Оля Энгель, и я считаю, что за этим человеком большущее будущее. Мне очень нравится, что делает Елизарова. В основном направлении нравится то, что думает Дима Логинов.

Назовите три основные боли дизайнера интерьера.

Низкие потолки, маленькие окна и вид из окон. Можно все объединить в одну боль – негармоничные пространства. Для меня, как для дизайнера, важно, в каком континууме находится то, что я делаю. Пока я не увижу то, что видно из окон, я вообще спланировать ничего не могу. Многие работают, имея поэтажный план. Но я так не умею. Мне нужно сначала посмотреть на пространство, как оно освещено, какого оно объема, какие там потолки и какой высоты жильцы интерьера. И только после этого я могу приступить к работе.

Но пространство за окном не поменять. Что делать?

Если за окном находится свинарник, а заказчик желает рококо, то я отказываюсь от этого проекта по той простой причине, что если человек приобрел себе жилье с видом на свинарник, то на рококо у него, вероятнее всего, денег не будет.

А если он получил его в наследство?

Это не снобизм, но когда люди обращались ко мне, то они шли у меня на поводу, прислушиваясь к моим эстетическим пристрастиям. Когда я работал над однушкой в Марьино, заказчица хотела неоклассику. Но квартира находилась на 4 этаже, и под окном вечно заплёванный козырек с окурками. Да и вид за окном не ахти. А шторы все равно хочется распахнуть, чтобы пустить солнечный свет в квартиру.

Я ей объяснял, что неоклассика с антуражем за окном не будут сочетаться. Доказал свое видение этого пространства, и заказчик пошла на уступки. А сейчас, находясь в квартире, она говорит: «Это мое любимое жилье. У меня не происходит диссонанса с пространством. Мне здесь комфортно и красиво. Мне здесь хорошо».

Какими качествами должен обладать интерьерный дизайнер, чтобы быть успешным?

Я не смогу ответить на этот вопрос обще, за всех. Но могу рассказать о себе. Нельзя наступать на горло собственной эстетике, нужно уметь отказывать. Нужно научиться говорить НЕТ.

Очень важно иметь внутренний стержень и понимание своих эстетических пристрастий, через которые вы не переступите. Они могут меняться, эстетика может меняться, все происходит в развитии.

Мы, как вода, течем и изменяемся. Но должна присутствовать цельность и гармоничность. Если вы — олицетворение собственной эстетики и живете так, как пропагандируете это заказчику, вы не становитесь инструментом в руках у заказчика. Дизайнер — творец.

Часто путают понятия «дизайнер» и «прораб». Многие считают, что дизайнер — человек, который будет выполнять все хотелки и реализовывать мечты заказчика, причем, в рамках его эстетических пристрастий. Это совершенно неправильно. И это российская история.

За рубежом каждый дизайнер пропагандирует собственную эстетику, и когда заказчик приходит к дизайнеру, он приходит, чтобы купить мечту по такой эстетике. Новое жилье — новая жизнь, о которой семья всегда мечтала и которой не было. И дизайнер является олицетворением новой жизни, того образа жизни, которую он пропагандирует. И заказчик приходит к нему за этим в первую очередь.

Нужно быть цельным и не наступать на горло собственной песне в рамках проекта.

Использованы материалы с basicdecor.ru

ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

События и экспозиции мебельной отрасли

СИБИРСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ–2020. ИТОГИ

160 производителей стройматериалов, оборудования и инженерных систем из России, Китая, Германии, Дании, Казахстана и Узбекистана приняли участие в Сибирской строительной неделе. 160 производителей стройматериалов, оборудования и инженерных систем из России, Китая, Германии, Дании, Казахстана и Узбекистана приняли участие в Сибирской строительной неделе.

18-21 февраля 2020 года в МВК «Новосибирск Экспоцентр» состоялась международная выставка строительных, отделочных материалов и оборудования, архитектурных проектов и дизайна «Сибирская строительная неделя». Ее экспонентами стали 160 производителей из России, Китая, Германии, Дании, Казахстана и Узбекистана.

По сравнению с прошлым годом выставочная экспозиция расширилась и охватила все направления строительства, проектирования и дизайна. Компании представили новинки в области строительных и отделочных материалов, инженерных систем, фасадов, кровли, дверей, окон, освещения, электротехники и декора.

Посетителями Сибирской строительной недели в этом году стали около 9 тыс. профессионалов отрасли — собственников, топ-менеджеров и специалистов стройиндустрии и смежных отраслей из Сибири, Дальнего Востока и Казахстана.

«Интерес участников строительного рынка к выставке с каждым годом только возрастает. Больше стало и экспонентов, и посетителей. Для игроков рынка посещение экспозиции – это уникальная возможность увидеть в одном месте лучшие решения, идеи и технологии отечественной и зарубежной стройиндустрии, оценить их качество, получить консультацию специалистов по применению новых стройматери-

алов, систем и оборудования. И, конечно, получить эксклюзивные условия на поставку товара. Застройщики этим пользуются», — комментирует **руководитель Сибирской строительной недели, директор компании «Центр Экспо» Мария Золотухина.**

Расширилась по сравнению с прошлым годом и деловая программа выставки. Впервые в работе Сибирской строительной недели принял участие ДОМ.РФ, который провел масштабный семинар для застройщиков, посвященный практическому применению «Стандарта комплексного развития территорий» и новым механизмам финансирования жилищного строительства. Стандарт предполагает принципиально новый подход к формированию комфортной городской среды.

ДОМ.РФ совместно с Банком ДОМ.РФ, Фондом ДОМ.РФ и правительством Новосибирской области в рамках выставки подписали соглашение о сотрудничестве, направленное на развитие ипотечного кредитования в регионе и широкое внедрение механизма проектного финансирования застройщиков.

«Правительство Новосибирской области заинтересовано в скорейшем выполнении задач, поставленных национальным проектом «Жилье и городская среда». Опыт и передовые практики ДОМ.РФ в реализации программ развития жилищного строительства и формирования комфортных общественных пространств поможет нам достичь успеха. Мы рассчитываем, что подписанное соглашение окажет значительно влияние на развитие рынка доступного жилья и ипотечного кредитования населения», — отметил **губернатор Новосибирской области Андрей Травников.**

Проблемы недостроев, расселения ветхого жилья, переход застройщиков на счета эскроу и обновление лифтов в многоквартирных домах стали темами круглого стола под руководством полпреда президента РФ в СФО Сергея Меняйло. Участники всесторонне обсудили выполнение поставленных главой государства задач по развитию жилищного рынка в сибирских регионах. Главная из них — улучшение к 2024 году жилищных условий для не менее 5 млн семей в РФ ежегодно. В качестве основного механизма формирования рыночного спроса на вводимое жилье правительство видит ипотечное кредитование.

Крупным событием Сибирской строительной недели стал III Форум дизайнеров и архитекторов Сибири. За четыре дня перед участниками мероприятия выступили 16 лучших спикеров из Сибири, Москвы, Сингапура и других городов. Больший интерес у участников рынка вызвала возможность посетить лекцию и пообщаться с Лиу Тай Кером, человеком-легендой, экс-главным архитектором Сингапура. При его непосредственном участии в начале 1990-х годов был разработан уникальный план развития этого города.

«В рамках форума мы собираем лучшие практики, помогаем совершенствовать работу тех, кто трудится в этой отрасли. Рассказываем, как люди достигают успеха, как развиваются на этом рынке, создают свои личные бренды. Это востребованный формат», — констатирует президент Сибирской ассоциации дизайнеров и архитекторов Андрей Радаев.

Еще одним важным событием Сибирской строительной недели стал международный интерьерный фестиваль HomeFest, который впервые был проведен в Сибири. HomeFest адресован дизайнерам интерьера, дизайнерам по текстилю, дизайнерам по шторам, архитекторам, декораторам, импортерам и дистрибьюторам. Как рассказал креативный директор фестиваля HomeFest Глеб Щекотов, проект призван поддержать развитие российского рынка товаров для интерьера. В объединение HomeFest входят более 40 компаний из 12 стран мира.

Многие участники выставки уже заявили о готовности стать экспонентами Сибирской строительной недели – 2021. Особые условия бронирования стендов на новую выставку действуют до 21 марта текущего года.

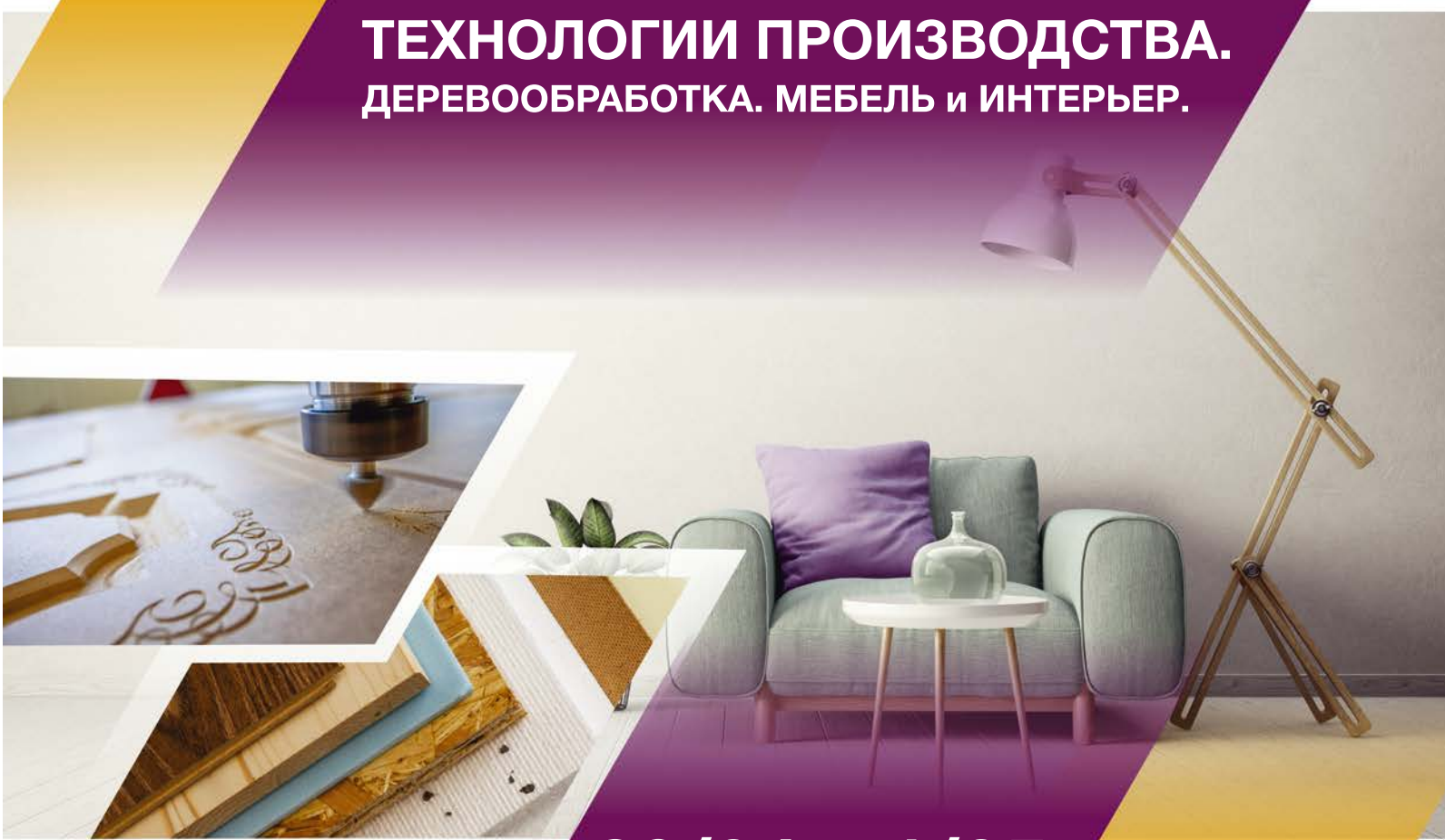
Пресс-служба ООО «ЦЕНТР ЭКСПО»

mebel UZBEKISTAN expo

17-я Международная выставка

www.mebelexpo.uz

ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА.
ДЕРЕВООБРАБОТКА. МЕБЕЛЬ и ИНТЕРЬЕР.



29/04 – 1/05 2020

Ташкент, Узбекистан

Iteca EXHIBITIONS

Iteca Exhibitions
Tel.: +998 71 205 18 18; +998 93 180 03 11
E-mail: mebelexpo@iteca.uz; Web: www.mebelexpo.uz
@itecaExhibitions @iteca @iteca_exhibitions

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,

13 – 19 января
IMM COLOGNE – 2020, КЁЛЬН, ГЕРМАНИЯ
Международная выставка мебели
www.imm-cologne.com

21 – 26 января
I MOB – 2020. ISTANBUL FURNITURE FAIR
Турция, Стамбул
Международная выставка мебели
www.cnrimob.com

18 – 21 февраля
SIBBUILD — 2020. FORUM RUSSIA — 2020
Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»
Международная строительно-интерьерная выставка в Сибири
www.novosibexpo.ru

03 – 06 марта
BATIMAT RUSSIA — 2020
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
Международная строительно-интерьерная выставка
batimat-rus.com

18 – 21 марта
CHINAINTERNATIONALFURNITUREFAIR (GUANGZHOU) PHASE 1 — 2020
Китай, Гуанчжоу, Guangzhou Chinese Import & Export Commodities Complex Pazhou (GICEC)
Международная торговая выставка мебели для дома
www.ciff.furniture

23 – 25 марта
BALTIC FURNITURE – 2020. DESIGN ISLE – 2020
Латвия, Рига, Baltic Furniture
Международная выставка мебели, интерьера и освещения
www.bt1.lv/balticfurniture/rus

28 марта – 31 марта
CHINAINTERNATIONALFURNITUREFAIR (GUANGZHOU) PHASE 2 – 2020
Китай, Гуанчжоу, Guangzhou Chinese Import & Export Commodities Complex Pazhou (GICEC)
Международная мебельная выставка (готовая мебель)
www.ciff.furniture

31 марта – 03 апреля
MOSBUILD – 2020
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
Международная выставка строительных и отделочных материалов
www.mosbuild.com

07 – 09 апреля
МЕБЕЛЬ. & ИНТЕРЬЕР – 2020
Минск, Белоруссия, ВУП «Экспофорум»
Международная выставка мебели и интерьера
www.expoforum.by

08 – 11 апреля
UMIDS – 2020
Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»
Международная выставка мебели, материалов, комплектующих и оборудования для деревообрабатывающего и мебельного производства
www.umids.ru

08 – 12 апреля
УЮТНЫЙ ДОМ – 2020
Белгород, ВК «Белэкспоцентр»
Межрегиональная специализированная выставка
www.belexpocentr.ru

15 – 18 апреля
IZBUSHKA! СТРОИТЕЛЬСТВО. ДЕРЕВООБРАБОТКА – 2020
Челябинск, ДС «Юность»
Выставка о коттеджном строительстве, мебели и деревообработке
www.uralbuild.com

16 – 19 апреля
СВОЙ ДОМ – 2020
Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»
Выставка инженерного оборудования и материалов для строительства и обустройства коттеджа или загородного дома
www.sibhouseexpo.ru

21 – 26 апреля
ISALONI – 2020
Италия, Милан, Fiera Milano
Международная выставка мебели, дизайна, освещения
www.salonemilano.it

23 – 27 апреля
126-Я КАНТОНСКАЯ ЯРМАРКА (THE 126-TH CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR 2020), 2-Я ФАЗА
Китай, Гуанчжоу (Guangzhou)
Мебель, декор и товары для дома
www.cftc.org.cn

29 апреля – 01 мая
MEBELEXPO UZBEKISTAN – 2020
Узбекистан, Ташкент, НВК «УзЭкспоцентр»
Международная выставка
«Мебель и технологии производства»
www.mebelexpo.uz

28 – 30 мая
КРЫМ. МЕБЕЛЬ. ИНТЕРЬЕР – 2020
Крым, Симферополь, «Форум. Крымские выставки»
Специализированная выставка мебели, фурнитуры и комплектующих
www.expoforum.biz

21 – 23 мая
ДАЛЬЭКСПОМЕБЕЛЬ. ФУРНИТУРА. ИНТЕРЬЕР – 2020. ТЕХНОДРЕВ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК – 2020
Хабаровск, Хабаровская международная ярмарка
Выставка мебели и комплектующих для ее производства
www.khabexpo.ru

04 – 07 июня
АРХ МОСКВА – 2020
Москва, Гостиный двор, ул. Ильинка, д. 4
Международная выставка архитектуры и дизайна
www.archmoscow.ru

И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА на 2020 г.

08 – 11 июня
МИР СТЕКЛА — 2020
Москва, Экспоцентр
Международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудывания для изготовления и обработки стекла
www.mirstekla-expo.ru

10 – 13 июня
МЕБЕЛЬ И ИНТЕРЬЕР — 2020.
ЛЕС И ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2020
Алматы, Казахстан, ВЦ «Атакент»
Ведущие казахстанские проекты, посвященные мебельной и деревообрабатывающей промышленности.
www.mebelexpo.kz

01 – 04 сентября
ЭКСПОДРЕВ – 2020
Красноярск, МВДЦ «Сибирь», ВК «Красноярская ярмарка»
Деревообрабатывающая специализированная выставка
www.krasfair.ru

09 – 11 сентября
SIBWOODEXPO – 2020
Иркутск, СибЭкспоЦентр
Международная выставка оборудования, технологий, материалов и продукции лесозаготовительной, деревообрабатывающей промышленности и деревянного домостроения
www.sibexpo.ru

09 – 12 сентября
МЕБЕЛЬ – 2020
Минск, Футбольный манеж
Международная специализированная выставка-ярмарка
www.belexpo.by

15 – 17 сентября
HEIMTEXTIL RUSSIA – 2020
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера
www.heimtextil-russia.ru

15 – 18 сентября
ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ И LESPROM-URAL PROFESSIONAL – 2020
Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»
Ведущая в Уральском регионе международная специализированная выставка мебели, оборудования, комплектующих и технологий для её производства.
www.expoural.com

19 – 21 сентября
МЕБЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ДЕРЕВООБРАБОТКА – 2020
Казань, ВЦ «Казанская ярмарка»
Межрегиональная специализированная выставка
www.intermebelexpo.ru

07 – 10 октября
SALONE DEL MOBILE. MILANO MOSCOW – 2020
Москва, «Крокус Экспо»
Международная выставка мебели, дизайна, освещения
www.isaloniworldwide.ru

10 – 14 октября
INTERMOB – 2020
Турция, Стамбул
Международная выставка компонентов для мебели
www.intermobistanbul.com

15 – 17 октября
ИДЕАЛЬНЫЙ ДОМ — 2020
Казань, ВЦ "Казанская ярмарка"
Выставка отделочных материалов, мебели, предметов интерьера, дизайна и декора
expohouse.expokazan.ru

15 – 17 октября
МВМК – 2020
Ялта, Крым, Хрустальный зал отеля «Ялта-интурист»
Специализированная выставка мебели и дизайна
www.expocrimea.com

13 – 16 октября
SICAM — 2020
Италия, Порденоне, «Pordenone Fiere»
Международная специализированная выставка комплектующих для производства мебели
www.exposicam.it

19 – 22 октября
ЛЕСДРЕВМАШ – 2020
Москва, Экспоцентр
18-я международная выставка оборудования и технологий для деревообработки и производства мебели.
www.lesdrevmash-expo.ru

23 – 27 ноября
МЕБЕЛЬ — 2020
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
Международная выставка
www.meb-expo.ru

13 – 15 ноября
INTERIOROOM — 2020
Самара, ВК «Экспо-Волга»
Межрегиональная специализированная выставка — главное событие в области архитектуры и дизайна Поволжья
www.expointerio.ru

28-30 МАЯ

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ

Крым. Мебель. Интерьер

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

в экспозиции:

Мебель для дома: гостиные, кухни, спальни, прихожие и гардеробы, мягкая мебель

Мебель для отелей, баров, ресторанов, кафе, конференц залов, офисов и учебных заведений

Детская мебель и игровые комплексы

Садово-парковая мебель: кованная, деревянная, пластиковая, из ротанга

Специализированная мебель: металлические шкафы, сейфы, винные шкафы, мебель для сауны

Материалы, комплектующие, оборудование и инструменты для производства мебели

Дизайн интерьера, элементы декора

Текстиль в интерьере

Стекло в интерьере

Свет в интерьере

Программное обеспечение предприятий мебельной промышленности, продажа мебели и предметов интерьера онлайн

г. Симферополь, ул. Набережная, 75 В, ТЦ «Гагаринский»

т.: +7 978 78 178 83, +7(3652) 500 864

marketing@expoforum.biz expoforum.biz

ФОРУМ КРЫМСКИЕ ВЫСТАВКИ

9/11 СЕНТЯБРЯ

XXVII СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

SibWood Expo

27-я международная выставка
оборудования, материалов
и продукции лесозаготовительной,
деревообрабатывающей
промышленности и деревянного
домостроения.

2026

ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ, БРАТСК
ТЕЛ.: 8 (3952) 25-99-30

WWW.SIBEXPO.RU

СибЭкспоЦентр

18+

ПРИМИТЕ УЧАСТИЕ!

Разгрузка / погрузка оборудования за счет организатора*

ЛЕС ДРЕВ МАШ

ЛЕСДРЕВМАШ • LESDREVMASH

www.lesdrevmash-expo.ru

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

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке:

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

EUMABOIS Woodworking Technology Made in Europe

ЦЕНТРЛЕСЭКСПО

19 — 22 октября 2020

12+ Реклама

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

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

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАНИЯ

БЕСПЛАТНО

— по предприятиям и частным лицам, занятым в производстве, поставках, оптовой и розничной торговле мебелью, комплектующими, сырьем и материалами в Новосибирске и городах Сибирского региона. Система специализированной доставки в городах: Омск, Томск, Бийск, Барнаул, Кемерово, Красноярск, Новокузнецк, Хабаровск,Владивосток, Тюмень,Челябинск, Екатеринбург, Иркутск.

— на ITE «Сибирская Ярмарка» и мебельных ярмарках городов Сибири, Урала и Дальнего Востока;

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

Система специализированной доставки в г. Новосибирске: «БИС-Курьер» ул. Герцена, 12, тел.: (383) 217-69-67

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2020 году

Объем и размещение	Цена (1 номер, руб.)
1-я полоса (лицевая обложка)	84 000
2-я полоса (2-ая сторона обложки)	42 000
3-я полоса (обложка)	29 500
4-я полоса (последняя обложка)	48 000
вкладка — 1 полоса	29 000
вкладка — 1/2 полосы	14 800
вкладка — 1/4 полосы	8 900
Эксклюзивный блок перед содержанием 1полоса	32 000
Фиксированное место	+10%

По всем вопросам обращайтесь к менеджерам или в редакцию тел./факс (383) 352-35-05, e-mail: mebel@x1.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 СИБИРИ»

НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АДРЕС ДЛЯ КУРЬЕРСКОЙ ДОСТАВКИ

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕЛЕФОН

ФАКС

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

ПЕРИОД ПОДПИСКИ

В городах Омск, Томск, Бийск, Барнаул, Кемерово, Красноярск, Новокузнецк доставка журнала курьерской службой осуществляется бесплатно.

Бланк необходимо выслать по факсу (383) 352-77-29 или на e-mail: mebel@x1.ru

Стоимость одного экземпляра журнала 180 руб. (НДС вкл.)

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК СИБИРИ» БЕСПЛАТНО

Monticelli-sib	Мира,54	**335-12-03**
Аристо Сибирь	Владимировская, 11а, к. 2	**363 78 15**
Бином, ООО	Журинская, 80/1	**223-85-77**
Борисов, ИП	1-я Ельцовка, 1	**225-19-59**
Глобал, ГК	Фабричная, 41/1	**303-42-90**
Глобал, ГК	Ватутина, 99/2, блок В1	**230-20-25**
Джокер	Сибиряков-Гвардейцев, 51/3	**335-73-77**
Командор	Оловозаводская, 25 (территория ДОК)	**22-77-961**
Ламитекс	Петухова, 69, к. 10	**335-82-99**
Макмарт	ул. Немировича-Данченко, 130/1	**314-79-99**
Мастерсиб, ООО	Большая, 278	**364 44 93**
МДМ-Комплект	Большая, 256-б	**227-79-38**
Мебельная фурнитура-Н	С.-Гвардейцев, 49/6	**357-24-64**
Мир кухни	Серебренниковская, 23	**218-11-27**
Модерн-купе	Сибиряков-Гвардейцев, 49/2	**353-52-13**
МТФ	Кривощековская, 15	**363-98-16**
Ноис	Дуси Ковальчук, 1, к. 4	**230-21-80**
Ноис	Ватутина, 99Н6	**352-39-57**
Первая фабрика фасадов, ООО	Бетонная, 4	**328-00-79**
Пласетас, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	**328-38-51**
Рауфф	2-я Станционная, 46Г	**362-18-99**
Сибирский партнер	Ватутина, 38	**352-87-30**
Сибирь, МФ	Бетонная, 6	**353-05-05**
Т.Б.М.-Сибирь	Б. Хмельницкого, 113	**363-55-05**
ТД "Томлес"	2-я Станционная, 44	**362-20-62**
Томские мебельные фасады	Бетонная, 12	**362-17-69**
Торговый мир	Сибиряков-Гвардейцев, 49/3, к. 6	**291-87-65**
Торгсиб, ООО	Тайгинская, 3	**272-22-25**
Улгран ТД	Бетонная, 12	**235 98 98**
Уралплит, ООО	Толмачёвское шоссе, 47А, корп. 2	**209-59-59**
Фортуна, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	**344-97-06**
Хеттих Рус	Петухова, 69, к.1	**342-24-34**
Центр мебельной фурнитуры	Советская, 64	**236-25-97**
Центр мебельной фурнитуры	Мира, 63а, корп. 17	**361-13-38**
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	**278-72-37**
Эжва-Сибирь	Тюменская, 18	**399-00-50**
Хеттих Рус	Петухова, 69, к.1	**342-24-34**
Центр мебельной фурнитуры	Советская, 64	**236-25-97**
Центр мебельной фурнитуры	Мира, 63а, корп. 17	**361-13-38**
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	**278-72-37**
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	**278-72-37**
Эжва-Сибирь	Тюменская, 18	**399-00-50**
Кемерово (3842)		
Monticelli-sib	Баумана, 6 - 12 яч., 2 эт.	**38-07-44, 8-913-298-43-33**
Аристо Сибирь	Абызова, 12а	**49-65-95**
Модерн-купе	Володарского, 18	**452-352**
Мелькин Ю. Ф., ИП	Угловая, 129	**75-38-77**
Центр мебельной фурнитуры	Карболитовская, 1/1, 1 эт.	**39-61-86**
Барнаул (3852)		
АрсеналПлит	Петухова, 35/а	**275-54-24**
Комплекс-Барнаул	Автотранспортная, 49/1	**46-76-86**
МДМ-Комплект	Северо-Западная, 15	**77-99-39**
Стайлком, ООО	Красный Текстильщик, 12	**37-96-86**
Центр мебельной фурнитуры	Малахова, 177Е	**504-150**
Томск (3822)		
Комплекс-Томск	Пролетарская, 38В	**900-699**
Томлесдрев	2-ой поселок ЛПК, д. 111, стр. 16	**723-071**
Томские мебельные фасады	пр-т Фрунзе, 119 "е"	**545-150**
Иркутск (3952)		
Фурнитура Люкс	Челябинская, д. 26, к. 5	**50-33-77**
Красноярск (391)		
МакМарт	Шахтеров, 61, стр. 3	**234-70-20**

UMIDS

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

8 – 11 АПРЕЛЯ 2020

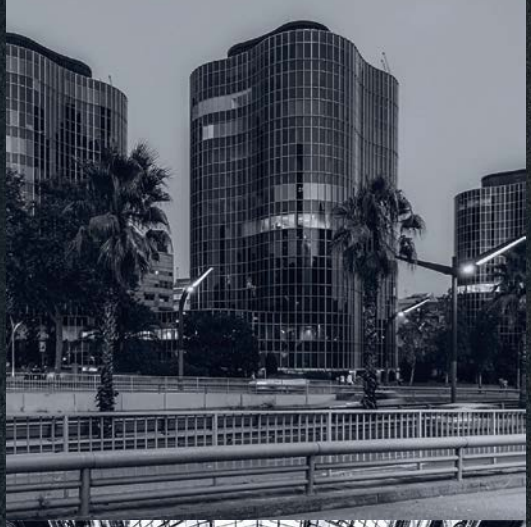
Краснодар
ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»

Организатор

Международная
Выставочная
Компания

+7 (861) 200-12-39
+7 (861) 200-12-31
umids@mvk.ru

WWW.UMIDS.RU



Kronodesign®

Trends 20/21
CITY VIBES

Для преумножения ценности жилых и коммерческих помещений, в коллекцию **Trends 20/21** введены каменные, бетонные, металлические, мраморные и деревянные декоры с элегантным тактильным выражением.

Kronodesign® App

Download on the App Store

Google play

kronospan-express.com