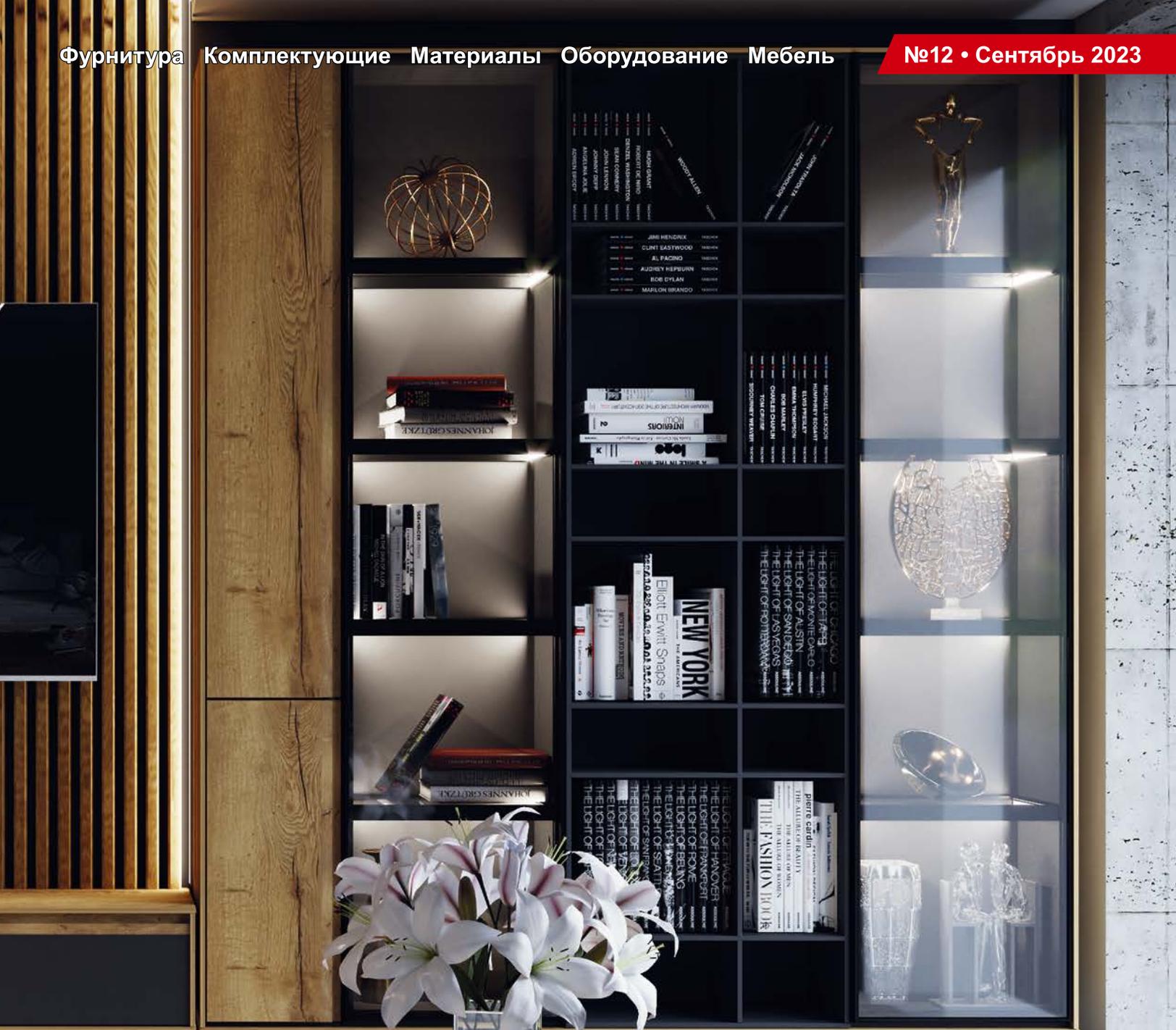


МЕБЕЛЬЩИК

Фурнитура Комплектующие Материалы Оборудование Мебель

№12 • Сентябрь 2023



ARISTO
лет работаем
по профилю

Коллекция современной
мебели «Sense Touch»

Выставка «Мебель 2023». Павильон 7, зал №4, стенд: 74С30



**3 – 6 АПРЕЛЯ
2024**

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

Краснодар
ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»

**380
УЧАСТНИКОВ**

**16 427
ПОСЕТИТЕЛЕЙ**

**UMIDS.
МЕБЕЛЬ.
ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА**

**UMIDS.
ОБОРУДОВАНИЕ.
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ**

*Статистика приведена по выставке UMIDS 2023

12+



UMIDS.RU

Организатор



Международная
Выставочная
Компания

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

**ЗАБРОНИРУЙТЕ
СТЕНД**

www.mebelshik.biz

12+

Журнал «Мебельщик» № 12 сентябрь 2023 г.

Учредитель и издатель: Ширяева Светлана Юрьевна**Издатель, редакция журнала:**

г. Новосибирск ул. Оловозаводская, 47

Тел.: +7 (383) 352-35-05, моб.: +7 913-912-4-333**E-mail:** mebelbsk@mail.ru**Главный редактор:** Светлана Юрьевна Ширяева

моб. +7 913-912-4-333

e-mail: 2144333@mail.ruСвидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 82182
от 10.11.2021Зарегистрировано Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций.

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»

г. Новосибирск, ул. Брюллова, 6а.

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

Подписано в печать: 29.09.2023 г.

Дата выхода: 02.10.2023 г.

Тираж 10 000 экземпляров.

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

СОДЕРЖАНИЕ

ПУБЛИКАЦИИ

НОВОСТИ.....	10
МЕБЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «АНГСТРЕМ» ПРЕДЛАГАЕТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫМ РАБОЧИМ ЗАРПЛАТЫ НА 35% ВЫШЕ СРЕДНЕЙ ПО РОССИИ	12
ВНЕШНИЙ ОТДЕЛ ПРОДАЖ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ.....	14
«НАЙДИ МЕНЯ, НАЙДИ МЕНЯ...». ПРО ДЕФИЦИТ КАДРОВ	21
SEGEZNA GROUP ПРЕДЛОЖИЛА НОВЫЕ МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА	25
ИННОВАЦИИ И РАЗРАБОТКИ: ХОЛЛОФАЙБЕР — ПАРТНЁР «ФАБРИКИ ДИЗАЙНА 2.0»	29
НОВОСТИ ДИЗАЙНА	34
ЖАН МАРИ МАССО — ДИЗАЙНЕР, ОПЕРЕЖАЮЩИЙ САМО ВРЕМЯ	38
ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	46
CONF-FU-2023: ALL INCLUSIVE	48



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

Дизайн макетов, верстка: Павел Осипов
Юрий Катанский

Илья Дмитриев
моб.: +7 953-808-76-43

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

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА РАЗ- МЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕМЫМ МАТЕ- РИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. АНКЕТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЖУР- НАЛА ПО ПОДПИСКЕ	59
--	----



*Главный редактор
журнала МЕБЕЛЬЩИК
Ширяева Светлана*

Дорогие мебельщики!

После поездки на уральскую выставку в Екатеринбург я зареклась, что до выставок «Мебель» и Woodex никуда больше не поеду. Лучше бы не зарекалась! Собралась в три дня и еду в Стамбул на Intermob.

В ожидании встречи с компаниями, которые работают с турецкими партнерами, думаю, многих увижу. Буду выкладывать с выставки фото и видео в телеграм и на YouTube. Кстати, выставляются и наши деревообрабатывающие комбинаты. Материал должна привезти интересный. Съезжу ещё и на новый завод компании Samet.

Всем удачи и до встречи на выставках!



ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Петли Направляющие Ручки

Крашенные МДФ фасады от НОИС

-15%

на первую
покупку

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

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

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

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

PK 026 020 010

PK 026 010 010

PK 026 010 020

PK 026 020 020

КОЛЛЕКЦИЯ
2023



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

www.valmaks.ru



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

www.bynom.ru
bynom@bynom.ru

КОМПЛЕКТЫ ПОСУДОСУШИТЕЛЕЙ «ЭНИКА» для шкафов ДСП 16; 18

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

БИНОМ

Производство мебельной фурнитуры
и изделий из пластмасс

Российский производитель
Качественный материал
Разнообразие комплектаций



Варианты сеток:

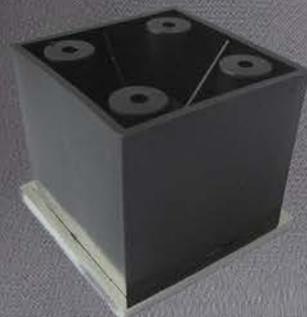
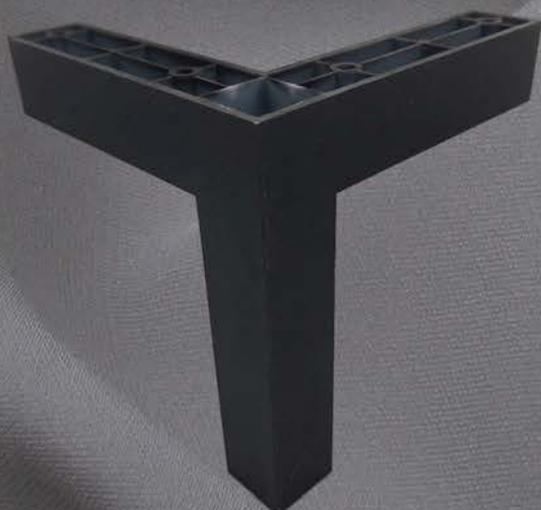
- сталь нержавеющая с полировкой;
- сталь с антикоррозионным покрытием «ХРОМ зеркальный»;
- сталь с антикоррозионным покрытием «ЧЕРНЫЙ матовый»

Варианты комплектации:

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

Варианты цвета поддонов:

- полупрозрачный бесцветный;
- черный матовый



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





70 лет 1953-2023



www.urfurniture.ru

- ✉ info@urfurniture.ru
- ✉ oms4@urfurniture.ru
- ☎ +7(3427) 3-20-77
- ☎ +7-902-79-13-486
- ☎ +7-902-63-75-031
- ☎ +7-902-79-65-361

Адрес:
Россия, Пермский край,
г. Нытва, ул. Луговая, 26

ООО «Уральская фурнитура» основано в 1953 году как предприятие-производитель мебельной фурнитуры и скобяных изделий и, безусловно, является одним из крупнейших объектов социальной значимости.

Широкий ассортимент мебельной и строительной фурнитуры, а также многолетний опыт по ее производству, позволяет максимально удовлетворить потребности наших клиентов.

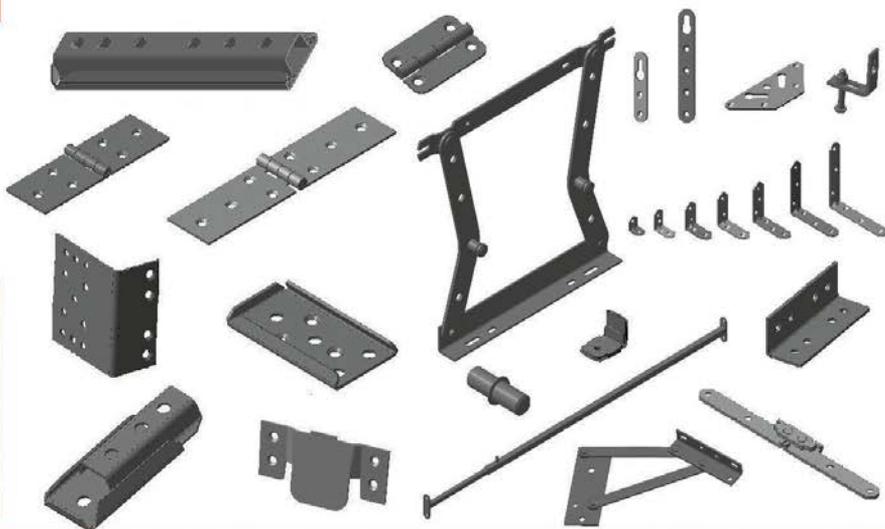
Освоены и внедрены технологии литья алюминия под давлением, полимерной покраски изделий, выполняются различные виды гальванических покрытий изделий из металла и сплавов. Ежегодно выпускаются новые виды изделий.

Наш принцип: «Индивидуальный подход и создание всех условий для долговременного сотрудничества».

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

УРАЛЬСКАЯ ФУРНИТУРА

МЕБЕЛЬНАЯ ФУРНИТУРА СКОБЯНЫЕ ИЗДЕЛИЯ



Мебельщик Юга mebelshik.biz

Журнал для специалистов в области мебельной и деревообрабатывающей промышленности

◆ Тираж 8 700 экземпляров ◆ Выходит 8 раз в год



Офис: +7383 352-35-05 Моб. +7 913-912-4-333 Email: 2144333@mail.ru



ALDI04.RU

МЕБЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ LAZURIT ЗАВЕРШИЛА СТРОИТЕЛЬСТВО ЛОГИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА ПЛОЩАДЬЮ 19 ТЫС. КВ. М

Федеральная мебельная компания Lazurit построила на территории индустриального парка «PNK Парк Софьино» в Раменском округе новый логистический комплекс площадью 19 тыс. кв. м. Проект реализован в рекордно короткие сроки, за 6 месяцев. Объем инвестиций собственных средств компании составил 1,2 млрд рублей. Создано более 200 новых рабочих мест.

Генеральный директор мебельной компании Lazurit Денис Егоров рассказал, что в настоящий момент на предприятии ведутся внутренние организационные работы: «Новый логистический комплекс планируем ввести в эксплуатацию в декабре 2023 года. К этому времени комплекс будет оборудован всем необходимым: стеллажами, электропогрузчиками, гидравлическими тележками. Сейчас завершаем прокладку инженерных систем, объект готов на 90%».

«PNK Парк Софьино» — индустриальный парк класса, А, расположенный в 32 километрах от МКАД

по Новорязанскому шоссе. Преимуществом местоположения является выход трассы М-5 на территорию Московской, Рязанской, Челябинской, Оренбургской, Пензенской, Самарской и Ульяновской областей. Благодаря удачному местоположению нового логистического комплекса



продукция Lazurit станет еще более доступной для покупателей, в частности, сократятся сроки и стоимость доставки мебели.

СПРАВКА О КОМПАНИИ

Мебельная компания Lazurit была основана в Калининграде в 1992 году. Сегодня она занимает лидирующую позицию по охвату территорий РФ собственной розничной сетью — в 170 городах России функционируют

более 500 фирменных салонов общей площадью 100 000 кв.м.

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

Бренд «Lazurit Мебель» — шестикратный победитель премии «Марка №1 в России» в сегменте «корпусная мебель» по итогам независимого общенационального голосования (2011, 2013, 2015, 2017, 2019, 2021 гг.). Выйти в лидеры российского мебельного ритейла компании помогло внедрение бизнес-модели, в которой производственные ресурсы полностью подчиняются запросам торговли.

В 2017 г. продукция Lazurit была присвоена высшая категория экологичности А+ рейтинга «Гуд Вуд». Согласно европейскому классу гигиены, продукция мебельной фабрики соответствует максимальному классу Е1.

«СВЕЗА» УВЕЛИЧИЛА ПОСТАВКИ В ИНДИЮ БОЛЕЕ, ЧЕМ НА ТРЕТЬ

Компания рассчитывает и дальше увеличивать объемы продаж в эту страну. Одним из самых эффективных инструментов для этого являются встречи с потенциальными покупателями, последняя из которых прошла в Санкт-Петербурге.

Мероприятие состоялось при поддержке генерального консула Индии в Санкт-Петербурге Кумара Гаурава и правительства Вологодской области. Во встрече приняли участие компании из различных отраслей индийской экономики: производители бумаги, сферы логистики и торговли, сектора юридических услуг и т. д. «Свеза» презентовала весь спектр своей товарной линейки, в том числе возможности кастомизированной продукции, приспособленной под потребности клиентов.



«Индия — всегда была для нас интересным и перспективным для развития своего присутствия рынком. Здесь высоко ценят качество российской брезентовой фанеры. Потенциальные партнеры из этой страны настроены к нам позитивно и готовы на долгосрочное сотрудничество И, хотя, если оценивать

поставки в натуральном выражении, нам есть, куда стремиться, в последние годы мы планомерно наращиваем отгрузки на индийский рынок. Уверен, что проведенная встреча будет этому способствовать», — прокомментировал Виталий Демиденко, директор по продажам компании «Свеза».

Он подчеркивает, что компания традиционно проводила политику диверсификации, как в отношении продуктового портфеля, так и по географическому принципу. В частности, в последние годы «Свеза» планомерно наращивала свое присутствие в странах Восточной и Южной Азии, а также на Ближнем Востоке и в Африке. По словам Виталия Демиденко, «Свеза» и дальше будет организовывать подобные мероприятия для усиления своих позиций на рынках, не затронутых ограничениями.

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ МЕБЕЛИ MR.DOORS ВЛОЖИЛ 100 МЛН РУБЛЕЙ В РАСШИРЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА

Пресс-служба Фонда развития промышленности (ФРП) сообщила, что «Мебельный комбинат №7» (г. Кострома), выпускающий мебель под брендом Mr.Doors, запустил новое оборудование, которое позволит увеличить объем выпуска продукции на 15%.

Общие инвестиции в расширение станочного парка превысили 100 млн рублей, из которых 55 млн рублей — льготный заем, предоставленный предприятию ФРП.

На эти средства комбинат приобрел новые пильный и обрабатывающий центры, а также шлифовальный станок. Благодаря новому оборудованию и автоматизации операций производственные мощности предприятия возросли до 1,8 млн деталей из ДСП и 900 тыс. окрашенных фасадов в год. Кроме того, внедрение

оборудования позволило заменить часть ручной работы, вдвое уменьшить отходность производства, снизить долю брака на 5% и себестоимость отдельных видов продукции на 10–15%.



Комбинат в Костроме, запущенный в 2014 году, — одна из двух производственных площадок мебельной компании Mr.Doors. Вторая располагается в поселке Малаховка (Московская область). При этом основной

объем продукции (до 80%) производится на площадке в Костроме.

Основная причина расширения и модернизации производства — рост спроса на продукцию компании. «Не последнюю роль в этом сыграл уход с арены международных игроков. Но я отмечу, что обновление технологического парка (станков) — это и базовая необходимость. Для нас это один из приоритетных вопросов», — отметил генеральный директор Mr.Doors Сергей Шихов.

В настоящее время компания Mr.Doors присутствует на рынках России и Казахстана, идут переговоры о выходе на рынки других стран СНГ, а также государств Ближнего Востока. У компании более 160 салонов, большая часть из которых работает по модели франчайзинга. Основным владельцем Mr.Doors является Максим Валецкий.

UNION НА МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ INDEX-2023 В САУДОВСКОЙ АРАВИИ



UNION — один из ведущих международных производителей дверей, перегородок, стеновых панелей и мебели, принял участие в выставке INDEX-2023 в Саудовской Аравии. Мероприятие прошло с 10 по 12 сентября 2023 года в городе ЭР-РИЯД на территории выставочного центра RIYADH FRONT. Эта крупномасштабная выставка стала местом встречи для производителей предметов интерьера и отделочных материалов с архитекторами, компаниями, за-

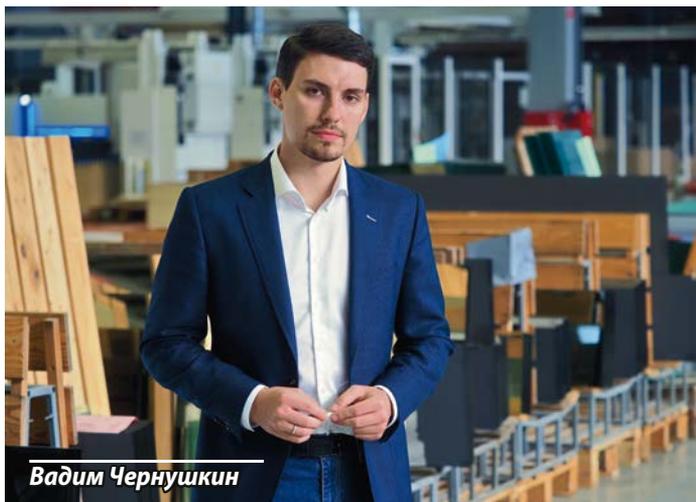
нимающимися строительством и устройством жилых пространств и общественных зданий и конечными потребителями.

Интересный стенд компании мы видели на выставке Mosbuild в этом году — Бренд UNION, благодаря своему уникальному подходу к дизайну и производству, привлек особое внимание дизайнеров, архитекторов, торговых и строительных компаний из арабских стран. Перспективы со-



трудничества с Ближним Востоком открывают новые возможности для UNION, позволяя бренду расширить свое присутствие на мировом рынке и укрепить свои позиции в регионе.

МЕБЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «АНГСТРЕМ» ПРЕДЛАГАЕТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫМ РАБОЧИМ ЗАРПЛАТЫ НА 35% ВЫШЕ СРЕДНЕЙ ПО РОССИИ



Вадим Чернушкин

Мебельная компания «Ангстрем» планирует набрать дополнительно 30% сотрудников на производство и привлечь к работе с мебелью бренда квалифицированных рабочих и сборщиков. При этом предлагаемая зарплата превышает среднероссийскую на 35%. Сейчас, по данным Росстата, средняя зарплата в России достигла отметки в 66 757 рублей, что на 20,9% выше, чем в прошлом году. Однако, в условиях кадрового голода, отмеченного и на правительственном уровне, в «Ангстрем» зарплатное предложение для квалифицированных рабочих выросло более существенно. Например, предложение по оплате труда для работников производства сегодня в «Ангстрем» доходит до 90 тысяч рублей в месяц. Предприятие также готово набирать и сотрудников без опыта, чтобы обучать их на производстве во время оплачиваемых стажировок.

По данным портала hh.ru, на 2023 год в России в сфере производства и сервисного обслуживания наблюдается серьезный дефицит соискателей. Рынок вакансий в августе 2023 г. в целом вырос на 45% по сравнению с августом прошлого года. Сфера производства входит в топ-3 по распределению вакансий и резюме.

«Уход иностранных компаний из России стимулировал рост производства во многих отраслях отечественной экономики. Но кадровый голод существенно тормозит эти возможности, — говорит исполнительный директор российской мебельной компании «Ангстрем» Вадим Чернушкин. — Какие именно меры могут исправить ситуацию — стимулирование трудовой миграции, максимальная авто-

матизация производств или что-то иное — это вопрос дискуссионный. Но решать кадровую проблему необходимо срочно и надолго».

Планы стратегического развития отрасли существенно тормозит нехватка кадров. «Ангстрем» имеет возможность нарастить выпуск мебели и ее продажи, в том числе на экспорт – производственные мощности это позволяют. Поэтому компания готова обеспечивать найм постоянных и временных работников, вкладываться в аренду жилья и социальные гарантии, понимая, что на следующем шаге эти инвестиции окупятся.

В текущем году «Ангстрем» расширил программу льготной продажи мебели. За последний год ею воспользовались около 1000 сотрудников «Ангстрем» — это примерно половина персонала компании по всей России.

На фоне роста потребности в специалистах компания пересмотрела подход к корпоративной культуре и внутренним коммуникациям. Помимо заработной платы, сотрудникам производства обеспечивают комфорт на рабочем месте — бесплатное питание, спецодежду и транспорт, вовлекают в спортивные, образовательные и просветительские программы. У работников мебельной компании есть право покупки мебели собственного производства фактически по себестоимости. В выходные для сотрудников «Ангстрем» с семьями устраивают экскурсии, квесты и спортивные мероприятия. С сентября у компании появилась собственная футбольная команда, «Ангстрем» оплачивает всем желающим тренировки в крытом манеже.

По сведениям Росстата, в I полугодии 2023 г. производство мебели выросло на 14,5% к соответствующему периоду 2022-го. И это не «эффект низкой базы», ведь и 2022-й, несмотря на все испытания, для мебельщиков также оказался вполне удачным. По данным Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности (АМДПР), объем производства мебели в России в 2022 году в денежном выражении увеличился на 15,2%, до 356 млрд рублей. Российские компании заняли освободившиеся рыночные ниши. Стимулирующие мероприятия для привлечения работников на производство позволят и дальше наращивать эти темпы, убеждены в компании «Ангстрем».

TOPZERO®

**СОБСТВЕННЫЙ ЗАВОД В ТУРЦИИ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
БЫСТРЫЕ СРОКИ ПОСТАВКИ**

МОЙКИ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

- ★ Премиум класс
- ★ Сотни моделей



ГРАНИТНЫЕ МОЙКИ

- ★ Настоящие акриловые мойки!
- ★ Производятся по европейской технологии
- ★ Прочные, безопасные
- ★ 20 моделей в 9 цветах



СМЕСИТЕЛИ

- ★ Латунь и нержавеющая сталь
- ★ Различные цвета и формы
- ★ Широкий функционал



АКСЕССУАРЫ

- ★ Дозаторы
- ★ Коландеры
- ★ Разделочные доски
- ★ Корзины
- ★ Ролл-маты



Офис: г. Москва, Рязанский проспект 24/2
Тел.: +7(499)130 24 22, e-mail: info@topzero.ru

topzero.ru

ВНЕШНИЙ ОТДЕЛ ПРОДАЖ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

На конференции Conf-Fu–2023 мы встретили людей, которые призывали мебельщиков быть активнее на маркетплейсах и предлагали помощь в организации продаж. В общем, картина не нова, но нужно учесть, что товарищи из компании Seamtech не состоят в штате ни одной из торговых площадок. Зато они успешно продают на маркетплейсах чужие товары из других отраслей народного хозяйства, а теперь готовятся ворваться в мебельную отрасль.



Алексей Мерзлов

Мне, как человеку, далекому от продаж на маркетплейсах, казалось, что тамошний мебельный сектор уже давно превратился в «красный океан», где продавцы рубятся за каждую копейку, а прибыль превратилась во что-то эфемерное. При этом продать что-то крупнее журнального столика невозможно чисто технически. Поэтому нельзя было просто так взять и не спросить у **руководителя отдела e-commerce компании Seamtech Алексея Мерзлова**, какую выгоду эксперты предлагают клиентам, какие функции берут на себя и за счет чего отработывают дополнительную наценку.

Почему вы решили помочь компаниям работать с маркетплейсами?

Ранее я работал в отделе электронной коммерции компании–дилера европейского производителя ЛКМ, в 2019–2020 годах мы входили в пятерку лучших игроков по лакам и краскам. Но потом нам прекратили поставки, компания осталась без товара, а мы начали думать, что делать дальше. И решили, что можем просто спроецировать наш опыт на другие компании, причем, нашим первым клиентом был прямой конкурент. Постепенно это дело раскрутилось, и уже третий год идет.

Мы вообще работаем немного нестандартно: сначала ищем нишу, в которой конкуренция минимальная, а спрос превышает предложение. Вторым показателем, который мы отслеживаем — емкость рынка на каждого продавца. Если, предположим, три продавца продают на 100+ миллионов, это означает, что рынок свободный, можно заходить. С мебелью так и получилось, мы увидели, что мебельный рынок на Ozon и на Wildberries занимают несколько компаний, немного подумали и быстро собрались на выставку Conf-Fu с баннером.

Откуда мы берем данные? Это не закрытая информация, маркетплейсы сами выгружают информацию в любой аналитический сервис. Можно пользоваться самими Wildberries и Ozon, но там этот функционал очень урезан. Если хочется чего-то посерьезнее, то с десятков компаний за деньги предоставят свои разработки для удобного складирования информации. Но сама информация абсолютно открытая. Конечно, сервисы вам не покажут с хлопучками и салютами, мол, смотрите, вот, перспективное направление! Нет, конечно, это рутинная ежедневная работа по поиску и анализу, из которой складываются выводы специалиста. И, думаю, через полгода ситуация на этом поле будет выглядеть иначе.

Сейчас мы работаем в девяти категориях, начиная с товаров для хранения и заканчивая строительными, и, по большому счету, не видим разницы, как их выкладывать на цифровую полку, система одна и та же. Да, нужно время, чтобы вникнуть в продукт и в нюансы категории, мы же понимаем, что, например, мебель — это габаритная история, но принцип работы один и тот же. На данный момент мы набираем аудиторию и не скрываем, что именно в мебельной индустрии у нас пока опыта нет. Но также его не было в остальных 9 категориях, когда мы начинали.

Вы только подготавливаете товар к размещению или ведете проекты полностью?

Фактически, нам делегируют всю работу по маркетплейсам, мы занимаемся ею как внешний отдел. На стороне партнеров мы оставляем контроль за постоянным наличием товара, чтобы хотя бы одна-две штуки, но были. И еще оставляем за ними логистику, партнеры могут отправлять товар на склад маркетплейса, или доставлять его прямо до клиента через сторонние транспортные компании.

Мы можем взять на себя абсолютно все, например, мы просчитываем всю экономику и показываем: если продадим за столько-то, вы получите на расчетный счет столько-то, ваша маржа будет такой-то. Unit-экономика — всему голова.

Мы постоянно анализируем категории: что изменится, кто лидер, что нового можно внедрить и так далее. По факту, мы предоставляем для этих площадок кладезь информации, которую в офлайне просто не найти.

Ведем расчет потребностей, что тоже немаловажно, потому что даже в больших компаниях существуют постоянные проблемы, то «ой, перетарили», то «ой, не хватило». За 6 лет мы создали для себя систему, которая рассчитывает желаемый запас на какое-то время и можем туда вносить поправки на сезонность, на дефицит товара и так далее. То есть, это про оборачиваемость.

Далее — управление ценами. Мы даже публиковали научные статьи на тему динамического ценообразования, насколько это актуально именно в онлайн-поле. Понятно, что мы не первооткрыватели, это не наша система, но мы ее настроили под себя. Алгоритм простой: чем выше спрос, тем выше цена, а чем ниже спрос, тем ниже цена, — он действует в автоматическом режиме. Может казаться странным, но, если мы уходим в минус по одной или двум позициям, в этом нет ничего страшного. У маркетплейсов свои алгоритмы, мы добавляем к ним свои, чтобы нагнать штучные

продажи через изменение цены, которую мы можем править хоть десять раз в день.

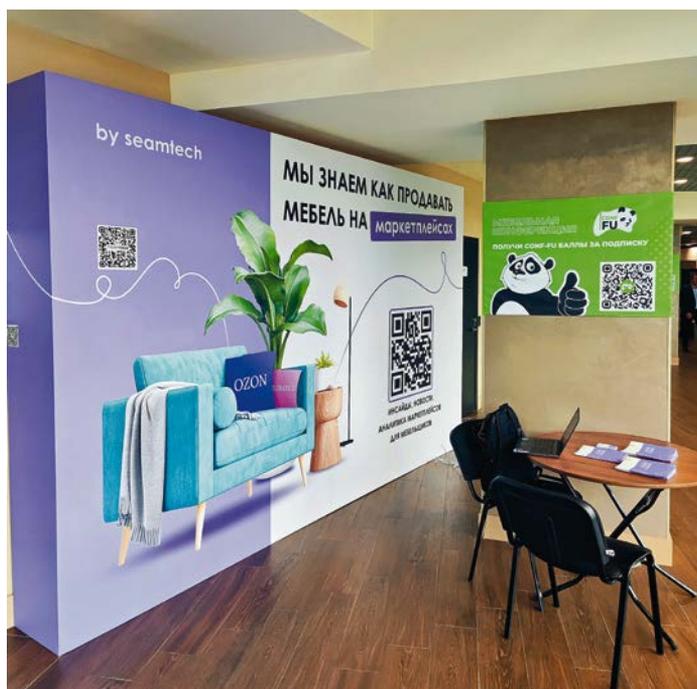
Еще есть карточки товара. Народ пошел избалованный, ему надо все ярче, четче, краше. Здесь мы можем взять на себя полное оформление контентной части: предметные, интерьерные съемки, инфографика, видеоконтент. Если мы говорим про мебель, естественно, партнеры ее не отправят в нашу студию, но мы можем прийти к ним сами.

Пожалуй, самое важное, на чем спотыкается множество селлеров — это чтение отчетности. Например, на Wildberries выгружается столбцов, наверное, семьдесят. И обывателю не очень понятно, как и что складывать, откуда вычитать, чтобы понять, что я все-таки получу на расчетный счет. Мы это все показываем в привычном виде, условно говоря: было продано столько, у этого проданного себестоимость была такая, затраты у нас вот такие, валовая прибыль вот такая.

Могу сразу сказать, что действовать по наитию не получится, все равно уйдете в минус. Здесь нужна экономика и холодная голова.

Через маркетплейсы можно продать любой предмет мебели или есть ограничения?





Многое зависит от политики самого маркетплейса по поводу крупногабаритных товаров (КГТ). На сегодняшний день и Ozon, и Wildberries предоставили приемлемые для мебельщиков условия. В крупных городах уже есть склады КГТ, куда можно поставлять товары. Но нужно понимать, что представление маркетплейса о габаритах будет отличаться от представления мебельщиков. Для маркетплейса крупные товары — это, условно говоря, напольная тумбочка, а даже не шкаф.

Выставить на продажу можно все. Допустим, кухня продается модулями, то есть на фотографии они подписаны номерами. Если купить все 10, то можно собрать кухню. Но отдельный вопрос в том, чьими силами будет осуществляться доставка, силами маркетплейса или вашими. Например, если столешница проходит по габаритам, то нет вопросов, мы сдаем ее на склад крупногабаритных товаров и все. А если маркетплейс не хочет отправлять такой масштабный товар, то его можно отвезти условным «СДЭКом».

А еще есть правила маркетплейсов, что подходит не всякая упаковка из тех, которыми пользуются мебельщики. В общем, это очень индивидуально. Здесь есть тонкая грань, и, видимо, не каждый хочет по ней ходить и на этих тонких настройках играть. Но такие компании есть, и сегодня они монополисты на этом рынке.

Есть и другие ограничения, в частности, не каждой компании вообще стоит работать с маркетплейсами.

О маркетплейсах говорят очень много, может быть, и правильного, но не совсем важного. Самое важное, о чем мы говорим потенциальным партнерам в первую очередь — ассортимент, который мы утвердили,

всегда должен быть в наличии. А я не встречал компаний с маленьким оборотом, которые могут выполнить 99,9 % заказов.

Плюс ко всему, ассортимент, который есть у компании, не всегда идеально подходит для маркетплейсов. Вероятно, что его надо будет модернизировать: менять коробки, менять комплектацию, добавлять инструкцию и так далее.

Насколько я вник в мебельную индустрию, если мы говорим про мелких производителей, я не хочу никого обидеть этим словом, то, по большей части, они заказывают на контрактных производствах, и у них нет возможности что-то изменить. А крупные компании, с кем мы общались, наоборот, говорят: «У нас есть какой-то ассортимент, но он рассчитан на определенный канал продаж. Мы это понимаем и хотим создать что-то для маркетплейсов». То есть, они такие, легкие на подъем, мол, вообще без проблем, сделаем, что хочешь и сколько хочешь. Я думаю, что небольшая компания себе такого позволить не может.

Почему клиентам может быть удобнее работать с вами, а не самостоятельно?

Вообще, на сегодняшний день выставить на маркетплейсе товар и просто ждать продаж уже не получится, будь это мебель, одежда или что-то еще. Это время прошло. Какие есть варианты? Можно сформировать специализированный отдел продаж. Маркетплейс — это, по большей части, про визуал, там хорошие карточки притягивают много просмотров, а простые карточки мало. Поэтому нужно, как минимум, найти дизайнера, найти SEO-копирайтера, а это же все аутсорсинг, потому что если они в штате, то вообще можно просто разориться. Надо найти себе управленца, который будет пытаться стратегически представить, куда мы придем через год или хотя бы через три месяца. Ну, и так далее.

Приведу пример, чтобы понимать масштабы. У нас есть партнеры, которые заказывают у нас отдельные услуги, мы не ведем их полностью. Так вот, им такой отдел в месяц обходится в 600 тысяч рублей с налогами. Это при ежемесячном обороте в 40 миллионов. Но когда оборот был 5 миллионов, то отдел тоже стоил 600 тысяч. То есть, в первое время придется неплохо вложиться в людей, в человеческий ресурс. Еще им нужно управлять, а людей там много...

У нас, как у компании, есть одно ответственное лицо. Фактически, у нас сервис одного окна, и это удобно. Мы сильно экономим бюджетные средства, особенно в первое время. Причем, мы знаем, что наши партнеры, достигая определенного уровня, задумываются о формировании своего отдела. Мы не против этого, с одной

компанией мы даже сформировали отдел и отпустили в свободное плавание. Да, мы потеряли этого клиента, но это такой жизненный цикл.

Второе, о чем я хотел сказать: мы повышаем добавочную стоимость всего, с чем работаем. Люди на маркетплейсах не очень привержены брендам, они обращают внимание а) на характеристики, б) на отзывы, в) на понятность. Естественно, про цену я даже не упоминаю. То есть, если вот эта тумбочка даст клиенту гарантию, что будет служить ему верой и правдой, то он ее купит даже дороже рынка.

Мы не пытаемся обмануть покупателя, но мы представляем товар так, что клиент видит пользу товара для себя и видит свою выгоду от него. Мы даем потребителю определить стоимость этого товара путем динамического ценообразования, поэтому не особо любим говорить про статичную цену. У нас есть крайне удачные кейсы, когда цена может практически бесконечно идти вверх, но есть и неудачные, где цена бесконечно шла вниз и так и не нашла своего покупателя. И это не значит, что товар плохого качества, или мы не умеем работать. Это значит, что на сегодняшний день этот товар просто не востребован на этой площадке. Из практики могу сказать, что мы выводим в топ продаж 15% всего ассортимента компании. Все остальное или отсеивается или продается обычным образом.

На каких условиях вы работаете с клиентами? Что берёте на себя?

У нас есть небольшая фиксированная сумма, условно, она в два раза меньше, чем средняя зарплата в крупном городе. Для чего она нужна? У нас работают операционисты, которые ежедневно выполняют работу: расчет потребности, управление ценами, ответы на отзывы, где-то поменять описания, продвинуть карточки и так далее. И эту фиксированную часть мы распределяем среди них.

А мы в основном рассчитываем на процент с прихода денег. То есть, не с оборота, не до вычета комиссии торговой площадки, а с того, сколько пришло. Тем самым мы даем понять нашим партнерам, что как никто заинтересованы в объемах продаж.

Вы как-то оцениваете конкурентоспособность товара или это не имеет значения?

Ассортимент каждой компании лучше смотреть индивидуально. К примеру, недавно мы начали работу с партнером, у которого для маркетплейсов подходит 100% ассортимента, абсолютно ничего не нужно делать, и я даже не знаю, почему он не продавал на этих площадках.

Но в основном, если мы говорим про всех, не только про мебельщиков, то каким-то товарам нужно ме-

нять упаковку, каким-то содержание. Надо понимать, что маркетплейсы — это такой же новый канал сбыта, как и новый магазин, у которого есть свой сегмент покупателей: более молодые или более возрастные люди. Так же и на маркетплейсе своя аудитория, у которой есть свои нравы и потребности.

Эксперты по продажам на маркетплейсах считают, что мебельный сектор серьезно недооценен, что емкость рынка велика, а участников пока мало. При этом иметь дело с торговыми площадками непросто чисто технически, и не все компании готовы выделять отдельные ресурсы на работу с торговыми площадками. Вместо этого можно воспользоваться услугами посредников.



Узко заточенный отдел продаж на аутсорсинге берет на себя экономические расчеты, анализ, управление ценами и генерацию контента. Чужая экспертиза экономит время, деньги и нервы, причем, большая часть расходов клиента покрывается процентом от новообработанной прибыли.

А еще маркетплейсы потихоньку осваивают работу с крупногабаритными товарами, и есть вероятность, что они научатся полноценно продавать шкафы, кухни и диваны. Но это уже другая история.

Николай Фефер



ФАСАДЫ И СТОЛЕШНИЦЫ

Людмила

ПЛАСТИК LEMARK, MELATONE
КЛЕЙ КРАСНЫЙ МИРА, 54а

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

Людмила

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

Тел. 351-53-00, 8-913-730-34-48

ЭКСКЛЮЗИВНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ЦВЕТОВ

ТОМСКИЕ
МЕБЕЛЬНЫЕ
ФАСАДЫ



SUPERMAT
PRODUCED BY TMF



устойчивость к царапинам
и истиранию



термовосстановление
утюгом



стойкость
к бытовой химии



устойчивость
к пятнам



устойчивость
к УФ излучению



защита
от отпечатков пальцев



бархатистая
поверхность



антибактериальное
покрытие

Линейка фасадов SuperMat
насчитывает 28 цветов!
ОДНОСТОРОННЕЕ ИСПОЛНЕНИЕ!





Изготовление мебельных фасадов, раскрой листов, кромкооблицовка

Собственные
производственные
мощности

Прямые контракты
с ведущими
производителями

Современное
высокоточное
оборудование

г. Новосибирск, ул. Галушца, 1, т. (383) 277-24-01, 291-96-52
ул. Олимпийская, 37, т. (383) 248-89-11, e-mail: kablashov@yandex.ru
ул. Бетонная, 4/12, т. 375-78-68, e-mail: fasad@ecoledrev.ru
whatsapp: 8-913-915-96-52 www.fasad.novosibirsk.ru



«НАЙДИ МЕНЯ, НАЙДИ МЕНЯ...». ПРО ДЕФИЦИТ КАДРОВ

Такое манкое для захвативших советский период жизни слово «дефицит», которое ассоциировалось с красивыми вещами, вкусными деликатесами, качественной техникой и т. д., теперь воспринимается как нечто мешающее процессу и носит негативный характер.



За весь период становления и развития мебельно-го бизнеса, начиная где-то с середины 90-х, есть ощущение, что нас сопровождают постоянно какие-то проблемы, которые необходимо решать и с которыми приходится жить. Не говоря о тех проблемах, которые сложились из-за ковидных ограничений, введенных санкций и прочих вещей серьезное место занимает сегодня проблема нехватки рабочих кадров. Ожидания, что эта проблема как-то рассосётся, и ситуация стабилизируется, не оправдались, напротив, эта проблема только усугубляется и становится все более серьезной. Сложной в плане кадров ситуация складывается и на деревообрабатывающих предприятиях, и на мебельных производствах, и у производителей, которые делают в России мебельную фурнитуру, комплектующие и материалы. Так или иначе это влияет и на сроки отгрузки, и на себестоимость продукции, так как приходится за рабочие руки платить значительно дороже.

Особенно сильно это ощущают те предприятия, которые завязаны в части своего производства на металлообработке: это и металлокаркасы, и подстоля, и любые изделия на металлической основе; это лицевая фурнитура из металла, как из стали, так и из алюминия, которая требует работы специалистов.

В большинстве регионов России существует серьезная нехватка рабочих кадров, пишет «Газета.Ru» со ссылкой на исследование аппарата **бизнес-омбуд-**

смена Бориса Титова. Анализ объявлений на сайте HeadHunter (НН) выявил, что количество вакансий летом 2023 года увеличилось на 61% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. При этом количество резюме увеличилось всего на 15%.

По мнению **автора исследования, генерально-го директора центра охраны труда «НСС Консалт» Дмитрия Порочкина,** это говорит о том, что формируется «рынок соискателя», на котором предложение рабочих кадров значительно меньше спроса на них.

По словам Порочкина, во всех ключевых областях, таких как продажи, торговля, транспорт, строительство и производство, спрос на рабочую силу превышает предложение. Особенно ощутима нехватка рабочих кадров в Центральной России, если не учитывать столицу и Подмоскowie.

По данным исследования портала «Авито Работа», спрос на кадры в России вырос за лето 2023 года в 2,6 раза. Число вакансий подросло сразу на 156 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а зарплаты увеличились на 36 %.

«Количество вакансий во всех наиболее востребованных профессиональных сферах росло практически в арифметической прогрессии», — заявили в пресс-службе. Самыми быстрыми темпами нехватка рабочих рук усиливалась в сфере «Управление персоналом» — вакансий стало в 3,4 раза больше, а также в категориях «IT, интернет и телеком» (рост в 3,2 раза) и «Административная работа» (в 3,1 раза).

Из-за резкого роста спроса работодателей на квалифицированных сотрудников стали увеличиваться и средние предлагаемые ими зарплаты. Теперь в среднем по стране показатель составляет 57 859 рублей. Среди сфер, где доходы специалистов выросли больше всего, оказались «Образование и наука» (рост в 1,6 раза, до 50 425 рублей), «Искусство и развлечения» (1,4 раза, до 47 110 рублей) и «Домашний персонал» (в 1,4 раза, до 49 412 рублей).

«За последние три месяца рабочих предложений стало на 25 процентов больше, а средние предлагаемые оклады выросли на 11 %», — отметил **управляющий директор «Авито Работы» Артем Кумпель**. С помощью повышения зарплаты компании пытаются удержать сотрудников, поэтому по степени прироста окладов можно определить, в каких отраслях дефицит кадров острее всего.

Ранее IT-интегратор «Крок» провел опрос, согласно которому большинство российских компаний (60 %) пожаловались, что им трудно обеспечивать бесперебойную работу IT-систем и бизнес-процессов. Основной проблемой, с которой столкнулись респонденты, стал дефицит кадров — на него посетовали 78 %. Сильнее всего ощущается нехватка опытных и квалифицированных инженеров третьей линии поддержки, заявили представители бизнеса.

Россия в условиях СВО и санкций постепенно начинает возвращаться к антирекордам 90-х годов. По данным опроса Института экономической политики им. Гайдара, страна столкнулась с небывалым кадровым дефицитом. В начале третьего квартала 2023 года о недостатке работников заявили 42% предприятий.

И это самый большой дефицит за всю 27-летнюю историю наблюдений этого показателя (с 1996 года). Предыдущий максимум был зафиксирован в апреле текущего года, когда о нехватке кадров говорили 36% предприятий.

Заведующий лабораторией конъюнктурных опросов Института Гайдара Сергей Цухло уточняет, что без рабочих рук преимущественно остался промышленный сектор. Наиболее острая нехватка кадров наблюдается в легкой промышленности — там на нее жалуются свыше 70% предприятий. В машиностроении о дефиците кадров заявляют 42% предприятий, в химической промышленности — 32%, в пищевой — 22%.

«Такая ситуация формировалась давно, в основном под влиянием избыточной занятости 90-х годов. Пока были в прямом смысле слова живы выпускники советских ПТУ, промышленности удавалось решать свои кадровые проблемы. Но с каждым годом этих кадровых рабочих становилось меньше», — говорит Сергей Цухло.

Второй пик нехватки «синих воротничков» пришелся на 2007–2008 годы, но последующий экономический кризис «снял» эту проблему. А стагнация 2012–2016 годов, вялый рост 2017–2019 годов и ковидный кризис 2020-го затушевывали проблему кадров, но не остановили процесс.

Он также отмечает, что истоки кадрового голода кроются «в свертывании советской системы среднего специального образования (приснопамятных ПТУ)» и в развертывании избыточной, по его оценкам, системы высших учебных заведений.

«Сейчас уже ощущается оскудение рынка труда. И если на нехватку сотрудников суммарно указывают 42% руководителей компаний, то попытка решить проблему путем повышения оплаты в той или иной компании ничего не даст, кроме роста у нее издержек и падения прибыльности. А повышение цен будет упираться в ограничения по спросу — если это гражданская продукция или запрет повышения цен военными заказчиками — если это продукция ВПК. — рассуждает Игорь Липсиц. — Затем, видимо, на первый план



выйдет уже замечаемый недостаток специалистов высокой квалификации по самым разным профессиям: от операторов сложного оборудования до врачей и профессоров университетов».

Согласно данным Росстата, опубликованным 2 августа, потребность работодателей в работниках, заявленная в органы службы занятости, по состоянию на июнь текущего года составила чуть более 2 млн человек. В мае 2023 года этот показатель составлял 1 млн 968 тыс. 281 человек. Годом ранее (июнь 2022 года) работодатели через службы занятости искали 1,85 млн сотрудников. Иными словами, тренд на растущую нехватку кадров подтверждает и Росстат.

Если вспомнить статистику, озвученную заместителем министра промышленности и торговли РФ Василием Осьмаковым, то из двух миллионов «потерянных кадров» почти треть приходится на обрабатывающую промышленность. Там дефицит труда, по оценке г-на Осьмакова, достиг 660 тыс. человек.

Заместитель генерального директора Работа.ру Александр Ветерков отмечает, что запрос на кадры активнее всего демонстрируют компании из сферы производства и агропрома, промышленности, машиностроения.

«По данным нашего опроса среди работодателей, в конце 2022 года на представителей рабочих профессий (сварщик, токарь, электрики) ожидался самый высокий спрос от бизнеса в этом году. Сейчас у компаний особенно востребованы инженеры различных профилей, токари, слесари и сварщики», — отметил Ветерков.

ЕСЛИ БРАТЬ МЕБЕЛЬНУЮ ОТРАСЛЬ, ТО ДЕФИЦИТ КАДРОВ СЕЙЧАС ВХОДИТ В ТЯЖЁЛУЮ ФАЗУ, ТАК КАК СЕЗОН ИДЁТ ВОВСЮ, СПРОС ОТЛИЧНЫЙ, И НЕХВАТКА РАБОЧИХ РУК БЫСТРО СОЗДАЁТ ОЧЕРЕДИ И ПРОБЛЕМЫ, МЕШАЕТ ВЫСТРОИТЬ ОПЕРАТИВНУЮ РАБОТУ, КАК ЭТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ В СЕЗОН.

По его мнению, в первую очередь растущий интерес к рабочим, инженерным и техническим профессиям связан с импортозамещением и перестройкой производственных процессов из-за ограничения доступа к некоторым технологиям.

Выводы экспертов подтверждает и Центробанк. По итогам мониторинга предприятий регулятор заявил о том, что к концу первого квартала 2023 года обеспеченность работниками у российских компаний оказалась самой низкой с начала наблюдений, то есть с 1998 года. На нехватку кадров, говорится в материалах ЦБ, указывали представители обрабатывающего производства, предприятия промсектора, водоснабжения, добычи полезных ископаемых.

Разумеется, нехватка кадров вынудила работодателей повышать зарплатный фонд. И вот в среду, 2 августа, Росстат отчитался: среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций в мае 2023 года составила 72851 рубль и по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года увеличилась на 16,1%.

В процентах звучит масштабно. Реальные цифры куда скромнее. И не повышать зарплату в некоторых секторах, с учетом даже официально озвученной инфляции, было бы уже неприлично.

Если посмотреть на темп роста зарплат по видам экономической деятельности, то максимальный рост заметен преимущественно там, где производства нацелены на нужды СВО.

Так, к примеру, в производстве металлических изделий (кроме машин и оборудования) зарплаты выросли на 25,6% до 67,5 тыс. рублей. В производстве электрического оборудования работникам платят 70,4 тыс. рублей (+31,2%); производство текстильных изделий — 43,4 тыс. рублей (+21,5%). Это данные Росстата.

Напомним, по данным hh.ru, 59% работодателей в качестве решения проблемы дефицита кадров в 2023 году видят рост фонда оплаты труда. Чуть больше половины (53%) работодателей отметили, что в течение 2023 года заработные платы в компаниях подрастут. Аналогичные данные приводит и SuperJob. Исследовательский центр портала выяснил, что только 56% работодателей за последние полгода индексировали зарплаты работникам.

Если брать мебельную отрасль, то дефицит кадров сейчас входит в тяжёлую фазу, так как сезон идёт во всю, спрос отличный, и нехватка рабочих рук быстро создаёт очереди и проблемы, мешает выстроить оперативную работу, как это необходимо делать в сезон.

Многие отмечают, что повышение заработной платы часто не даёт ощутимого результата, так как на рынке труда на те или иные специальности просто нет предложений со стороны потенциальных сотрудников.

Причин здесь мебельщики называют несколько. Одна из них — уход сотрудников на оборонные предприятия, где более высокие зарплаты и премии, часто более интересная работа, широкий соцпакет, бронь от мобилизации. Также существенно влияет и быстрое развитие импортозамещающих производств в России, которым требуются высокопрофессиональные рабочие кадры.

Хотя, те, кто занимается производством комплектующих, говорят, что у них не лучше, особенно если дело касается работы с металлом.

Выкручиваются компании по-разному. Крупные принимают людей из ближайших к городу посёлков и осуществляют ежедневную доставку автобусами. Кто-то на те участки, где работали традиционно мужчины, принимают и обучают женщин. А кто-то имеет штат процентов на 20 выше необходимого, что довольно часто выручает.

По материалам Интернет



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОРПУСНОЙ МЕБЕЛИ

Плита
Облицовочные материалы
Кромка

SEGEZHA GROUP ПРЕДЛОЖИЛА НОВЫЕ МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА

На форуме «Леса России» в Иркутске вице-президент по работе с государственными органами, устойчивому развитию и лесной политике Segezha Group Николай Иванов озвучил ожидания бизнеса от органов государственной власти в новых экономических условиях.



Основная цель рекомендаций — облегчить адаптацию предприятий российского лесопромышленного комплекса к меняющейся конъюнктуре и восстановить инвестиционную активность в этом секторе.

Санкционное давление заставило отечественный лесной бизнес переориентировать деловые связи с Запада на Восток. Несмотря на эти усилия, с лета 2022 года объемы лесозаготовки и выпускаемой продукции ЛПК неуклонно снижаются, а большинство экспертов отрасли склоняется к негативным прогнозам.

Пакет антикризисных мер в поддержку ЛПК, принятый Правительством России, оказался совершенно правильным и своевременным. Это позволило ощутимо смягчить ситуацию. Тем не менее, динамика момента требует от российских властей дальнейшего гибкого реагирования. Николай Иванов уверен, что выверенная точечная поддержка отрасли поможет преодолеть последствия негативной конъюнктуры. Одновременно увеличение налоговой и административной нагрузки на бизнес приведет к риску нивелирования возможных положительных эффектов.

Чтобы обойти негативные сценарии развития российского ЛПК, Николай Иванов предлагает курирующим ведомствам рассмотреть следующие предложения.

Так, в сфере лесопользования он считает важным отменить постановление Правительства РФ от 10.04.2023

№578 «О внесении изменений в ставки платы за единицу объема лесных ресурсов и ставки платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности». Если оставить его в силе, то плата за использование лесов в целях заготовки древесины существенно увеличится: в ряде регионов до 60-80% к уровню 2023 года. Такая нагрузка может оказаться критичной для целого ряда компаний.

В качестве необходимой меры для Северо-Западного федерального округа Николай Иванов расценивает продление на 2024 год механизма расчета арендной платы за использование лесов в целях заготовки древесины, исходя из фактического объема лесозаготовки (постановление Правительства РФ от 15.06.2023 №987). По его мнению, эту практику нужно внедрить и в Приволжском федеральном округе.

Эксперт также выдвигает идею «заморозки» хотя бы на год ставки платы за единицу объема лесных ресурсов и за единицу площади лесного участка.

Одновременно Николай Иванов указывает на снижение инвестиционной активности в российском ЛПК. Для ее восстановления требуется, по мнению эксперта, увеличить с двух до четырех лет срок реализации инвестором права на подачу заявки в заинтересованный орган на реализацию приоритетного инвестпроекта (ПИП) (внесение изменений в подпункт «г» п. 8 Правил, утвержденных постановлением Правительства РФ от 23.02.2018 №190).

Этой же цели послужит предоставление инвестору права на оборот заготовленной древесины внутри одной группы взаимозависимых лиц, считает он. Следует также разрешить

переработку лесных ресурсов на производственных мощностях взаимозависимых лиц, в том числе в период реализации ПИП (внесение изменений в постановление Правительства РФ от 23.02.2018 № 190).

Еще одна мера — упрощение порядка внесения изменений в концепцию ПИПов. Оно должно коснуться планов закупки лесозаготовительной, лесовозной, дорожно-строительной техники и лесоперерабатывающего оборудования, поскольку в большинстве случаев поставщиками являлись недружественные государства. Аналогичный подход нужен для процедуры корректировки объема и ассортимента продукции, запланированной к выпуску по ПИПам (внесение изменений в постановление Правительства РФ от 23.02.2018 № 190).

Важным послаблением станет предоставление инвестору права самостоятельно определять срок договора лесной аренды по ПИП. За пределы логично взять законодательно установленные сроки: от 10 до 49 лет (ч. 3 ст. 72 Лесного кодекса РФ). Такой шаг, в свою очередь, потребует внесения технических поправок в законодательство в ч. 3.1 ст. 72 ЛК РФ (с изменениями, внесенными Федеральным законом от 29.12.2022 № 600-ФЗ) и абзац 5 п. 25 Правил, утвержденных постановлением Правительства РФ от 23.02.2018 № 190 (с изменениями, внесенными постановлением Правительства РФ от 15.06.2023 № 987).

Такой комплекс мер отражает позицию не только Segezha Group. На его принятие Правительством надеется большинство компаний российского лесопромышленного комплекса, уверен Николай Иванов.

По материалам форума



**КЛЕЕВАЯ И
ЛАКОКРАСОЧНАЯ
ПРОДУКЦИЯ**

Краски Лаки Клеи



ЕВРОСТИЛЬ

— комплектующие для производства мебели —



IBAVET

PAINT & VARNISH

ПОЛИУРЕТАНОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

АКРИЛОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

НИТРОЦЕЛЛЮЛОЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПОЛИЭФИРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КРАСИТЕЛИ

ESFERA - МАТЕРИАЛЫ НА ВОДНОЙ ОСНОВЕ

ОГНЕЗАЩИТНЫЕ ПОКРЫТИЯ

iba.vauresa

РАЗБАВИТЕЛИ

ESFERA

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

esfera

**МАТЕРИАЛЫ НА ВОДНОЙ ОСНОВЕ
для наружных и внутренних работ**



Серия esfera на водной основе, разработанная для защиты древесины, обеспечивает наилучшие характеристики и самый длительный срок службы, чтобы продлить внешний вид древесины и сохранить ее характерные черты.



ООО «Евростиль»

344025, г. Ростов-на-Дону, ул. Черевичкина, 101, тел.: +7(863) 333-01-01

143911, г. Балашиха, мкр. 1 Мая, д. 23, пом.12, тел.: +7(495)137-79-49

432072, Ульяновская обл., г. Ульяновск, пр. Созидателей, 27, тел.: +7(937) 275-81-25

E-mail: info@ibavet.com

Web: www.ibavet.com



КОМПЛЕКТУЮЩИЕ ДЛЯ МЯГКОЙ МЕБЕЛИ

*Ткани
Опоры
Поролон
Механизмы трансформации*

ИННОВАЦИИ И РАЗРАБОТКИ: ХОЛЛОФАЙБЕР — ПАРТНЁР «ФАБРИКИ ДИЗАЙНА 2.0»

Московский завод нетканых материалов «Термопол» (ТМ Холлофайбер®) стал партнёром нового этапа конкурса решений промышленного дизайна «Фабрика дизайна 2.0».

Производитель поставил перед дизайнерами задачи по разработке целого ряда проектов с применением высокотехнологичных нетканых материалов. Особенность задач для дизайнеров — разработка универсальных и многофункциональных изделий на стыке отраслей:

- Бескаркасная палатка-засидка на 1–2 человек с неткаными материалами Холлофайбер ХАРД;

- «Открытое небо столицы!». Комплекты для отдыха (лежаки, подушки, одеяла с неткаными наполнителями Холлофайбер) для массовых мероприятий к Дню города Москва;

- Отсек психологического комфорта «Вдали от шума мегаполиса» — комната временного пребывания и релаксации с применением акустических и термоизоляционных материалов Холлофайбер;

- Книга-подушка — изделие, состоящее из собранных по образцу книги нетканых полотен Холлофайбер с напечатанными детскими сказками с возможностью использовать как подушку для сна;

- Мягкие стены с Холлофайбер: конструкции зонирования и комфорта внутренних офисных и бытовых пространств и другие.

«Термопол» не ограничивает дизайнеров жёсткими рамками технических заданий, предоставляя возможность для максимального творчества. Однако, главное требование производителя — это глубокое погружение в нетканое материаловедение, изучение

своих свойств, качеств и эксплуатационных характеристик разнообразной синтетической продукции, выпускаемой в Москве. «Только знание материалов и понимание их потенциала позволит сделать открытие в заявленных конкурсных темах!» — говорит представитель московского завода Владислав Иванов, комиссар бренда Холлофайбер.



Участники проекта могут выбрать среди 150 заданий от более чем 100 компаний. Например, разработать многофункциональный тренажерный комплекс, коллекцию мебели или автоматизированную водоразборную колонку и пр.

На конкурс «Фабрика дизайна 2.0» предложить свои идеи могут дизайн-бюро, индивидуальные предприниматели и самозанятые. Им предстоит разработать решения задач, поставленных бизнес-заказчиками в треках Быт и Устойчивость. Заявку можно было подать до 15 сентября на сайте проекта.

«Для заказчиков участие в проекте — это возможность найти подходящее дизайнерское решение для продукции своей компании, а для дизайнеров — настроить коммуникацию с производствами и предприятиями, реализовать свои проекты и повысить качество

предлагаемых на рынке товаров и услуг. Кроме того, благодаря конкурсу частично решается проблема импортозамещения: участники создают функциональную продукцию, не уступающую по качеству зарубежным производителям», — сообщил руководитель Департамента предпринимательства и инновационного развития Москвы Алексей Фурсин.

В треке Быт участникам предлагают поработать с проектами, улучшающими качество жизни, в том числе товарами и сервисами, повышающими эстетические и потребительские свойства продуктов.

В треке Устойчивость дизайнеры решают задачи заказчиков, направленные на формирование интереса к устойчивому развитию, в том числе охраны здоровья, решений, связанных с проблемами профессиональных заболеваний, а также разработок решений социального дизайна.

«Фабрика дизайна 2.0» — креативная платформа для взаимодействия дизайнеров, производственных и экспортноориентированных компаний, бизнес-сообщества и экспертов индустрии. Это необходимо для создания новых продуктов отечественной промышленности, обеспечивающих конкурентоспособность российской экономики на международных рынках, технологическую независимость и отвечающих на запросы населения страны.

Проект реализуется согласно целям и задачам национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Организатором конкурса выступает Агентство креативных индустрий совместно с Союзом дизайнеров России.



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

**Станки Инструмент
ПО для мебельщиков**



КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

+7 (496) 623-09-90 www.bazisoft.ru





СКАЧАТЬ

ознакомительную
версию

www.k3-mebel.ru



Быстрое проектирование

- Простое конструирование индивидуальных изделий
- Расстановщик стандартных модулей
- Визуализация проекта
- Крепёж и кромки
- Фрезеровка и присадка



Отчётная документация

Чертежи, спецификации, схемы сборки, смета



Раскрой и стыковка со станками с ЧПУ

- Выгрузка карт раскроя на ФРЦ
- Управляющие программы для сверлильно-присадочных и фрезерных станков
- Поддержка технологии «Nesting»



Гибкая настройка

- Индивидуальная настройка постпроцессоров для станков с ЧПУ
- Уникальные формы отчётной документации
- Поддержка скриптов
- Стыковка с ERP



Подключаемые библиотеки

Листовые материалы и кромки «Egger», «Kronospan», «Lamarty», «Увадрев-Холдинг», столешницы от фабрики «Скиф», ящики «СТАРТ», «B-Slide» и другая фурнитура «BOYARD», раздвижные двери «Aristo», «Absolut», «RIAL.PRO».





ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

*Стили Дизайнеры Тренды
Интерьеры*

СТОЛ FLOAT MINI С РЕГУЛИРУЕМОЙ ВЫСОТОЙ ОТ HUMANSCALE

Бренд Humanscale, разрабатывающий мебель для офисной и домашней работы, выпустил письменный стол Float Mini — компактный стол для сидения и стояния, который впишется в любую комнату дома.

Float Mini имеет меньшую консольную рабочую поверхность и раму на одной ножке, которая занимает минимум места на полу.

Стол Float Mini разработан, чтобы вписаться даже в самое маленькое пространство дома.

Легкая конструкция поставляется с дополнительными роликами и ее легко перемещать.

Как и полноценный Float, Float Mini использует пневматический цилиндр без электропривода для подъема и опускания рабочей поверхности, поэтому для работы стола не



требуется подключение к источнику питания, и его можно даже брать на улицу.

По данным Humanscale, столешница размером 16 на 27 дюймов изготовлена из бамбука, выбранного из-за его эстетических и экологически чистых качеств.

Бамбук растет гораздо быстрее, чем древесина, традиционно используемая для изготовления столешниц: для его восстановления требуется всего 10 лет, в отличие от 100 лет, которые могут потребоваться



для древесины из старовозрастных лесов.

В то же время бамбук создает теплый и минималистичный вид, что делает его подходящим для большинства домашних интерьеров.

СТУЛ LAPALA В ЧЕСТЬ 25-ЛЕТИЯ КОМПАНИИ LIEVORE ALTHERR MOLINA

Испанский бренд Exormim и студия Lievore Altherr Molina, созданные в 1988 году, отмечают 25-летие своего кресла Lapala обновленной плетеной версией.

Стул Lapala, посвященный 25-летию юбилею, имеет текстурированное плетеное сиденье из натурального пле-



тения, напоминающее материалы, использованные в оригинальной версии.

Разработанный как для домашнего использования, так и для гостиничного бизнеса, он имеет эргономичный, слегка изогнутый силуэт и может штабелироваться.

«Мы хотим оставаться верными своим корням, сочетая традиции и инновации, чтобы предоставлять нашим клиентам эксклюзивную мебель высочайшего качества и с минимальным воздействием на окружающую среду», — заявили в Exormim. — Такие особенности, как мягкие, плавные изгибы и возможность штабелирования, гарантируют его адаптивность к любой среде».

В 2015 году компания Exormim обновила кресло, сделав его из прочных материалов, включая морской канат и нержавеющую сталь, чтобы сделать его пригодным для использования на открытом воздухе.



ИГРИВЫЕ ДЕТСКИЕ СТУЛЬЯ, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ «АКТИВНО СИДЕТЬ»

Студия из Амстердама Lentala разработала стулья Rom & Lupa для улучшения физического и психического здоровья детей. Исследование студии показало негативное влияние пассивного сидения на физическое и психическое здоровье детей, поэтому Rom & Lupa созданы для обеспечения активного сидения.

«Стулья формируют наши ежедневные модели движений, ограничивая наше тело очень немногими сидячими позами и приводя к тому, что мы упускаем возможность разнообразия сидячих поз для мягких детских мышц», — сказал основатель Studio Lentala Борис Ланселот. — Результатом является негативный цикл, в котором бездействие приводит к плохой физической форме, плохому здоровью и низкой самооценке».

Стул Lupa был разработан, чтобы побудить детей чередовать восемь положений сидения.

По данным студии, наши тела способны принимать более сотни сидячих положений, которые приняты в других странах, включая Японию и Индонезию.

Это побудило Ланселота исследовать способы внедрения этих практик в западный распорядок сидения, что привело к созданию Rom & Lupa.

«В незападных культурах люди в повседневной жизни принимают гораздо более широкий диапазон сидячих поз, подвергая свое тело постоянной мягкой мышечной активности, которая жизненно важна для нашего социального и физического развития», — объяснил Ланселот. — Сиденья Rom & Lupa позволяют активно сидеть, по большей части бессознательно, поскольку они сконструированы таким образом, что через некоторое время каждая поза становится немного неудобной, что побуждает



ребенка регулярно переключаться между различными сидячими позами. Другими словами, философия дизайна намеренно стремится превратить сидение в занятие».

Получившиеся в результате стулья — Rom с наклонной платформой для сидения и Lupa с двумя войлочными зонами, соединенными заниженной центральной частью, — побуждают детей чередовать восемь положений сидения.

«Два дизайна детских сидений Lentala уникальны, поскольку они

дают, как минимум, восемь различных поз для сидения, предлагая детям изучить эти и дополнительные возможности, — сказал Ланселот. — Чтобы обеспечить более широкое разнообразие поз, стулья спроектированы в соответствии с «принципом вариации». Эти выбранные позы основаны на наиболее распространенных универсальных сидячих позах всех культур и времен».

«Выбранные позы дизайнера были выбраны в результате тестирования позиционных изменений. Проектирование сиденья, которое обслуживает тело, включало интуитивный процесс проектирования, который сформировался посредством физических ощущений и экспериментов».

Rom & Lupa изготовлены из сертифицированной FSC березы и покрыты натуральным шерстяным войлоком.

«Мы стремимся создавать как здоровый образ жизни, так и здоровую планету, используя натуральные и возобновляемые материалы, — сказал Ланселот. — Детская мебель Lentala, полученная из скандинавской березы, производится в странах Балтии, откуда также происходит и березовый шпон».



СТОЛ БРЕНДА VEERMAKERS ПЕРЕОСМЫСЛИЛИ В ТЕХНИКЕ СОЛОМЕННОГО МАРКЕТРИ



Платформа The Invisible Collection пригласила к сотрудничеству специалистов по соломенному маркетри — французскую мастерскую Ateliers Lison de Caunes — и стохгольмский

бренд Veermakers (проект дизайнера Луизы Лильенкранц и KFK Cabinet-Makers). Результатом коллаборации, впервые представленной во время Парижской недели дизайна, стали обновленные модели столов Mini Cloud Side Table и Chunky Cloud Table. Отличительная черта предмета шведской марки — три ножки в форме эллипса, похожие на устойчивые стволы деревьев, а также столешница, силуэт которой напоминает легкое облако. Выверенный баланс объемов создает впечатление, будто изделие парит в воздухе, нарушая законы гравитации. В интерпретации Ateliers Lison de Caunes характерные глянцевые ножки объектов дополнила столешница, выполненная в технике соломенного маркетри. Изящный сияющий узор еще больше контрастирует с тщательно обработанной поверхностью дерева.



СТУЛ ЖАНА-МИШЕЛЯ ВИЛЬМОТТА ДЛЯ PARLA

Кресло Palm A, спроектированное французским архитектором Жаном-Мишелем Вильмоттом для Parla, создано для использования как в помещении, так и на улице.



Стул Palm A, входящий в коллекцию Palm, имеет металлическую трубчатую конструкцию с порошковым покрытием.



Коллекция предлагается для использования в помещении с подлокотниками из массива дерева ироко, а в уличной версии — со съемной обивкой водостойким материалом сиденья и подушек спинки.

Стул Palm A идеально подходит для садовой обеденной группы. Он имеет текстурированную отделку с порошковым покрытием и доступен в следующих цветах: белый, черный, зелено-оливковый, темно-синий, бордо и углеродно-серый.

Коллекция Palm включает кресла и столы.

Металлическая каркасная конструкция должна быть одновременно классической и привлекательной.

Он изготовлен с использованием опыта металлообработки компании Parla Design и при рассмотрении крупным планом демонстрирует тонкую сварку и столярные изделия.

Коллекция Palm сочетает в себе наследие, мастерство и технологии.

МОДУЛЬНАЯ СИСТЕМА ОСВЕЩЕНИЯ, ОСНОВАННАЯ НА СТРОИТЕЛЬНЫХ ЛЕСАХ

Ханчжоуская дизайнерская фирма Mario Tsai Studio создала Mazha Lighting System 5.0, модульную систему освещения, которую можно расширять, не ограничиваясь длиной проводов.

Студия Марио Цай использовала строительные леса при проектировании системы освещения, которая является одним из пяти проектов, вошедших в шорт-лист категории светового дизайна Dezeen Awards 2022.

Название «Мажа» означает традиционный китайский складной табурет, дизайн которого также повлиял на систему освещения. Система позволяет пользователям создавать разнообразные размеры и формы, используя всего три компонента: осветительные трубки, металлические опоры и подвесной провод.

Разработанная для низкого напряжения, проходящего через саму осветительную конструкцию, система работает без индивидуального подключения трубок, поскольку ее открытые металлические компоненты используются как часть цепи.

Открытые металлические компоненты системы освещения используются как часть схемы.

Mazha Lighting System 5.0 — новейшая версия конструкции, впервые показанная в 2018 году, которая

представляет собой сетку, соединяющую осветительные трубки, вставленные в сетку по диагонали.

Сетчатая структура может быть расширена «бесконечно», заявили в студии, можно добавить больше ос-



ветительных трубок, чтобы создать более крупную структуру, сохраняющую визуальную легкость. Модульная конструкция также означает, что систему можно использовать для создания множества различных световых конструкций.

Дизайн также основан на философии вычитания Mario Tsai Studio — удалении из дизайна всего ненужного. «Благодаря этому почти все мои работы выглядят чистыми и интуи-

тивно понятными», — сказал основатель студии Марио Цай.

По словам Цая, простая конструкция также обеспечивает низкие эксплуатационные расходы и увеличивает срок службы продукта.



В Mazha Lighting System 5.0 модульная система позволяет легко заменять и переконфигурировать все компоненты системы освещения, что, по словам студии, способствует устойчивости продукта.

Модульная конструкция также способствует долговечности продукта.

«Такой дизайн помогает уменьшить размер упаковки и стоимость доставки», — добавил Цай.

KNOLL ПЕРЕИЗДАЕТ МЕБЕЛЬ ПО ДИЗАЙНУ ФЛОРЕНС НОЛЛ

Лаунж-кресло Model 31 и диван Model 33 – знаковые модели, созданные американским архитектором и дизайнером Флоренс Нолл в 1954 году, – были сняты с производства в конце 1960-х. Спустя почти 70 лет компания Knoll переиздает архивные предметы, отражающие вни-



мание Нолл к форме и мельчайшим деталям. Лаконичность моделей воплощается в трубчатом стальном каркасе, который пришел на смену деревянной раме, и мягкой текстильной обивке. Команда Knoll отмечает, что вневременный характер кресла и дивана делает их подходящими для жилых и общественных интерьеров даже по прошествии десятилетий. Нововведение бренда — расширенная цветовая палитра, которая позволяет объектам еще лучше вписываться в современные пространства.



ЖАН МАРИ МАССО — ДИЗАЙНЕР, ОПЕРЕЖАЮЩИЙ САМО ВРЕМЯ

Жан Мари Массо, настоящий гуру французского дизайна и талантливый архитектор, родился 8 сентября 1966 года в Тулузе. Она стала его малой родиной, и в таланте известного дизайнера воплотились как современные тенденции развития крупного промышленного города, так и эмоции и страсть юга Франции. Он очень разносторонне талантлив, и работает и в области разработки эргономичной мебели, образцы которой становятся настоящими сенсациями, и в проектировании уникальных зданий и сооружений.



Гениальный дизайнер родом из обычной семьи, не связанной с высокими искусствами. Сначала Жан-Мари начал изучать авиастроение в инженерном училище, но затем понял, что это не его, и в 19 лет Массо открывает для себя мир дизайна. Он переезжает в Париж и поступает в престижную Высшую школу промышленного дизайна. После того, как он окончил учебное заведение, начинается сотрудничество талантливого молодого человека с известным специалистом по предметному дизайну Марком Бертье.

В 1996 году проявилась еще одна грань таланта Жана-Мари в проектировании зданий, и он основал студию вместе с архитектором Даниэлем Пузе, которая специализировалась

на промышленном дизайне и дизайне интерьера для европейских и японских компаний, включая Yves Saint Laurent, Renault, Moroso, Cappellini и Magis. Сейчас он развивается как архитектор частных и общественных пространств в сотрудничестве с Даниэлем Пузе. В Высшей национальной школе декоративных искусств в Париже он преподает контекстуальный подход, сосредоточенный на человеке через исследование предметов первой необходимости.

Studio Massaud сегодня известна во всем мире. Он удостоивался звания «Дизайнер года» (2007, 2009), получил Wallpaper Design Award в 2014 году, Interior Innovation Award в 2015 г. и много других престижных наград и премий. Он сотрудничает с мировыми брен-

дами: Yves Saint Laurent и Cappellini, Vaccara и Cacharel, Renault и Toyota и многими другими. Три главные мотива в его работе — это лаконичность и элегантность в предметах интерьера, создание комфортной мебели для отдыха, архитектурные творения, навеянные природой. Все проекты Жана-Мари Массо убеждают нас в том, что именно ему удалось поженить французский пуризм с зеленым дизайном. Все чистое, свежее, экологичное прекрасно удается дизайнеру. «Предметы должны быть функциональны, удобны, красивы, но главное психотерапевтичны», — считает Жан-Мари.

Кредо Массо — дизайн в формате eco green, создаваемые им предметы просты, элегантны и совершенны своим лаконизмом. Вот некоторые из тех работ, в которых это воплотилось наиболее выразительно:

- **кресло Brooklyn** — воплощение современной элегантности. Подушки обиты элитной кожей Pelle Frau, есть прочный металлический сердечник, а также элементы декора — ремень из кожи с микроперфорацией по краям спинки кресла и подушек, удлиненная металлическая деталь в центре и кожаные ремни, поддерживающие сиденья;



- **инновационная гардеробная Senzafine** с трубками для вешалок и многочисленными комодами, ящиками, разнообразными полками, которые можно переставлять как гигантский, но комфортный трансформер;



- **уютные кресла Le Club** с покато́й спинкой, стальным или алюминиевым каркасом и максимально эргономичными подлокотниками, внутри сиденья — формованный полиуретан, снаружи — кожа или ткань;



- **комплект мебели Paris Seoul** отличает регулировочный механизм глубины выдвижного сиденья и модульность системы для стиля минимализм, несмотря на довольно высокую стоимость, они популярны и в России;



- **кресло Seattle**, которое было создано Массо в 2015 году, обито премиальной кожей с отделкой строчкой и перфорацией, все детали кресла обтянуты натуральной кожей, даже ножки, что дает суперкомфорт;



• кресла **Poliform Santa Monica Home**, уютные и очень комфортные за счет двойного полиуретана в сиденьях и эстетически привлекательные из-за канта и декора в виде строчки по внешней стороне спинки изделия;



• торшер **Kubik, B&B Italia, 2005** и лампа **Solar**, удивляющие своими футуристическими формами, смесители Ахор с предусмотренными полочками для мыла или же для бокала вина в ванной и много другое.

Этот дизайнер не был бы самим собой, если бы не создал эксклюзивные по своему удобству изделия для отдыха.



Кресло Poliform Wallace — это визитная карточка Массо. Громоздкое кресло сделано наподобие облака, которое обволакивает человека и создает уникальный комфорт. Внутри полиуретан, обивка из мягкой кожи — покой, удобство и ультранеобычный дизайн. Жан-Мари Массо продумывает все до мелочей, и это играет важную роль для комфорта эксклюзивной мебели.



Дизайнерское кресло Poliform Wallace, каждый экземпляр которого отлит в отдельности, каждая складка которого продумана и уникальна, характеризуется инновационными формами. Здесь Массо исследует новые творческие возможности. Аккуратное, почти невесомое основание, воздушный дизайн сиденья и современные технологии, позволившие реализовать смелую идею, превратили это кресло в земной аналог парящего облака.

Талантливый человек талантлив во всем, а уж если говорить о великолепном дизайнере Жане-Мари Массо, чье дарование граничит с гениальностью, то это проявляется в полной мере во всем, что он делает. Он работал с мировым лидером по производству уличной мебели компанией Dedon и создал уникальный диван TIGMI, который завоевал награду в интернациональном конкурсе ICONIC AWARD. Другое название мебели — диван в тени или дом в укрытии. Название произошло от берберских слов «тень» и «дом», а само изделие сочетает в себе изысканный комфорт с мягким внутренним слоем дивана, плотным наружным покрытием и легкоъемной крышей. Эта конструкция действительно напоминает домик, в котором уютно и здорово находиться на природе, и одновременно это комфортная водонепроницаемая мебель.

Талантливый дизайнер пошел дальше и создал для компании Dedon удивительные **кресла Seashell** с эргономичными спинками и съемными подушками, а также другие предметы этой коллекции — удобный табурет для бара, стул для релакса с небольшим, но приятным дополнением в виде скамеечки для ног и прочие образцы уличной мебели.



Коллекция уличной мебели Slim Line с четырехместными диванами, шезлонгами и лежаками, с огромными комфортными подушками своими формами напоминает парящий над землей огромный дирижабль;



Всех эти замечательные коллекции органичны, эстетически совершенны, максимально комфортны и словно бы озарены улыбкой и теплом гения французского предметного дизайна Жана-Мари Массо.

Кресло-качалка Poltrona Frau Don'do — пример непревзойденного мастерства, применяемого в современном дизайне, идеальный баланс линий, полученный благодаря опытным мастерам. Это настоящая современная классика. Изделие сочетает в себе аккуратный и уверенный стиль с сильным акцентом на комфорт. Корпус модели выполнен из многослойного бука, а ножки — из массива дуба с отделкой из грецкого ореха. Подголовник кресла регулируется по высоте с помощью ремешка. Обивка выполнена из кожи Pelle Frau. Специальное продольное шивание украшает поверхность.



«Материал — это только одна часть головоломки, которая нам нужна для реализации концепции или проекта. Дизайн добавляет ценность в этом отношении, потому что дизайн — это творческий синтез», — считает Жан-Мари Массо.

Проект Scarlett выполнен в ярком стиле Жана-Мари Массо, который любит сочетать архитектурную геометрию с мягкими объемами. Этот уютный круглый диван поможет расслабиться после тяжелого дня или просто приятно провести время. Scarlett соблазняет и очаровывает своей оригинальной формой, доброжелательным и щедрым пространством. Это диван, шезлонг, гнездо, убежище и сердце любой домашней обстановки. Диван окружен полированным стальным кольцом, поддерживающим систему кожаных ремней. Серия ремней создает конструкцию, которая служит одновременно подлокотником и спинкой, изящной решеткой, которая вмещает мягкое сиденье.

Массо как будто бы играет, переключаясь с одного предмета своего внимания на другой, словно напоминая другого знаменитого француза — актера Жана Альфреда Виллена-Маре, который в преклонном возрасте переключился с кино на скульптуру и керамику и достиг в этом деле удивительных успехов. Но Массо повезло больше, он может создавать талантливые вещи и архитектурные проекты с молодого возраста.

Среди того, что делает Массо, немало великолепных архитектурных проектов. Жан-Мари Массо в высшей степени вдохновлен природой. Его органический дизайн известен во всем мире.

Стадион Volcano Chivas в городе Гвадалахара (Мексика) мастер великолепно вписал в природную среду, спроектировав его в 2009 году в виде вулкана. Белая крыша выглядит словно облако, парящее над вулканом, который готов к извержению. Вместо того, чтобы создавать парковку вокруг стен стадиона, архитекторы решили включить 8500 парковочных



мест под наклонными сторонами «вулкана». По словам самого Массо, это даже не стадион, а экосистема, идеально вписывающаяся в природу. Конструкция спроектирована таким образом, чтобы минимально вредить окружающей среде, расширены зоны коллективного использования, а сама идея материализовалась в эффектной форме: стадион похож на ковш, врытый в плодородный холм.

Летающий отель-дирижабль Mannel Cloud — это дирижабль в форме огромного воздушного «кита», который перебрасывает по воздуху 40 постояльцев и 17 человек обслуживающего персонала на расстояние

до 5000 километров. Он был разработан совместно с французской национальной лабораторией аэронавтики Onera. Максимальная скорость полета — 170 км/ч.

«Дизайн и архитектура — пограничное пространство между культурой и природой. И архитекторы должны позаботиться о чистоте и экологичности своих проектов. Мне нравится трактовать интерьер как экстерьер. Например, если в квартире есть сад, человек не так сильно отъединен от природы. Ему, живущему в загазованном мегаполисе, вдали от лесов и больших парков, становится легче дышать», — отмечает Жан Мари.



Одной из самых удачных работ он считает проект в Мексике: **жилые небоскребы Life Reef** («Риф жизни») в Гвадалахаре. *«В каждой квартире мы планировали разбить сад, чтобы у ее обитателей был собственный живой «риф». В свою очередь, предметы домашней обстановки — важные элементы наших частных «оазисов». Они должны быть функциональны, удобны, красивы, но самое главное — психотерапевтичны. Зеленый цвет и растительные формы приводят нас в состояние гармонии, дарят позитивные ощущения, которые нам так необходимы»,* — говорит Массо.



В дизайне природа также вдохновляет мастера на создание удивительно **хороших и необычных свечей в виде гигантской гальки B&B Italia, кашпо высотой с человека Serralunga** или **кресла Truffle от производителя Porro.**

Автомобильные бренды видят в нем перспективного профи. А эксперты считают его дизайнером, который не просто рисует новые вещи, но всегда предлагает новое видение, и философское, и экономическое. Его всегда интересовал человек и приемлемая для него среда обитания. Каждый его проект — рационализаторское предложение, жизнестроительный и экономический сценарий, попытка примирить мечту с реальностью. Массо всегда хочет спроектировать что-то вневременное и универсальное, и часто ему это удается.

«Для меня дизайн выглядит следующим образом: ты видишь некий контекст. Он может быть как обширным, так и весьма узким. И ты видишь некие принципы. Они могут быть культурными, экологическими или экономическими. Существуют еще многие другие принципы, иногда противоречащие друг другу. Как только ты идентифицировал принципы, то элегантный дизайн — это поиск простого решения, которое вбирает в себя все аспекты и превращает их в творческий синтез», — говорит Жан-Мари Массо.

По материалам Интернет



ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

**События
и экспозиции
мебельной отрасли**



9–12
сентября
2024

20-я юбилейная
международная
выставка «Машины,
оборудование,
технологии
для лесозаготовительной,
древцообработывающей
и мебельной
промышленности»

Организатор

65 ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке

МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



АССОЦИАЦИЯ
ЛЕСТЕХ

Реклама



Россия, Москва,
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

ЛЕС
ДРЕВ
МАШ

www.lesdrevmash-expo.ru



12+

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,



07 – 11 сентября 2023 г.

MAISON & OBJET – 2023

Франция, Париж

Неделя дизайна в Париже

www.maison-objet.com

08 сентября 2023 г.

CONF-FU – 2023

Россия, Санкт-Петербург

Главная мебельная конференция

conf-fu.spb.ru

10 – 12 сентября 2023 г.

INDEX САУДОВСКАЯ АРАВИЯ – 2023

Выставка по дизайну интерьеров, мебели и отделке

Королевство Саудовская Аравия, Эр-Рияд

www.index-saudi.com

14 – 16 сентября 2023 г.

МВМК – 2023

Крым, Симферополь, пгт Аэрофлотский, площадь Аэропорта, 14

Специализированная отраслевая выставка мебели, фурнитуры и комплектующих

www.expoforum.biz

19 – 21 сентября 2023 г.

НOMETEXТILE & DESIGN – 2023

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера

hometextile-design.ru

20 – 22 сентября 2023 г.

ЭКСПОДРЕВ – 2023

Красноярск, МВДЦ «Сибирь», \

ВК «Красноярская ярмарка»

Деревообрабатывающая специализированная выставка

www.krasfair.ru

20 – 23 сентября 2023 г.

IFMAC И WOODMAC – 2023

Индонезия, Джакарта, JI EXPO Кемайоран

Международная выставка комплектующих и оборудования для производства мебели и деревообработки

www.ifmac.net

И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА НА 2023 Г.



21 – 23 сентября 2023 г.

МЕБЕЛЬ&ДЕРЕВООБРАБОТКА УРАЛ — 2023

Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»

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

www.mebelexpo-ural.ru

30 сентября – 03 октября 2023 г.

INTERMOB — 2023

Турция, Стамбул, ВЦ Тйуар

Международная выставка компонентов для мебели

www.intermobistanbul.com

17 – 20 октября 2023 г.

SICAM — 2023

Италия, Порденоне, Pordenone Fiere

Международная специализированная выставка комплектующих для производства мебели

www.exposicam.it

WWW.MEBELSHIK.BIZ

17 – 19 ноября 2023 г.

WOFX — 2023

Индия, Мумбаи, Бомбейский выставочный центр

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

wofxworldexpo.com

20 – 24 ноября 2023 г.

МЕБЕЛЬ — 2023

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Международная выставка мебели, компонентов и оборудования для производства мебели

www.meb-expo.ru

28 ноября – 01 декабря 2023 г.

WOODEX — 2023

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Международная выставка оборудования

www.woodexpo.ru

CONF-FU-2023: ALL INCLUSIVE



В пятницу 8 сентября в Санкт-Петербурге на территории концертно-спортивного комплекса «МТС Live Холл» прошла главная мебельная конференция Conf-Fu-2023. Организаторы — компания «В Центре» — уже в третий раз собирают вместе производителей и продавцов мебели, поставщиков фурнитуры, комплектующих и оборудования для мебельных фабрик. Команда Виктора и Елены Орловых вновь умудрилась утрамбовать в один день конференцию с четырьмя десятками выступлений и отраслевою выставку, обеспечить шоу-программу и казино, организовать массу новых знакомств и множество активностей.

РАБОЧАЯ СХЕМА

«Никогда не нужно решать типовые задачи оригинальным образом, — посоветовал Артемий Лебедев. — Раньше мне казалось, что у меня есть обязательство придумать необычное решение типовой задачи, я же творческий человек. Как только я это понял, я улетел в космос». Эти слова сказаны хедлайнером конференции уже под занавес, но вполне отражают подход к организации мероприятия, поскольку за два предыдущих года устроители набрали пул работающих практик и снова умело их применили.

Например, большой кусок работы лег на плечи знаменитого чат-бота, который позволяет быстро обмениваться контактами и участвовать в интерактивах. После регистрации в боте и заполнения короткой ви-

зитки формируется уникальный QR-код, достаточно его отсканировать и сервер отправит контакты обоим участникам. За каждое знакомство начисляли баллы, которые можно было обменять на сувенир или сделать ставкой в казино.

Отраслевая выставка не только никуда не делась, но и стала гораздо шире, если в прошлом году в ней участвовали около 50 компаний, то сейчас уже 76. Среди них Amix, Hettich, FGV, «Найди», Kastamonu, «Древиз», «BBP», Soloma, «Venta-мебель» и многие другие.

Естественно, что все желающие просто не поместились бы в концертном комплексе, и поэтому часть выставки прошла на улице. Организаторы поставили

здоровенный тент, под крышей которого разместились почти два десятка стендов.

Стоит отметить, что среди экспонентов стало значительно больше поставщиков оборудования и инструмента для мебельных производств. Если в прошлом году в Conf-Fu участвовала только компания Liga, то теперь помимо нее выставлялись Felder, GT, Nanxing и «МДМ». Компания SCM была одним из спонсоров конференции, стенда не выставляла, но топ-менеджеры приехали на Conf-Fu лично. Сама же Liga зашла куда серьезнее, чем прочие: на улице выставила кромочник и сверлильный станок с ЧПУ, там же презентовала инструмент и расходники, а в здании комплекса выставила стенды Центра профессиональной подготовки PRAKTIKA и компании «ASAI Soft».

Как и в прошлом году, отдельный конференц-зал принимал айтишников и маркетологов. Люди со специальными компетенциями обсуждали, как быстро и эффективно проектировать мебель, управлять производством, продавать мебель и привлекать клиентов через интернет. Можно утверждать, что в отрасли есть большой интерес к автоматизированному конструированию мебели, поскольку доклады на тему специализированного ПО представили сразу четыре компании: «Геос» («КЗ-Мебель»), «ПолиСОФТ Консалтинг» (bCAD Мебель), «Базис-Центр» (БАЗИС-Мебельщик) и Voas (SmartWOP).

Существенно раздалась секция мастер-классов. Если в прошлом году на практических занятиях делали часы из эпоксидной смолы, то на Conf-Fu-2023 компания FGV учила собирать ящик с металлическими боковинами, «Найди» демонстрировали свою модульную систему, а специалист от Laminat легкими движениями кроил керамический лист. Но, помимо этого, проходили обсуждения более отвлеченных вещей: как выбраться из кассового разрыва, продать на миллиард или расщепить свет на диоды.



Тимур Иртуганов



И, конечно, нельзя обойти вниманием события, происходившие на главной сцене. Организаторы собрали пул спикеров, популярных в мебельной среде и не только, перемешали их с компетентными специалистами, малоизвестными широкой публике, и сформировали плотный поток экспертной информации.

ГЛАВНАЯ СЦЕНА

Вступительное слово взял **Тимур Иртуганов, генеральный директор Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АПМДПР)**. По традиции, он напомнил мебельщикам, что государство заинтересовано, чтобы мебельщик больше зарабатывал, тогда оно сможет собрать больше налогов.

«Вы действуете в сфере нормативно-правовых актов, определяющих вашу работу, и на эти правовые акты можно влиять, — отметил спикер. — Нас много, объединившись, мы можем самостоятельно формировать инструменты, необходимые нам. Поверьте, это работает на практике, просто надо правильно формулировать задачи. Так или иначе, у нас нет другого выхода: с нами или без нас, но новые инструменты, влияющие на нашу работу, будут государством задействованы, они нас достанут. Если не можешь остановить процесс, надо его возглавить!»

Факапам мебельщиков малого и среднего звена было посвящено выступление **блогера, коуча и предпринимателя Юрия Архипенкова**: *«Мы все совершаем ошибки, — констатировал он. — Мы развиваемся методом проб и ошибок. Вы встречали когда-нибудь человека, который достиг результатов в жизни и в бизнесе благодаря методу проб и успеха?»*



Юрий Архипенков

Мебельщики фундаментально ошибаются с позиционированием компаний, потому что не знают, чего хотят их клиенты. Клиент приходит за тем, чтобы сэкономить время, получить выгоду, найти понимание, в конце концов. А ему предлагают шкаф.

Юрий Архипенков призывает мебельщиков говорить на одном языке с аудиторией. К злейшим «косякам» на этапе касания он относит размытые смыслы, неявные выгоды и завышенные ожидания, если их исключить, можно поднять конверсию минимум на 15%. Другими словами, анализировать нужно все информационные потоки, которые связывают компанию с внешним миром, причем, делать это нужно регулярно.

Тему ежедневной, кропотливой работы, которая дает нужный результат подняли и развили **Денис Макушенко и Никита Кулейкин, представляющие компанию «Евростиль»**. Именно в этом суть lean-менеджмента и бережливого производства — смотреть, можем ли мы то, что делаем каждый день, делать иначе, с меньшими затратами времени, материальных и интеллектуальных ресурсов. Но чтобы понять, как оптимизировать процессы, нужно пропускать все действия через фильтр ценности, того, что важно для клиента, и за что он готов заплатить. Ценность — это базовый ориентир, который позволяет нужное оставить, а ненужное отринуть, причем, доля ненужных действий может достигать 35%.

«Успех на рынке приходит тогда, — постулировали спикеры, — когда вы научились повышать ценность либо путем уменьшения цены, либо при той же цене повышением качества товара, улучшением условий реализации и так далее».

Владимир Заяц, исполнительный директор «Кессебемер РУС», говорил о том, что умные кухни — это нишевый продукт, который нужен не всем. *«Наша целевая аудитория — это люди, которые осознанно подходят к хранению, которые зарабатывают деньги и ценят свои усилия. Дизайнер может увеличить средний чек, производитель — выйти в новый ценовой сегмент, потребитель — получить классную кухню».*

Когда компания достигает успеха, она стремится расти, но не всегда может это сделать. По оценке **Романа Захарова, управляющего партнера «DREVO-консалт»**, 80% мебельщиков не умеют работать с инструментами масштабирования бизнеса. Они застревают на этапе, когда оборудование уже закуплено, но продажи еще не пошли, потому что у них нет цели и нет системы, а у бизнеса, зачастую, нет даже фундамента.

«Если у вас нет цели, то вы никуда не идете, — отметил специалист по выстраиванию структур. — Все знают, что цели надо ставить, но мало кто это делает».

Результатами обработки Big Data поделились **Любовь Мархотко и Никита Ткачев** из «Авито». Площадка имеет большую информационную базу, и может посоветовать своим клиентам, что стоит учесть при позиционировании и при создании объявлений. По оценке экспертов, 13% товаров в прошлом году было куплено онлайн, но конкретно для мебельного сектора эта доля достигает 17%. На «Авито» ежемесячно бывает 62,3 млн человек, из них 21 млн заглядывает в категорию «Мебель» и пролистывает или размещает 25,3 млн объявлений.

В качестве основных причин покупки выступили: выход мебели из строя (43%), плановая покупка (39%), потребность в более удобной мебели (37%), ремонт и переезд (36%) [причины могут пересекаться, поэтому проценты не надо складывать]. Интересно, что, вопреки стереотипу о том, что «Авито» продает, в основном, б/у, доля новой мебели достигает 83% (годом ранее — 67%).

При оформлении объявления, точнее, его текстовой части стоит учесть, что на первых местах по количеству запросов находятся «шкаф», «диван», «комод», «стол», «кровать двуспальная», «кресло», «компьютерный стол», «стулья», «кухонный гарнитур», «кухонный стол». Также пользователь должен иметь в виду, что красивая картинка играет более важную роль, чем текст, поэтому уже 25% продавцов мебели на «Авито» заказывают профессиональные фотосессии предметов.

Андрей Карпинский, генеральный директор компании ASAI Soft рассказал о программных продуктах для производителей, дизайнеров и архитекторов, предлагаемых компанией. ASAI.Cut и ASAI.Nest — это оптимизаторы раскроя, первый работает с пильными центрами, второй помогает экономично раскладывать на листе фигурные детали для раскроя по технологии «нестинг». Интересный момент, программы умеют располагать бирки с учетом последующей обработки, чтобы они оставались целыми и читаемыми до конца.

«AiHouse — это китайский продукт, — рассказал спикер, — который позволяет за считанные минуты создать 3D-модель интерьера и дизайна мебели. Программа может «поднять» планировку из чертежа или плана БТИ, и на эту планировку можно «натянуть» готовый дизайн. Это позволяет очень быстро согласовать концепт. Вторым этапом идет согласование конкретной мебели, напольных покрытий и прочего, которые можно набрать из каталога. Таким образом, программа сокращает время от первого контакта с клиентом до выбора концепта и согласования дизайна и сметы с заказчиком».

Отдельный плюс этого решения — облачный рендеринг: удаленный сервер за минуты отрисовывает дизайн и пересылает ссылку дизайнеру, у которого компьютер остается свободным. ASAI Soft представляет продукт на российском рынке и адаптирует его, наполняет российскими материалами и продуктами.

Наталья Чабина, владелица и руководитель студии дизайна «CNDesign» говорила о том, как «раскидать» клиентов по типологии DISC и как продуктивно обращаться с каждым типом. К сожалению, ее презентация была рассчитана примерно на три выступления, поэтому рассказ получился довольно фрагментарным. Но те, кто заинтересовался этим подходом, узнали, где можно найти более полную информацию.

О своем взгляде на интернет в выступлении «Почему 9 из 10 мебельщиков завтра уйдут в историю» рассказал **блогер и предприниматель Дмитрий Дмитриев**. Тема его выступления была несколько эфемерной и уследить за порхающей мыслью спикера удавалось не всегда. Но если на быстрой перемотке, то главная проблема многих мебельщиков в том, что они сопротивляются новшествам, отрицают интернет и не хотят быть там каким-либо образом представлены. «Мужики не поймут». Соответственно, молодые и сильные выживут, а старые и больные, которые не рассказывают о себе, своей компании и своем продукте — нет. Однако, прогресс на месте не стоит, и для того, чтобы сделать классную самопрезентацию, не нужно совершать подвиг.



«Просто невероятно, — восклицает спикер, — в какое время мы живем, время, когда уникальный опыт одного человека может стать достоянием всего человечества при помощи всего одной кнопки (показывает смартфон). Одна из самых интересных фишек, в которые многие не верят — то, что все фильмы, которые вы видите на канале, сняты на телефон, смонтированы и с него же выложены в сеть. Чтобы начать бегать, не нужно ждать, пока у вас появятся фирменные кроссовки, вы можете нацепить резиновые армейские тапки и стартовать. И чтобы рассказывать о вашей мебельной компании и продукте сейчас не нужны сверхресурсы, все уже есть».

В то же время **Виталий Ноздрачев, директор по маркетингу группы компаний «Кедр»**, считает, что у мебельщиков хватает проблем и офлайн. Он отмечает, что доля рынка частных мебельщиков неуклонно снижается, если в 2010-м году они делали примерно 90% кухонь, то в 2020 году уже меньше 70%. Дело в том, что частных зажимают с двух сторон: с одной, «Леруа» и прочий DIY давят стандартными, но дешевыми комплектами, а с другой, промышленные производства договариваются напрямую с застройщиками и оснащают новостройки мебелью, в том числе и кухнями.

По оценке спикера, застройщики постепенно уменьшают площадь квартир. То есть, даже та часть жилья, которая избежала принудительной мебелизации, требует кухонь меньшего размера, а это напрямую сказывается на среднем чеке мебельщика. А вишенкой на торте становится то, что в нынешних условиях частный мебельщик просто не потянет полноценную медийную рекламную компанию.

Спикер предлагает частникам обратить внимание на гиперсегментацию, на уникальные предложения,

которые крупные производства просто не смогут обеспечить, поскольку не могут держать в наличии огромный ассортимент. Другими словами, Виталий Ноздрачев мягко намекает, что бизнес не может существовать в изоляции, и мебельщикам стоит чаще обращать внимание на то, что предлагают поставщики.

Алексей Лопухин и Радмила Кирьякова, представляющие компанию «Мебель. Инвестиции. Ритейл», устроили костюмированное выступление и на примере русских народных сказок иллюстрировали важность для мебельщика маркетинга и продаж, получилось оригинально и довольно понятно.

У **Тимофея Пронькина, основателя столярно-реставрационной мастерской «Чувство дома»**, не было цели по маркетинговому продвижению, благо фронтмен группы Hi-Fi и так достаточно узнаваем. Поэтому он в свое удовольствие рассказывал о том, как ему нравится работать с антиквариатом и почему старинная мебель все еще актуальна.

«Антиквариат, — рассказывал специалист, — это инструмент, позволяющий сделать современный интерьер уникальным. Все зависит от умения дизайнера его использовать. Много лет этот предмет наполнял чью-то жизнь, грел чье-то сердце. Антиквариат — это предмет искусства, а искусство оказывает эмоциональное влияние на человека, будоражит его. Это не продукт труда ремесленника, который просто наполняет квартиру. Антиквариата не становится больше, его больше не производят, это предметы, которые проверены временем, у них уже есть клеймо "качественная вещь"».

Мастер провел короткий ликбез и рассказал, чем отличаются винтаж, антиквариат и раритет. Винтаж в



России — это мебель младше 50 лет, бывшая в свое время популярной, модной, интересной и востребованной. Сейчас, например, отмечается вспышка интереса к мебели 1950–60-х годов из Румынии, Чехословакии, Прибалтики, это так называемая «Брюссельская мебель». А отечественный антиквариат — это то, что старше 50 лет (в Англии, например, старше 100 лет).

Раритет — это редкость. Например, «Константиновский» рубль 1825 года, которых осталось всего 8 штук — это раритет и антиквариат. А венский стул — это антиквариат, но не раритет, поскольку был выпущен в десятках миллионах экземпляров.

Александра Молчанова и Ольга Федорченко поделились успешными кейсами компании «Мария». В частности, они рассказали о важности финансового сервиса: *«Продажи в кредит или в рассрочку приобретают колоссальное значение, — акцентировали они. — Это неправда, что в кредит покупают бедные, у нас нет задачи продать всем бедным. Наша ключевая стратегия — продавать больше, продавать дороже и продавать с лучшей комплектацией техники.»*

Сейчас клиент не хочет делать лишних телодвижений, поэтому наш финансовый сервис устроен так: просканировав QR-код, клиент попадает на коротенькую анкету, заполнение которой занимает 5-7 минут, вводит данные и отправляет на одобрение. Мы работаем с 10 самыми топовыми банками, у нас высочайший уровень одобрения, 98%, соответственно, при минимуме движений клиент практически моментально его получает. Продажи в кредит или в рассрочку достигают 25% и средний чек по таким продажам выше на 14%»



Андрей Ковалев, бывший мебельщик, предприниматель и лидер общественного движения предпринимателей озвучил программу экономических реформ, которая сделает Россию страной №1. Предложениям из этой программы нельзя отказать в размахе: *«Сейчас дела в мебельной промышленности идут неплохо, — подводил к мысли спикер, — все-таки огромный объем квартир был продан за два коронавирусных года, для этих квартир мебель нужна. Но впереди падение покупательского спроса. И хорошо бы правительству ввести льготную ипотеку при покупке отечественной мебели».*

Мероприятия аналогичного масштаба планируются в сфере импортозамещения, дизайна, подготовки кадров, заградительный пошлин, кредитования бизнеса и так далее. Поскольку мебельная промышленность не может процветать в отрыве от всей страны, то спикер призывает к проведению реформ надотраслевого уровня, вроде кадрового обновления правительства и других энергичных мер. *«Владимир*



Последним выступал **дизайнер, провокатор и просто интересный человек Артемий Лебедев**. Он сразу зашел с козырей: *«Я не очень большой специалист в мебельной индустрии, но я специалист во всех областях жизни, и мебельная индустрия туда автоматически входит. Поэтому я знаю главное: мебельная индустрия в России — полная [чепуха]».*

Хедлайнер конференции, безусловно, медийная личность, и это тот самый эмоциональный заряд, который бессмысленно пытаться выразить словами. Иначе говоря, Артемий Лебедев не дал каких-то конкретных рекомендаций или рецептов успешного успеха, но поделился наблюдениями и в меру осторожными предположениями.

К примеру: *«Все успешные люди забывают сказать одну вещь: успех — всегда случайность. Везение случается тогда, когда ты реагируешь на шанс, а шансов тем больше, чем больше ты действуешь».*

«Один из способов достичь того, что кажется невозможным, не сдерживать себя, попробовать все, что хочется попробовать».

«Каждый раз, когда мы начинаем новый дизайн, мы начинаем с нуля. Это одна из вещей, которые по необъяснимым причинам у нас в стране не приняты, у нас считают, что не надо умничать и делать того, чего никто не делал. У нас в студии запрещено делать реплики и стилизации. Люди, которые изобрели какой-то стиль, ничего не стилизовали, они изобретали новое. Они не пытались ничего повторить, они делали, допустим, хороший стул, красивый, удобный, долговечный.»



Владимирович, — обращается господин Ковалев, — поручите мне контролировать выполнение ваших поручений в Санкт-Петербурге! Первым трем невыполнившим руки-ноги переломаю — секунда в секунду ваши поручения будут выполняться!»

Но, если отбросить ерничанье и эпатажные заявления, то получим призыв к совместной работе, что для атомизированной мебельной отрасли довольно актуально. *«Мы должны объединиться, — возглашает оратор, — и поставить перед собой амбициозные цели, темпы роста ВВП 15-20%. Мы с вами вместе должны помочь президенту навести порядок в стране, сделать Россию раем для людей, которые хотят много работать и много зарабатывать. Вместе мы — сила!»*



Если бы я начинал производство какой-то мебели, я бы начинал с того, как я себя с ней чувствую. Как только в основу цепочки производства мы положим личные чувства дизайнера, который через себя пропускает то, что он на самом деле чувствует, тогда это будет первый шаг к созданию чего-то нового».

ЛУЧШЕЕ — ВРАГ ХОРОШЕГО

Концептуальная проблема насыщенного мероприятия в том, что спикеры хотят впихнуть побольше полезного и интересного в короткое время выступления, но информации, как правило, слишком много, и спикерам приходится либо чересчур упрощать, либо перепрыгивать с одного на другое. В первом случае остается впечатление детского утренника, а во втором случае аудитория быстро устает, не успевая следить за скачками мысли. При этом, спикеры рассказывают о принципиально разных темах, а зритель физически не может быть «мастером спорта по всем видам спорта».

Аудитория действительно подустала уже примерно к середине дня. Поскольку выступление хедлайнера началось в восьмом часу вечера, очевидно, что до него досидели самые мотивированные и самые «теплые». Вообще, при нынешнем устройстве мероприятия происходит разделение аудитории: посетитель может либо безвылазно сидеть в зале (или даже метаться от одного к другому), либо болтать со старыми и новыми знакомыми. Практика показывает, что совмещать одно с другим довольно сложно.

Учитывая, что и сами организаторы, и участники Conf-Fu считают более важным общение, можно было бы передвинуть хедлайнера на более раннее время, а информационный блок безболезненно урезать и наполнить более целевой информацией. Кстати, в поль-

зу того, что люди интересуются конкретными вопросами, говорит то, что на мастер-классах постоянно не хватало мест.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ

Иван Борисов,
руководитель проекта «КЗ-Мебель»:

Думаю, никто из участников не мог пожаловаться на малое количество посетителей, потому что выставка достаточно компактная, и внимание уделили всем. Классические мебельные выставки более спокойные, монотонные, что ли. Пики бывают только изредка, в основном поток людей ровный. А здесь наплыв постоянно, выставка очень динамичная, наверное, благодаря тому что всем нужно успеть все в один день.

У нас было большое количество посетителей, много заинтересованных людей, которые шли конкретно к нам, которые понимали, что у нас за продукт, и с которыми было интересно пообщаться. За 10 часов мы предметно поговорили примерно с пятьюдесятью людьми.



Удивительно, но на каждой выставке мы убеждаемся, что у нас еще есть производства, которые рисуют эскизы вручную и считают в экселе. К нам приходят и те компании, где люди попробовали разные программы, и продолжают в них работать. Получается, с одной стороны, они немного упростили себе жизнь, потому что рисуют не на бумаге, а с другой стороны, получили головную боль, потому что одна программа с другой не дружат, и им нужен единый продукт.

На этой выставке, можно сказать, концентрат и выступающих, и выставяющихся. Но мне кажется, что программа в этом году была перенасыщена. По сути, было три локации, на которых непрерывно шли вы-

ступления. И понятно, что всем хотелось куда-то сходить, еще кого-то послушать. На мой взгляд, если бы выступления сократить до получаса, то можно было бы сделать «окна», чтобы выступления меньше пересекались.

И еще, мне кажется, организаторам стоит подумать над сменой места выставки. В этом году она расширилась на улицу, а в следующем году экспонентов будет, вероятно, еще больше. По-моему, выставка выросла из этой локации, и может занять более масштабную площадку.

Дмитрий Сурнин, руководитель отдела региональных продаж компании «Первая фабрика фасадов»:

Мы очень довольны выставкой, организаторы серьезно подошли к мероприятию с точки зрения маркетинга и обеспечили высокую посещаемость. Мы выставились на конференции, чтобы показать новую коллекцию фасадов, оснастить наших партнеров образцами и, естественно, неформально пообщаться.

Лично мне очень понравилась активность людей, через наш стенд прошло не меньше 500 человек. Понравилось пятничное настроение, хорошая погода и формат, на мой взгляд, однодневная выставка под конец недели — это интересно. Участвовать в пятидневном мероприятии затратно и физически непросто, а тут все успели наговориться и не особенно устали.

К сожалению, из выступающих я успел послушать только Артемия Лебедева, потому что все время находился на стенде. Петербург — активный город, и люди тут не хотят довольствоваться базовым уровнем знаний, хотят учиться, хотят много знать, хотят разбираться в нашем продукте. Меня, как руководителя отдела продаж, наши дилеры и партнеры из Санкт-

Петербурга досконально расспрашивали про каждый продукт, про его плюсы и минусы.

Наш стенд стоял на улице, в палатке, мы в таком формате никогда не выставались, на других выставках у нас были более масштабные конструкции. На мой взгляд, это очень хороший вариант в нашей экономической ситуации — сделать презентабельный, но небольшой стенд и выставить новинки. Организаторы создали очень интересный формат, и мы планируем в дальнейшем эту выставку поддерживать.

Владимир Заяц, исполнительный директор «Кессебемер РУС»:

Нам все очень понравилось, понравился формат конференции, совмещенный с выставкой. Сюда пришла публика, готовая чему-то научиться, мы это видим на примере наших новых идей, которые мы показывали на стенде, а именно, отдельные зоны кухни умного хранения. Помимо концепта стенда, мы обкатали наши новые инструменты в виде брошюр, каталогов, интернет-страницы. Удивило то, что очень много людей было из регионов, и то, что эта конференция не чисто питерская, а также региональная.

В основном на конференции были мебельщики, хотя мы почему-то ожидали дизайнеров и концепт делали для дизайнеров. Но и мебельщикам тема продажи фурнитуры в связке с кухней под лозунгом «Кухня умного хранения» тоже очень хорошо зашла.

Мы хотели получить обратную связь на наши новинки, особенно на гардеробную систему Соперо и сушки Дайнинг Агент, и получили достаточно объективные отклики. Мы очень довольны результатом.

Понравилось выступления спикеров, было очень много полезной информации. Особенно порадовала обратная связь на наше выступление с темой «Психо-



логия покупателей кухонь умного хранения». Очень многие приходили на стенд, фотографировались, смотрели наши механизмы, задавали вопросы. И, конечно, хотелось бы, чтобы в следующий раз эта конференция длилась не один день, а все-таки два, потому что было такое ощущение, как будто мы закончили на взлете, и сил, энергии хватило бы еще не на один день. И большая благодарность организаторам!

Андрей Чирков, директор по маркетингу компании AMIX:

Для нас мероприятие прошло хорошо. Мы получили именно тот приток посетителей на наш стенд, на который и рассчитывали. И даже немного больше. Нашей задачей было напомнить о себе действующим клиентам, предложить им что-то новое из нашего ассортимента, а также получить новые контакты, которые также были.

Больше всего понравился пул привлеченных посетителей. Он был максимально представительным по отрасли в Санкт-Петербурге и ЛО. У организаторов получилось привести на мероприятие большое количество целевых посетителей, которых весь день удерживали в активном внимании.

Что было полезного? Самую ценную информацию принесли посетители, пришедшие на наш стенд. Из переговоров с различными типами клиентов и поставщиков удалось понять, чем живет индустрия сегодня, какие формируются тренды.

Мы, как экспоненты, работали на удержание интереса посетителей. Получается, что на плечи всех экспонентов легла задача насытить гостей информацией, сделать их время на конференции максимально плодотворным и нагрузить багажом новых знаний.

Да, весь день работала сцена со спикерами, но я бы хотел отметить блестящую работу каждого участника-экспонента вне зала, стремление сотрудников каждого стенда быть полезным для гостей. Посетители были в восторге и это общая заслуга организаторов, спикеров и экспонентов.

Что касается организации, то, возможно, хотелось бы добавить второй день работы. На мой взгляд, насыщенность мероприятия переросла 1 день.

Андрей Пронько, генеральный директор компании «ПолиСОФТ Консалтинг»:

Разработчики системы автоматизации мебельного проектирования «bCAD Мебель» участвуют в конференции Conf-Fu все три года. Однако, на первой конференции мы участвовали лишь в качестве посетителей, о чем уже с самого начала сильно пожалели. Больше такой ошибки мы не повторяли — на второй и третьей конференции уже были полноценными участниками.



Деловая часть конференции состоит из двух сегментов:

- выступление спикеров в конференц-залах
- выставочная зона

Обе части в этом году существенно выросли в объеме по сравнению с прошлогодней конференцией. Вместо двух конференц-залов стало три. При этом темы выступлений в конференц-залах были различны и скомплектованы по тематикам. Так если на главной сцене выступления были больше имиджевые и даже иногда содержали элементы шоу, то в двух других конференц-залах формат был исключительно деловой. В отличие от прошлого года в одном из залов не ограничились лишь выступлением спикеров, а прохо-



дили настоящие практикумы. Самое важное, что все эти форматы нашли своих слушателей и участников.

Существенно расширилась и экспозона. Во-первых, увеличилась ее площадь — появился отдельный павильон на улице. Но, главное, что она расширилась и тематически. Впервые в экспо зоне полноценно были представлены поставщики оборудования для мебельного производства. Естественно увеличилось и представительство известных поставщиков материалов, фурнитуры и комплектующих для мебели. Впервые среди участников мы увидели поставщиков мебельных тканей.

Разработчики программного пакета «bCAD Мебель» приняли участие и в том и в другом формате.

На нашем стенде проходило активное общение с посетителями конференции с момента начала регистрации (09:00) и до полного окончания деловой части программы (20:00).

В рамках выступления в конференц-зале наши специалисты постарались соединить рассказ о принципиальных отличительных особенностях программного пакета «bCAD Мебель» с описанием нововведений, а также информацией от наших партнеров об интеграции «bCAD Мебель» со специализированной системой управления мебельным предприятием на базе системы 1С. Это позволило представить посетителям конференции контуры комплексной системы автоматизации мебельного предприятия на базе систем «bCAD Мебель» + 1С.

Уже не первый год конференция поражает потрясающей способностью сочетать максимально насыщенную деловую программу с развлекательными мероприятиями и прекрасным неформальным общением участников мебельной индустрии. В этом году и в части развлечений добавилось много новых активностей. На удивление деловая часть и развлечения на Conf-Fu не вступают в противоречие, а удачно сочетаются. В результате возросло количество посетителей конференции и ближе к концу у них не чувствовалось усталости и перенасыщенности деловой информацией.

По планам организаторов в следующем 2024 г. следует ожидать дальнейшее расширение конференции Conf-Fu, что несомненно привлечет к ней еще больший интерес.

Естественно, уже во время конференции наша компания приняла логичное решение полноценно участвовать в Conf-Fu 2024. Мы категорически не намерены повторять ошибку, допущенную нами в первый год проведения конференции.

Ширяева Светлана, главный редактор журнала «Мебельщик»

В начале осени Conf-Fu врывается в нашу ещё пока летнюю жизнь первым мероприятием.

В этом году заметно больше и участников, и посетителей, которые заняли место не только на трёх этажах комплекса, но и на территории возле него. На стойках внизу и на своём стенде на 3 этаже мы только успевали выкладывать журналы!

Удивительно, что в прошлом году большинство желающих послушать и посмотреть сосредоточились в большом зале, а в малом конференц-зале было не-



сколько пустовато, в этот же раз добавился ещё и небольшой зал мастер-классов, а народу битком было и в малом зале, и в новом, мест не хватало, и люди стояли. Так что презентации различными компаниями своих продуктов пользовались особым спросом. Даже хэдлайнер мероприятия Артемий Лебедев некоторым «не зашёл», потому что рассуждал о креативном подходе и создании эксклюзивных продуктов, а не дал чего-то полезного для мебельщиков.

Но главное, пожалуй, это огромный эмоциональный заряд, который несёт мероприятие. Различные интерактивы дают море позитивных эмоций, и деловое общение проходит легко и непринуждённо.

Усталость за такой насыщенный день, конечно, накапливается, но это уже потом, когда всё закончится. Но вместе с этим наступает лёгкое сожаление, что ждать этого драйва, этого эмоционального заряда на весь сезон придётся ещё целый год! Хочется продлить удовольствие — голосую за 2 дня!

Ну а жизнь без Conf-Fu — это просто фу, фу, фу!

Иван Романов

МЕБЕЛЬШИК

- ▶ Журнал для специалистов в области мебельной и деревообрабатывающей промышленности
 - ▶ Тираж 10 000 экземпляров
 - ▶ Выходит 16 раз в год



www.mebelshik.biz

Офис: +7 383 352-35-05
Моб. +7 913-912-4-333
2144333@mail.ru



РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАНИЯ

БЕСПЛАТНО

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

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

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2023 году

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

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

ТРЕБОВАНИЯ к размещению материалов и размеры рекламных модулей

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

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

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

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

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

ЦВЕТ

(включено поле под обрез)

Обложка — 223*303

1/1 — 213*303 верт.

1/2 — 213*150 гориз.

1/2 — 303*105 верт.

1/4 — 105*150 верт.

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

Для справки:

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

ЗАЯВКА ДЛЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК»

НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АДРЕС ДЛЯ КУРЬЕРСКОЙ ДОСТАВКИ

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕЛЕФОН

ФАКС

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

ПЕРИОД ПОДПИСКИ

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

Стоимость одного экземпляра журнала 280 руб.

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК» БЕСПЛАТНО

Monticelli-sib	Мира,54	335-12-03
Аристо Сибирь	Владимировская, 11а, к. 2	363 78 15
Бином, ООО	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	Кривошековская, 15	363-98-16
Ноис	Дуси Ковальчук, 1, к. 4	230-21-80
Ноис	Ватутина, 99Н6	352-39-57
Первая фабрика фасадов, ООО	Бетонная, 4	328-00-79
Пласетас, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	328-38-51
Рауфф	2-я Станционная, 46Г	362-18-99
Сибирский партнер	Ватутина, 38	352-87-30

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



ОБОРУДОВАНИЕ
И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ
ДЕРЕВООБРАБОТКИ



ЛАКОКРАСОЧНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ, КЛЕИ,
ГЕРМЕТИКИ
И ДЕРЕВОЗАЩИТА



ОБОРУДОВАНИЕ
И ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ МЕБЕЛЬНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

НОВЫЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ



ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ
ДРЕВЕСНЫХ
ОТХОДОВ



МЕБЕЛЬНЫЕ
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ
И ФУРНИТУРА



СОПУТСТВУЮЩЕЕ
ОБОРУДОВАНИЕ,
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ
И УСЛУГИ



ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНАЯ
ТЕХНИКА



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

28.11–01.12.2023

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

+7 495 799 55 85 | WOODEX@ITE.GROUP

2023

ПОЛУЧИТЕ
БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ
MAGAZINE
НА САЙТЕ
WOODEXPO.RU



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER



Мебель интерьер дизайн

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

20–24.11.2023
Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

12+

www.meb-expo.ru



При поддержке



Под патронатом



Организатор



ЭКСПОЦЕНТР