Мебельщик Юга

фурнитура • комплектующие • материалы • оборудование • мебель • 07 Октябрь 2023

POLCHEM®

POLYMER & CHEMICALS

АРИКОН
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЛК СИСТЕМЫ

LAKPRO.RU

ООО «Арикон ЛК системы» — официальный дистрибьютор POLCHEM в России.
По вопросам приобретения продукции обращайтесь по номеру: 8 800 333 46 63

UMIDS

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

3 – 6 АПРЕЛЯ 2024

Краснодар
ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»

*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

журнал «Мебельщик юга»

№ 07 октябрь 2023 г.

12+

Журнал «Мебельщик Юга» № 07 2023 г.
Учредитель и издатель: Ширяева Светлана Юрьевна
Издатель, редакция журнала:
г. Новосибирск ул. Оловозаводская, 47
тел. +7 913-912-4-333
E-mail: mebelsibsk@mail.ru

Главный редактор:
Светлана Юрьевна Ширяева
+7 913-912-4-333
E-mail: 2144333@mail.ru

Менеджер по рекламе:
Дмитриев Илья
моб.: +7 953-808-76-43

Над номером работали:
Ольга Рябинина, Светлана Ширяева

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»
г. Новосибирск, ул. Брюллова, 6а.
тел. +7 (383) 334-02-73

Подписано в печать: 13.10.2023 г.
Дата выхода: 16.10.2023 г.

Бесплатная специализированная доставка по мебельным фирмам в городах: Краснодар, Ростов-на-Дону, Ставрополь, Волгоград, Сочи.
Распространение на фирменных стойках в 60 компаниях Краснодара, Ростова-на-Дону, Новочеркасска, Ставрополя, Армавира, Пятигорска.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-77727 от 29.01.2020
Зарегестрированно Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
Адрес редакции: 630033, г. Новосибирск, ул. Оловозаводская, 47
тел. +7 (383) 352-35-05
Тираж 8700 экземпляров.

www.mebelshik.biz

Содержание

ПУБЛИКАЦИИ

РУЧКИ, КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ЭЛЕМЕНТОВ МЕБЕЛИ 10

НОВОСТИ 14

SEGEZHA GROUP ПРЕДЛОЖИЛА НОВЫЕ МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА 20

МЕБЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «АНГСТРЕМ» ПРЕДЛАГАЕТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫМ РАБОЧИМ ЗАРПЛАТЫ НА 35% ВЫШЕ СРЕДНЕЙ ПО РОССИИ 21

ТУРЕЦКИЙ БРЕНД POLCHEM – В НАДЕЖНЫХ РУКАХ 26

ПОСТАВЩИК VS ДИЛЕР 28

КРОМКООБЛИЦОВОЧНЫЕ СТАНКИ: КЛЕЕВОЙ УЗЕЛ 34

НОВОСТИ ДИЗАЙНА 42

ЭВОЛЮЦИЯ ИСТОЧНИКОВ ОСВЕЩЕНИЯ 46

ХУДОЖНИК ПО ДЕРЕВУ 50

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 58

CONF-FU-2023: ALL INCLUSIVE 60

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕМЫМ МАТЕРИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. 71

Отдел рекламы:

Светлана Ширяева
тел. +7 913-912-4-333

Дизайн макетов, верстка:

Павел Осипов
Юрий Катанский

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ДОСТОВЕРНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ, СОДЕРЖАЩЕЙСЯ В РЕКЛАМЕ, НЕСУТ РЕКЛАМОДАТЕЛИ. МНЕНИЕ РЕДАКЦИИ МОЖЕТ НЕ СОВПАДАТЬ С МНЕНИЕМ АВТОРОВ.

СЛОВО РЕДАКТОРА

Светлана Ширяева,
главный редактор
журнала «Мебельщик Юга»

Дорогие мебельщики!

Я знаю, что сейчас сезонный период и у всех так мало времени, так все загружены, но всё же надеюсь, что вы найдёте место в своём графике, чтобы ознакомиться с текущим номером. Главное, пожалуй, на сегодня — это прошедшая в начале октября выставка в Стамбуле, на которой мне удалось побывать. Было очень интересно! Много наших компаний в лице менеджеров, руководителей и собственников приехало на выставку, чтобы подобрать поставщиков для мебельной фабрики или для дальнейшей перепродажи на мебельном рынке.

Свои новинки представили Starax, AGT, Impress, Samet, Hafele и т. д. Надеюсь, что многие из них мы увидим на выставке «Мебель» в ноябре в Москве. А в следующем номере — обзор по выставке Intermob.

Друзья! Логистика из ЮФО, мягко говоря, сегодня не очень. Но найдите время, чтобы хотя бы на несколько дней приехать в ноябре в Москву на выставку «Мебель».

Мы ждём вас на 1 этаже в 7 павильоне! Приходите!

ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Петли
Рейлинги
Ручки

СЛАВИЯ
фурнитура для мебели

www.slaviya.org

freud CMT Hettich REHAU Unlimited Polymer Solutions ВАЛМАКС ОФК ОКУЛОВСКИЙ ЗАВОД МЕБЕЛЬНОЙ ФУРНИТУРЫ

ARISTO BOYARD GTV TEMPO AKSESUAR HÄFELE STRAX samet Микрон

г. Краснодар,
ул. Тихорецкая, 6

Пн–Пт: 09.00–18.00
Сб, Вс: 09.00–16.00

+7 (901) 007-16-17
slaviyakrasnodar

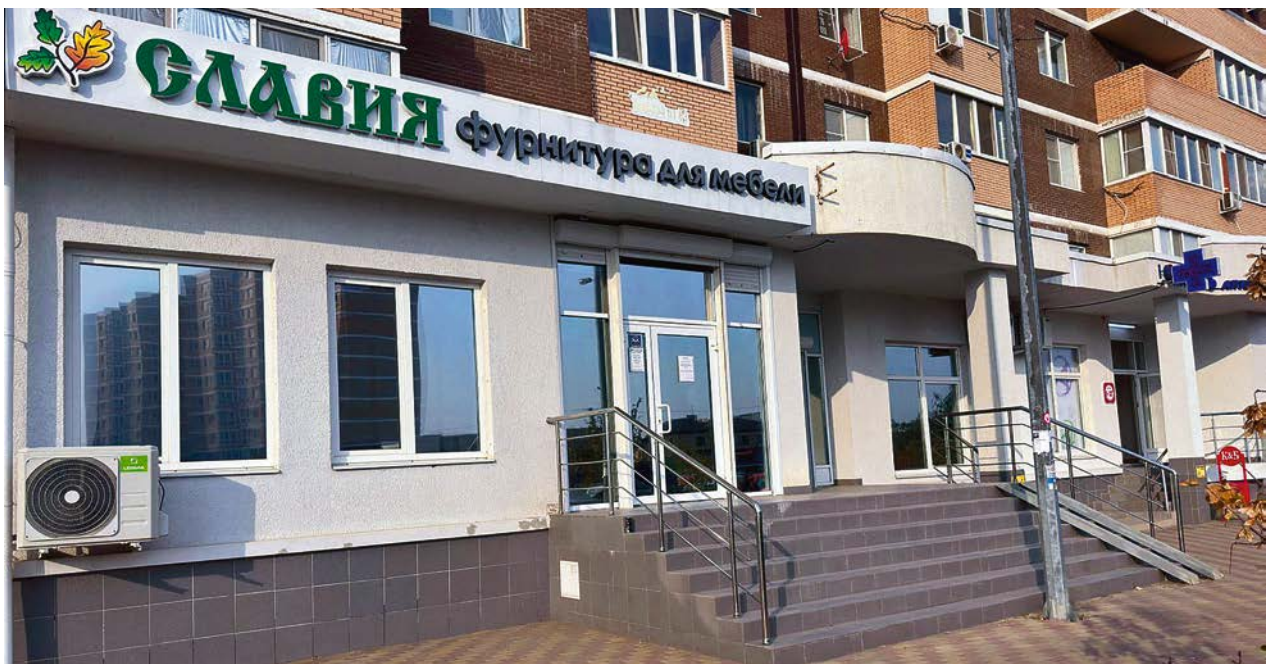
СЛАВИЯ
фурнитура для мебели
www.slaviya.org

freud CMT Hettich REHAU Unlimited Polymer Solutions ВАЛМАКС ОФК ОКУЛОВСКИЙ ЗАВОД МЕБЕЛЬНОЙ ФУРНИТУРЫ
ARISTO BOYARD GTV TEMPO AKSESUAR HÄFELE STRAX samet Микрон

г. Белореченск,
ул. Кирова, 2-Б

Пн–Пт: 09.00–18.00
Сб: 09.00–16.00, Вс: выходной

+7 (901) 490-49-87



г. Краснодар,
ул. им. Героя Хабибуллина, 6

Пн–Пт: 09.00–18.00
Сб: 09.00–16.00
Вс – выходной

+7 (901) 007-16-11
+7 (901) 490-49-86
opt@slaviya.org

NEW

ВАЛМАКС®
дизайн и производство лицевой мебельной фурнитуры

&

SAGITTARIO
DESIGN STUDIO

КОЛЛЕКЦИЯ
2023

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

www.valmaks.ru

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

КЛАМЕТ

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

www.bynom.ru
bynom@bynom.ru

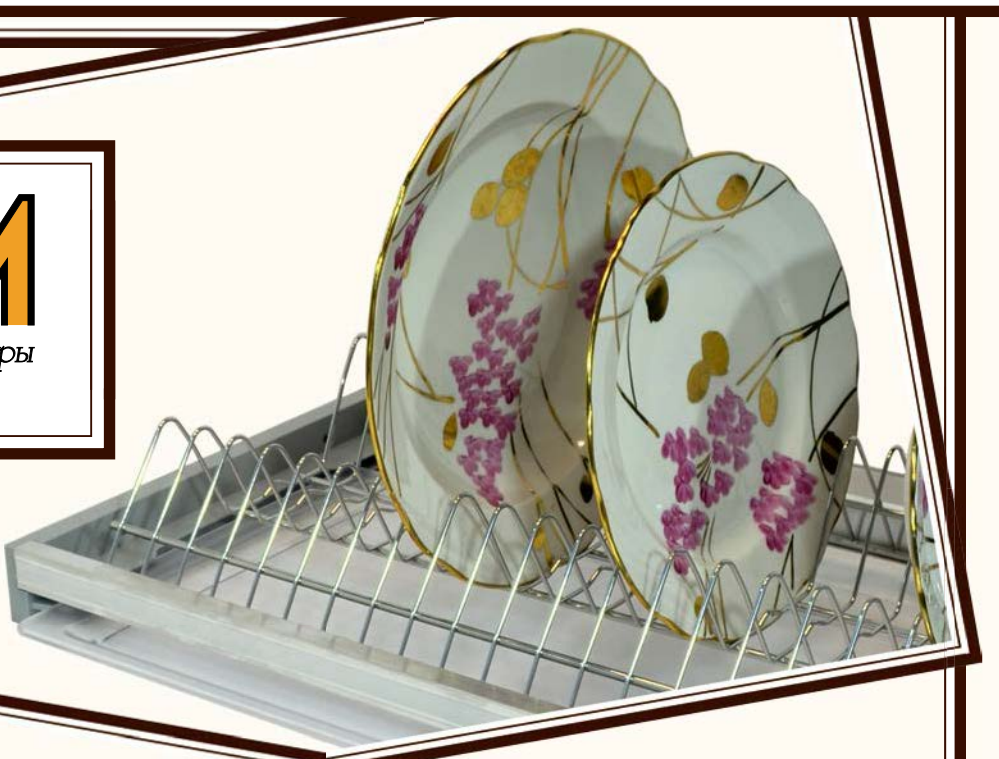
КОМПЛЕКТЫ ПОСУДОСУШИТЕЛЕЙ «ЭНИКА» для шкафов ДСП 16; 18

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

АЛДИ®

МЕБЕЛЬНАЯ ФУРНИТУРА

Российская производственная компания

г. Смоленск

+7 (4812) 42-24-29

info@aldi04.ru

ALDI04.RU

Ручки, как один из важнейших элементов мебели

Как известно, с исторической точки зрения, возраст мебельных ручек чуть ли не больше, чем самой мебели (если, например, не считать за мебель сундуки и лари, для открывания которых и использовались первые ручки). Сделанные из кожи, вырезанные из дерева, а позже — вылитые из металла, тогда уже появились первые скобы и кнопки, ставшие прообразом современных обычных мебельных ручек, какими мы их знаем. Но «оставим в покое их тёмное прошлое», как примерно говорилось в известном фильме.

Последние десятилетия мебельный дизайн «понесло вразнос», появилось множество новых, иногда просто фантастических, материалов для производства мебели, что повлекло за собой потребности как в принципиально новых вариантах дизайна ручек, так и возможность «строить мебель» без ручек совсем.

Давайте ещё раз поговорим про значимость ручек для кухонной и прочей корпусной мебели. Что мы имеем? С одной стороны: устоявшуюся, архаичную, «допотопную» ручку. А есть другой, альтернативный вариант: ровные, без «лишних торчащих» элементов — без ручек, глянцевые, матовые или древесные фасады современной, модной мебели. Интернет пестрит такой красотой. В салонах и студиях мебели выставлены такие образцы. Мода — странная штука: ради красоты люди, зачастую, готовы надевать на себя заведомо неудобную обувь или одежду. Так и в мебели: посмотрели красивые картинки, послушали модных дизайнеров… и заказали кухню без ручек. Так, да не совсем. Если одежду, пусть и неудобную, мы надеваем на какой-то случай и вскоре, например, вечером снимаем её, вешаем в шкаф, а неудобные туфли ставим на обувную полку — и забыли на месяц. То мебель, которую мы заказали и получили на долгие годы, не положишь в чулан, не поставишь вместо неё тут же новую, более удобную! Хотя… есть способ! В практике нашей компании были многократные случаи, когда клиенты мебельных салонов, попользовавшись кухнями без ручек в течение полугода, приходили и подбирали для своих кухонь ручки, с задачей поставить их на фасады, несмотря на наличие интегрированных ручек или Gola-профилей.

Давайте посчитаем. Средняя домохозяйка открывает на кухне всевозможные ящики, дверцы, посудомойки, поднимает дверцы на подъёмниках (не забываем про сушилки для посуды, лотки с приборами, ящики с кастрюлями, электроприборами …), тяжёлую дверь встроенного холодильника, в среднем, 50 раз в день, пусть 300 дней в году (уберём отпуск и выходные на даче), и в течение 14 лет, среднего срока службы кухни в России, получается: более 200 тысяч раз домохозяйка открывает ящики, дверцы нажатием локтями, коленями, ладонями (когда стоят пуш – системы), либо путём зацепа пальчиками, а то и длинными ногтями (интегрированные ручки или «Гола» – профиль), либо … взявшись за красивую, удобную, приятную на ощупь Ручку! Кажется, ответ, что лучше, — очевиден! Ещё раз: 200000 открываний! Да… и не забудем про то, что часто руки домашнего повара при приготовлении блюд, бывают жирными. Ручка готова взять на себя эту маленькую проблему без последствий … а фасад??

Хочется напомнить, что на автомобилях, в дизайн которых вложено на порядки больше денег, чем в мебельный дизайн, несмотря на все эксперименты с вариантами открывания дверей, стоят ручки-скобы! Просто хорошо «вписанные» в дизайн машины!

Кстати, про «приятную на ощупь» — это не преувеличение! Как показывает практика, современный покупатель мебели очень положительно реагирует на ощущения, которые он получает, проведя рукой по фасаду, открывая дверцы, вытаскивая ящики и … взявшись рукой за ручку (пардон за тавтологию). Если все тактильные ощущения будут говорить ему о плавности движения, наполненности материалов, «настоящести» всех компонентов, отсутствии каких-то шероховатостей и «провалов», это, однозначно добавит ему уверенности в том, что он стоит перед правильным выбором!

Какие же ручки сегодня актуальны?

Можно разбить ответ на две основные темы: стиль (форма) и покрытие (цвет). Но, прежде чем ответить, хочется сказать о современном подходе к выбору ручек. Ушли те времена (нет, конечно, не совсем ушли, в ультраэкономе это осталось), когда подбор ручек оставляли на потом: «Мы вам напилим, соберём, а вы идите и купите себе ручки, какие считаете нужными!». Сейчас процесс подбора ручек дизайнерами мебели (и даже, часто, дизайнерами интерьеров) стартует одновременно с подбором материалов, из которых будут сделаны фасады и корпуса, сразу после решения о стиле мебели.

Мы видим, что, несмотря на огромное разнообразие ручек-скоб, кнопок, профилей, часто у профессиональных дизайнеров получаются настолько идеальные сочетания этих трёх составляющих (стиль, материал, ручки), что просто ничего ни прибавить, ни убавить. Бывает просто невероятный успех сочетания, когда ни один другой вариант ручки смотреться не будет.

Случается, что «прилетают» заказы на комплекты ручек из таких дальних регионов, что диву даёшься тому, что дизайнеры не смогли ничего найти географически ближе. Кстати, очень популярным сервисом в нашей компании стала отправка ручек «на примерку». Отправляем, например, посылку из 7—10 моделей ручек, из которых дизайнер с клиентом выбирают одну, идеально подходящую, остальные возвращают, и тогда уже заказывают полный комплект выбранных ручек на свою будущую мебель.

Форма и стиль

Про форму и стиль можно сказать так: почти ушли, и, похоже, очень надолго, если не навсегда, вместе с фасадами итальянской классики, соответствующие классические ручки, со всякими завит-

ками, лепестками, петельками, резными вставками и ножками. Да и ручки с «кристаллами Сваровски», похоже, тоже, наконец, надоели всем.

Если говорить про современные классические ручки, то это, как правило, строгая североевропейская классика, с хорошим захватом, подходящая для современных стилей: неоклассика, городская классика, скандинавский стиль. Кстати, сейчас настолько всё смешалось, что часто удачные современные (модерн) ручки прекрасно, например, выглядят на современной неоклассике.

Из интересного про классические ручки: ручки-ракушки, как внезапно, лет 5 назад, вдруг стали всеми востребованными, так, так же внезапно практически перестали продаваться, хотя появились очень интересные, современные вариации на эту тему, вплоть до квадратно-угОльных ракушек «модерн».

Ещё из интересного про стили. Ручки стиля, который большинство производителей называет «лофт» (запустил этот стиль бельгийский производитель Metakor ещё в далёком 2013-м году, назвав его «аутентик»), перестал быть исключительно нишевым стилем для мебели «лофт». Ручки этого стиля нынче ставятся почти на все современные кухни и даже мебель для ванных комнат, являясь «изюминкой», а иногда и, не побоюсь этого странного словосочетания, вау-фишкой комплекта мебели. Надо ещё учесть, что, как правило, эти ручки весьма удобны, эргономичны и имеют очень интересные цвета и оттенки покрытий. Но такие «естественные» оттенки, как ржавчина и бетон, что в фасадах, что в ручках, только появившись несколько лет назад, так и не «зажглись».

Продолжают мощное «победное» шествие рейлинговые ручки-«напильники»: скобы, Т-образные и круглые (как регуляторы громкости в приёмнике) кнопки. На эту тему «упражняются» практически все производители ручек.

Напоследок хочется отметить продолжающий набирать популярность спрос на ручки длиной 1000+. Эти ручки (бывают длиной почти до 2-х метров) успешно используются для дверей шкафов «в потолок». Такие шкафы пришли на смену теряющим рынок шкафам – купе. Длинные ручки ставятся прямо от пола и смотрятся на больших крашеных дверях очень красиво. Мы начали развивать это направление ручек всего года 3 назад и видим рост спроса на них, несмотря на их значительную цену. Видимо, такого типа шкафы пришли не на один год.

Цвета/покрытия

Почти пропали все варианты бронзы и большинство оттенков глянцевого золота (опять же – «итальянские» варианты). Зато крайне популярны

стали современные варианты покрытий. Так «золото», что интересно, примерно одинаково широко использующиеся и в современной классике, и в так называемом «модерне» (например, современные кухни и шкафы жилых комнат с большими, прямоугольными крашеными, матовыми или глянцевыми фасадами): приглушённые, матовые покрытия ручек, золото, иногда близкое к медным оттенкам, иногда — чуть ли не лимонное. Но, как известно, золото подходит далеко не ко всем цветам фасадов. Предпочтительней, как правило, все оттенки серого, тёмно-синий, зелёных (ближе к болотному), некоторые тёмные оттенки фиолета и т. п.

По-прежнему «победно вышагивает» чёрный цвет. Если на классических ручках он (в разных вариантах и оттенках) появился сравнительно недавно, лет 5 назад, то ручки «модерн» в чёрном успешно продаются и ценятся дизайнерами уже более 10 лет. И никуда этот цвет уходить не собирается, некоторые производители даже заявляют, что это — тренд последних пары лет (проснулись!).

Если продолжить тему о крашеных ручках, то стал весьма востребованным белый цвет (в разных оттенках). И, что можно было заметить на прошлогодней, крайне популярной и показательной международной выставке EuroCucina, прямо одним из совсем свежих трендом стало всё разноцветное, «ярко-расписное», не отстали от этого и ручки: интересным вариантом стало для многих крупных европейских фабрик заказывать у производителей ручки, выкрашенные в строго — определённый цвет (подбирают чётко по таблицам RAL и другим цветовым стандартам). Причём, особый шик бывает, получается, когда ручка идеально сливается по цвету с крашеным фасадом. А иногда бывает и лёгкий «разнотон», выглядящий очень привлекательно. Предполагаю, что эта тема скоро будет весьма востребована и у нас, в России.

Чем бы хотелось закончить эту статью? Наверное тем, что, несмотря на звучащие с разных сторон мнения, что мебельные ручки уходят и становятся чуть ли не анахронизмом, мы видим, что эти прекрасные и необходимые элементы мебели живут, меняются, процветают и делают мебель всё более удобной и красивой. Хочется пожелать дизайнерам, работающим с конечным заказчиком, быть честным по отношению к клиенту и доносить до него всю необходимую информацию о проблемах, с которыми может столкнуться клиент в процессе эксплуатации мебели без ручек.

Пётр Горбунов, руководитель компании «РОССО»

СУД ОТКАЗАЛСЯ НАЛОЖИТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НА ИМУЩЕСТВО «КРОНОШПАНА» НА 900 МЛН РУБ.

Арбитражный суд Башкирии отказался принимать обеспечительные меры в отношении «Кроношпан ОСБ» в Уфе. Бывший подрядчик деревообрабатывающего комбината, местная строительная компания «ПСЙ», требовал запретить совершать регистрационные действия с недвижимостью и транспортом «Кроношпана» в размере исковых требований «ПСЙ» на сумму 902,3 млн руб.

В качестве аргументов компания указала, что «Кроношпан ОСБ» является 100-процентной дочерней организацией ООО "Кроношпан ГМХ". Участниками этого предприятия являются два кипрских офшора — Kronospan Holdings East Ltd и Kronospan Holdings Russia Ltd. А конечным бенефициаром компаний выступает австрийский предприниматель Питер Кайндл.

«Австрия входит в число недружественных стран Евросоюза, который с 9 апреля 2022 года ввел санкции на импорт продукции из России, включая товары из древесины, производимые ООО «Кроношпан ОСБ». Данные обеспечительные меры направлены на защиту имущественных прав и интересов истца и его кредиторов — российских строительных компаний», — говорится в заявлении ООО «ПСЙ».

Кроме того, заявитель указал, что австрийские бенефициары начали процесс передачи российских бизнес-активов сторонней структуре, фонду Causa Foundation. По мнению истца, это позволит компаниям избежать ответственности, поскольку они якобы не будут располагать достаточным имуществом для расчета с кредиторами.

Арбитражный суд Башкирии эти доводы не убедили. Суд указал, что один лишь тот факт, что компания «Кроношпан» находится под контролем бизнеса из «недружественных» стран, не говорит о ее неплатежеспособности. Компания продолжает осуществлять деятельность и финансовых проблем, судя по всему, не испытывает.

Судебный эксперт экспертной группы Veta Александр Терентьев рассказал РБК Уфа, что для принятия обеспечительных мер заявитель должен убедительно обосновать их необходимость.

«В случае с обращением «ПСЙ» доводы, на которые ссылается заявитель, не являются полными и исчерпывающими, так как отталкиваются не от конкретных, указывающих на значительные риски, обстоятельств, а основываются на предположениях и частично на оценочных выводах. Необходимость принятия обеспечительных мер не может быть построена только на опасениях аффилированности ответчика с бенефициаром недружественной страны. Прогнозы относительно потенциального вывода активов из страны не позволяют делать очевидный вывод о снятии ответчиком с себя ранее взятых на себя обязательств. Таким образом, полагаю, что суд отклонил данное заявление более чем обоснованно», — сказал Терентьев.

Как сообщал ранее РБК Уфа, ООО «ПСЙ» подало иск к «Кроношпан ОСБ» в октябре 2021 года. Строительная фирма полагает, что деревообрабатывающее предприятие задолжало ей 902,3 млн руб. по договору строительства производственных объектов в Уфе. «Кроношпан ОСБ» подало встречный иск, требуя считать состоявшимся соотнесение встречных требований и образование сальдо в пользу заказчика.

Компания «ПСЙ» зарегистрирована в Уфе в 2012 году. Основным видом деятельности предприятия является строительство. В декабре 2021 года компания перешла под конкурсное управление в рамках процедуры банкротства. В апреле 2021 года в дело о банкротстве «ПСЙ» вступил «Кроношпан ОСБ» с размером требований в 604,9 млн руб. — это около 44% всех требований кредиторов. Ранее «ПСЙ» сама была под контролем иностранных структур — принадлежала чешскому холдингу PSJ A.S., зарегистрированному в городе Йиглава. Он, в свою очередь, входит в нидерландское PSJ Holding B.V.

НА ФАБРИКЕ «МАРИЯ» ОТКРОЕТСЯ 100 ВАКАНСИЙ В СВЯЗИ С МАСШТАБНОЙ МОДЕРНИЗАЦИЕЙ ПРОИЗВОДСТВА

Компания «Мария» откроет 100 вакансий в связи с расширением и масштабной модернизацией производства. Проект реализуется в рамках инвестиционной программы, рассчитанной до 2025 года.

Компания «Мария» продолжает реализацию масштабного инвестиционного проекта по модернизации и автоматизации производства. Рассчитанная на пять лет программа была запущена в 2021 году. Суммарный объем инвестиций превышает 380 млн рублей. Сейчас этот бюджет уже освоен на более чем 50%.

В результате реализации инвестиционной программы производство будет переведено на территорию бывшего Завода тяжелых зуборезных станков. Сейчас на площадке проходит комплексная реконструкция. Также ранее на модернизацию основного корпуса фабрики «Мария» было направлено свыше 50 млн рублей. Еще 25 млн рублей вложено в развитие транспортной инфраструктуры.

«Важным шагом в реализации инвестиционной программы станет запуск автоматизированной линии в цеху по производству мебельных каркасов и фасадов. Стоимость оборудования оценивается в 205 млн рублей. Новая линия позволит нашей компании повысить эффективность работы персонала и увеличить объемы производства. В планы также входит покупка оборудования для покрасочных работ, создание цеха по переработке изделий из кварцевого агломерата и автоматизация склада плитных материалов», — прокомментировал Михаил Нагибин, директор по производству компании «Мария».

Новые амбициозные цели производства требуют и кадровых ресурсов.

«В связи с расширением производства мы активно увеличиваем штатную численность. В компании открыто более 100 вакансий для различных категорий персонала и по широкому профилю деятельности — начиная от упаковщиков и сборщиков и заканчивая реставраторами, художниками-прикладниками и, конечно, операторами на станки, в том числе с числовым программным управлением. Возможность присоединиться к команде «Мария» — это уникальный шанс для развития или старта карьеры. Мы предлагаем хорошую зарплату (выше среднего по региону), гибкий график, социальный пакет, предоставляем корпоративный трансфер, удобную спецодежду, льготное питание. У новых сотрудников будет возможность работы с инновационным оборудованием, не имеющим аналогов в России. В качестве кандидатов рассматриваем не только жителей Саратова и области, но и других регионов России», — дополнила Дарья Курланова, директор по персоналу и правовым вопросам компании «Мария».

Средний стаж работы в компании "Мария" сегодня составляет 7 лет и это неспроста. Помимо классических бенефитов каждый сотрудник периодически проходит корпоративное обучение в Академии «Мария» и повышает свою квалификацию. Эта программа может действовать и для кандидатов — если у потенциального сотрудника есть желание работать в мебельной отрасли, но нет профильного образования или недостаточно навыков, то компания поможет с обучением. А в дальнейшем и с карьерным ростом.

Благодаря расширению производственных мощностей и штата компания «Мария» рассчитывает на существенный рост объемов выпуска продукции. Стабильное развитие бизнеса поможет сместить спрос в сторону отечественного продукта и окажет положительное влияние на регион.

ПРОМПРОИЗВОДСТВО В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ЯНВАРЕ-АВГУСТЕ ВЫРОСЛО НА 5%

Индекс промышленного производства в Ростовской области в январе-августе составил 105,1 % сообщает «Интерфакс» со ссылкой на слова заместителя губернатора Игоря Сорокина.

«Положительная динамика объемов производства сопровождается улучшением качественных показателей — ростом прибыли и увеличением среднемесячной заработной платы на предприятиях промышленного комплекса», — сказал Сорокин.

В частности, по его словам, положительная динамика зафиксирована в сфере обрабатывающих производств (рост на 9,2%). В том числе, в производстве машин и оборудования (на 39,5%), производстве готовых металлических изделий (на 38,3%), производстве мебели (на 36,6%), а также в производстве компьютеров, электронных и оптических изделий (на 33,9%).

ГАЗПРОМБАНК СТАЛ НОВЫМ ВЛАДЕЛЬЦЕМ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ «МЕГА» В РОССИИ

Группа ГПБ выкупила все торгово-развлекательные центры «Мега» в России у шведской Ingka Centres. Об этом говорится в ее сообщении. Там сказано, что в сделку вошли 14 объектов в Москве, Подмосковье, Ленинградской области, Нижнем Новгороде, Омске, Ростове-на-Дону, Уфе, Адыгее, Самаре, Казани, Екатеринбурге и Новосибирске. Их общая площадь составляет 2,3 млн кв. м. Сумма сделки не раскрывается, хотя, по разным оценкам, покупка портфеля шведской Ingka Centres могла обойтись группе примерно в 2 млрд долларов. Об этом сообщают «Ведомости», которые направили запрос о сумме сделки в Ingka Centres.

Решение о приобретении данной сети торговых центров — «еще один шаг, подтверждающий приверженность группы принципам развития стратегически значимых активов и кадрового потенциала страны», сообщил заместитель председателя правления Газпромбанка (ГПБ) Тигран Хачатуров.

У Газпромбанка есть и опыт инвестиций в недвижимость. Структура группы «Газпромбанк инвест» управляет такими активами в восьми регионах России, сказано на его сайте. Среди них — коттеджные поселки «Лион» и «Покровское-Рубцово» в Московской области, жилой комплекс «Современник». В 2008 г. компания также стала владельцем выставочного центра «Стройэкспо» на Фрунзенской набережной, который впоследствии продала девелоперу «Интеко».

Сумма сделки в текущих условиях и с учетом дисконтов вряд ли превысила $2 млрд (193 млрд руб. по текущему курсу), полагает генеральный директор «Infoline-аналитики» Михаил Бурмистров. На ней отразилось в том числе и закрытие магазинов IKEA, так как заменить арендатора, генерирующего подобный трафик, довольно сложно, рассуждает он. По его словам, для Газпромбанка покупка такого портфеля активов является выгодным приобретением. Даже несмотря на волатильность на рынке торговой недвижимости, «Меги» остаются качественным объектом, который приносит доход, резюмирует эксперт.

Группа ГПБ

Группа включает в себя несколько банков, основным из которых является Газпромбанк. Его чистая прибыль в I квартале 2023 г. составила 51,7 млрд руб. по РСБУ, в прошлом году этот показатель был на уровне 9,1 млрд руб. В группу также входят финансовые компании, к примеру «Газпромбанк лизинг», «ААА Управление капиталом» и проч.

Шведская Ingka Centres занимала 7-е место в рейтинге крупнейших российских рантье журнала Forbes за 2022 г. Ее арендный доход оценивался в $285 млн. Она также являлась крупнейшим собственником торговой недвижимости в России, по подсчетам «Infoline-аналитики». Первый гипермаркет IKEA в стране появился еще в 2000 г., а спустя два года компания открыла здесь и

первую «Мегу». Но на фоне военной спецоперации на Украине Ingka приняла решение закрыть все магазины IKEA, а в начале 2023 г. стала искать покупателей и на «Меги». Кроме того, она продала свои заводы по производству мебели и штаб-квартиру в Химках (42 000 кв. м) фирме «КЛС-Химки», связанной с продавцом электроинструментов «Интерскол».

Сделка по продаже портфеля шведской Ingka Centres — крупнейшая на рынке торговой недвижимости в этом году, говорят эксперты.

ПРОЕКТ «ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА» НА ЗАВОДЕ «ФОРВАРД-МЕБЕЛЬ»

Глазовский завод металлоизделий «ФОРВАРД-МЕБЕЛЬ» — производитель различных металлоконструкций — работает уже более 40 лет. Сегодня продукция завода — это мебель для спальни, столы-трансформеры, ортопедические основания, механизмы трансформации, металлокаркасы и комплектующие для мебельной промышленности.

Производственный комплекс ГЗМИ «ФОРВАРД-МЕБЕЛЬ» оснащён разными видами технологического оборудования, а общая площадь производственных, складских и административно-бытовых помещений составляет 25 000 кв. м.

В начале октября на заводе приступили к реализации национального проекта «Производительность труда», инициированного Президентом России Владимиром Путиным.

Продукция предприятия представлена практически во всех регионах России и широко востребована как среди производителей, так и среди поставщиков мебели. В эти дни проектная группа занимается устранением потерь, выявленных в пилотном потоке производства кровати КМД-14 КРИС. В производственных цехах нанесена напольная разметка, определены места постоянного размещения грузовых механизмов. Благодаря этому удалось сократить порядка 8 часов времени, которое уходило на поиск рохли — гидравлической тележки для перемещения партии изделий. В планах предприятия повысить производительность труда на 5%, снизить время протекания процессов до 59 часов.

ГЛАВА РЕУТОВА МО ПРЕДЛОЖИЛ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА КОРПУСНОЙ МЕБЕЛИ

Глава Реутова Станислав Каторов встретился с руководством компании ООО «Мебеталь», занимающейся производством корпусной мебели по индивидуальным проектам для коммерческих организаций. Он пообещал поддержать модернизацию и расширение предприятия.

Г-н Каторов осмотрел производственные помещения и оборудование, в том числе частично компенсированное в рамках государственной и муниципальной программ поддержки «Предпринимательство». Компания на протяжении последних пяти лет принимала участие в конкурсных отборах на субсидирование затрат и получила финансовую поддержку на закупку оборудования более чем на 10 миллионов рублей. В текущем году компания приобрела оборудование для обеспыливания производства и приняла участие в конкурсном отборе на оказание финансовой поддержки (субсидий) субъектам малого и среднего предпринимательства в рамках муниципальной программы городского округа Реутов гПредпринимательство”», — отметил Станислав Каторов.

ООО «Мебеталь» работает с 1998 года. Компания специализируется на изготовлении мебельных деталей корпусной мебели по индивидуальным проектам для коммерческих организаций. Производственные мощности объединяют в себе весь комплект современного и высокоточного оборудования, в том числе станки с ЧПУ. В 2021 году компанией реализован инвестиционный проект по строительству производственно-складского здания общей площадью 1297 квадратных метров. На российском рынке компания зарекомендовала себя как надежный партнер по производству мебельных деталей для шкафов-купе и другой корпусной мебели.

«Компания развивается. Имеет высокий налоговый потенциал. Ежегодные налоговые поступления в консолидированный бюджет Московской области составляют порядка 30 миллионов рублей, в том числе в местный бюджет около пяти миллионов рублей. Компания нуждается в дополнительных земельных ресурсах. Обсудили, где их можно найти. Будем помогать расширяться», — отметил Каторов.

ПРЕДПРИЯТИЕ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОМЫШЛЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ ОТКРОЕТСЯ НА ЮГО-ВОСТОКЕ МОСКВЫ

Сайт правительства Москвы сообщает, что на юго-востоке столицы в Печатниках появится предприятие по производству промышленного оборудования для производства пенополиуретана.

Договор с компанией заключён в рамках реализации масштабного инвестиционного проекта (МаИП). Об этом сообщил заместитель мэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов.

«Для реализации масштабного инвестиционного проекта город без торгов предоставил инвестору земельный участок площадью 0,61 гектара. Столичная компания построит производство заливочных машин высокого давления. Инвестиции в проект составят 440 миллионов рублей», — рассказал Владимир Ефимов.

Компания «Полимер-комплекс» работает на территории столицы с 1989 года, это один из ведущих производителей заливочных машин высокого давления для переработки пенополиуретана в России и странах СНГ.

«Договор аренды земельного участка в промзоне Курьяново заключили с инвестором сроком на пять лет. За это время компания должна завершить строительство производства площадью 5,5 тысячи квадратных метров», — отметил министр Правительства Москвы, руководитель Департамента городского имущества Максим Гаман.

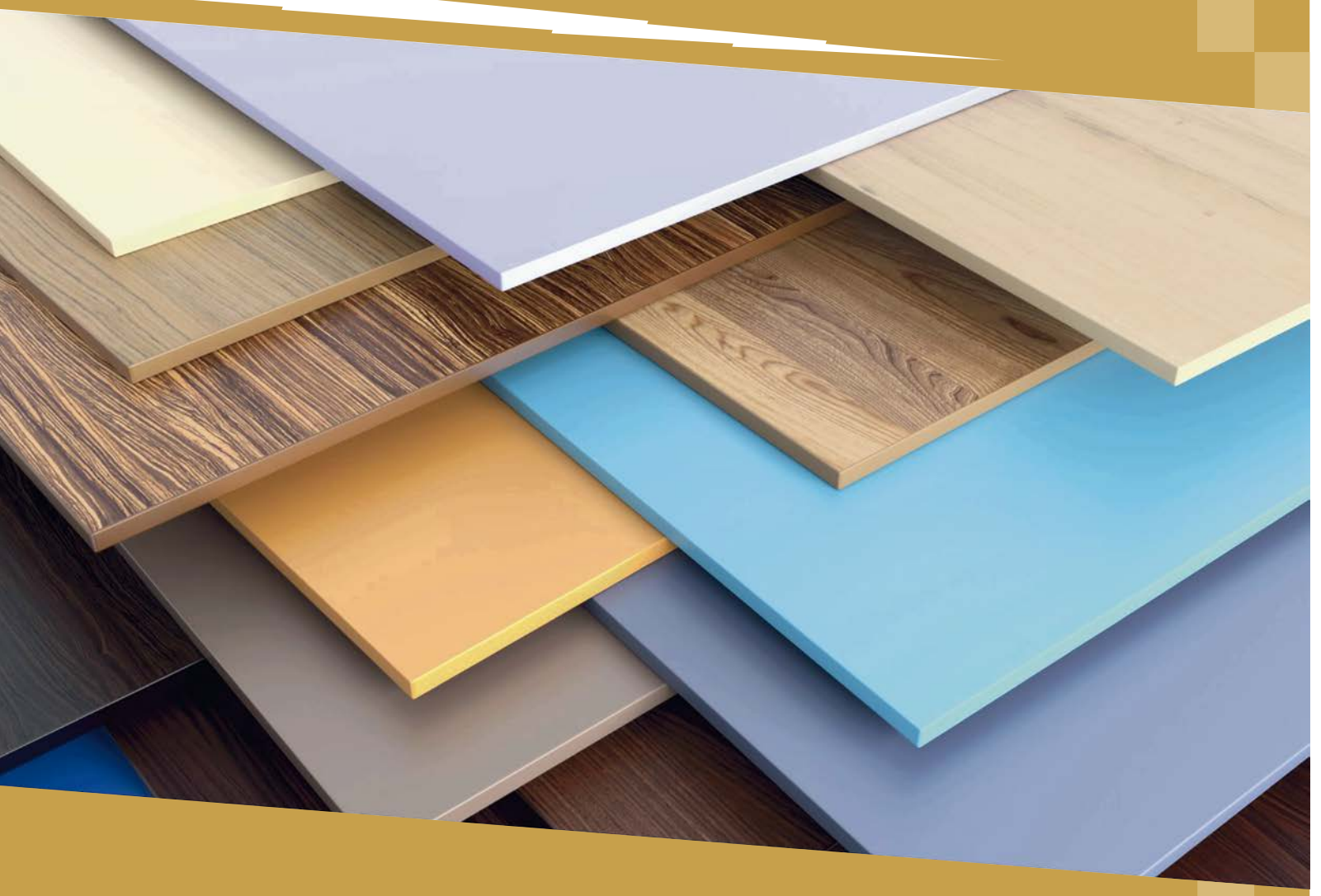
Выйти на активные этапы строительства компания планирует в октябре 2023 года. Сейчас здесь начали устанавливать сваи для фундамента.

«Благодаря реализации проекта на предприятие смогут трудоустроиться 90 человек. Здесь будут выпускать промышленное оборудование для производства пенополиуретана. Этот материал необходим для наполнения мягкой мебели и спальных принадлежностей, автомобильных сидений и детских игрушек. Также из него производят губки для мытья посуды, покрасочные валики, монтажную пену и используют в качестве утеплителя для труб», — рассказал Министр Правительства Москвы, руководитель Департамента инвестиционной и промышленной политики Владислав Овчинский.

Валерий Тимохин, заместитель директора компании, рассказал, что возведение двух производственных корпусов планируется завершить в 2024 году. На новом предприятии в одном цехе разместится производство оборудования для изготовления изделий из пенополиуретана мощностью до 100 заливочных машин в год, в другом будут выпускать до одного миллиона изделий из пенополиуретана в год.

Масштабный инвестиционный проект — это особый статус, который могут получить объекты, направленные на развитие инфраструктуры столицы и создание рабочих мест.

МАТЕРИАЛЫ для корпусной мебели



Плита
Облицовочные материалы
Кромка

lamarty.ru
ДЕЛАЙТЕ МЕБЕЛЬ
ИЗ ЭКОЛОГИЧНОЙ ЛДСП
Lamarty
E0,5
ПОНИЖЕННОЕ СОДЕРЖАНИЕ
ФОРМАЛЬДЕГИДА ДЕЛАЕТ ВАШУ
МЕБЕЛЬ БЕЗОПАСНОЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ!
ВПУСТИ
ПРИРОДУ
В ДОМ
Южный Торговый Дом
СЫКТЫВКАРСКОГО ФАНЕРНОГО ЗАВОДА
350912, г. Краснодар,
ул. Бершанской, д. 351/2
krasnodar@lamarty.ru
(861) 227-57-90, 227-57-92,
+79282810175,
+79189978288

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).

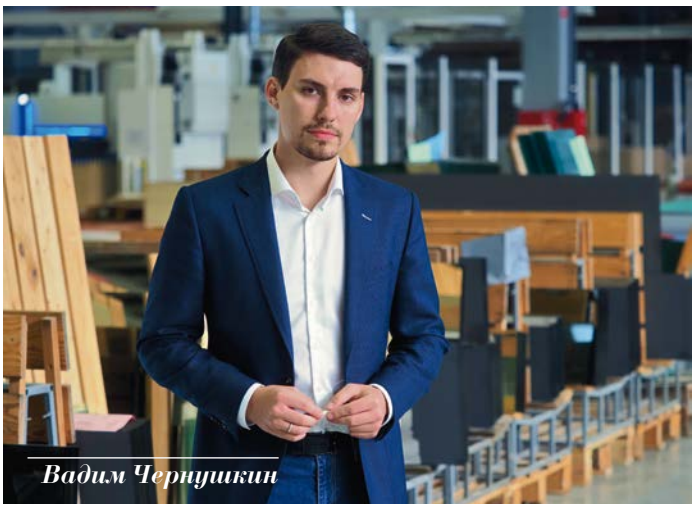
Еще одна мера — упрощение порядка внесения изменений в концепцию ПИПов. Оно должно коснуться планов закупки лесозаготовительной, лесовозной, дорожно-строительной техники и лесоперерабатывающего оборудования, поскольку в большинстве случаев поставщиками являлись недружественные государства. Аналогичный 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

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 простимулировал 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 автоматизация 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».

ФАСАДЫ и СТОЛЕШНИЦЫ

Фасады
Столешницы
Мебельные детали

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!

г.Томск, пр. Фрунзе 119е, тел.: (3822) 255-202
fasad@tomskfasad.ru, www.tmf70.ru

ПАКОКРАСОЧНАЯ И КЛЕЕВАЯ ПРОДУКЦИЯ

Краски
Лаки
Клеи

ЕВРОСТИЛЬ

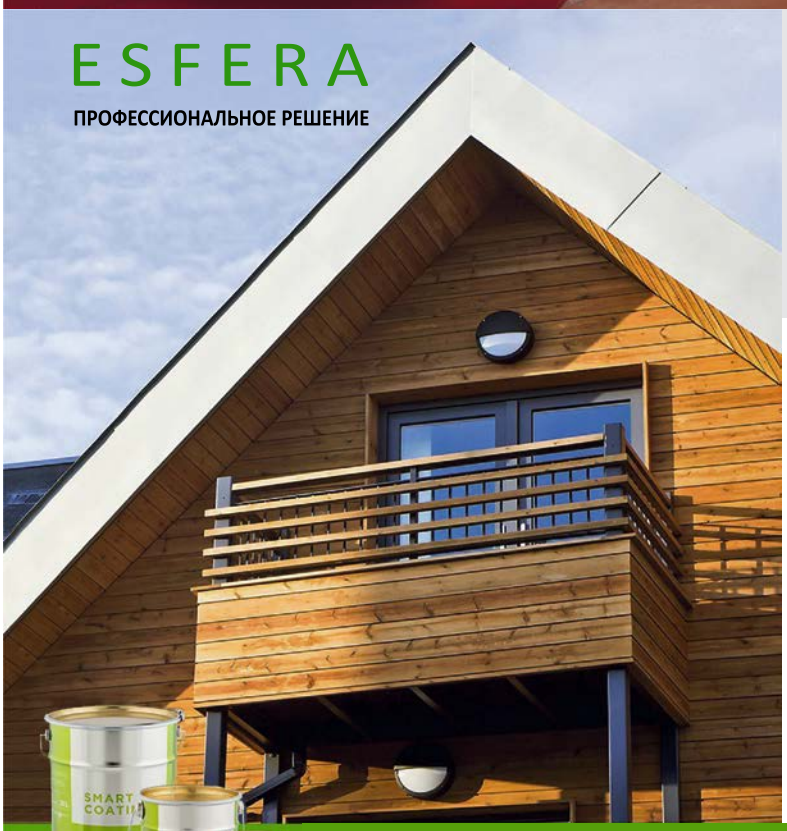
комплектующие для производства мебели

iBAVET

PAINT & VARNISH

- ПОЛИУРЕТАНОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- АКРИЛОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- НИТРОЦЕЛЛЮЛОЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- ПОЛИЭФИРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КРАСИТЕЛИ
- ESFERA - МАТЕРИАЛЫ НА ВОДНОЙ ОСНОВЕ
- ОГНЕЗАЩИТНЫЕ ПОКРЫТИЯ
- РАЗБАВИТЕЛИ

iba.vaıresa



esfera

МАТЕРИАЛЫ НА ВОДНОЙ ОСНОВЕ
для наружных и внутренних работ

EN 71-3
SAFETY FOR TOYS

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

Турецкий бренд Polchem — в надежных руках

Турецкие продукты на сегодня прочно и основательно вошли в российскую мебельную отрасль. Это показала и недавняя выставка Intermob в Стамбуле: в павильоне с клеевой и лакокрасочной продукцией ежедневно было множество менеджеров, руководителей и технических специалистов из России. В 2022 году, когда нарушение логистики и санкции заставили компанию «Арикон ЛК системы» искать альтернативные варианты, благодаря многолетнему опыту работы и широким связям довольно быстро в компании вышли на сотрудничество с достойным турецким брендом лакокрасочной продукции Polchem.

Группа компаний Aypol Solvent ve Kimya San. ve Tic. A.Ş. и Gцkay Boya ve Kimya San. Tic. Ltd. Şti., которая является владельцем бренда Polchem, ориентирована на качественный рост и расширение ассортимента, чтобы достойно представлять продукцию Polchem на всех мировых рынках.

«У Polchem есть материалы, не похожие на итальянские, они подешевле, и свойства у них немножко попроще. Есть материалы, близкие к итальянским, но они и стоят подороже. Поэтому, в целом, удовлетворить потребности наших клиентов можно, как с точки зрения цены, так и с точки зрения качества. В ассортименте этого бренда представлены практически все группы ЛКМ, в том числе самые популярные: белые полиуретановые грунты и эмали, а также акриловые матовые и глянцевые лаки», — говорит **СЕРГЕЙ МОШКОВ, технический директор ООО «Арикон ЛК системы».**

Кроме того, в Polchem есть водоразбавимые и полиуретановые материалы для отделки изделий, эксплуатируемых на улице, а также отдельная линейка индустриальных ЛКМ для окраски изделий из металла, включая металлическую мебель», — комментирует Сергей.

Прошло уже больше года с того момента, как турецкая лакокраска зашла на наш рынок. На тот момент было много игроков, которые настороженно, с опаской, подчас предвзято относились к турецким брендам. Сейчас, безусловно, картина поменялась.

«Уход с российского рынка европейских поставщиков лакокрасочной продукции заставил отечественных производителей мебели переходить на турецкие, китайские или арабские бренды. Разумеется, в процессе работы практически каждый мебельщик, вольно или невольно, сравнивает качество этих материалов с используемыми ими ранее, преимущественно итальянскими. Конечно, если брать во внимание вопрос только цены, то откровенно дешёвые ЛКМ в значительной степени проигрывают по качеству европейским торговым маркам. Однако, как и другие бренды, Polchem имеет в своём ассортименте не только относительно дешёвые позиции, но и достаточно качественные материалы, свойства которых не только в процессе нанесения, но и по эксплуатационным характеристикам близки к итальянским. Также стоит отметить, что компания Polchem открыта к нашим пожеланиям по улучшению технических параметров своих материалов, а также готова к разработке аналогов европейских материалов, ранее уже снискавших уважение российского потребителя», — отмечает Сергей Мошков.

Квалифицированные технические специалисты «Арикон ЛК системы», грамотные, которые имеют колоссальный опыт в этом направлении и знают продукты очень хорошо, позволяют компании подбирать и продавать то, что клиентам нужно.

«Да, технической стороне нашей работы мы уделяем достаточно большое внимание. Хорошее отношение — это не просто мы клиенту налили чашечку кофе и сделали какой-то комплимент. Нет, конечно. В первую очередь, надо четко и квалифицированно решить его задачи, с которыми он к нам пришел. И мы их решаем, как с технической точки зрения, так и с точки зрения общечеловеческого отношения. А если еще и цены нормальные будут, то почему бы не сотрудничать дальше?», — рассказывает Сергей о взаимодействии с клиентами в компании.

У «Арикон ЛК системы» на сегодня солидная база со складами, административным зданием и

Сергей Мошков

производственными площадями в Старой Купавне на Мосхиме, обособленное подразделение в Москве и ещё 4 обособленных подразделения в других городах России — Краснодаре, Ростове-на-Дону, Воронеже и Ульяновске, а также боле 30 дилеров по всей России.

Каждое подразделение имеет полноценную лабораторию, а каждая компания, которая хочет стать дилером, обязана обеспечивать нужный и должный сервис своим клиентам.

Стоит отметить, что лаборатория на Мосхиме постоянно расширяется, а на данный момент она заметно прирастает испытательным оборудованием, с помощью которого будут определяться характеристики существующих и перспективных материалов.

Так что турецкий бренд Polchem в надежных руках!

Тел. +7 800 333 46 63
E-mail: lkm@ariconoil.ru
www.lakpro.ru

ПОСТАВЩИК VS ДИЛЕР

Франшиза — это подарок дилеру, которому остается только распихивать прибыль по карманам? Или это инструмент угнетения и причина выгорания? Своя правда есть и у франшизера (дающего) и у франчайзи (берущего). На выставке «Мебель 2022» на пленарной дискуссии FCProject «Поставщик против дилера» сошлись представители обеих сторон.

Несмотря на рост продаж через интернет-магазины и маркетплейсы, схема «поставщик — дилер» никуда из мебельной отрасли не исчезла, и 90% взаимодействия происходит по ней. Очевидно, что оба участника договора по-разному смотрят на бизнес-процессы вроде борьбы за покупателя или сервисной поддержки. Особенно если речь идет о взаимодействии в рамках франшизы, которая накладывает на участников дополнительные обязанности и, по отзывам некоторых дилеров, не предоставляет прав.

Стоит ли ввязываться во франшизу? Чем реальные взаимоотношения между франчайзером и франчайзи отличаются от декларируемых? Чего не хватает дилерам? Чего ждут от них поставщики? И где в этой схеме место для покупателя?

«За» VS «ПРОТИВ»

Спикеры сошлись во мнении, что модель готового бизнеса нужна не всем. Франшиза — это структура, которая позволяет продавать эффективно, а произвести хорошую мебель и доставить её в регионы не сложно.

Наталья Перец, основатель консалтингового агентства Peretz Consulting, сказала, что качественная франшиза, которых на российском рынке не так много, должна предоставлять уникальный продукт, уникальные технологии продаж, сильнейшую маркетинговую поддержку и сильный бренд, который знает покупатель. Но если у регионального розничного продавца есть качественный продукт и хорошая команда, то франшиза ему не нужна.

На взгляд **директора компании «Мебель 21 Века ПТЗ» Дмитрия Ермолина**, франшиза — это упакованный вариант готового бизнеса с процессами, наценками и рекомендациями, выполняя которые продавец получит более-менее прогнозируемый результат. Когда обе стороны (франчайзер и франчайзи) рискуют, то франшиза обязана «выстрелить».

Но поскольку ответственных держателей франшизы мало, то эта схема начинает работать в одну сторону. *«Сделайте так — и будет вам счастье,* — иронизировал Дмитрий Ермолин. — *А когда счастья нет, то дело оказывается не в том, что система управления франшизой не упакована, а в том, что ты плохо работаешь».*

Управляющий партнер томской торговой компании «Аллегро» Дмитрий Веденин предостерег, что вместе с повышением эффективности продаж дилер попадает в зависимость от производителя, который способен управлять маржой продавца разными способами, например, через акционное давление, когда франчайзи вынужден предоставлять большую скидку, чем франчайзер. К тому же, если у производителя есть собственная розница, то он может перетянуть покупательскую базу на себя.

Руководитель компании «Мебельный клуб» Андрей Сарафанов согласен с тем, что одна из проблем — это несогласованное срезание наценки. Допустим, франчайзи работает с продуктом по прайсу, который ему дали. Но одновременно сам франчайзер выкладывает этот продукт на маркетплейсах с минимальной наценкой, процентов в десять, чтобы поддержать свои производственные мощности. Этой ситуации можно избежать, если компания заранее предупреждает дилеров о планируемой акции.

«Я не против, когда франшиза задает некие правила, — говорит Андрей Сарафанов. — *Вопрос, сотрудничаем ли мы как партнеры, или нам диктуют, что делать. Были ситуации, когда мы с кем-то ссорились и даже прекращали сотрудничество».*

Вообще, в стройной схеме работы франшизы важную роль играет человеческий фактор. Многое зависит как от конкретного менеджера, который работает с конкретной компанией, так и от готовности производителя вести диалог с розницей. Значительная часть этого диалога посвящена инициативе на местах.

Контроль vs карт-бланш

Производители делятся на тех, кто готов отдать часть решений дилерам, и тех, кто предпочитает контролировать все процессы. Это может касаться тех же самых акционных предложений, ассортимента или совмещения брендов (монобренды или мультибренды). Если франшизер по определению хочет быть первым и единственным, то дилер зачастую ищет взаимности у нескольких поставщиков. Еще можно сказать, что основной ценностью для производителя является продукт, а для продавца — конечный потребитель.

Коммерческий директор компании «Мария» Лилия Кац обратила внимание, что дилеру оставляют солидное пространство для маневра. Как производитель, компания расширяет ассортимент, чтобы увеличить средний чек продавца. Так, кроме кухонь, «Мария» производит шкафы и сотрудничает с другими поставщиками по диванам. Кроме того, у компании есть рекомендованная розничная цена, но продавец может поставить наценку самостоятельно. В частности, это покрывает логистические издержки на доставку в регионы из Саратова, где находится производство.

«Наши дилеры — предприниматели, — отметила Лилия Кац. — *В первую очередь, каждый предприниматель отвечает за доходность своего бизнеса. Мы, как франшиза, даем сильный бренд, который генерирует трафик, но дилер сам определяет, что из нашего ассортимента он будет использовать. Хочу сказать, что отношения между поставщиком и дилером должны быть партнерскими».*

Стараются деликатно работать с розницей компании «Априори» (бренды O'Prime и Frendom) и «Манн-Групп». Коммерческий директор «Априори» Сергей Игудин сказал, что все акции согласовываются двумя сторонами, что сама фабрика не продвигает в регионах свое производство и позволяет дилерам определенную свободу маневра. Допустим, когда у продавца есть несколько площадок, то одну из них занимает фирменная бренд-секция O'Prime, а остальные работают в мультибрендовом формате. Кроме того, компания выстраивает ассортиментную матрицу, опираясь на экспертные мнения от партнеров, чтобы на каждой торговой точке в каждом регионе создать идеальную с точки зрения ликвидности экспозицию.

Управляющий партнер «Манн-Групп» Игорь Подстольный добавил, что навязывание максимальных стандартов может привести к отрицательному результату, поэтому компания старается не диктовать жестких правил.

О том, что с дилерами нужно вести диалог, говорил и руководитель отдела франчайзинга компании Aurora Home Павел Вашенкин. Так, чтобы не снижать маржинальность партнеров, компания берет на себя основные затраты, то есть, наценка розницы остается той же. Возможность корректировать ассортимент у продавца тоже есть.

Более жесткую позицию занимают представители компаний «Аскона» и «Орматек». Франшиза, как сказала исполнительный директор группы компаний «Аскона» Светлана Образцова, это соблюдение стандартов, которые задает брендодержатель. И эта схема перестает работать, когда продавец выставляет на своей площадке несколько брендов, самостоятельно меняет наценку или начинает управлять ассортиментной матрицей. Единственный выход для мебельщиков, если они хотят большую маржу, Светлана Образцова увидела в развитии собственной торговой марки. Обе компании гибко подходят к работе с роз-

ницей, но сходятся на том, что франшиза с вариациями — это не франшиза, это другой формат сотрудничества.

Дилеры смотрят на ситуацию иначе.

Наталья Перец на основании опыта своих клиентов из розницы делает выбор в пользу мультибрендовых форматов, потому что универсальные магазины под одним логотипом, на ее взгляд, гораздо удобнее для покупателя. Клиент приходит в магазин большей частью не за брендом, а за диваном. То есть, ассортимент должен формировать не производитель, который хочет продать то, что изготовил, а дилер, который знает, что нужно покупателю.

Ее поддержал Дмитрий Ермолин. *«Мы понимаем, что нужно покупателю,* — сказал он, — *и уже под это подбираем определенных поставщиков».* В каких-то товарных сегментах это франшизные проекты, но, например, по столам и стульям это самостоятельный поиск.

Вместе с тем Андрей Сарафанов признал, что если поставщик не контролирует дилера, то тот может позволить себе немного поменять правила: подставить сторонний продукт или поправить прайсы. Но это «хулиганство» обусловлено рациональными причинами.

«Мы люди доверчивые, — пояснил Андрей Сарафанов, — *и когда нам рассказывают, как будет здорово, идем на сотрудничество. Поначалу работаем, потом понимаем, что не все так здорово и начинаем вносить изменения. Но делаем это не везде. Иногда ищем продукт, который нам не дает поставщик, либо если поставщику все равно, как у нас идут дела. Он дал франшизу, мы открылись и работаем. Как мы работаем, его не сильно беспокоит».*

Лучшее vs хорошее

Крупные компании с собственной розницей делают слепок покупателя через собственные каналы коммуникации и запрашивают обратную связь от дилеров. Благодаря этому франшизы постепенно эволюционируют, и участники рынка оценивают релевантность этих изменений.

В схеме «поставщик — дилер» инициатива идет сверху. Поэтому предоставим слово рознице, как она ставит задачу производству.

Если, по емкому определению Дмитрия Веденина, в нижнем ценовом сегменте человек покупает функцию (спать, сидеть, кушать), то в высоком сегменте — эмоцию от покупки, то есть функцию вкупе со смысловой нагрузкой (стиль, мода, дизайн). Поэтому в презентации продукта нужно делать акцент на те характеристики, которые важны для ЦА. А вот этого как раз и нет. По словам Натальи Перец, гораздо чаще, чем хотелось бы, мебель произвольно расставляют по торговой площади и пассивно ждут результата. Поэтому магазины не могут толком ни отстроиться от конкурентов, ни показать клиенту, что он важен для продавца. В какой-то мере эта проблема связана с тем, что не у всех поставщиков есть компетенции в управлении ассортиментом даже внутри своей франшизы, считает Дмитрий Ермолин. Конфликты возникают потому, что дилер на месте более компетентен, чем производитель, но связан условиями договора.

Другими словами, от франчайзеров ждут более концептуальных, стилистически однородных продуктов с вариативным ассортиментом и проработанными бизнес-процессами. Таким образом, можно будет более эффективно привлечь покупателя. Кроме того, очень важна договороспособность поставщика.

Франчайзеры внимательно выслушали пожелания и мягко возразили, что они ценят своих дилеров, пользуются их советами и как раз работают над новыми концепциями.

Дизайнеры и маркетологи компании «Априори», по словам Сергея Игудина, постоянно работают над тем, чтобы повысить ценность продукта в глазах покупателя. Для этого они добавляют в оформление розницы небольшие штрихи, не требующие радикального перестраивания всей торговой точки. Например, в 2021 году запустили коллекцию малых форм, которая позиционируется как отдельные арт-объекты и привлекают внимание покупателей.

Лилия Кац напомнила, что компания «Мария» вышла за рамки исключительно кухонь благодаря одному из дилеров. Компания сдвигается в сторону «икеизации» (больше интерьера и мебели), и в ее салонах уже можно практически полностью обставить квартиру. Поэтому средняя площадь салона сдвигается от 100-150 квадратных метров к 200. Соответственно, франчайзи (особенно будущие) должны держать этот тренд в уме. Примерно в том же направлении будет двигаться компания «Аскона». По словам Светланы Образцовой, те площади, которые есть у партнеров компании, не позволяют выставить ключевые с точки зрения продаж вещи.

Однако, увеличение метража — не единственная возможность развития розницы. Игорь Подстольный привел интересный пример, касающийся площади салона и важности инициативы на местах. Еще не так давно для экспозиции корпусной мебели оптимально было организовать 150-200 квадратных метров, и это обеспечивало стабильную прибыль. К сожалению, сейчас эта схема перестала давать результат. Выручка человека, работающего по старой схеме на 150 кв. м, неуклонно падала. Но после того, как 50 кв. м. выделили под отдельный бренд, появилась площадка со своим трафиком, а суммарные продажи выросли на 40%.

Самой динамичной из компаний-производителей выглядела Aurora Home. По словам Павла Вашенкина, в категории «обеденные группы» очень часто меняется потребительский вкус. «То, что год-полтора назад было в топах продаж, — привел он пример, — сейчас просто уходит. Это не только по нашей фабрике, а в принципе по отрасли. Есть стопроцентная тенденция на снижение классики, сейчас упор больше на модерн. Идет очень частая смена модельного ряда, и мы постоянно получаем запросы от наших франчайзи. Только расширение, только развитие. Бизнес — это бег вверх по эскалатору, который идет вниз».

Борьба за покупателя

Как неоднократно сказано, в 2023 году проблема конкуренции обострится. Поэтому особенно интересно, как дилеры и поставщики ищут клиентов, где сталкиваются с конкурентами и что планируют делать в будущем.

Участники дискуссии констатировали, что трафик в торговых центрах падает, поэтому нужно охватывать разные рекламные каналы, смешивать электронную рекламу с классической. Вместе с тем, нужно знать свою целевую аудиторию и точки контакта с ней, иначе рекламные бюджеты будут слиты с нулевым результатом. Если дилеры предпочитают снизить накал рекламных кампаний до уровня «присутствие в инфополе», то поставщикам важно сохранить узнаваемость бренда. Как сказала Лилия Кац, это и в кризисное, и в хорошее время направит трафик в магазины.

Кроме классических конкурентов мебельщикам приходится держать в уме маркетплейсы. В средне-высоких сегментах франчайзеров держат в тонусе федеральные сети с собственным мощным продвижением. А в более народных сегментах все они чувствуют конкуренцию со стороны Avito, Ozon и WB. Это соперничество приводит к тому, что тот же Hoff вынужден снижать наценку, чтобы выровняться с ценами маркетплейсов. По оценке Игоря Подстольного, если раньше у Hoff была наценка, условно, 100%, то сейчас 70%, а на акционные позиции вообще 50%. В результате этого по всему рынку снижается цена товаров, а сами товары упрощаются и копируются производителями друг у друга процентов на 80. Ввиду этого растет актуальность нишевания. Например, компания «Манн-Групп» решительно выдвигается из общего ряда и строит свой бренд на собственных коллекциях, отличающихся по дизайну и материалам от среднего продукта.

Дмитрий Ермолин обратил внимание, что интернет-продвижение — не панацея. Хотя 80% коммуникаций с клиентами происходит в интернете, продажи все равно идут оффлайн. Причина в том, что за пределами городов-миллионников нет инфраструктуры для интернет-продаж. Удаленно можно продать

пуф, матрас, какой-то простой продукт. Но сложные товары через интернет продаются плохо, поэтому магазины по-прежнему важны. А уже в магазине на первый план выходит работа с ассортиментом и выучка продавцов.

И если на тему ассортиментных матриц поставщики и дилеры часто спорят, то важность подготовки персонала все спикеры оценивают высоко. Это объясняется тем, что даже упавший в годовом выражении поток покупателей продавцы не отрабатывают должным образом. Если повысить их компетенцию, то можно повысить процент конверсии и, соответственно, выручку. Поставщики сделали на этом акцент, кто-то уже обучает персонал, кто-то только планирует создать центр компетенций. Дилеры либо не решают эту проблему централизованно, либо скромно умолчали о своих успехах.

Идеальная схема франшизы — это весы. На одной чаше — кристальная структура из уникального продукта, продуманных бизнес-процессов и сильной маркетинговой поддержки. На другой — абсолютная гибкость в принятии решений, инициатива на местах и жонглирование брендами. Возникает интересная дихотомия, когда в руках поставщика рычаг, управляющий продуктом и процессами, но в конечном счете именно дилер — это источник денег как для себя, так и для поставщика.

В реальности эти весы балансируют с переменным успехом и чаще перекошены, чем уравновешены. Франшиза подразумевает несколько более близкие отношения между поставщиком и дилером, чем просто договор поставки. Обе стороны франшизы понимают, что нужно вести диалог, они обсуждают ассортимент, наценку и даже уровень подготовки продавцов. И это приводит к тому, что не только продавец, но и сам производитель начинает ориентироваться на потребности покупателя.

Иван Романов

ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ
для производства мебели
IT-ТЕХНОЛОГИИ

Станки
Инструмент
Программное обеспечение

КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

БАЗИС

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

Кромкооблицовочные станки: клеевой узел

В публикации «Клеи для кромкооблицовочного станка: PUR vs EVA», вышедшей в журнале «Мебельщик» №8 от 2023 года, мы рассмотрели отличия между термопластичными и термореактивными составами, обозначили условия подбора клея для конкретных условий, определили преимущества EVA и PUR и причины популярности последнего. Если кратко, то полиуретан отличается большей стойкостью к температуре, лучшей адгезией и более тонким швом. Главное ограничение его применения — это не цена, а требования к технике.

В данной статье мы обратимся к оборудованию и вместе с экспертами Altendorf, Felder, LIGA, SCM, «Арикон» и «МДМ» классифицируем клеевые агрегаты, уточним, чем отличаются машины для PUR и для EVA и перечислим основные огрехи операторов кромкооблицовочных станков.

Клеевые узлы кромкооблицовочных станков

Очевидно, что уровень оснащенности станка влияет на качество приклеивания кромки. А, допустим, фуговальный узел убирает «ступеньку» от подрезного диска и делает клеевой шов тоньше, а узел «обкатки» углов избавляет от необходимости дорабатывать острые стыки кромки фрезером.

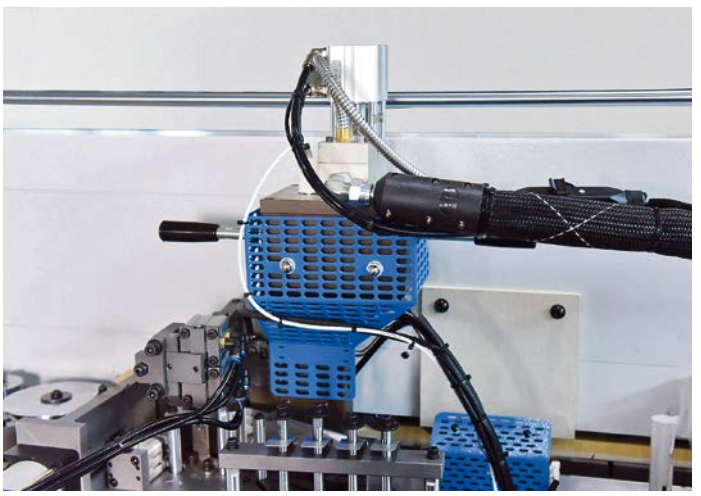
Но главным блоком кромочника, вокруг которого строится все остальное, смело можно считать клеевой узел. Именно он определяет, с каким типом клея будет работать станок и как его дозировать, а уже это непосредственно влияет на толщину клеевого шва, расход клея и надежность схватывания.

Разделим оборудование по типу клеевых узлов на клеевые ванны с нижним расположением, с верхним расположением, картриджные клеевые системы и, внезапно, бесклеевые системы для «лазерной» кромки.

Ванны с нижним расположением — это классика, они часто встречаются и просты в обслуживании и работе. Однако, есть нюанс: при подсыпании клея в клеянку можно случайно закинуть мусор, который потом вместе с клеем окажется под кромкой. Кроме того, в нижней ванночке уровень клея должен начинаться минимум от трети, это необходимо, чтобы архимедов винт мог зачерпнуть расплав и поднять его к клеевому валику. И чтобы клей был для этого достаточно жидким, в нижней ванне поддерживают высокую рабочую температуру, а это ведет к перегоранию клея.

Клеевая **ванна с верхним расположением** позволяет держать клей при несколько меньшей температуре, тут не приходится опасаться, что шнек не поднимет клей. Также есть мнение, что у верхней ванны межремонтный интервал больше, чем у нижней. Но зато она более требовательна к обслуживанию: оператор должен вовремя закрывать заслонки, чтобы клей не протек вниз.

Кромкооблицовочный станок с нижним расположением клеевой ванны. Фото предоставлено компанией «МДМ»



Верхняя клеевая ванна с подведенным от станции плавления PUR-клея подогреваемым шлангом. Фото предоставлено компанией LIGA

Оба типа клеевых ванночек могут быть несъемными и съемными. Съемную ванну не только проще

чистить, ее можно заменить прямо во время работы станка, причем, вместе с клеем. Да, серийные производства вряд ли будут баловаться сменой клеянок, но компаниям, которые работают по индивидуальным заказам, этот фокус позволяет быстро менять цвет и тип клея.

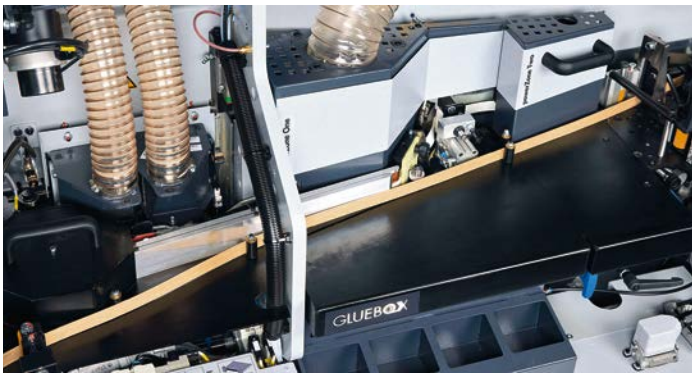
Объем клеевых ванн может варьироваться от 0,5 до 4 литров. Тут ситуация двойственная: с одной стороны, большие ванны нужно реже загружать, с другой, в маленьких ваннах перегорает меньшее количество клея, ожидающего нанесения, а нагреваются они быстрее. То есть клеянка готова к работе не через час после включения, а через 10 минут. В целом, производители стараются уменьшить объем клеянок, но обеспечить автоматическое добавление клея в них.

Леонид Панферов, руководитель направления «Кромкооблицовочное оборудование» компании LIGA: *«Классический кромкооблицовочный станок — это несъемная клеевая ванна нижнего расположения, откуда клей поднимается на клеенаносящий ролик. Эти станки до сих пор пользуются популярностью, но их тяжело обслуживать, они не позволяют быстро перейти с одного типа клея на другой — их просто тяжело чистить. Клеевую ванну нужно демонтировать, почистить и поставить обратно, все это очень трудозатратно.*

Поэтому уже несколько лет растет спрос на станки с быстросъемными верхними клеевыми ваннами, где клей стекает на клеенаносящий ролик. Эти ванны снимаются за одну минуту, а на станках есть программа очистки от PUR-клея: нажимаем кнопку на пульте управления, вставляем клеесборную емкость под клеевую ванну, куда стекают остатки клея и очистителя, и получаем колоссальную экономию времени на очистку.

Быстросъемные ванны удобны тем, что под разные типы клея можно использовать свои емкости, допустим, одну ванну маркируем «EVA», другую «PUR». В зависимости от заказа, который поступил на участок, ставим ту или иную и минимизируем время перехода с клея на клей. Есть станки, на которых уже с завода установлено две клеевые ванны, в этом случае они переключаются еще быстрее».

Клеевые ванны — **не единственный вариант клеевого узла**. Например, на станках **Holz-Her** он напоминает шприц, куда закладываются клеевые цилиндры — картриджи. Плюс системы в том, что картридж плавится только с торца, и жидкий клей наносится на торец детали через дюзу. Поскольку нет нужды разогревать большой объем клея, то станок готов к работе через несколько минут после включения. Неизрасходованный «патрон» можно быстро заменить на картридж другого цвета или вида клея, принципиальной разницы между использованием EVA и PUR нет, кроме применения очистителя во втором случае. Из минусов — нужно контролировать состояние дюзы: если она засорится, то в клеевом шве появятся пропуски.



Клеевой узел glueBox на станке Format4 tempora. Фото предоставлено компанией FELDER GROUP RUSSIA

Оригинальное решение есть и у компании **Felder** — это узел glueBox, который устанавливают в дополнение к стандартной клеевой ванночке. Агрегат работает с PUR в форме тонкой ленты, которая подается между торцом детали и кромкой. Фактически, клей не наносят на ДСП в расплавленном виде, а «кладут куском» и очень локально разогревают при помощи двух инфракрасных ламп буквально перед самыми прижимными роликами.

Плюсы системы: станок готов к работе через 1,5 минуты после включения, нет нужды после смены чистить ванну, инструмент меньше загрязняется клеем. Толщина шва стандартная для полиуретана — около 0,1 мм. Из минусов: PUR-лента еще более специфична, чем просто PUR-клей, ее можно купить только у определенного поставщика. Сама PUR-лента продается в виде рулонов разной ширины (16–40 мм) и длины (25 или 100 погонных метров). После распаковки ленту необходимо использовать в течение 24 часов, поэтому нужно сразу сориентироваться по метражу заказа.

Бесклеевые системы называют так условно, они работают только со специальной кромкой, на которую заранее нанесен тонкий слой полиолефина. Этот слой разогревают **лазерным лучом**, который бегает как развертка на кинескопе, или сильным **потоком воздуха** температурой в 300°С. Зона нагрева также очень невелика и находится в нескольких сантиметрах от прижимного валика. Для сравне-

ния, скорость подачи даже 12 м/мин эквивалентна движению кромки в 20 см/с, т. е. разогретый участок практически моментально прикатывается к торцу детали. В результате получается «нулевой» клеевой шов, кромка визуально сливается с пластью, и деталь сложно отличить от окрашенной.

Понятно, что для работы по этой технологии нужны не только особенные расходники, но и специальное оборудование, которое до недавнего времени выпускали только европейцы. Но к ним потихоньку подбираются азиатские коллеги, например, совсем недавно компания LIGA представила кромкооблицовочный «комбайн» KDT KE-668JGB Laser, который работает и с EVA, и с PUR, и с «лазерной» кромкой.

Последние два пункта — это, скорее, информация для общего развития, поскольку далее мы сосредоточим внимание на станках с клеевыми ванночками.

Работа с двумя клеями

Представим, что предприятие делает кухни по индивидуальным заказам. Покупатель сейчас требовательный, поэтому фасады приходится кромить если не «лазерной» кромкой, то уж полиуретаном точно. Но для корпусов ящиков, которые не подвергаются нагреву и воздействию воды, вполне оправдано использовать EVA-клей. Внимание, вопрос: можно ли использовать PUR-клей на станке для EVA-клея, чтобы не отдавать работу «на сторону»? Эксперты сходятся в том, что большинство современных кромочников со сменными ваннами могут «переварить» оба клея, но качество приклеивания зависит не только от клеевого узла.

Дмитрий Лещенко, менеджер по продукту «МДМ»: *«Современные кромкооблицовочные станки чаще всего адаптированы для работы разными клеями. PUR-клей зачастую низкотемпературный, и чтобы использовать станок, который работал на EVA-клее, нужно, как минимум, поменять на панели управления температуру клеевой станции. Например, на станках примерно десятилетней давности, такой возможности нет, и понизить температуру не получится.*

Если возможность переключения температуры есть, то встает вопрос быстрой очистки клевой станции. У новых станков есть система слива клея. Она позволяет оперативно промыть клевую станцию и избавиться от остатков полиуретана в системе. А использовать PUR на станке без системы очистки довольно проблематично».

Андрей Евшинцев, генеральный директор Altendorf Competence Center: *«Мы часто слышим вопрос, можно ли применять PUR на станках, изначально не предназначенных для этого. Еще раз хочу отметить, что PUR — это клей, который требует повышенного внимания, поэтому я считаю, что если станок не предназначен для него, то рисковать не стоит. Если это разовый заказ, то можно выполнить «на стороне», ну а если вы решили перейти на PUR, то надо задуматься о дополнительном станке. Что касается станков Hebrock, то они имеют возможность работать с обоими типами клея, с EVA и PUR, как и большинство современных кромкооблицовочных станков, которые оснащаются универсальными клеевыми ваннами с регулировкой температуры».*

Алексей Климкин, руководитель проектов по обучению сопровождения программно-технических решений FELDER GROUP RUSSIA: *«Каждый кромкооблицовочный станок компании Felder, выпущенный после 2017 года, способен работать с современными полиуретановыми клеями с той или иной степенью комфорта, независимо от его комплектации и дополнительного оснащения. Понятное дело, что чем станок дороже, тем больше в нем приспособлений и решений, упрощающих работу с полиуретаном — это касается удобства очистки, удобства эксплуатации и подобных вопросов».*

Кромкооблицовочный станок SCM Olimpic 500. Фото предоставлено компанией SCM Group RUS

Дмитрий Власов, руководитель специальных проектов SCM Group RUS: *«Не скажу за всех, но у нас, начиная со станков серии Olimpic, оборудование для PUR и EVA — это одни и те же станки. В нашем Технологическом центре мы практически каждый день показываем их в работе и единственное, что уточняем перед демонстрацией, это тип клея. Почему? Потому, что, если человек хочет посмотреть на работу с полиуретаном, нужно удалить EVA, и на это нужно несколько минут. И это все, в остальном мы станки вообще не трогаем. То есть вся разница только в том, что заправлять в клеевую ванночку».*

Другими словами, современные станки позволяют работать с любым клеем, но если в случае с EVA можно обойтись минимальным набором функций, то для PUR это уже гораздо больше, чем просто вопрос удобства.

Дополнительное оборудование, упрощающее работу с клеями

Эксперты считают, что кромкооблицовочный станок для работы с полиуретаном должен оснащаться несколькими дополнительными функциями и агрегатами: нанесением разделительной и моющей жидкостей, быстросъемной клеевой ванной с возможностью оперативной очистки, плоской циклей, специальным клеевым валиком.

Например, прижимные ролики выдавливают часть клея из шва, и он неизбежно попадает на верхнюю и нижнюю пласти заготовок. При дальнейшей обработке на клей «садится» пыль и стружка, которые приходится оттирать вручную уже после кромкооблицовывания. Если EVA-клей очищается более-менее просто, то PUR отлично впитывается и прекрасно удерживает на себе пыль. Поэтому лучше заранее предотвратить контакт клея с ламинированной поверхностью детали.

Для этого станку нужен узел распыления разделительной (антиадгезионной) жидкости. Она наносится факелами через сопла и создает масляную пленку на верхней и нижней пластях и торце. Но, поскольку узел распыления ставят перед фуговальным узлом, который снимает слой ДСП вместе с этой пленкой, то прилипанию клея на торце ничего не мешает.

После обрабатывающих узлов станка ставят еще один узел, распыляющий очистительную жидкость. Она действует, условно, как средство для мытья посуды и смывает защитную пленку, а уже в самом конце эту смесь стирает полировальный тканевый диск.

Михаил Козырев, главный технолог службы техподдержки продаж клеевых материалов компании «Арикон ЛК Системы»: *«На кромкооблицовочных станках, где используют PUR, стоит клеенаносящий ролик с меньшим размером насечек, потому что полиуретановый клей наносится более тонким слоем, чем EVA. Соответственно, если вы используете оборудование, предназначенное для нанесения EVA-клея, то клеевой шов будет толще, а расход в 2 раза выше. Поэтому такой способ подходит для маленьких партий, но не для потокового производства».*

Быстросъемная универсальная клеевая ванночка Smart Glue Pot (SGP). Фото предоставлено компанией SCM

Дмитрий Власов: *«На наших станках индустриального класса устанавливается быстросъемная ванночка с верхним расположением клеевого бачка SGP, она и есть то главное звено, которое делает станки* **SCM** *универсальными. Она запатентована, на валик нанесена особая насечка с переменным шагом, что позволяет работать и с EVA, и с PUR».*

Как упоминалось ранее, производители делают клеевые ванночки довольно компактными, но дополняют их автоматизированными средствами добавления клея. Одним из них является герметичный плавитель — бак, куда загружают полиуретановый картридж 2 кг или 20 кг. Клей подплавляется и стекает вниз, оттуда его забирает насос и по специальному подогреваемому шлангу подливает в клеянку станка. Датчик следит за уровнем клея в

Кромкооблицовочный станок со станцией плавления клея и двумя бункерами с предплавителями. Фото предоставлено компанией LIGA

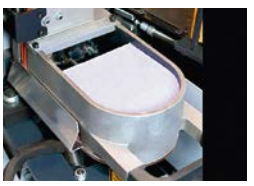
ванне и вовремя поддает свежего. Преимущество плавителя в том, что PUR в нем не контактирует с воздухом и не полимеризуется, то есть картриджа хватает надолго.

Леонид Панферов: *«Последние несколько лет станки для PUR набирают популярность. Почему многие боялись связываться с полиуретановым клеем? Из-за его активного взаимодействия с влагой. Но химики производят новые составы, и PUR становятся все более удобным для работы, дольше не затвердевает в клеевой системе. Если раньше речь шла, грубо говоря, о 24 часах, то сейчас доходит уже до 72 часов. Но, конечно, при соблюдении определенных условий. Кроме того, появились доступные плавители и станции хранения. Раньше эта техника была, в основном, европейской и стоила соответственно. Сейчас, например, наше допоборудование стоит в разы дешевле, но выполняет те же функции и так же просто программируется. Все это делает использование PUR-клея более доступным».*

Для EVA плавитель тоже можно использовать, но чаще обходятся бункерами и предплавителями. Бункер — это емкость до 10 литров, куда засыпают гранулированный клей. Предплавители разогревают небольшое количество клея до температуры плавления и подают в клеянку, где клей достигает рабочей температуры. Во-первых, эта схема экономит время на подсыпание гранул в клеянку, во-вторых, клей не перегревается и не портится, в-третьих, над одной клеянкой можно поставить несколько бункеров с клеями разного цвета и оперативно их менять.

Экономить время помогает и станция сервисного обслуживания. Упрощенно, это бокс с разъемами для электрокабелей клеевых ванн, в который помещают съемную клеянку, подключают все разъемы и эмулируют работу станка. То есть, клеянка может вращать вал и поддерживать температуру клея или проводить процедуру очистки, а станок в это время уже работает с другой ванной.

Поскольку клей в ванне остается теплым, то при возвращении на исходные позиции его не придется разогревать с нуля, время запуска при перестановке ванны уменьшается с получаса до 5 минут. К слову, в этих системах можно хранить даже ванночки с полиуретаном — герметичный бокс откачивают до форвакуума, то есть удаляют влагу, которая могла бы отвердить PUR.



Силиконовая вставка в клеевую ванну Felder, уменьшающая минимальный объем используемого клея

Сюда же, к дополнительному оборудованию отнесем довольно бесхитростное, но эффективное техническое решение от Felder. Как уже упоминалось, нижняя клеевая ванна, которыми на данный момент оснащаются все станки производителя, для нормальной работы шнека требует заполнения минимум на треть. Felder предлагает силиконовый вкладыш для клеевой ванны, который уменьшает ее объем примерно на 75%. Другими словами, снижается объем остатков клея, который придется выбрасывать.

Неочевидно, но качество клеенанесения зависит и от вытяжной системы. Специалисты Altendorf замечают, что неправильно подобранная система аспирации плохо удаляет пыль от фуговального агрегата, которая может попадать в клей-расплав, увеличивая его наполнение и образовывая нагар.

Стоит дополнительно отметить, что аспирация для кромочников — это серьезный вопрос, который мебельщики склонны недооценивать. Срезанная кромка превращается в пластиковую стружку или опилки, здорово наэлектризовывается и прилипает к чему ни попадя. И далеко не каждая вытяжная система может обеспечить нужное разряжение и протащить эти кусочки пластика по всем воздуховодам до фильтра.

Настройка станка

Настройка станка на работу с клеем сводится к выставлению температурного режима и количества клея на вальце при определенной скорости подачи. Эти параметры настраивают вместе. Например, заведомо низкая рабочая температура делает клей слишком вязким, и он не успевает обновиться на клеевом вальце, соответственно, при определенной скорости подачи возникают «непроклеи», нарушения целостности клеевого шва. А высокая рабочая температура просто «пережигает» химические связи в клее, если он не расходуется.

Михаил Козырев: *«Если клей нагрели до рабочей температуры, но не используют, то он будет терять свои свойства. Когда новые порции клея не расплавляются, старый клей начинает «гореть» в ванночке.*

Бывает и наоборот. В спецификации указана рабочая температура 190–220°С, а операторы ставят 165°С и жалуются на очень высокий расход клея. Естественно, вы же работаете при температуре на 25 градусов ниже рекомендуе-

Кромкооблицовочные станки Hebrock. Фото предоставлено Altendorf Competence Center

мой, и поэтому вязкость клея на 20–30 тысяч мкПа больше, чем надо. Совершенно справедливо, что у вас получается толстый клевый шов и увеличивается расход. Если просто увеличить температуру, то клей приобретет нужную рабочую вязкость, а расход уменьшится.

Что касается настройки клеенаносящего ролика, то он должен лишь слегка касаться детали, но не давить на нее. Он подпружинен, и если будет торчать на миллиметр, то деталь будет его отталкивать и примерно через 5 сантиметров после начала детали у вас будет пропуск клея на пару сантиметров. А если клеенаносящий ролик не достает до детали, а вы наносите ненаполненный клей тонким слоем, то клея на детали просто не будет. Повторюсь, должно быть только легкое касание».

Проблемы и решения

Какие действия операторов кромкооблицовочных станков снижают качество наклеивания кромки? С какими проблемами эксперты чаще всего сталкиваются и что предлагают для того, чтобы их решить?

Дмитрий Лещенко: *«Часто проблемы связаны с условиями окружающей среды, в которых работает оборудование. Рабочая температура цеха должна находиться в пределах 15–25°С, при этих условиях клей и кромка ведут себя предсказуемо. Но нашим широтам свойственна продолжительная зима с низкими температурами, и при открывании и закрывании ворот цеха температура в нем снижается. Сквозняки, особенно в зоне нанесения клея и прижима кромки, также отрицательно сказываются на качестве склеивания. Если склеивание происходит при температуре ниже 11°С, то возможно выпадение росы или паровой удар, и в этом случае склеивания вообще не произойдет. Мы обращаем внимание наших клиентов на то, что плиты и кромки перед обработкой должны отлежаться в цеху, чтобы принять температуру окружающей среды».*

Михаил Козырев: *«Чаще всего операторы не снижают рабочую температуру, когда уходят, допустим, на обед. Реальный случай, когда с утра поставили ненаполненный клей на 200°С, а работать начали только в три часа дня. И еще спрашивают, почему клей дымит.*

Кромкооблицовочный станок Format4 tempora. Фото предоставлено компанией FELDER GROUP RUSSIA

EVA — это, условно говоря, синтетическая смола, производная нефтехимии. Клей должен расплавиться, приклеиться и остыть. В этом случае его свойства не меняются. А если долго держать рабочую температуру, допустим, 200°С, но по полдня не подходить к станку, то будут разрушаться химические связи, клей будет перегорать и менять цвет, а его клеящие свойства будут снижаться. Более того, на клеенаносящем оборудовании образуется нагар, который затрудняет проход к клеенаносящему ролику.

С PUR ситуация другая. Непрерывное воздействие высоких температур в течение длительного времени может активировать нежелательную аллофанатную реакцию. Клей начинает реагировать не только с влагой воздуха, но и сам с собой, начинает перегорать и набирать вязкость. Поэтому, повторюсь, при длительных перерывах надо снижать температуру в клеевой ванне на 30–40°С».

Другими словами, кромкооблицовочный станок должен находиться поочередно в двух режимах: «работа» и «перекур». В первом случае температура держится высокой, но клей постоянно расходуется и обновляется. Во втором случае температура снижается градусов на 40, но клей остается достаточно разогретым, чтобы быстро перейти в рабочий режим. Причем, необязательно делать это вручную, производители уже позаботились о клиентах.

Кромкооблицовочные станки Hebrock. Фотография предоставлена Altendorf Competence Center

Андрей Евшинцев: *«Чтобы клей не подгорал в перерывах, станок Hebrock автоматически переходит в ждущий режим и поддерживает необходимую температуру, чтобы оперативно войти в рабочий процесс».*

Но даже автоматы нужно контролировать: например, определять фактическую температуру в ванночке и на клеевом валу. Для этого эксперты советуют использовать либо контактный термометр, либо пирометр. Разница между выставленным на пульте управления и фактическим значением может достигать 50°С.

Отдельная боль для экспертов — это регламентное обслуживание.

Алексей Климкин: *«Проблема всегда одна — это своевременная очистка и обслуживание. Как бы просто это не звучало, но это именно то, чего не делают большинство операторов какого бы то ни было оборудования по всему миру. 90% проблем со станками могли быть решены даже не обслуживанием, а своевременной очисткой станка.*

То есть совет простой — если есть регламентное время очистки узла или агрегата станка, нужно следовать этим регламентам. К сожалению, это невозможно отследить средствами станка, датчиками, это та вещь, что полностью ложится на плечи оператора».

Однако, даже в момент чистки нужно быть бдительным, поскольку все внутренние поверхности клевой ванны, как и сам клеенаносящий ролик покрываются специальными антипригарными составами, как сковородки. И так же, как сковородки, их нельзя чистить, допустим, металлической щеткой. При механической очистке клеевого агрегата, например, после слива очистителя, лучше использовать деревянные палочки или обрезки MDF, иначе жесткий предмет сцарапает защитный слой, и клей в этом месте начнет пригорать.

Леонид Панферов: *«Какие ошибки могут повлиять на качество приклейки? Мы рекомендуем смотреть не только на клей, но и на инструмент. Элементарно, бывает, что нужно заменить прифуговочные фрезы, поставить хороший алмазный инструмент с увеличенными аксиальными углами. Тогда у деталей будет ровный торец, на который клей ложится ровно, и шов получается тонким.*

Ну, и куда деться от человеческого фактора? У нас в штате есть технолог, который приезжает на производство при «запуске» клея, смотрит режимы, рекомендует скорости подачи. И вот, он выясняет, что клиент, который заказал «скоростной» клей, не может разогнать станок быстрее 9 м/мин, потому что заготовки принимает женщина в возрасте. Если увеличить скорость до 20 м, то ее просто засыплет деталями. Значит, этому клиенту нужен другой клей, который будет работать на скорости 9 м/мин».

* * *

Клеевой узел — это сердце кромкооблицовочного станка, он определяет как тип клея, так и удобство работы с ним. Клеевые агрегаты можно разделить на четыре группы: клеевые ванны с нижним расположением, с верхним расположением, картриджные клеевые системы и бесклеевые системы. У каждого варианта есть сильные стороны, мы рассматривали станки первых двух типов.

В общем случае, с PUR не может работать только станок, на котором нет регулировки температуры (поскольку полиуретан — низкотемпературный клей), и на котором нижняя несъемная ванна (ее слишком сложно очистить). А современные станки со сменными ваннами уже в базовом исполнении позволяют работать с EVA и PUR, хотя дополнительные функции существенно эту работу облегчают.

Станция плавления PUR-клея. Фото предоставлено компанией LIGA

Основной проблемой при работе с клеями специалисты называют перегрев клея при бездействии станка. Помимо того, что снижаются клеевые свойства состава и растет его вязкость, клей пригорает к стенкам ванны и снижает их теплопередачу. Кроме того, при перегреве клей меняет цвет и может изменить цвет клеевого шва.

К недосмотрам оператора можно отнести несоблюдение рабочей температуры, как недогрев, так и перегрев клея, несоблюдение технологических требований процесса кромкооблицовывания, недосмотр за инструментом и, конечно, несоблюдение сроков и условий регламентного обслуживания оборудования.

В следующий раз мы расспросим мебельщиков—производителей о том, как клеи ведут себя на практике, стоит ли менять один состав на другой и как оборудование показывает себя в работе.

Николай Фефер

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

Стул Lapala, посвященный 25-летнему юбилею, имеет текстурированное плетеное сиденье из натурального плетения, 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 Expormim. — Такие особенности, как мягкие, плавные изгибы и возможность штабелирования, гарантируют его адаптируемость к любой среде».

В 2015 году компания Expormim 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 дизайна 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 вой-локом.

«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 стокгольмский 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 осветительных 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 интуитивно 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 внимание 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.

Эволюция источников освещения

Эволюция источников освещения заключается в решении важной задачи — снизить напряжение на человеческий зрительный аппарат. Так сложилось, что человек получает до 80% информации через зрительный канал, поэтому состояние и здоровье в области зрения для человека является задачей жизненно важной.

Исторически необходимость в дополнительных источниках освещения в жилых помещениях появились для определенной важной задачи — увидеть то, что спряталось в темных углах, вдруг там спрятался саблезубый тигр? Эволюционировало жилье, из пещер человек перебрался в дома, в которых оконные проемы делались, к примеру, в северных странах небольшими, ведь необходимо было сохранять тепло в помещении, но это же значит, что освещение могло быть востребовано даже в дневное время.

Что уж говорить про ночное время, когда человеческий зрительный аппарат проигрывал всем опасным ночным хищникам. Источники освещения сравнивали шансы человека и опасного дикого мира.

Освещение — бесспорный помощник человека, и сейчас, когда светильники становятся мобильными, гибкими, экономичными и встраиваемыми в мебель, они позволяют расширить функционал и полезность в разы. Например, освещение в шкафу или в ящиках исключает падающую тень от человека, которая неминуемо бы появилась при использовании верхнего основного освещения.

Здесь будет интересным упомянуть, что, несмотря на важнейшую функциональную задачу охраны здоровья и защиты человека, освещение постепенно дошло до новой не менее важной функции — декорирования и создания эстетики. С уровнем роста благосостояния, как доказал всем великий Абрахам Маслоу своей пирамидой потребностей, человек начинает предъявлять все новые задачи и ожидания к окружающему пространству. И вот, важно уже не только видеть теневое пространство, но и создавать иллюзию, управлять вниманием, услаждать взор.

Живя в третьем десятилетии 21 века можно сказать, что эти две фундаментальные задачи освещения остались неизменными — помогать человеку лучше видеть и украшать его жизнь.

Что же изменилось? Технологии. В этом контексте вспоминаются очень меткие сюжеты Михаила Зощенко, где проведенное электрическое

освещение за счет своей мощности проявляло настолько много того, что люди до этого не замечали, что в итоге герои этих сюжетов попросту отказывались от такого яркого света.

На формирование современного рынка освещения влияют как эстетические тенденции, которые принято называть трендами, так и технологические решения. Эволюция производственных процессов и внедрение передовых технологий влияют на работоспособность объекта. Говоря про освещение в мебели, в первую очередь теперь мы говорим про диодное освещение.

Идея расположить источники освещения в мебели бесспорно гениальна, ведь она в разы повышает общую полезность изделия, при этом также становясь важным декоративным элементом. К сожалению, история не сохранила имени первого дизайнера, внедрившего это решение, но сложно сейчас найти проектировщика, кто не считал бы это решение удачным.

С точки зрения проектирования мебели с источниками освещения задачи логически просты:

1. Провести анализ сценария работы изделия и выявить основные рабочие процессы.

2. Выявить в этом сценарии взаимодействия опорные процессы, которые связаны со зрительным вниманием.

3. Проанализировать сценарий помещения в целом (наличие внешнего света, его достаточность и т. д.).

4. Предположить возможность внедрения дополнительного искусственного освещения.

5. Проанализировать конструкцию на возможность внедрения систем освещения (позиционирование светильника, прокладка проводов, опциональное расположение источника энергии и т. д.)

6. Спроектировать целостный концепт.

После определения функциональных задач, так как эволюционно они отвечают за жизнеобеспечение, и оно первостепенно (основной проектный подход в сибирских и северных регионах), определяются сценарии декоративных задач, которые проходят по такому же, описанному выше алгоритму. Идеально, когда проектные решения одновременно отвечают и функциональным, и декоративным задачам.

Стоит упомянуть, что дизайнеры мебели могут работать абстрактно или фиксировано. Абстрактное проектирование предполагает, что этот объект не имеет точно определенного заказчика и распространяется через магазины (серийное производство). В таком случае функции освещения исходят из усредненного сценария.

Фиксированное проектирование предполагает привязку к конкретному заказчику, опираясь на конкретно его задачи и помещение, где будет располагаться мебель.

В первом случае мебель будет подбираться на этапе дизайна интерьера, выбор будет осуществляться на усмотрение общих задач, и специалисту будет несколько сложнее увязать общую композицию пространства, которая должна включать как источники освещения в мебели, так и пространственные источники освещения. Поэтому предприятия, которые предполагают вариативную кастомизацию освещения в мебели будут в приоритете.

В индивидуальном проектировании даже странно упоминать, что цена проекта будет значительно больше. Но и связка работы дизайнера интерьера и дизайнера мебели будет максимально продуктивной, создавая не выделенные объекты в пространстве, а общую гармонию, где продуманность всего комплекса освещения станет симфонией домашнего уюта для заказчика.

Естественно, что определяющим в любом вопросе является итоговая цена. Из нее определяются комплектующие, сложность изготовления, качество сборки и многое другое.

К примеру, мебель высокого класса с системами освещения имеет свои секреты обслуживания для комфортной замены отработавших комплектующих. В то время, как дешевая мебель этого не предполагает в принципе.

В борьбе за экономическую выгоду за последние пять лет произошла технологическая эволюция осветительных систем в мебели, переход на диодное освещение сделал эти системы лидерами при выборе дизайнеров. Особенно они удобны в серийном производстве, где используются диодные светильники и точечного, и линейного типа. Это объясняется тем, что диоды позволяют добиться максимального эффекта при минимальных затратах.

Линейные системы освещения, и точечный, и рассеянный свет сохраняются на сегодняшний день при проектировании в равной мере, опре-

деляясь в проекте задачами, которые перед собой ставят дизайнеры. Заливающий линейный свет — рассеянный, но создающий визуальную графичность, работающий как элемент формообразования мебели, как, например, периметр серванта или витрины. А точечные светильники в противоположность создают акценты, привлекая внимание.

Здесь существует разница в подходе, в отличие от дизайна интерьера. При применении в интерьере точечные источники могут быть также с большим лучом, благодаря углу наклона, а могут быть с узким лучом, с малым эффектом рассеивания. Есть даже варианты, где поток света от светильника дает точку света исключительно под собой малой окружности, в то время как периметр мебели позволяет использовать точечные светильники с меньшим эффектом рассеивания.

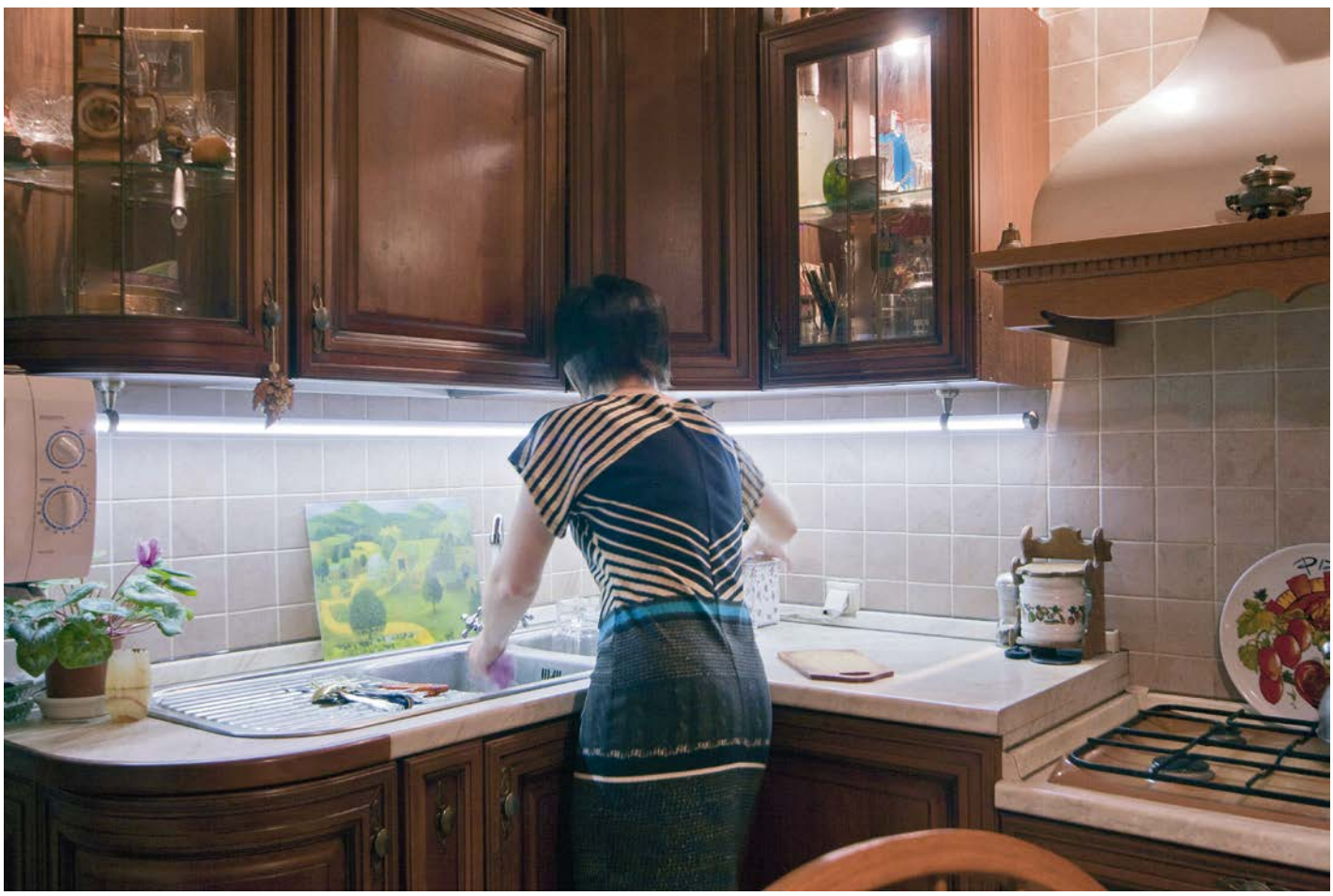
В целом, простор для фантазии дизайнеров не ограничен, а эксплуатация разных типов даже только точечных светильников даст огромное количество визуальных вариантов восприятия и тем самым сделает мебель более кастомизированной под разные задачи интерьера и настроения заказчика.

Определяющим в цене любого изделия является качество, а качество предполагает производителя. Было бы ложным мнение, что европейские производители являются более качественными, чем китайские. Прошли те времена, когда Китай ассоциировался только с товарами широкого потребления и низкого качества. Сейчас это страна, в которой не просто есть производители разных ценовых сегментов и, соответственно, качества. Сейчас это страна, в которой в основном происходит закуп диодного оборудования для всего мира. Те же европейские производители занимаются в большей степени «облицовкой» осветительных систем, закупленных в Китае. Чем быстрее среди отечественных производителей произойдет осознание того факта, что мир не просто изменился, но он изменился значительно, и то, что Китай на данный момент наиболее выгодный экономически партнер в мире для любой страны, тем быстрее мы адаптируем собственный рынок под качественное отечественное производство.

Отличие качественных светодиодов от недорогих в следующих параметрах:

1. Надежность и срок службы.

2. Срок проседания светового потока (у каждого светодиода есть заявленный световой поток



в люменах, и, спустя время от начала работы, диод начинает проседать/прогорать, снижая этот поток, после чего дает уже поток стабильный, но ниже заявленного). У дорогих светодиодов скачок этой яркости ниже, чем у дешевых.

3. Пульсация. У дорогих диодов ее в принципе нет, но она есть у недорогих диодов. Особенно это заметно при видеосъемке, так как человеческий глаз сглаживает этот параметр, что не исключает, тем не менее, его воздействие на человека (перенапряжение глаз, повышение утомляемости и т. д.).

4. Индекс цветопередачи. У дешевых систем, как можно догадаться, он значительно ниже.

Последний пункт является не только важным для производств, но и источником современных научных исследований. На данный момент в освещении существует любопытная коллизия разницы цветовосприятия, связанная с возможностями светопоглощения разными зрительными аппаратами людей. Если объяснять это просто, то разница цвета глаз имеет значение. Для определенных цветов глаз яркий свет является болезненными, и при включении основного мощного освещения человек может даже испытать кратковременный шок. В то время как обладатели другого цвета глаз чувствуют себя словно во мраке, если рядом нет мощного источника света, и им не подходят «абажурные» решения рассеянного света. Дизайнеры интерьера решают такие задачи через расположение в помещении различных типов источников света, где каждый человек может подобрать подходящий для себя тип источника света.

Но область мебели в данное время не имеет четкого решения, кастомизированного под индивидуальность светопоглощения разных зрительных аппаратов. Такими исследованиями сейчас занимаются, в том числе и на кафедре Промышленного дизайна НГУАДИ им. А.Д. Крячкова. Кафедра открыта к совместным исследованиям в этой области с производителями.

В целом, сегодня грамотное освещение может помочь расширить пространство, сфокусировать внимание человека, украсить освещенный объект и создать условия для комфортной жизни и здоровья зрительного аппарата человека. Все зависит от поставленных целей и задач, которые стоят перед дизайнером интерьера, дизайнером мебели и дизайнером осветительных приборов.

Марика Таубе, промышленный и предметный дизайнер, доцент кафедры Промышленного дизайна НГУАДИ, кандидат технических наук, член Союза дизайнеров России (автор)

Алексей Долин, архитектор, предметный дизайнер, дизайнер интерьера (консультант)

ХУДОЖНИК ПО ДЕРЕВУ

Как говорили классики, статистика знает все. Единственное, чего она не знает — сколько в СССР стульев. Времена изменились, и статистика вышла на новые, неведомые ранее рубежи озадаченности. Например, она не в силах ответить, сколько в Питере столярных мастерских. По ОКВЭД «работы столярные и плотницкие» набирается более 200 предприятий, а разные интернет-сервисы говорят, что от 80 до 600. Я бы ориентировался на тысячу, потому что часть из этих компаний — классические артели, которые при необходимости умеют бодро делиться на части.

Сергей Аверьянов

Другими словами, народу достаточно много, и мастерским нужно чем-то отличаться друг от друга. У каждого своя стратегия, чтобы привлекать заказчиков. Кто-то берется за любую работу, от табуреток до интерьеров. Кто-то работает в узкой нише, зато пилит детские кровати сотнями. А кто-то обладает навыками, которые есть далеко не у всех. Например, умение резать по дереву или ловко оперировать краскопультом.

Столярная мастерская «Мануфактура О2» — это Олег Лебедев и Сергей Аверьянов. Как и многие похожие столярки, товарищи сталкиваются с поиском заказчиков, организацией работы и творческими вызовами. Сергей, профессиональный резчик по дереву, рассказывает о том, как их мастерская выживает в конкурентной среде, делится мнением, чем ручной инструмент лучше электрического и как изменилась жизнь резчика при повальном распространении станков с ЧПУ.

Путь мастерства

Столярные школы берутся научить резьбе по дереву за несколько недель, причем даже дистанционно. Но «учиться» и «научиться» — не одно и то же, между этими понятиями лежит море практики. Одно дело — вырезать простой контурный узор, и другое — скульптуру из дерева.

На столярном верстаке и полках выложены резцы и расставлены декоры в разной степени готовности. Тут же подсушивается свежая ложка — вырезанный между делом сувенир. Очевидно, что практики Сергею хватает. Еще в 2008 году он закончил питерский Реставрационно-художественный лицей, уверенно разменял второй десяток лет в профессии и набрался опыта как в резьбе, так и в столярном искусстве.

На кого ты учился? Что из полученных знаний пригодилось?

Я учился на реставратора произведений из дерева. Столяр — вторая специальность, без нее в этом деле никак. В работе пригодилось все, чему учили. Очень полезно знать твердости, выдержки, коэффициенты и прочее. Да даже то, как разворачивать делянки для мебельного щита, чтобы его минимально коробило.

В теории тебя знакомят со всеми инструментами и технологиями. Чем, например, наносить клей? Вот тут, скажут, лучше валиком, а там — шпателем. Или как выбрать пропорции шипа для шипового соединения? Можно вырезать на глазок, а можно держать в уме несложную табличку. Тогда и шип получится не слишком тонкий, и у проушины стенки нормальные.

На практике, конечно, пришлось решать задачи, которым не учили. Например, подбирать инструмент. Можно взять ручной японский фетиш и крутые заточные камушки. А можно за эти же деньги подобрать комплект того же качества, но раза в четыре функциональнее. Это важно, без этого ты не останешься в профессии как специалист.

После окончания учебы нужно продолжать учиться самостоятельно. Я, например, читаю книги по

теории искусств. Это помогает в работе, развивает насмотренность. Создавая что-то новое, отталкиваешься от классического, доброго, вечного.

Научиться резать сложнее, чем научиться столярить?

Знаешь, по-разному. Резчиком проще стать человеку, который хорошо владеет мелкой моторикой и обладает даром рисования. Если говорить исключительно про резьбу, то столярка практически не нужна — просто заказал заготовку и вырезаешь декор.

Для работы резчику нужно много места?

Дома у меня стоит верстак 100 х 60 см, и я на нем не один десяток заказов вырезал. Если знаешь, где построгать и выпилить лобзиком заготовку, то нет проблем. Приезжаешь домой с этой штукой в рюкзаке и приступаешь к работе. Для резьбы надо, условно, два квадратных метра. А если миниатюры резать, то еще меньше.

Ручному инструменту в принципе много площади и не надо. Чтобы создать стул очень ручным способом хватит 18-20 «квадратов». Ручной рубанок, столярный верстачок, струбцины и так далее. На YouTube полно роликов, где азиаты делают потрясающие вещи одной заточенной отверткой, просто сидя на камне.

Но это не путь профессионала?

Да. Может быть это, своего рода, путь мастерства, но точно не коммерческого специалиста. Сейчас исключительно ручная обработка имеет значение, скорее, историческое, чем коммерческое. Что резьба, что ручная столярка — на них сложно заработать.

Человек, который работает ручным инструментом, отличается от пользователя электроинструмента?

На мой взгляд, любовь к ручному инструменту, рубанкам и всему остальному происходит из двух источников. Либо человек любит, умеет, практикует, и у него так получается лучше. Либо человеку тупо не хватает на что-то серьезное. Тогда он начинает скандировать про экологичное, душевное, хэнд-мейд, вот такие лозунги.

Что касается отличий... Я не любитель говорить, что какой-то уникальный. Нет никакой магии, есть определенный набор навыков. Как специалист, реставратор и резчик, я владею ручным инструментом гораздо лучше, чем столяр «в среднем по больнице». Да, сейчас легко найти столярные станки или станки с ЧПУ, и у них есть свои плюсы. Но ручной инструмент дает возможность сделать сложный предмет довольно просто.

Когда подрезаешь шип вручную, то сделать угол в 83 градуса и еще подогнать в двух плоскостях — это, к примеру, плюс полчаса работы. Можно сделать этот шип на ЧПУ или торцовке? Ну, наверное, да, но это будет целая эпопея, чтобы он встал на место. А такое часто бывает нужно на сложных и дорогих предметах, потому что они, как правило, все «слегка необычные». Эксклюзивная мебель — она почему дорогая? Потому что уникальная.

Резчик — творческая профессия?

В резьбе вообще можно выделить два крайних направления: потоковое производство и авторские работы. Первое — это фрезеровка с ЧПУ: массовый продукт, доступно, дешево, стандартно. Второе — люди, которые, так сказать, умеют и могут в мастерство. К этим свободным художникам по дереву заказчики приходят за уникальным предметом, который делают именно под них и которого больше ни у кого не будет.

Я нахожусь где-то между. Половину времени занят столяркой, половину — резьбой. Я, в общем, не против назвать себя художником, но для меня это не совсем творческий процесс. Резьбу я получил как готовое ремесло, и для меня это вензеля, меандры, акантовые листы и прочие элементы. Творчество для меня заключается в том, что я могу сделать работу хорошо, а могу не очень. Но стараюсь делать хорошо, так что пространства для творчества у меня не особо много.

Можно сказать, что я ремесленник — не художник в чистом виде, а человек, владеющий профессией.

Как живется ремесленнику? Как заказы ищешь?

Цены не сильно радуют, особенно с появлением фрезеров с ЧПУ. Обывателю сложно понять, в чем разница между двумя деталями, одну из которых вырезал станок, а другую — резчик, особенно если хочется просто красивую картинку, а не что-то уникальное.

С заказами происходит примерно так. Пока есть текущая работа, не суечусь. А когда чувствую, что с завтрашним днем что-то непонятное, начинаю звонить людям, с которыми до этого работал. Где-то через две недели этот маховик раскручивается, и начинают поступать предложения. Из них половина — это что-то совсем не моё, по части оставшихся мы не сходимся по цене, но какую-то часть делаю, в основном ту, которую умею и за которую способен отвечать. Вот такая жизнь у ремесленника.

А еще мне палки в колеса вставляют всякие бракоделы, которые говорят, что умеют резать, что возьмутся за любой проект и все такое: «Резная работа любой сложности». А по факту у него из инструментов три ножа, он не знает технологий и поэтому выдумывает всякие аляповатые решения.

А у тебя сколько инструментов?

Около ста пятидесяти. Но дело не в этом. Тут не надо иметь семи пядей во лбу, деревообработка — древняя история. Все уже давно придумано. И в резьбе по дереву меня раздражает, когда человек хочет какое-то барокко, но не умеет его делать. Он увидел что-то на фотографии и изобразил, как смог. В результате и предмет художественной ценности не представляет, и материал испорчен. И еще — доверчивый заказчик денег заплатит ни за что.

Как ты с этим справляешься?

Тут только дзен-буддизм. Делай как можешь, и будь что будет. А тем, кто не знает сопромат и не умеет работать со стилевой резьбой, это еще аукнется.

Что тебя привлекает в профессии?

В ремесле интересно заниматься высококвалифицированным, фетишным трудом, который оправдывает все остальное. Например, японской ножовкой пилить хитровыдуманный шип. Или делать реплику какого-нибудь немецкого антикварного образца. Это очень интересные ремесленные задачи. Но их мало, они прилетают раз в полгода, тут большая доля везения.

Можешь назвать самый необычный заказ?

Самый необычный? Мне больше всего понравилось делать реплики французского мастера Эктора Гимара. Нужно было повторить четыре кресла из ореха, настоящие предметы мебельного искусства. Пожалуй, это было самое интересное, что я делал.

Интересно повторять реплики лучших мировых образцов мебели. Я не имею в виду Италию. Она, конечно, разная, но все, что в салонах и что приходится копировать… Ну-у-у, можно лучше.

Возьмите каталоги с теми же французами. Гимар, Majorelle. Если барокко, то возьмите не что-то среднее, с листиками и цветочками, а немецкое церковное

барокко. Просто посмотрите лучшие образцы, откуда оно начиналось. А потом скажете, что нужно заказывать не вот это вот кривое, а какой-нибудь предмет, стоящий в европейском музее.

Мы зачастую так и работаем, нашел фото в интернете и повторил. Шаблонов с картинки не снять, получается вольная копия. Ну, а чего? Выдумывать ничего не надо, умный человек с хорошим образованием уже все тебе нарисовал, осталось только повторить. Это то, чего я не стесняюсь делать, считаю хорошим тоном.

Резчик [не] против ЧПУ

С появлением станков с ЧПУ резной декор превратился в массовый продукт. Крупные предприятия производят его с такой скоростью, что отгружают по несколько десятков заказов в день. И это не те простенькие цветочки, которые любой желающий «поднимет» в программе ArtCam. Производство состоит из нескольких этапов. Сначала декор лепят из пластилина, потом оцифровывают 3D-сканером и только после этого создают программы для станков с ЧПУ. Деревянные заготовки клеят в столярном цехе и отправляют в цех механообработки, где за них принимается станок. Потом изделия попадают в руки мастера, который снимает с декора ворс и дорезает его вручную, так как фреза оставляет в углах определенный радиус.

С учетом этого я думал, что резчик по дереву превращается в крайне экзотическую профессию, вроде бондаря или шорника. Фрезер с ЧПУ явно производительнее, он не срывает сроки и делает то, что от него ждут. Но оказывается, что опытный мастер может потягаться со станком.

Как ты относишься к фрезерным станкам с ЧПУ и тому, что на них делают?

Декор после фрезера с ЧПУ требует дорезки. Если она прописана в технологической карте, есть мастер-дорезчик, то к ЧПУ можно относиться как к

заготовке, первому этапу обработки. В резьбе он может сделать 90% работы. Я могу доделать остальные десять, ради которых все и затевалось. Для меня это способ повысить результативность.

По сравнению со станком с ЧПУ, что у тебя получается лучше, быстрее или выгоднее?

Если сравнивать с крупным предприятием, то, вероятно, у меня будет дешевле. Потому что им один предмет запустить в производство накладно, они делают от какой-то минимальной партии.

Еще у больших производителей свои стили, своя орнаментика. Я бы сказал, что она ориентируется на массового потребителя. И какую-нибудь реплику европейского мебельного искусства, где много нелогичных, но придающих живинку ходов, они не сделают. Просто потому, что та не будет востребована. А я вырежу.

Что касается обычных мастерских, где стоят 3D-фрезеры, то они редко могут сделать что-то сложное. Не бывает, что ты на компьютере отрисовал резьбу, которая хорошо смотрится и достаточно проработана. Если декор сначала лепят из пластилина, детализация выше.

Плюс я могу «по ходу пьесы» подстроиться под требования заказчика, это частенько бывает. Сначала рисуешь проект, человек смотрит и говорит, например, что надо цветочков добавить. Потом начинаешь резать. Заказчик: «Ножку хочу потоньше». И ты такой - фьють, вот, ножка потоньше. Потолще, да, сделать сложнее. Есть такая техника, когда по месту вклеиваешь заготовку и вырезаешь. Можно получить скульптурную композицию, которая выглядит вырезанной из целого бревна. Вообще, много секретов мастерства, которые обывателю кажутся магией, а для профессионала это «знаем, умеем, работаем».

Обычно, ты сначала делаешь предмет, а потом к нему резной декор приклеиваешь, или как?

Зависит от задачи. Резьба бывает накладная, бывает из заготовок, из которых составлена вещь. От этого зависит, режешь деталь на верстаке и потом монтируешь, или целиком склеиваешь. В случае, например, резного стола, актуально ножки вырезать отдельно, а прямые участки царги отдельно. Потом их склеить. Останется небольшая ручная подгонка, или какой-нибудь накладной элемент сверху, чтобы стыка не было видно.

Практикуешь резьбу изделия целиком?

Да, когда это единственная резная деталь. Например, навершие для зеркала. Склеиваю весь каркас и вырезаю на нем сверху декор. Недавно резал из цельного бревна заходные столбы в баню. Сначала вылепил из пластилина макеты, чтобы форму понять, а на деле это трехметровые столбы.

А чем, не стамеской же?

Сначала обошел электрической пилой, потом обдирочным диском на болгарке, потом шарошками на пневмобормашине, и потом уже да, стамеской с кьянкой.

Из какого дерева обычно режешь?

Под непрозрачную отделку из липы, под прозрачную — дуб, орех.

Работать с дубом и орехом сложнее? Липа же мягче?

Да, но это не так ощущается, как ты думаешь. Там разные техники. Липу ты режешь ручками, кистевыми движениями. Дуб надо сначала поколотить с кьяночкой, а потом делать мелкую доводку.

Как ты определяешь цену работы?

Я знаю условную скорость своей ручной резьбы и когда понимаю напряженность орнамента, то могу назвать ценник за квадратный дециметр. Можно сориентироваться, сколько буду работать, если режу, грубо говоря, 2-3 дециметра в день. Даже на редком предмете, вроде барочного шкафа, больше ста дециметров не бывает.

А если больше?

Это уже какие-то огромные государственные реставрации, где дворцы с потолками по шесть метров. Как, например, царскосельские павильоны, которые разбомбили во время войны. А там резьбы были просто квадратные километры. И пока их восстанавливали при Советском Союзе, с неплохим госфинансированием, успело вырасти три с половиной поколения резчиков. У нас в общем-то школа резьбы оттуда и идет.

Тогда среднестатистическому реставратору нужно было по нормам вырезать десять квадратных дециметров в месяц. Но сделать это хорошо. И когда человеку надо не торопясь вырезать десять дециметров в месяц, и при этом у него неплохая зарплата, то он уже думает про всякие посторонние вещи: как бы ему получше вырезать, как бы стамески поточить, как лист завернуть похудожественней.

Мне за прошлый месяц нужно было вырезать что-то в районе 50 дециметров плюс еще столярные работы. Понятно, что качество проработки ниже. Мне это кажется уже пределом ручного мастерства, дальше только ЧПУ.

Тут дело обстоит так. Пока работаешь ручным инструментом, деталь получается медленно, зато ты успеваешь над ней подумать, творчески пострадать и порефлексировать. А когда у тебя, например, бензопила, и тебе надо «бахнуть» медведя, ты превращаешься в живого робота и мало думаешь по поводу того, что делаешь. Грубо говоря, работает только память тела.

Сколько времени уходит на заказ?

Ну, вот пример. Стол с кабриольками, с выдвижными ящиками, с открывающимся зеркальцем. Реплика итальянского. И две прикроватные тумбочки с двумя ящиками. Я на них потратил два месяца. Считаю, что это позволило и мне подойти к вопросу вдумчиво, и заказчику получить вещь в нормальный срок. Конечно все хотят быстрее. Но поспешишь — людей насмешишь.

Столярная мастерская: конкуренты, дизайнеры, заказчики

Столярные мастерские, как и многие производства, тяготеют к промзонам. Это понятно: высокие потол-

ки, центральное отопление, много помещений. Одно из таких характерных питерских мест — бывший пивоваренный завод имени Степана Разина. Эта площадка может похвастаться двухвековой историей, толстенными кирпичными стенами и лофтовыми интерьерами. В одном из его помещений и располагается «Мануфактура О2».

С точки зрения организации — это классическая артель, где два мастера сотрудничают на взаимовыгодной основе, сообща платят аренду и делят выручку. На 80 квадратных метрах располагается станочный парк, рабочие верстаки, покрасочная комната и зона отдыха, она же столовая. Таких мастерских немало, но «Мануфактура О2» в текущем составе работает уже седьмой год, и товарищи неплохо понимают, что происходит на столярном рынке, и какое место они на нем занимают.

Порог входа в деревообработку относительно невысокий. Вы как мастерская сталкиваетесь с недобросовестной конкуренцией, с демпингом?

Мы не боремся за показатели. Называем цены, которые нас устраивают, и работаем с теми, кого это устраивает. Если кто-то говорит, что в другом месте сделают в три раза дешевле, туда их и отправляем. Это единственное правильное, что можно сделать. Да, надо иметь некоторую выдержку: когда денег нет, а ты все равно отказываешься от работы. Хотя, если ты не возьмешься за эту работу, может прийти уже то, что тебе надо, — выдержка и дзен-буддизм.

Ваша аудитория отличается от заказчиков других маленьких столярок?

Аудитория зависит больше от того, где ты рекламируешься. Пока работал Instagram (запрещён на территории Российской Федерации), была одна аудитория. Пришлось осваивать «Авито» и «ВКонтакте» — там другие люди. На «Авито» в десять раз больше людей, которые хотят быстро, качественно и дешево. Каждый день сто звонков, но почти все мимо. Не меняются те заказы, которые через «сарафан» приходят.

Что значит «звонки мимо»?

Когда не удается договориться по цене или по технологии. Серьезно, люди хотят, чтобы им сделали неправильно. Пытаешься объяснить, а тебе: «Нет, хочу так». Тогда приходится отказывать.

Вот, недавно человек захотел сделать себе подоконник из цельного куска дерева. Ну, нравятся ему слэбы. У него открытая батарея под обычным уличным окном. То есть, снизу тепло, сверху холод. Я говорю, сделаю тебе подоконник, залью эпоксидкой, но его потом поведет, и он лопнет с вероятностью 100%. У тебя будет кривой подоконник, который еще штукатурку поломает. Нет, говорит, не хочу кривой. Объясняю, что можно вместо этого взять мебельный щит, наклеить на него красивый шпон и кусок «живого края». «Как-то это сложно. Хочу из слэба», и пошел искать, где ему сделают.

Кто ваш типовой заказчик?

Что называется «выше среднего». Например, из управленческого уровня. И те, кто при этом хочет сэкономить. Например, точную копию итальянского стола, который в Италии стоит тысяч 400, мы сделаем раза в два дешевле. С учетом того, что сейчас черт знает что с логистикой…

К вам приходят посредники, дизайнеры или напрямую заказчики?

И те, и другие. Обычно дизайнер приходит с дизайн-проектом. Почему-то сложилось, что без чертежей. Он дает внешние размеры, сделай так, не знаю как, но красиво. Можно сказать, что это эскиз, но на нем ясно видно, что за предметы там будут. И ты уже думаешь, как это воплотить в материале.

А заказчик может прийти вообще с идеей. Мол, хочу брату на юбилей классный стул подарить. И ты начинаешь выяснять: какой стул нужен, что нравится, смотреть фото и уточнять, что означает «брутально как здесь, но ажурно как там»?

То есть, техническую часть проекта вы чаще берете на себя?

Да, полный цикл. Часто бывает, что сначала получаем фотографию и аванс на проектировку. После утверждения проектной части аванс на изготовление. И погнали. Потом встретимся с заказчиком, пожмем друг другу руки, передадим предмет и всё.

Задача дизайнера сводится к тому, чтобы сделать эскиз?

Скользкий вопрос. Если продолжать ремесленную тему, то дизайн в нашей стране понимают не так, как в Европе. В Европе дизайнер — это человек, который решил эстетические вопросы, создал технологическую карту и организовал финансы. А к тебе обращается как к мастеру, как к специалисту по производству.

У нас в стране дизайнер зачастую тупо прослойка между заказчиком и мастером. В клиническом случае он не умеет ни рисовать, ни складывать в уме, зато умеет хорошо говорить. И берет деньги за то, что у него есть связь с заказчиком, а у тебя, как у ремесленника, погруженного в производство, ее нет чисто физически. Потому что нет времени где-то походить, поторговать лицом. А у дизайнера есть.

Благодаря Олегу, его организаторским талантам, мы имеем хотя бы техническую возможность сказать: «Хм, по этой цене мы не работаем». А у многих такой возможности нет, и они погружаются в то, что называется «заказы с Авито» или «заказы из Ада». Это когда нужно что-нибудь изобразить, но без денег. Дизайнеры в своей массе рассуждают в рамках этой схемы. От заказчика они отличаются тем, что их не волнует результат работы. Они не умеют ее делать, не предоставляют готовой документации.

Нет, бывают и хорошие дизайнеры. Я знаю людей, которые умеют создавать идеи. У нас их хорошо учат в Мухино, в котором выпускали специалистов по ковке, по деревообработке и по стеклу… Короче, есть классные дизайнеры, которые делают проекты, которые ты, как ремесленник, прям хочешь делать. Они интересные, грамотно спроектированные. Но толковых специалистов мало.

Вот, к слову, недавняя история, хороший пример, когда кто-то где-то накосячил. В одном питерском баре, весьма недешевом, сделали стеллаж для вина. Положили бутылки, и он не выдержал веса. Оп, и в один момент минус 4 млн рублей просто потому, что кто-то не подумал над дюбелями. Кто виноват в этом случае? Исполнитель, которому, скорее всего, дали чертеж и сказали «делай»? Дизайнер, который не посмотрел на стены? Или бармен, который задел эту стойку?

Твои прогнозы на будущее?

Трудно строить далеко идущие планы в нынешних условиях. С февраля стало труднее по всем пунктам: рекламироваться стало сложнее, у людей стало меньше денег, материал стал дороже. Фатально ли это? Жизнь покажет. Может, народ совсем в плане заказов притихнет. А может, людям захочется не только утилитарных вещей, а еще какой-то красоты. В девяностых, когда была большая «новая русская» прослойка, ремесленнику было хорошо.

Подводя итоги, можно сказать, что ручная работа в столярке по-прежнему играет важную роль. Особенно в небольшой мастерской, где нет потокового производства, и все изделия индивидуальные.

Многое проще и быстрее сделать стамеской, чем с помощью станка.

Станок с ЧПУ хотя и потеснил специалистов с ручным инструментом, но заменить не смог. Стандартный 3D-фрезер способен вырезать рельеф с небольшой вариацией по высоте. Ему не хватает возможности подобраться к детали сбоку. Конкуренцию умелому резчику может составить 5-осевой обрабатывающий центр. Но, во-первых, станок лучше себя показывает в потоковом производстве, нежели индивидуальном. А во-вторых, за станком все равно нужно дорабатывать узор вручную.

Резьба — это узкая ремесленная ниша, как и ручная столярка. Но есть и будут задачи, где специалисту-резчику нет альтернативы. Мастерские, работающие по индивидуальным заказам, — это идеальная среда для опытного резчика, который решает сложные творческие задачи.

На этом уровне есть организационные проблемы: мастерам не хватает хороших дизайнеров, которые могли бы разработать интересные проекты, а дизайнеры не могут найти хороших мастеров, которым были бы по зубам сложные задачи. Маленькие столярные мастерские сталкиваются с дилетантами, которые заинтересованы не в самореализации, а в комиссии. И поэтому склонны сваливать работу целиком на производителя.

Заказчики «Мануфактуры О2», в основном, из «среднего+» и премиального сегментов. Они приходят из разных рекламных каналов, но значительная часть хороших проектов появляется по наработанному годами «сарафану». Резьба по дереву, конечно, расширяет возможности мастерской, но ее главное конкурентное преимущество — квалификация, которая выражается в скорости работы, качестве проработки проектов и арсенале технических решений.

Небольшие столярки — это, зачастую, про творчество и самореализацию, пусть и в ущерб деньгам. Они находят в себе силы отказывать клиентам со странными техзаданиями, потому что нервы дороже. Возможно, это эволюционный механизм, отсеивающие тех мастеров, которые не могут сказать «нет», выполняют дикие заказы за смешную цену и быстро «выгорают».

Иван Романов

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.
HOMETEXTILE & 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.
FMAC 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 ГОД

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 Тьуар
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

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 отраслевую 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 визитки формируется уникальный QR-код, достаточно его отсканировать фи 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», «ВВР», 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 по-

ставили здоровенный тент, под крышей которого разместилось 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 Boas (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 Laminam 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 зависают 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 архитек-

торов, 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 частников зажимают с двух сторон: с одной, «Леруа» и прочий DIY давят стандартными, но дешевыми комплектами, а с другой, индустриальные 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 чьё-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.

Андрей Ковалёв

«Владимир 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 атомизованной 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!»*

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 принята, 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.

Если бы я начинал производство какой-то мебели, я бы начинал с того, как я себя с ней

Артемий Лебедев

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

Отзывы участников

Иван Борисов,
руководитель проекта «К3-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 выставляющихся. Но мне кажется, что программа в этом году была перенасыщена. По сути, было три локации, на которых непрерывно шли выступления. И понятно, что всем хотелось куда—то сходить, еще кого -то послушать. На мой взгляд, если бы выступления сократить до полу-

часа, 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 региональный 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 выставлялись, 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 Conero 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 «Психология 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 отличии от прошлого года в одном из залов не ограничились лишь выступлени-

ем спикеров, а проходили 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 несколько 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

ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ДЕРЕВООБРАБОТКИ

ЛАКОКРАСОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, КЛЕИ, ГЕРМЕТИКИ И ДЕРЕВОЗАЩИТА

ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ ДРЕВЕСНЫХ ОТХОДОВ

СОПУТСТВУЮЩЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ, КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И УСЛУГИ

НОВЫЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

МЕБЕЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И ФУРНИТУРА

ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА

WOODEX

2023

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

ПОЛУЧИТЕ БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ ПО ПРОМОКОДУ

MAGAZINE

НА САЙТЕ

WOODEXPO.RU

0+

ITE ОРГАНИЗАТОР ORGANISER

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАНИЯ

Бесплатная специализированная доставка по мебельным фирмам в городах: Краснодар, Ростов-на-Дону, Ставрополь, Волгоград, Сочи.

Распространение на фирменных стойках в 60 компаниях Краснодара, Ростова-на-Дону, Ставрополя, **Армавира, Пятигорска**.

Редакционная подписка.
Активное участие в выставках.

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы

1-я полоса (лицевая обложка) — **95 000** руб.
2-я полоса (2-ая сторона обложки) — **42 000** руб.
3-я полоса (обложка) — **34 000** руб.
4-я полоса (обложка) — **46 000** руб.
вкладка — **34 000** руб. 1/2 — **15 500** руб.
1/4 — **10 500** руб.
эксклюзивный блок перед содержанием
1 полоса — **36 000** руб.

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2023 г.

Статья — 1 полоса — **30 000** руб.
Статья — 2 полосы (разворот) — **56 000** руб.
Статья в рассылку — 1 выпуск **6 000** руб.

Фиксированное место — **+10%**
Баннер в рассылку 1 выпуск — **15 000** руб.

По всем вопросам обращайтесь к менеджерам или в редакцию: тел. +7 (861) 243-1234,
e-mail: mebel@x1.ru, тел. редактора: +7 988-243-1234 (мобильный), e-mail: sveta@x1.ru.

ТРЕБОВАНИЯ к размещению материалов и размеры рекламных модулей

Макеты подаются в файлах CorelDraw 17.0 (9.0-13.0 — допускаются), Adobe Illustrator 5.0-17.0, *.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.

Обложка 1 и 4 — 223*303 верт.

1/1 — 213*303 верт.
1/2 — 213*150 гориз.
1/2 — 303*108 верт.
1/4 — 108*150 верт.

включено поле под обрез

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 5300–5700 знаков без пробелов (2–12 абзацев); 5900–6400 (2–12 абзацев) знаков с пробелами.

ЗАЯВКА ДЛЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК ЮГА»

НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АДРЕС ДЛЯ КУРЬЕРСКОЙ ДОСТАВКИ

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕЛЕФОН

ФАКС

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

ПЕРИОД ПОДПИСКИ

Заполненный бланк необходимо выслать по e-mail: mebel@x1.ru
Стоимость одного экземпляра журнала 120 руб. (без НДС)

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК ЮГА» БЕСПЛАТНО

г. Краснодар (код города 861)		
ICA	Вишняковой, д. 3,	
АМК-Троя	Вишняковой, д. 3	211-2-444
Аристо-Краснодар	хутор Ленина, МТФ-1, отделение 4	234-74-18
Багет Сервис	Тополиная, 29	257-06-86
Багет Сервис	Новороссийская, 172	
База мебельной комплектации	Тихорецкая, 22/1	263-79-00
Вудмастер	Нефтяников шоссе, 42	215-61-72
Дом Плит	Текстильная, 9/3	200-06-70
Ками-Кубань	Шоссе Нефтянников, д. 44	279143-00
Командор Краснодар	Круговая, 46/1, к. 33	279-20-36
Компания СВ	Уральская, 144 А/1	+7 (918) 441-59-86
МДМ-Краснодар	Садовая, 120/1	992-52-62
МДМ-техно	Одесская, 48	210-34-06
Мебельснаб	Ростовское шоссе. 24	212-63-16
Меко-Юг	Вишняковой, д. 7	211-20-41
Рола	Селезнева, 76	235-30-98
Славия, магазин	Тихорецкая, 6	212-59-65
Союз-М-Кубань	Уральская, 83/1	210-83-11
Карат	Круговая, 24/10	205-05-92
Таурус	Тополиная, 32	211-92-45
Фурнитекс	Коммунаров, 268	210-98-81
Южный Торговый Дом СФЗ	Бершанской, д. 351, к. 2	227-57-90
Юмаком, магазин Мебельщик	Новороссийская, 172	239-71-11
Таурус	Тополиная, 32	211-92-45
Торговый Дом ЕвроХим-1, ЗАО, филиал в г.Краснодаре	Щорса, д. 50	200-94-16
Центр Стекло	3-я Трудовая, 100	242-12-28
Фурнитекс	Коммунаров, 268	210-98-81
Юг-Комплект Мебель	Янковского, 191	255-25-50
Элфа-Юг	Садовая, д.120/1	254-05-40
Южный Торговый Дом СФЗ	Бершанской, д. 349	227-57-90
Юмаком, магазин Мебельщик	Новороссийская, 172	239-71-11
г. Ростов-на-Дону (код города 863)		
Антей	Орская, 31 в, оф. 28	223-36-49
Е.В.А. Лтд	трасса Ростов-Новошахтинск 1 км, 7/11	2-309-903
Евростиль	ул. Вити Черевичкина 64, 2 этаж	261-32-09
Интерьер	Щербакова, 100 / 26 июня, 31	290-80-81
Интерьер	Щербакова 98	218-23-35
КДМ	Днепропетровская, 50д	303-65-17
КДМ	Нансена, 85	242-48-91
Кедр	Портовая, 368	211-00-53
Купе	Щербакова, 76	8-961-283-67-69
МакМарт-Ростов-на-Дону	Курчатова, 1в	201-73-48
МДМ-Ростов-на-Дону	Стальского д.16А	333-02-43
МДМ-техно	Таганрогская, 138, к. 1	209-83-93
Мебельная фурнитура-Ростов	Орская, 31 ж	223-36-73
Мебельщик	Щербакова, 107	309-05-29
МФК-ГРАСС	Щербакова, 82	207 07 02
Платформа (Григорьева С. И.)	Черевичкина Вити, 87	296-05-22
ТБМ-Юг	г. Аксай, пр. Ленина 40	269-97-14
Кошелев, ИП	Черевичкина Вити, 106/2	283-15-63
МДМ-техно	Сиверса, 28-А, офис 32	267-30-94
Мебельная фурнитура-Ростов	Орская, 31 ж	223-36-73
Мебельщик	Щербакова, 107 / 26 июня, 29	230-43-86
МФК-ГРАСС	Щербакова, 82	207 07 02
Платформа (Григорьева С. И.)	Черевичкина Вити, 87	296-05-22
Скобяная лавка	пр-т Шолохова, 27 / 14-я линия, 82	206-16-57
ТБМ-Юг	г. Аксай, пр. Ленина 40	269-97-14
Кошелев, ИП	Черевичкина Вити, 106/2	283-15-63
ЦМК	Черевичкина Вити, 64	261-32-17
г. Пятигорск (код города 8793)		
МДМ-Пятигорск	Черкесское шоссе, 17	31-77-22
Таурус	ул. Черкесское шоссе, 2-й км, остановка Нефтебаза	8-962-012-15-33
Юмаком-Юг	Ермолова 32а	97-59-00
г. Волгоград (код города 8442)		
КДМ	Революционная, 2а	41-75-34
Кедр	Бульвар 30-летия Победы, 39а	54-62-89
МДМ-Волгоград	Шоссе Авиаторов, 10Г	+7 (937) 730-62-11
г. Армавир (код города 86137)		
ЮМАком-Армавир	Гоголя, 100	2-17-62
АМК-Троя	Ефремова, 254/1	215-51
г. Ставрополь (код города 8652)		
Русский ламинат	с. Верхнерусское, ул. Батайская, 19	(86553) 2-08-70
СБК	с. Верхнерусское, ул. Подгорная, 7б	95-38-50
Юг-Комплект Мебель	с. Верхнерусское, ул. Подгорная, 7	62-40-60
г. Волгодонск (код города 863-9)		
Полимерсервис	Романовское шоссе, 20	270-044
г. Новочеркасск (код города 863-5)		
Ламинат	ул. 26 Бакинских комиссаров, 7	2-64-65
г. Новороссийск (код города 861-7)		
БМК	пос. Цемдолина, ул. Промышленная 3	260-751

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

РЕКЛАМА

При поддержке

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России

Под патронатом

ТПП РФ

Approved Event

Expo Rating

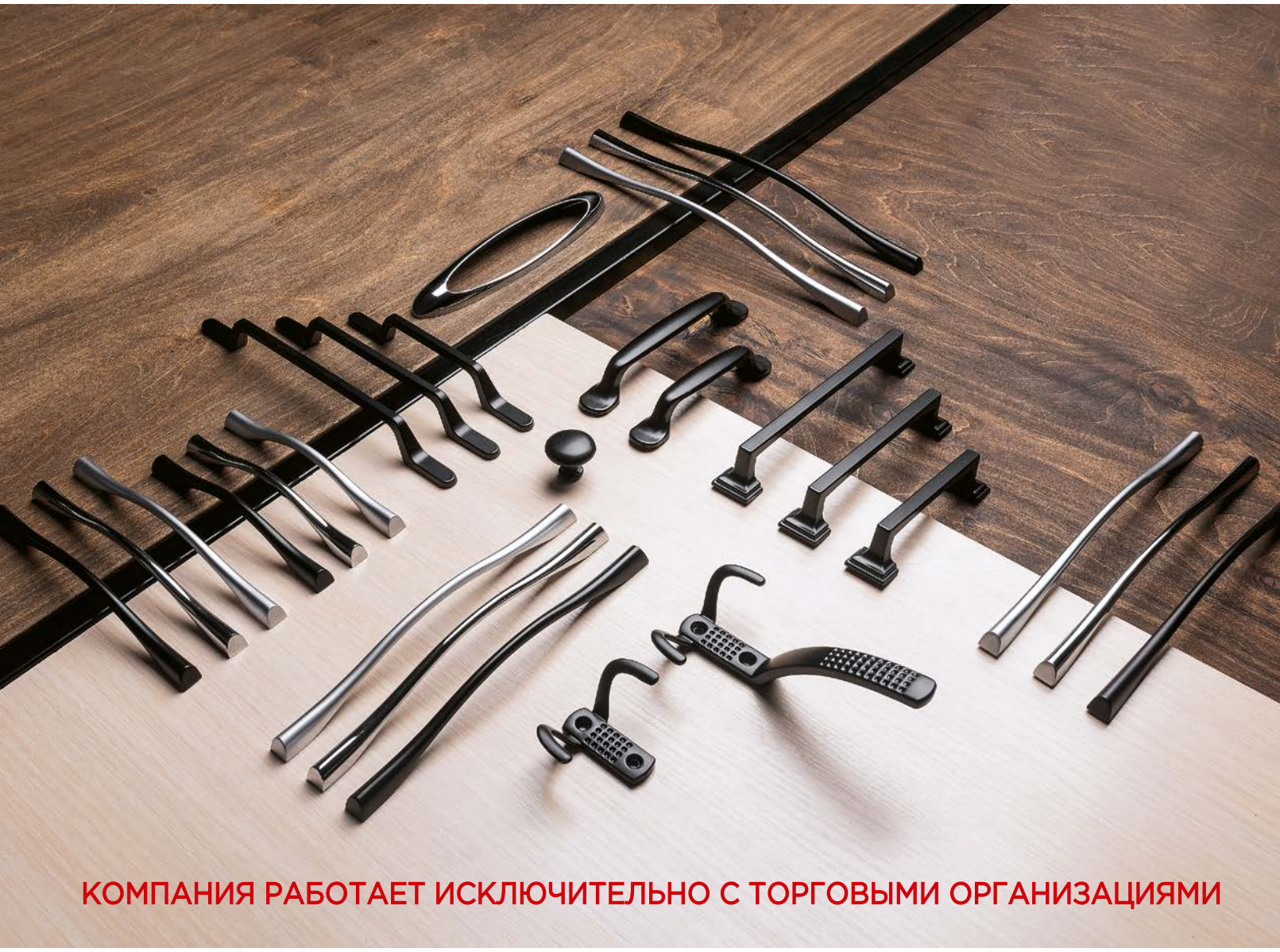
Организатор

ЭКСПОЦЕНТР

ВМЕСТЕ 18 лет С ВАМИ

Kapan

www.kapan.biz



КОМПАНИЯ РАБОТАЕТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО С ТОРГОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Kapan www.kapan.biz ЯВЛЯЕТСЯ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ kapan co. ltd ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ

НАША ГЕОГРАФИЯ ПОСТАВОК:

Абакан, Апшеронск, Армавир, Архангельск, Барнаул, Белгород, Брянск, Владимир, Волгоград, Волгодонск, Вологда, Воронеж, Георгиевск, Долгопрудный (МО), Екатеринбург, Ереван (РА), Ижевск, Калининград, Красноярск, Москва, Муром, Новосибирск, Омск, Отрадное, Пенза, Пермь, Пятигорск, Ростов-на-Дону, Рыбинск, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Сергиев Посад (МО), Симферополь, Смоленск, Сочи, Ставрополь, Таганрог, Тверь, Тольятти, Томск, Тула, Улан-Удэ, Ульяновск, Уфа, Челябинск.