Мебельщик Сибири

№10 июль - август 2020

ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫЙ ЧЛЕН АССОЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Wilsonart®

ПЛАСТИКИ
- Натуральность
- Прочность
- Долговечность

КЛЕИ
- Быстро сохнут
- Не боятся замораживания

ДЖОКЕР
МЕБЕЛЬНАЯ ФУРНИТУРА

г. Новосибирск,
ул. Сибиряков-Гвардейцев, 51/3
Тел. (383) 335-73-77,
www.joker–nsk.ru

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

МЕБЕЛЬ

ИНТЕРЬЕР ДИЗАЙН

23–27 НОЯБРЯ 2020

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

При поддержке: При содействии: Под патронатом:

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР

РОСЭКСИМБАНК

СОЮЗ АРХИТЕКТОРОВ РОССИИ

ТПП РФ

www.meb-expo.ru

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР

Expo Rating

Реклама

12+

www.mebelsib.biz

12+

Журнал «Мебельщик Сибири» № 10 (298) июль-август 2020 г.
Учредитель: Ширяева Светлана Юрьевна
Адрес редакции и издателя: 630033, г. Новосибирск
ул. Оловозаводская, 47
тел./факс: +7 (383) 352-35-05, 352-31-01
E-mail: mebel@x1.ru

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

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

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»
г. Новосибирск, ул. Брюллова, 6а.
тел. +7 (383) 334-02-77, www.dealprint.ru
Подписано в печать: 31.07.2020 г.
Дата выхода: 03.08.2020 г.
Тираж 10 000 экземпляров.

Журнал распространяется бесплатно
по предприятиям мебельной отрасли.
Курьерскую доставку осуществляют:
г. Новосибирск, «БИС-Курьер»
ул. Герцена,12, тел.: +7 (383) 217-69-67

СОДЕРЖАНИЕ

ПУБЛИКАЦИИ

HAFELE: ОБОРОТ КОМПАНИИ В 2019 ГОДУ УВЕЛИЧИЛСЯ НА 7,6% 9
РАЗВИТИЕ BLUM ОСТАЕТСЯ СТАБИЛЬНЫМ ВОПРЕКИ КРИЗИСУ, ВЫЗВАННОМУ КОРОНАВИРУСОМ 12
НОВОСТИ 14
СГОРЕЛ САМАРСКИЙ ЗАВОД «ОРТО» 18
СЕГОДНЯШНИЙ КРИЗИС — СЕРЬЕЗНЫЙ ЗАДЕЛ ДЛЯ МЕБЕЛЬЩИКОВ НА БУДУЩЕЕ 22
«БАЗИС-ЦЕНТР» — ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ КОМПАНИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 36
ЗВЕЗДЕ ДИЗАЙНА МАТТЕО ТУНУ — 68! 42
ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ 50
ПРОМЫШЛЕННОСТИ 50
ВЫСТАВКИ ОТРАСЛИ — НАША БОЛЬ, НАШЕ ПЕРЕЖИВАНИЕ, НАША ПРОБЛЕМА СЕГОДНЯ 52

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

Илья Дмитриев
моб.: +7 953-808-76-43

Дизайн макетов, верстка:
Павел Осипов
Юрий Катанский

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

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕМЫМ МАТЕРИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. АНКЕТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЖУРНАЛА ПО ПОДПИСКЕ 59

Светлана Ширяева, главный редактор журнала «Мебельщик Сибири»

Дорогие мебельщики, дорогие друзья!

Высокий спрос, который образовался за период самоизоляции, стал неплохой поддержкой, чтобы закрыть убытки апреля и двинуться дальше. Правда, к середине июля спрос несколько спал, видимо, благодаря тому что люди поехали отдыхать в Крым, в Сочи и в другие места отдыха по России. Постепенно открываются и зарубежные страны, но вряд ли в такой период люди кинутся покорять побережье Турции или других стран. Так что дом на ближайшие месяцы для многих останется и местом отдыха, и местом работы, которое захочется сделать максимально комфортным.

В сфере деловой активности мероприятия как отдельно взятых компаний, так и выставки, конференции пока под большим вопросом. На прошлой неделе, так и не получив разрешение на проведение в августе, выставка UMIDS была перенесена на 2021 год.

Зато компании очень активно сейчас занимаются изменениями в системе продвижения и в структуре продаж, развитием онлайн-торговли и кадровыми вопросами.

В материале этого номера о розничных продажах многие эксперты отмечали, что только гибкие компании, которые готовы меняться, останутся на этом рынке и прирастут новыми клиентами.

Всем удачи!

www.mebelsib.biz

ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Ручки
Петли
Ящики

blum®

Скидка 20%

на каждый третий комплект подъемного механизма AVENTOS HF

С 1 июня по 31 августа 2020 года

При единовременной покупке трех и более комплектов складных подъемных механизмов AVENTOS HF вы получаете скидку 20% на каждый третий комплект.

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

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

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

ноис.рф

nois.su

Количество товара ограничено. Скидка не суммируются с другими действующими акциями. В один комплект AVENTOS HF входят: 2 силовых механизма, 2 телескопических рычага, 4 заглушки для силовых механизмов, 4 петли и 6 ответных планок. Скидка 20% предоставляется на каждый третий комплект AVENTOS HF в одном счете. Точные характеристики комплекта и подробности акции уточняйте у менеджеров в офисах продаж.

РОССИЙСКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

г. Смоленск, тел.: +7 (4812) 42-24-29
info@aldi04.ru www.aldi04.ru

BLACK FOREVER

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

России
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

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

Titus+

Ящик Tekform Slimline — идеальное решение для мебели высокого класса

- Тонкая 14-мм стенка
- Доводчики ConfidentClose
- Размерный ряд: 70 мм, 100 мм, 145 мм, 182 мм
- Ресурс 80 000 циклов с нагрузкой 40 кг
- Качество подтверждено сертификатами CATAS и FIRA

СЛОРОС
sloros.ru
+7(499) 322 83 10 info@sloros.ru
Официальный представитель на территории РФ, Республики Беларусь и Казахстана

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

ЕДЛИЧКА

www.edlichka.net +7-495-259-61-17

Бук Бавария и Вишня Оксфорд ушли в прошлое !!!

НОВЫЕ ДЕКОРЫ !!! NEW !!! *БЕТОН* *КАМЕНЬ* *МРАМОР*

БОЛЕЕ 600 декоров ! Любая толщина и ширина !

www.кромка.рф

Кромка ПВХ

Профили из ПВХ

Кромка из шпона

www.ztmk.ru

HÄFELE

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ МЕБЕЛЬНЫХ РУЧЕК

reddot design award
winner 2019

HÄFELE: ОБОРОТ КОМПАНИИ В 2019 ГОДУ УВЕЛИЧИЛСЯ НА 7,6%

Представленная в 150 странах мира международная группа компаний Häfele, эксперт в области мебельной фурнитуры, систем электронного запирания и светодиодного освещения, отметила оптимистичный рост оборота в 2019 году до 1,5 миллиардов евро, что составляет 7,6%.

Учитывая напряженные глобальные экономические условия, руководство компании Häfele считает этот результат хорошим достижением. Материнская компания в Германии и пять ее производственных предприятий показали в прошлом году рост на 3,3%, что несколько ниже ожиданий. Основной вклад в общий результат внесли 38 зарубежных дочерних компаний: в 2019 году они показали рост на 8,8%. Особенно благоприятным был устойчивый рост в Азии и Восточной Европе. С открытием филиала Häfele Adriatic в июле прошлого года компания Häfele создала еще одну базу в Средиземноморском регионе: Häfele Adriatic является 38-й иностранной дочерней компанией в группе и обслуживает рынки Словении и Хорватии.

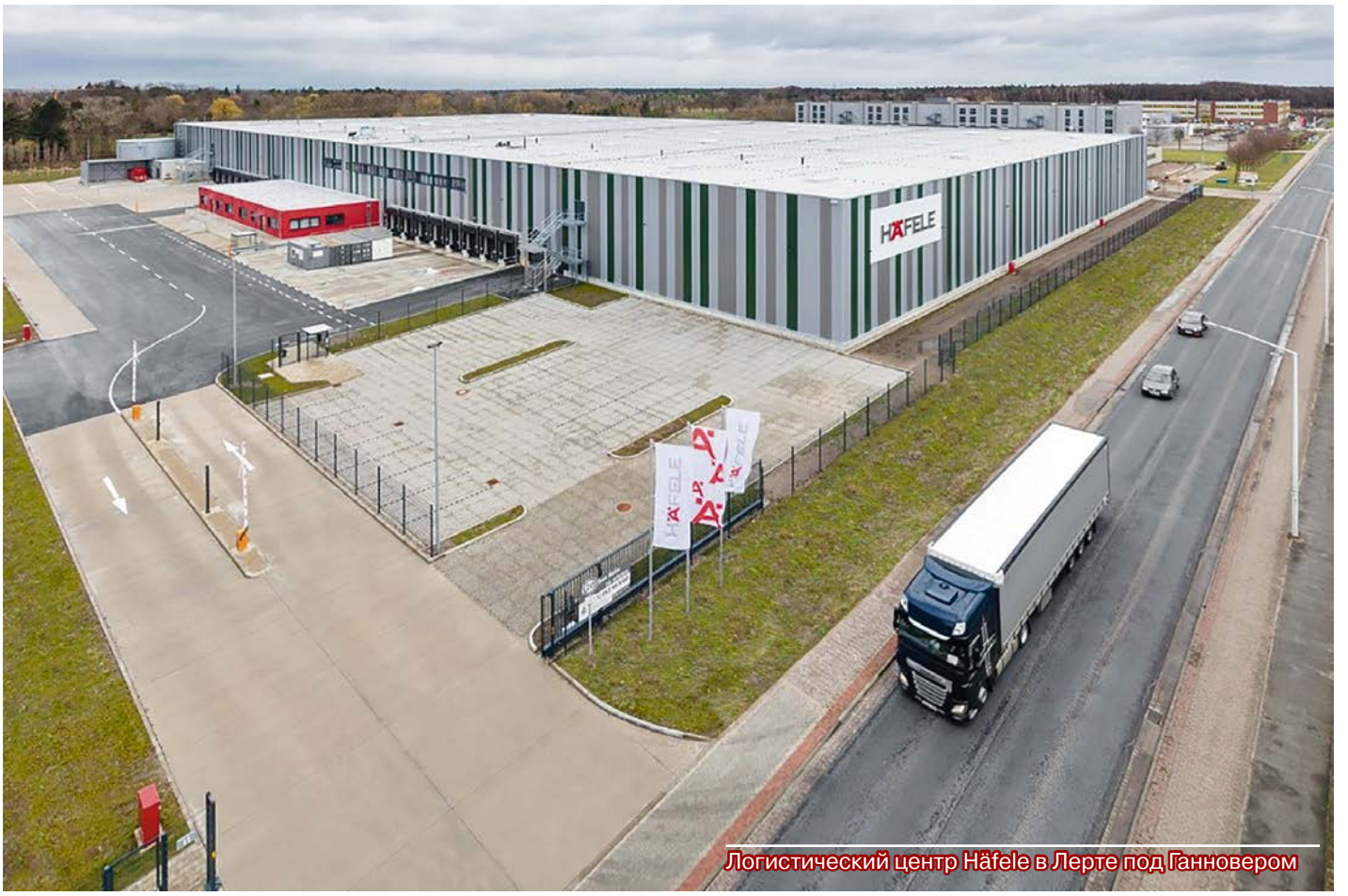
Прогресс достигнут и в Африке: с февраля 2019 года Häfele обслуживает из своего собственного офиса в Танзании ряд стран Восточной Африки — Танзанию, Кению, Уганду, Руанду и Сейшельские Острова. Имея вторую точку опоры на африканском континенте, H fele готовится к более активному присутствию на этом формирующемся рынке в Восточной Африке. В целом, группа компаний обеспечила 80% продаж за пределами Германии.

ДАЛЬНЕЙШИЙ РОСТ ЧИСЛА СОТРУДНИКОВ

Положительное развитие продаж также отражаеся в Häfele и на количестве сотрудников: за прошедший год их число по всему миру увеличилось на 300 и достигло 8100 человек. Из них 1650 сотрудников, стажеров и студентов работают в Германии (на 50 больше, чем в 2018 году). Это увеличение связано, прежде всего, с приобретением в феврале 2019 года штутгартского эксперта по светодиодному освещению — компании Nimbus — немецкого первопроходца в области светодиодного освещения в помещениях с самыми высокими стандартами дизайна.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНВЕСТИЦИИ В СИСТЕМЫ ОСВЕЩЕНИЯ

С приобретением Nimbus в начале прошлого года Häfele расширила свои компетенции в системах ос-



Логистический центр Häfele в Лерте под Ганновером

вещения: к сегменту светодиодных светильников для мебели добавилось освещение в помещениях.

Благодаря этому стратегическому решению, освещение помещений и свет в мебели теперь можно системно планировать и реализовывать у одного производителя, опираясь на комфорт, функциональность и дизайн, что значительно увеличивает возможности проектирования. Своим комплексным подходом компании Häfele и Nimbus сопровождают своих партнеров на рынке от идеи до реализации проекта.

Новый цифровой мир с продуманной функциональностью Система Häfele Connect, приложение для смартфонов и планшетов, создает сеть и помогает управлять освещением и звуком, а также электрическими приводами в мебели. Основу здесь составляют компоненты светодиодной системы освещения Loox, приложение для смартфонов и планшетов, атакже первые решения по освещению в помещениях от Nimbus. Таким образом, Häfele прокладывает путь к умному миру мебели и пространства.

Как видите, компания Häfele последовательно развивает традиционную тему классической фурнитуры для дверей и внутреннего оснащения.

Компания зарекомендовала себя в цифровом мире с помощью умных компонентов, верных своему девизу «Опережая время».

РАСШИРЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ

Расширение логистических услуг — один из ключевых факторов успеха Häfele — снова оказалось в центре внимания в прошедшем финансовом году. Так, к примеру, компания ввела в эксплуатацию второй распределительный центр в г. Лерте под Ганновером для снабжения заказчиков на севере Германии и в соседних странах. Второй склад, дополняющий крупный логистический узел в Нагольде, позволяет Häfele в Германии позволяет стать еще ближе к клиенту — обеспечить сокращение времени транспортировки и, следовательно, еще более качественное обслуживание. Склад, рассчитанный на быструю обработку заказов, ает возможность всем клиентам в Германии и соседних странах получать заказанные товары уже на следующий день. Кроме того, минимальный срок поставок «на следующий день» может быть перенесен на еще более ранний срок.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОБУЧЕНИЯ

Компания Häfele уделяет особое внимание обучению в сфере цифровых компетенций и только в 2018 году расширила спектр своих услуг, включив в него новые учебные позиции для специалистов по электронным-продажам, а также для студентов университетского курса дуальной системы обучения *(такой вид обуче-*

ния, при котором теоретическая часть подготовки проходит на базе образовательной организации, а практическая — на рабочем месте — ред.) по специальности «Управление бизнесом / управление цифровым бизнесом». С учетом продолжающейся интернационализации, в прошлом году был добавлен курс «Промышленный инжиниринг и менеджмент» с акцентом на международные продажи и закупки.

Традиционно компания Häfele предлагает учебные места для специалистов по оптовой и внешней торговле, а также обучающие курсы в сотрудничестве с Баден-Вюртембергским университетом с дуальной системой образования.

Компания Häfele и ее партнеры — это одна глобальная сеть Своей продукцией и услугами Häfele обеспечивает ведущих мировых производителей мебели, архитекторов и проектировщиков, а также партнеров в сфере торговли и розничной торговли. Основой для этого является ориентированный на спрос ассортимент продукции, которая производятся на одном из пяти собственных заводов компании, либо в соответствии с «Немецкими стандартами качества Häfele» у одного из 1500 партнеров по всему миру. В дополнение к собственному портфелю услуг, который постоянно развивается, компания Häfele расширяет свой ассортимент продукции и услуг для сетевых решений посредством стратегического партнерства, которое будет дополнительно расширено в 2020 году. Эти партнерские отношения очень актуальны для клиентов Häfele и предлагают решения в гостиничном бизнесе, например, по таким темам, как «Ключ-смартфон» или сетевые системы доступа и управления номерами.

ПЕРСПЕКТИВЫ НА 2020 ГОД

Группа компаний смотрит на новый финансовый год со сдержанностью.

После положительного старта в первом квартале 2020 года компания предполагает, что уровень продаж 2019 года не может быть достигнут в 2020 году в связи с развитием событий в Западной и Восточной Европе, а также в Северной Америке и Юго-Восточной Азии.

«Пандемия короновируса в настоящее время переводит нас в кризисный режим во всем мире. Соответственно, мы пересмотрели наш план инвестиций и отложили все второстепенное до тех пор, пока ситуация не вернется в нормальное русло», — поясняет **руководитель компании Сибилла Тирер**. Тем не менее, многие предпринятые меры, такие как инициатива по расширению ассортимента продукции, дальнейшее развитие собственного ассортимента или новые, ориентированные на целевые группы структуры сбыта, принесут свои результаты.

На фоне нынешнего кризиса группа компаний Häfele приняла дополнительные меры по обеспечению безопасности цепочки поставок, в том числе и после кризиса, и более тесно объединила компании в группе. С этой целью глобальные требования сравниваются с глобальными запасами для того, чтобы целенаправленно контролировать поставки товаров от наших поставщиков, обеспечивать компании необходимыми запасами и стимулировать оптимизацию глобальных запасов.

По материалам компании

РАЗВИТИЕ BLUM ОСТАЕТСЯ СТАБИЛЬНЫМ ВОПРЕКИ КРИЗИСУ, ВЫЗВАННОМУ КОРОНАВИРУСОМ

Благодаря удачному старту компания Blum, производитель фурнитуры из Форарльберга, заканчивает экономический год 2019/2020 с оборотом в 1 906,92 млн евро, что соответствует приросту на 14,90 млн евро или +0,8% по сравнению с прошлым годом. Несмотря на сложную ситуацию в мировой экономике, семейное предприятие пользуется преимуществами от наличия представительств по всему миру и по-прежнему остается надежным партнером для своих клиентов.

Несмотря на хорошее начало экономического года, с апреля пандемия коронавируса вызвала серьезные потрясения на мировых рынках, а также привела к резкому падению продаж компании Blum. Тем не менее, производитель фурнитуры смог осуществлять поставки своим клиентам более чем в 120 стран мира. Blum продолжает расширять свою международную деятельность и имеет 32 дочерние компании и представительства по всему миру. 97% своего оборота Blum получает за пределами Австрии, из них 44% приходится на страны ЕС и 15% — на США.

ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ И УЧЕНИКОВ РАСТЕТ

По состоянию на 30 июня 2020 года общее число сотрудников концерна Blum в мире составило 8 349 человек, в том числе 6 180 человек в Форарльберге, что на 262 человека больше, чем в предыдущем году. С сентября 2020 года 94 новых ученика, из которых 23 девушки, начнут учиться и работать на предприятии в Форарльберге. Таким образом, с осени в Blum Австрия, где вот уже на протяжении полувека молодые люди становятся техническими экспертами, будет проходить обучение 378 человек. 24 ученика получают знания в представительстве Blum США, а в Blum Польша впервые начнут учебу 4 молодых человека.

СИТУАЦИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ РЫНКАХ

Рынки Западной Европы — Италия, Франция, Англия, Испания — на протяжении нескольких недель были частично закрыты, что привело к снижению оборота в данном регионе. В Восточной Европе, несмотря на значительные ограничения, предприятию удалось добиться роста. **Директор компании Филипп Блюм** отмечает: *«Европейский Союз остается для нас существенным фактором стабильности. То, что границы оставались открытыми для грузовых перевозок, позволило нам во время кризиса обслуживать наших клиентов по всему миру».* Продажи в Северной Америке остались на том же уровне, что и в прошлом году, в то время как на рынках Южной Америки нашей компании пришлось иметь дело со значительным спадом. В Азиатско-Тихоокеанском регионе, благодаря продолжающемуся позитивному развитию в Китае, производителю фурнитуры вновь удалось завершить экономический год с показателями роста.

ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Как и многие другие предприятия, кризис из-за коронавируса заставил Blum отказаться от участия в ряде важных местных выставок. Отсутствие должной связи с клиентами значительно усложнило маркетинговое продвижение новых изделий и услуг и постави-

ло перед компанией непривычные задачи. *«Поэтому вдвойне приятнее, что, несмотря ни на какие преграды, наша новая система выдвижения MERIVOBOX все-таки нашла свой путь на кухни и в интерьеры наших первых клиентов. Систему зонирования, наше решение, позволяющее с помощью больших дверей скрывать мебельные фасады, мы планируем начать поставлять в следующем году»,* — рассказывает Филипп Блюм. В наступающем году снова должна стать важной отправной точкой для компании выставка Interzum, на которой можно будет обсудить инновационные изделия с клиентами и партнерами из мебельной отрасли.

Филипп и Мартин Блюм — представители третьего поколения собственников с начала основания предприятия

ИНВЕСТИЦИИ И ЗАВОДЫ

Общий объем инвестиций концерна Blum составил в экономическом году 2019/2020 327 млн евро. В Форарльберге строительство, связанное с расширением «Завода 4» в Брегенце, продвигается по плану. К лету 2021 года здесь будет построен новый производственный цех площадью 49 000 м^2 с многоярусным складом. В этом проекте Blum снова отдает предпочтение многоэтажному типу строения для экономии земельных ресурсов. В непосредственной близости от «Завода 4» производитель фурнитуры приобрел промышленный участок у компании Wolford. Здания переданы в долгосрочную аренду Wolford, а неиспользуемые площади Blum намерен использовать для себя в ближайшем будущем. *«Для нас наши инвестиции в регионе — это четкая приверженность местоположению Форарльберга»,* — говорит директор Мартин Блюм. Важные инвестиции осуществляются также и на международном уровне. В Китае начато строительство нового производственного цеха, включающего автоматический многоярусный склад. Blum планирует завершить его к концу 2022 года. В США до конца этого года будут закончены работы по расширению склада и производства, а в Канаде местная дочерняя компания переедет в конце осени 2020 года в новое здание с офисом, складом и демонстрационным залом.

СПРАВКА

- **Оборот компании Blum остался почти на уровне прошлого года и составил 1906,92 млн евро**
- **Представленность в разных странах мира обеспечивает стабильное развитие в тяжелой экономической обстановке**
- **Общий объем инвестиции концерна Blum составил 327 млн евро**

ПЕРСПЕКТИВЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ГОД 2020/2021

Руководство компании Blum видит много неопределенности в отношении перспектив на ближайшие месяцы. Последствия кризиса еще долгое время будут сказываться на мировой экономике. Blum считает особенно важным, чтобы Европейский Союз нашел общий путь для преодоления предстоящих проблем. Филипп Блюм говорит: *«Для нас, как международной компании, соблюдение общих интересов представляется особенно значимым»*. Компания с устоявшимися традициями будет и впредь фокусироваться на постоянном развитии международных рынков, тесных отношениях с клиентами и постоянных инновациях в области изделий и услуг. С самого начала Blum следует стратегии сохранения компании для своих сотрудников в долгосрочной перспективе — так считает руководство компании. *«Прошедшие месяцы были очень сложными для нас как компании, однако этот опыт, несомненно, пригодится нам в будущем. Мы хотим поблагодарить наших сотрудников за преданность делу и сплоченность»,* — подчеркивает Филипп Блюм.

16-й этап строительства завода 4 в Брегенце охватывает площадь 49 000 кв. м и представляет собой крупнейшую инвестицию компании Blum

По материалам пресс-службы Blum

ГОД НАЗАД БЫЛ ОТКРЫТ ПЕРВЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ МЕБЕЛИ И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА «ЛЮБИМЫЙ ДОМ FAMILY» В ГОРОДЕ ВОЛГОДОНСК

Для жителей города это было по-настоящему долгожданное и радостное событие. Ведь на месте 30-летнего долгостроя по адресу Кошевого 28 Б был возведен современный магазин, совершенно нового для города формата. На трех этажах, на площади 3000 квадратных метров разместились все необходимые товары для дома - корпусная и мягкая мебель, кухни и обеденные группы, а также текстиль, посуда и другие товары для дома. За год работы гипермаркета, жители города и близлежащих районов смогли обустроить свои дома не только функциональной и уютной мебелью, но и радовать себя и близких полезными и приятными предметами интерьера. В течение года в гипермаркете «Любимый Дом family» провели большое количество праздничных мероприятий, детских мастер-классов и конкурсов. Тысячи подарков и подарочных сертификатов нашли своих счастливых обладателей. За это время «Любимый Дом family» приобрел тысячи друзей в лице своих покупателей.

К первому дню рождения гипермаркета «Любимый Дом family» приурочено ещё одно событие - открытие магазина нового формата теперь и в старом городе по адресу Морская 43. Для жителей старого города «Любимый Дом family» стал ближе. В ассортименте магазина можно найти не только мебель, но и другие категории товаров для дома. Большой выбор оригинальных решений для всего дома теперь и на Морской 43.

И в этот двойной праздник в «Любимом Доме family» не отступают от традиций празднования и «сюрпризов» для своих покупателей.

С 24 по 26 июля в «Любимом Доме family» проводится розыгрыш сертификатов в количестве 2500 шт. номиналом до 5 000 рублей. Участником розыгрыша может стать любой посетитель магазина, совершивший покупку на сумму от 100 рублей.

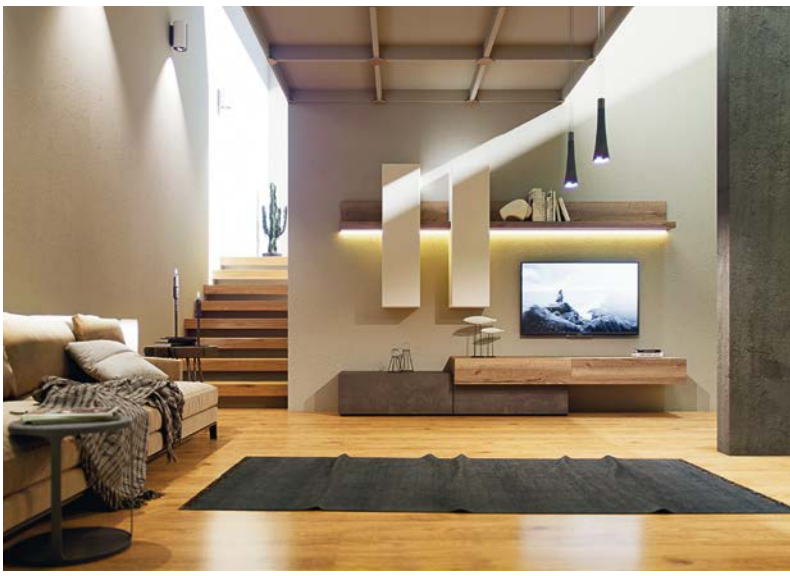
В праздничные три дня -24, 25, 26 июля в магазинах «Любимый Дом family» установлены скидки на новые коллекции мягкой и корпусной мебели, а также на тысячи полезных товаров для дома.

Праздничные мероприятия со скидками и розыгрышами сертификатов проводятся в фирменных магазинах «Любимый Дом famil» по адресу Кошевого 28 Б и Морская 43 (район ДЕПО).

По материалам компании

ЭКОЛОГИЧЕСКИ УСТОЙЧИВАЯ, ЛАКОНИЧНАЯ, В СТИЛЕ МИНИМАЛИЗМА: ТАКОЙ ВИДЯТ НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ ОТ МЕБЕЛЬНОГО ХОЛДИНГА «АНГСТРЕМ»

Мебельный холдинг «Ангстрем» представил лаконичную коллекцию мебели «Эффекто» в стиле минимализма с элементами лофта и эко-стиля, выполненную из качественных материалов.



Заметная тенденция последних лет сформировалась среди потребителей — люди хотят окружать себя стильной, неброской, функциональной, экологичной мебелью. Они стали подходить к своему выбору осознанно.

«Основной идеей новой коллекции стало объединение самых ярких тенденций нынешнего года: эко, дерева, белых и натуральных оттенков, использования декоративного бетона, — рассказывает **ведущий дизайнер центра разработки нового продукта Вероника Грибова.** — *Мы хотели добавить дизайну гостиной и спальни некоторой легкости. Воплотить идею помогли светлые металлические конструкции тонкого сечения и опоры кровати в виде прозрачных стаканчиков, которые дают ощущение, что кровать парит в воздухе. Так мы смогли подчеркнуть общую легкость интерьера».*

Гостиная «Эффекто» состоит из навесных тумб с бархатным тактильным эффектом на фасадах, распашных фасадов на петлях с демпфированием и открыванием при помощи нажатая на фасад, шкафа-купе с элементами эко-стиля с подсветкой, которая в вечернее время выполняет функции ночного светильника. Акцентные темные вставки в предметах мебели с имитацией темного бетона создают крафтовую обстановку в вашей квартире. Такой вариант интерьера подойдет творческим, активным людям, живущим в большом мегаполисе и ценящим комфорт и удобство.

Спальня «Эффекто» получилась универсальной: здесь удалось совместить минимализм и функциональность. Мобильный подголовник у кровати, сделанный из нескольких элементов искусственной замши, комбинированные фасады шкафа-купе, узкие планки, которые могут переставляться в процессе монтажа, акцент на натуральных материалах, текстиле и песочной, нюдовой цветовой гамме — все это позволяет создать свой эксклюзивный интерьер. Еще одна особенность — это возможность встроить подсветку в прозрачные опоры кровати, фасады шкафа-купе и навесные прикроватные полки.

На создание новой коллекции в общей сложности ушло полгода. Материалы выбирались с акцентом на практичность и эффект органического дизайна без ущерба окружающей среде.

В ближайшее время планируется выпуск коллекции мебели «Эффекто» для прихожих и модульное расширение ряда гостиной и спальни. Будут предлагаться комбинации существующей цветовой гаммы в различных пропорциях, что сможет менять общее настроение интерьера.

По материалам пресс-службы «Ангстрем»

«АМК–ТРОЯ» В 2023Г ЗАПУСТИТ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ ПРОИЗВОДСТВО КОМПЛЕКТУЮЩИХ ДЛЯ КУХОННОЙ МЕБЕЛИ

Правительство Калужской области и ООО «АМК-Троя Калуга» подписали во вторник соглашение о строительстве завода по производству комплектующих для кухонной мебели в индустриальном парке «Ворсино», сообщила пресс-служба правительства региона.

Объем инвестиций и производства не раскрывается.

Новое предприятие будет производить столешницы, фасады, стеновые панели. При выпуске изделий используется качественный плитный материал, слоистые пластики передовых российских и европейских производителей. Продукция изготавливается на современном немецком оборудовании, сертифицирована и соответствует требованиям стандартов для жилых помещений. Ассортимент насчитывает более 450 декоров в различных вариантах структур поверхности.

В настоящее время более половины продукции «АМК-Троя» реализуется на Юге России. Поставки выполняются во многие регионы РФ. Размещение своего производства в Калужской области позволит сократить затраты по доставке сырья и готовой продукции клиентам, обеспечит рост объемов продаж и расширение рынков сбыта. Создание нового предприятия должно стать существенным вкладом в развитие отрасли деревообработки и мебельного производства.

Строительство завода начнется в 2021 году, ввести в строй первую очередь предприятия инвестор намерен через два года после начала стройки — в 2023 году.

Врио губернатора региона Владислав Шапша отметил на церемонии, что новые инвестиционные проекты важны и для экономики региона, и для решения социальных вопросов.

«Пандемия, которая стала очень серьезным стрессом для экономики не только Калужской области, но и России, и многих стран мира, не стала препятствием на пути инвесторов, которые продолжают приходить в Калужскую область», — подчеркнул Шапша.

ООО «АМК-Троя Калуга», по данным rusprofile.ru, основано в июле 2019 года. 100% акций компании принадлежат Алексею Штаничеву, как и 100% акций ООО «АМК-Троя».

ООО «АМК-Троя» — российская компания, основанная в 2009 году. Предприятие производит мебель и комплектующие (столешницы, фасады, стеновые панели, угловые элементы, пластиковую кромку) как по стандартным размерам, так и по индивидуальным заказам. Штаб-квартира и производственная площадка ООО «АМК-Троя» расположены в г.Армавир, официальные представительства — в 12 городах страны, в том числе, в Сочи, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде.

По материалам mkkaluga.ru

РАСХОДЫ РОССИЯН НА РЕМОНТ КВАРТИР И ДАЧ ВЫРОСЛИ НА 55%

В период самоизоляции с мая по июнь 2020 года россияне, как и в кризисные 2015–2016 годы, вновь вернулись к отдыху и ведению хозяйства на дачах, а их расходы на стройку и DIY-товары выросли на 55% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Соответствующие данные приводятся в исследовании аналитиков МТС Банка.

Исследование основано на анализе обезличенных данных по банковским картам клиентов МТС Банка во всех регионах России. Учитывались платежные операции в мае-июне 2019–2020 годов в специализированных магазинах бытовых принадлежностей, а также в торговых сетях IKEA, Leroy Merlin, OBI, Hoff, «Твой дом», Castorama, «Мосхозторг», «Столплит», «Аскона» и других торговых точках.

Лидерами по темпу роста стали стройматериалы (лесоматериалы, цемент, песок, кирпич, трубы, ограждения) — количество транзакций в мае-июне 2020 года выросло на 65% по сравнению с прошлым годом, а расходы на них увеличились на 55%. На втором месте по приросту продаж — садовые принадлежности (садовый инвентарь, семена, саженцы, горшечные растения, удобрения). В этой категории рост количества транзакций составил 38%, рост трат — 34%, говорится в исследовании.

Наименьший рост продаж показали мебель, товары для дома и ремонта, куда относятся обои, краски, электрические и осветительные приборы, зеркала, картины, постельные принадлежности, посуда и т. д. Здесь количество транзакций выросло на 34%, а общая сумма расходов — на 29%, выяснили эксперты.

Несмотря на инфляцию, по всем категориям произошло небольшое снижение среднего чека: на 3% по садовым принадлежностям, на 4% по товарам для дома и наибольшее снижение — на 6,5% — по стройматериалам. Это свидетельствует о том, что покупатели экономили и выбирали товары дешевле, чем годом ранее.

С 2017 года расходы россиян на товары для дома, ремонта и мебель выросли в 2,8 раза, показало аналогично исследование в 2019 году.

В России резко выросла доля тех, кто планирует делать ремонт у себя в квартире или доме в ближайшие один-два года, сообщили ранее аналитики НАФИ. Если прошлой осенью таких было 57%, то сегодня — 78% (+21 %). Чаще всего о желании сделать ремонт заявляют жители Северо-Западного федерального округа.

realty.rbc.ru

КАРЕЛИЯ ПОЛУЧИТ 1,25 МЛРД РУБЛЕЙ НА СТРОИТЕЛЬСТВО ЦЕХОВ ДЛЯ ПРОМПЛОЩАДКИ В ПЕТРОЗАВОДСКЕ

На площадке появятся три цеха: для строительной индустрии и обработки камня, для деревообрабатывающей индустрии и производства мебели, а также цех обрабатывающей индустрии.

Дополнительное финансирование по индивидуальной программе социально-экономического развития Карелии в размере 1,25 млрд рублей пойдет на строительство административного корпуса и трех производственных цехов на территории промышленной площадки в Петрозаводске. Об этом во время заседания правительства региона сообщил министр экономического развития республики Олег Ермолаев.

«В рамках индивидуальной программы социально-экономического развития Республики Карелия предусмотрено дополнительное финансирование в размере 1 млрд 250 млн рублей на строительство административного корпуса и производственных зданий. Мы провели уже целый ряд встреч, определили, что это будет три цеха», — сказал он.

На промплощадке появятся цех строительной индустрии и обработки камня, цех деревообрабатывающей индустрии и производства мебели, а также цех обрабатывающей индустрии. По словам Ермолаева, техническое задание для строительства объектов уже направили в Минстрой и находится на завершающей стадии готовности. После этого власти начнут поиск подрядчика, который займется проектированием и последующим строительством. Ввод в эксплуатацию запланировали на 2024 год.

Tass.ru

СГОРЕЛ САМАРСКИЙ ЗАВОД «ОРТО»

В сгоревших помещениях на Профильной, 6 располагались производство и склады готовой продукции компании «Трасса-С», которая мебельщикам больше известна как «Орто» или «Ортохим».

Заместитель генерального директора фирмы Сергей Разумков рассказал, что возгорание произошло на складе сырья и готовой продукции, а уже оттуда всё распространилось на другие цеха. *«Конечно, краски горючие,* — добавляет он, — *но это закрытое помещение, туда не падали солнечные лучи. У нас есть видеозапись, на которой видно начало пожара, мы передали ее компетентным органам».* МЧС сообщает, что причиной пожара стало самовозгорание. На складе в этот момент находилось около |250 человек — к счастью, никто из них не пострадал. Пожар тушили почти 300 человек и 74 единицы техники.

«Мы занимаемся изготовлением декоративных пленок, — поделился Сергей Разумков. — *Это сложная технология, которую в Самаре осваивали последние 5 лет. Нашу продукцию покупали производители дверей и мебели в России и странах СНГ — Украине, Белоруссии, Казахстане. Сейчас клиенты находятся в напряжении из-за пожара. Они остались без товара, и им придётся обращаться к производителям из Китая или Германии.*

А в период с апреля по июнь 2020 года мы поставляли плёнки в мобильные госпитали для больных COVID-19 в Москве и Московской области. Для строительства изготовили около 300 000 квадратных метров материала. У ПВХ-плёнок есть особые бактерицидные свойства, поэтому ими и декорировали гипсокартон для стен госпиталей».

Также он отметил, что предприятие очень сильно пострадало: *«Сгорело всё. Не осталось ничего. У нас по этому адресу находятся и склад, и производство. То, что сделали, предназначалось для поставки клиентам по России и за рубеж. Размер ущерба от пожара сообщить пока не могу. В МЧС назвали площадь пожара — 7500 квадратных метров. Это всё — наши цеха. В пожаре что-то пострадало в большей степени, что-то — в меньшей.*

Мне кажется, что эта катастрофа станет точкой в деятельности компании. Если не урегулируем все вопросы с властями и не найдем поддержку, чтобы восстановиться, то ситуация станет сложной. Мы никогда не обращались за помощью. И вот теперь такой момент настал.

Нам бы очень хотелось, чтобы нам не отказали. Мы не хотим сокращать сотрудников, увольнять их. Дело в том, что некоторые из них не смогут легко и быстро найти работу, в Самаре — тем более: у них уникальные профессии и навыки, например, по работе на коландере».

Пожар, который начался 13 июля в 14:23, тушили 2 дня. Столб дыма был настолько огромен, что его было видно с разных точек города. В момент, когда началось возгорание, на складах было около ста тонн продукции ПВХ. Для тушения привлекали вертолет МЧС. Он сбросил на очаг пожара 45 тонн воды. На следующий день, 14 июля, авиация вновь сделала несколько рейсов. И всё равно пожарным пришлось проливать территорию вручную. Пожару был присвоен третий повышенный ранг сложности, а к ликвидации привлекли более 100 спасателей. Госпожнадзор готовит материалы для возбуждения уголовного дела. Как заявили представители Следственного комитета, по итогам исследований, которые провел самарский Центр гигиены и эпидемиологии, продукты горения нанесли вред окружающей среде.

Собственники уверяют, что в здании соблюдались все правила пожарной безопасности, а с сотрудниками проводились тренинги по обращению с опасными материалами, которые используются в производстве. Однако эксперты считают, что все может быть не так однозначно, тем более что в марте этого года по этому адресу уже тушили солидный пожар. Так, директор Самарского филиала Научно-исследовательского института по обеспечению пожарной безопасности Роман Демидов считает, что самовозгорание действительно могло произойти, однако не исключает, что на предприятии могли быть нарушены требования по безопасному совместному хранению продукции, а также нормативы по противопожарной безопасности.

«Если посмотреть на фотографии здания после пожара, то отчетливо видно, что оно буквально «сложилось» внутрь. Это свидетельствует о том, что внутри поднялась очень высокая температура, а также о том, что здание скорее всего не было разделено

на пожарные отсеки, как того требуют правила безопасности. Скорее всего, здесь также не было системы автоматического пожаротушения, — рассказал Роман Демидов журналисту «КП-Самара». — Такие отсеки с огнестойкими стенами, способными выдержать горение находящихся именно на этом производстве веществ, должны быть предусмотрены на этапе строительства, чтобы снизить пожарную нагрузку, препятствовать распространению пламени и не допустить такого масштабного пожара».

Сейчас собственников на место не пускают — пожарные продолжают разгребать завалы. А владельцы компании думают, как рассчитываться с покупателями, которые пока не смогут получить продукцию. В России это единственное производство подобных пленок, которые используют для мебели и внутренней отделки помещений.

Сергей Разумов признается, что сейчас все мысли руководства и сотрудников предприятия — о восстановлении производства:

«Мы пока не понимаем, как это сделать, нас еще пока даже мне пускают на место пожара. Все работники, 250 человек, сидят дома в ожидании, - рассказал Сергей Разумков журналисту «КП-Самара». - Понятно, что нужно разбирать завалы, подсчитывать суммы ущерба. У нас все производство и склады были сосредоточены на этой площадке. МЧС предварительно озвучило цифру в 100 тонн продукции на складе, но ее там было гораздо больше. Убытки огромные. Мы надеемся, что власти окажут нам какую-то помощь и поддержку в восстановлении».

По данным сервиса «Спарк-Интерфакс», компания «Трасса-С» занимается производством пластиковых труб, плит и строительных материалов из пластмассы. Является владельцем торговой марки «Орто», которая производит декоративные ПВХ-плёнки и термопереводные плёнки для декора пластиковых изделий.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ ОРТО®, ОПУБЛИКОВАННАЯ НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ

2003 год: запуск производства термопереводной пленки для декорирования профильно-погонажных изделий из ПВХ. За прошедшее время компания ОРТО® заняла устойчивое лидирующее положение на этом рынке, предложив своим клиентам оптимальное соотношение «цена-качество», широкий ассортимент продукции, в том числе, эксклюзивные коллекции дизайнов, соответствующие мировым тенденциям и удобную складскую программу. Нашими партнерами являются крупнейшие производители погонажных изделий из ПВХ (пластиковые панели, вагонка, плинтус, универсальный угол, экраны для ванн, кабель-каналы, багеты и декоративные накладки и пр.) по всей России и СНГ.

2014 год: запуск линии по производству декоративной пленки ПВХ. Основные категории пленок — для окутывания профильно-погонажных изделий, для мебельных фасадов, для межкомнатных дверей.

2015 год: проект производства декоративной ПВХ пленки дополнен каландровой линией, что позволило заменить импортную сырьевую пленку аналогами собственного производства. Полный цикл производства декоративной пленки ПВХ обеспечивает максимальную мобильность производства и позволяет контролировать качество продукции на всех этапах.

В настоящее время компания ОРТО® продолжает активно развивать свою деятельность в различных направлениях.

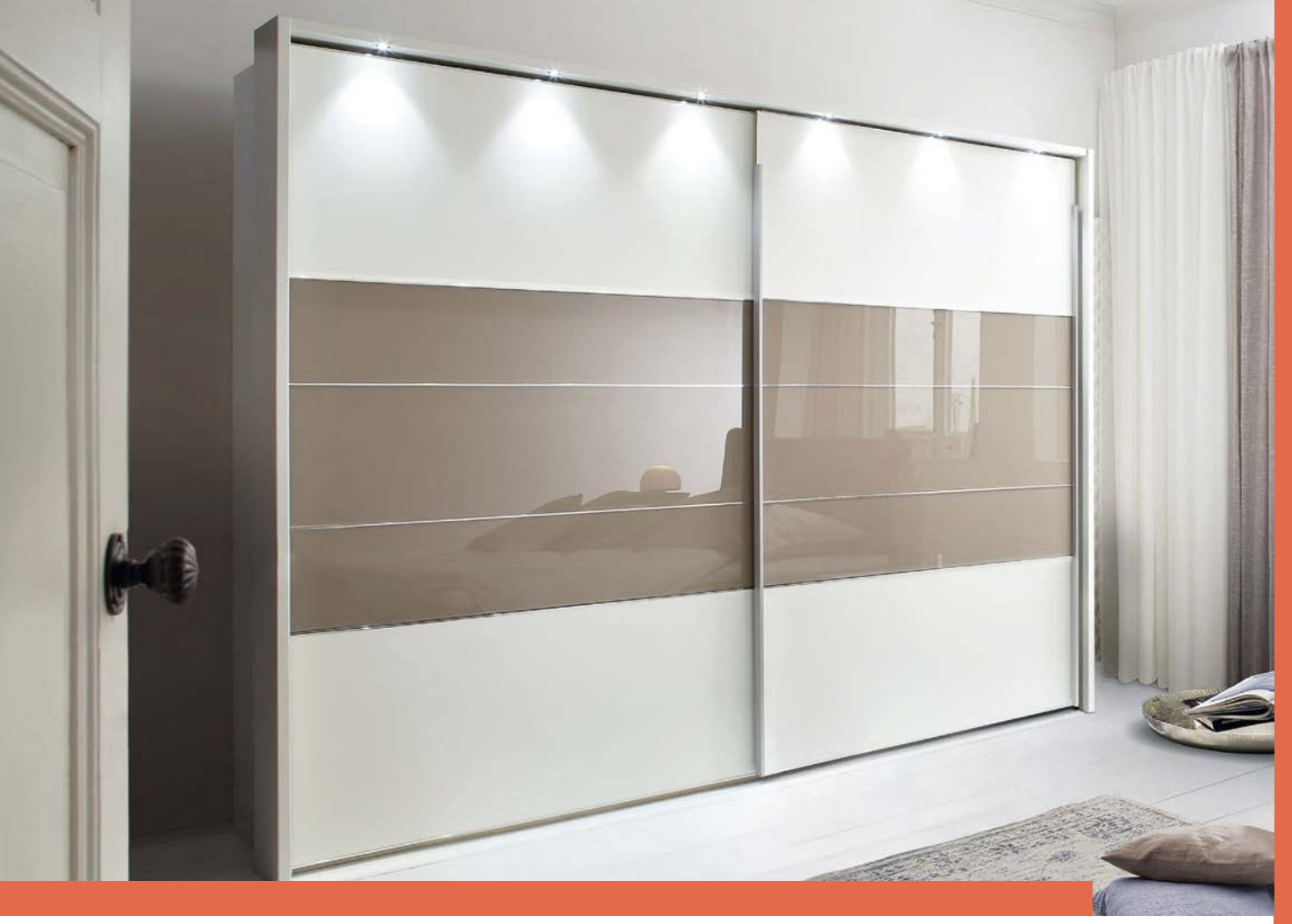
Инновационный подход и современное оборудование позволяет нам достигать оптимального сочетания цены и качества. Мы смело беремся за новые интересные задачи и успешно претворяем их в жизнь.

По данным rusprofile.ru, компанией ООО «Трасса-с», зарегистрированной по адресу Самарская область, город Самара, Профильная улица, 6, владеют в равных долях Пряжкин Александр Владимирович (33,33%), Разумков Владимир Николаевич (33,33%) и Безукладов Евгений Николаевич (33,33%). Уставный капитал — 100 млн рублей. Генеральный директор с 15 марта 2013 г. — Разумков Владимир Николаевич.

По материалам СМИ

ОТ РЕДАКЦИИ

Надеюсь, что различные контролирующие органы и структуры, любители «жареного» и желающие высказаться не будут плясать на пепелище и дальше раздувать в прессе, в чем там оказались неправы владельцы предприятия. Ведь именно они серьезно пострадали, и, помимо утраты производственных мощностей и продукции, им еще придется как-то решать вопросы и с клиентами. От лица издания выражаем наше глубокое сочувствие компании и будем очень рады написать в ближайшее время о государственной помощи и поддержке производителя.



СТЕКЛО КОМПЛЕКТУЮЩИЕ для шкафов–купе

Комплектующие для шкафов–купе

MODERN COUPE
ФАБРИКА
РАЗДВИЖНЫХ ДВЕРЕЙ
Каркасно-модульная система «Лофт» – это алюминиевая система, состоящая из алюминиевых профилей и различных коннекторов, которая позволяет создавать практичную мебель разных конфигураций для современных интерьеров.
Система состоит из трех видов алюминиевого профиля и шести видов коннекторов, соединяющих алюминиевый профиль.
«Лофт» позволяет проектировать различные мебельные конструкции, которые подойдут для любого места Вашего дома: для гостиной отлично подойдут журнальный столик и стойка для горшечных растений, для спальни – консоль, для прихожей – стойка. Возможность модификации разнообразна.
БЕСПЛАТНАЯ ЛИНИЯ 8-800-200-52-13
г. Новосибирск:
ул. Сибиряков-Гвардейцев, 49/2
modern_kupe@inbox.ru
8 (383) 353-52-13
8 (383) 344-97-99
г. Кемерово:
пр-т Советский, 5
kemerovo@modern-coupe.ru
8 (3842) 452-352
8-951-581-78-57
НОВЫЙ ОФИС:
ул. Бетонная, 4
info@mk54.ru
+7 (383) 383-06-63
Весь ассортимент продукции представлен на нашем сайте MODERN-COUPE.RU
Конструкторы фасадов шкафов-купе и кухонных фартуков: КОНСТРУКТОР54.РФ

СЕГОДНЯШНИЙ КРИЗИС — СЕРЬЕЗНЫЙ ЗАДЕЛ ДЛЯ МЕБЕЛЬЩИКОВ НА БУДУЩЕЕ

Пандемия внесла серьезные коррективы в дальнейшую работу производителей мебели. Работа или неработа в течение апреля-мая, частичное открытие розницы в июне — все это привело к тому, что для многих серьезно поменялось отношение и к продвижению, и к системе продаж, и к ассортименту. Какие же основные каналы продаж использовали мебельные компании в период закрытой розницы?

Какие же основные каналы продаж использовали мебельные компании в период закрытой розницы?

«Так как мы больше b2b-история, у нас собственное профессиональное производство корпусной мебели, мягкой и малых форм из массива бука, — делится **Сергей Петренко, коммерческий директор фабрики Милана (Краснодарский край, ст. Отрадная).** *— Основной канал сбыта для нас — это наши партнеры. У нас есть несколько магазинов в собственности — в станице Отрадная и в г. Новороссийске, в период коронакризиса они перешли на «дожимание» наработок по телефону и начали более активно вести себя в Instagram. Продажи сократились процентов на 40 от прошлого года.*

Своим партнерам мы активно стали предоставлять контент для размещения на сайты и социальные сети, учить их работать в социальных сетях, и это дало свой результат.

Также фабрика взяла несколько эксклюзивных и нестандартных заказов по оснащению гостиниц и частных домов».

Для компании **«КУПЕ» (г. Екатеринбург)**, одной из крупнейших мебельных фабрик Уральского региона с более чем 20-летней историей, основными каналами в период, когда не работали салоны, стали интернет-магазин, социальные сети и работа с имеющейся клиентской базой, о чем рассказал **Юрий Кокорин, директор Торгового Дома Аллоджио**, направления серийной мебели компании «КУПЕ», которое включат в себя b2b-продажи в 10 регионах России, собственную розничную сеть в Екатеринбурге и интернет-магазины.

Безусловно, когда компания встает в ситуацию отсутствия продаж, она мобилизует все возможности, чтобы эти продажи любыми путями вытащить на максимально возможный уровень.

«Мы использовали все возможности дистанционной формы продаж: сайт, социальные сети, консультации по телефону и электронной почте, — рассказывает **Юрий Аркадьевич Выховский, генеральный директор компании LORENA кухни**, одного из крупнейших производителей кухонной мебели в России. *— Также нам и нашим клиентам очень помог 3D-конструктор кухни, который позволяет детально проработать проект любому посетителю нашего сайта самостоятельно. В нем можно выбрать модель, определиться с материалами, ввести данные своего помещения, указать требования к технике и получить готовый проект кухни в 3D.*

Юрий Аркадьевич Выховский, генеральный директор компании LORENA кухни

Помимо этого, мы впервые открыли новый филиал в Тюмени в онлайн-формате. Была организована

трансляция праздничного открытия, где консультанты рассказали о том, какие модели представлены в салоне, продемонстрировали их функционал и разыграли призы от нас и наших партнеров. Такой формат показал себя с хорошей стороны с точки зрения вместимости гостей на мероприятии. Трансляцию одновременно смотрели более 4500 человек, в обычном режиме такое количество наши салоны принять не смогли бы».

Больших успехов за пандемийный период достигла в дистанционных продажах и компания «Ангстрем».

«Традиционно онлайн-канал выполнял для продаж мебели поддерживающую роль, — поясняет **Дмитрий Вервейко, управляющий интернет-магазина мебельного холдинга «Ангстрем».** — *Большинство покупателей всегда шли в физические салоны, чтобы посмотреть продукт вживую, посидеть на диване, пооткрывать дверцы шкафа. Доля чистого онлайна в товарообороте у нас едва дотягивала до*

Дмитрий Вервейко, управляющий интернет-магазина мебельного холдинга «Ангстрем»

10%. Но пандемия все резко поменяла. С одной стороны, огромное количество людей оказались заперты дома, и их взаимодействие с собственным интерьером стало интенсивным, как никогда прежде. Из места для просмотра телевизора и сна жилое пространство превратилось в место для работы, хобби, социальных взаимодействий — в место для жизни. С другой стороны, покупатели неожиданно оказались готовы приобретать мебель прямо в интернет-магазине, без визита в торговые центры. Эти два фактора в совокупности стали для нас приятным, но сложным вызовом. И с самого начала нужно сказать, что, на наш взгляд, мы с этим вызовом справились.

До периода самоизоляции у нас работал отдел интернет-продаж, в котором посменно трудились восемь человек: два сервисных специалиста и шесть продавцов. Они отвечали на сообщения в чатах, телефонные звонки и, в общем, справлялись. Когда мебельные салоны закрылись, мы не очень понимали, как поведет себя покупатель, но решили рискнуть и вложиться в онлайн-продвижение. Но обеспечить трафик — это только половина задачи. Его еще нужно обработать. Естественно, смена из трех продавцов с этим справиться уже не могла. Через неделю мы решили подключить продавцов из салонов и силами IT-отдела развернули удаленный call-центр. Это было непросто: людей на дому надо обеспечить техникой, специальным софтом, нормальным интернетом. Но оказалось, что это было самое лучшее, что можно сделать. Через месяц на нашей горячей линии работали уже 100 человек. Мы не только сохранили работу для своих сотрудников, но и обеспечили отличное качество обслуживания для своих клиентов. Сторонний call-центр такого бы не смог: наши опытные продавцы умели нарисовать дизайн-проект, отлично знали продукт, владели технологиям продаж. Для перехода в онлайн им требовалась только трехдневная подготовка по работе с чатами и телефонией.

В результате с новым call-центром мы добились четырехкратного роста продаж в онлайн-канале. И если в начале пандемии еще были пропущенные звонки, мы не всегда идеально отрабатывали обращения, то сейчас мы смело можем поставить себе пятерку. Клиенты тоже довольны: интернет — это экономия времени, больший выбор, чем в салоне, удобство в сравнении цен, наличие отзывов и т. д. Если тебе нужна консультация, ее можно получить в том виде, в котором тебе комфортно: в чате, по телефону, видеосвязи. Можно самостоятельно рассмотреть 3D-модели, принять решение и оплатить удобным способом, в том числе и оформить рассрочку, не выходя из дома».

То, что в дальнейшем стратегия продвижения компаний поменяется, нет никаких сомнений. Онлайн-продвижение в период пандемии принесло компаниям серьезные результаты.

«Ставку в продвижении делаем на онлайн-каналы и наших партнеров, — говорит Сергей Петренко. — *Сейчас проверяем и обновляем выставки наших партнеров, готовим контент для нашего нового сайта, обновляем учебные материалы по продукту и по технике продаж. Параллельно обновляем ассортимент выпускаемой продукции. В планах запустить новый формат розничных магазинов малых форм под брендом Marrone (малые формы)».*

«Мы стали больше продавать в интернете, — делится Выховский Юрий Аркадьевич, — *поэтому уже усилили и продолжим масштабировать онлайн-продвижение».*

Юрий Кокорин говорит о стабильности намеченного в компании вектора развития с некоторыми корректировками:

«Долгосрочная стратегия у нас выстроена, и она не претерпевает пока глобальных изменений. Мы сейчас просто более спокойно смотрим на получающиеся результаты, как отрицательные, так и положительные. Ни от каких намеченных ранее целей не отказываемся. Связываем это с тем, что выстроенная нами бизнес-модель оказалась достаточно устойчивой в сложившейся ситуации. Однако, как и в обыч-

ное время, мы видим новые возможности и стараемся их использовать. Пока очевидным является одно: интернет-проектам мы будем уделять еще больше внимания, чем раньше».

Елена Бардина, управляющий партнер специализированного маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний REKANA, считает, что на данный момент проблема в отсутствии стратегии развития у большинства мебельщиков:

«Фундаментом» своей компании, стратегией бренда, к сожалению, занимаются крайне мало мебельщиков. А поскольку нет базы, позиционирования, «лица», то нет и понимания, кто мы, для кого производим свой продукт и куда идём, как развиваемся и чего мы хотим достичь — то есть, в целом, какую компанию мы строим и какими хотим быть хотя бы в ближайшие годы. Поэтому и стратегию продвижения разработать крайне сложно. Часто владельцы бизнеса действуют по принципу «из пушки по воробьям»: узнали о каком-то популярном инструменте (к примеру, об Instagram) и сразу начали вливать туда бюджеты на таргетированную рекламу. Деньги вложены, но при этом не выстроены бизнес-процессы для работы с этим инструментом: нет понимания, какой контент нужно там размещать, кто и как будет оперативно отвечать на запросы в соцсети и мн. др. Поэтому бюджеты попросту слиты, и эффекта ноль.

Сейчас многие говорят про омниканальность — и это действительно must have для бизнеса, как когда-то, к примеру, была мобильная версия сайта. Но выстраивать омниканальную модель работы можно только в том случае, если у компании есть тот самый «фундамент», платформа бренда, где прописаны все УТП (уникальные торговые предложения — ред.), когда есть понимание, для какой аудитории компания работает, по каким каналам эта аудитория ищет информацию и где/как покупает. В омниканальной модели продвижения ставка должна быть сделана на быструю, практически мгновенную коммуникацию с клиентом во всех задействованных каналах — в первую очередь, там, где удобно покупать клиентам конкретного бренда (именно поэтому так важно знать свою аудиторию в лицо!). Например, если человеку удобно общаться в Инстаграме, значит, здесь у компании все должно быть отлажено как часы, если через мессенджеры, то и там аналогично. Плюс не забываем про офлайн-формат, в который сегодня должен быть интегрирован онлайн-магазин с помощью современных гаджетов и технологий, позволяющих совмещать онлайн и офлайн-шоппинг. Все большую популярность и, главное, эффективность приобретает локальный маркетинг — в онлайн-продвижении магазина или шоу-рума можно ориентироваться на аудиторию, которая географически сконцентрирована рядом с конкретной торговой точкой (квартал, район)».

Елена Бардина, управляющий партнер специализированного маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний REKANA

Если говорить о розничных продажах в ближайшей перспективе, то здесь, пожалуй, разыгрались самые серьезные баталии: те, кто вчера еще работал с розничной сеткой не в одну сотню магазинов, сегодня заявляют о полном переходе в онлайн-формат в ближайшее время. Очень заманчивым оказалось то, что в период закрытия розницы интернет-продажи у многих выросли в разы. Естественно, это и экономия на содержании собственных магазинов, и независимость от условий и трафика салонов, а также независимость от дилеров, которые осуществляют продажи. Но эти желания покупать в сети возникли у потребителя именно сейчас, и никакой гарантии, что по окончании пандемии люди захотят покупать онлайн и не вернутся в салоны. Тем более, что люди, которые в апреле-мае осуществляли покупки мебели через интернет, практически наверняка в большинстве своем видели эту мебель в салоне ранее, а покупку сейчас оформили через сайт.

«Мы не планируем сокращение салонов, — говорит Сергей Петренко, — *а планируем развитие и рост. Мы обновляем сайт и планируем увеличить свое присутствие в онлайне, как через собственный сайт, так и через социальные сети.*

Сейчас прорабатываем варианты по контрактному производству, уже есть несколько подписанных договоров. Также продолжим развивать цех по нестандартным заказам».

«Наша собственная розница и так достаточно оптимизирована, а дилерская розница, конечно же, претерпит изменения. Офлайн-рынок, на мой взгляд, ждет жесточайшая конкуренция, особенно в крупных городах. Ближайшие месяцы все расставят по своим местам», — делится Юрий Кокорин.

«Доля онлайн-продаж в последние годы и так постоянно росла, но в период, который мы прошли, они вышли на принципиально новый уровень. Сразу закрепиться на нем будет не просто, скорее всего, даже произойдет некоторый откат, но все равно этот канал продаж за пару месяцев преодолел путь, на который в обычном режиме понадобились бы годы. Пока рано говорить о том, что онлайн-продажи становятся абсолютной доминантой, но очевидно, что их доля в общем объеме очень существенно прирастет.

Говорить об инструментах считаю нецелесообразным, их очень много, каждый подбирает свой наиболее эффективный уникальный набор, а о глобальных тенденциях лучше послушать аналитиков крупных IT-компаний», — добавляет он.

«Уходить из офлайн-розницы в онлайн мы не собираемся, — заверяет Юрий Аркадьевич Выховский, — *наоборот, за последние два месяца мы открыли 2 новых филиала — в Тюмени и в Краснодаре.*

Как я и говорил ранее, онлайн-продажи не станут нашим основным инструментом в ближайшие годы точно. Но расширять свое присутствие в интернете определенно будем.

Купить кухню — не то же самое, что заказать одежду или еду в интернете, тут есть свои особенности, это продукт технически сложный.

Также продолжаем работать с застройщиками, принимаем участие в тендерах и развиваем это направление».

«Думаю, что сегодня влияние онлайна на продажи стремится к 100%, — говорит Дмитрий Вервейко. — *Даже если человек увидел билборд и пришел в салон, в промежутке он, скорее всего, погуглил компанию и пообщался с одним из наших консультантов.*

В итоге мы настолько вдохновились своими успехами, что решили с небольшими изменениями сохранить эту схему и после пандемии. Сейчас мы открыли массовый набор в обновленный call-центр и набрали уже 30 продавцов, всего думаем взять около 80 человек. Таким образом, в настоящий момент сотрудниками call-центра являются более 100 человек, среди которых и опытные продавцы, и «новички». Под них уже выделили этаж в офисном здании и оборудовали его со знанием дела. У нас есть четкое распределение обязанностей: отдельные люди работают на входящих и исходящих звонках, консультируют в чатах, работают с индивидуальными заказами. У нас нет универсалов, только узкие специалисты, которые хороши в своих направлениях. Кроме того, мы увеличили время работы call-центра,

чтобы покрывать потребности покупателей всей страны. Сейчас мы работаем с пяти утра до часу ночи.

За несколько месяцев мы набили множество шишек, добились выполнения своих планов и сделали счастливыми многих клиентов. Результатом должен стать, пожалуй, лучший в нашей индустрии отдел интернет-продаж».

Елена Бардина считает, что доля онлайн и офлайн зависит от формата бизнеса:

«В отдельных компаниях 80% занимают продажи в онлайне и только 20% — офлайн. У других, наоборот, 80-90% — это розничные продажи, и они только-только начинают выходить в e-commerce (таких как раз очень много по всей России). Нельзя говорить, какой формат сегодня правильный — нужно исходить из задач конкретного бизнеса, его возможностей. По моему мнению, полный ассортимент бренда должен быть представлен в онлайне, а в стандартной рознице — только флагманские модели, акционный продукт и максимально выверенный ассортимент. Другой вопрос, что у многих мебельщиков до сих пор не прокачан онлайн-канал (либо отсутствует вовсе) — к примеру, действует только сайт и то не как интернет-магазин, как инструмент продаж, где покупатель может легко и быстро выбрать и заказать продукт, а просто как визитка или портфолио. Пандемия подтолкнула нас к тому, чтобы качественно заняться онлайном, и мебельщики поняли это, начали работу в этом направлении, что очень радует. Ведь карантин доказал — через интернет сегодня можно и нужно продавать мебель.

Безусловно, традиционный мебельный ритейл также должен меняться и интегрироваться с различными диджитал-технологиями — без гаджетов в салоне нового формата сегодня уже не обойтись (к примеру, установить стандартную плазму или терминал, где можно посмотреть весь ассортимент компании, разместить qr-код, чтобы скачать мобильное приложение, получить полезные материалы, скидку и т. д.). Помимо удобства для клиента, это позволит сэкономить на площади и аренде. В самом салоне нужно постоянно оптимизировать ассортимент, который там представлен: не забывайте про ABC-анализ (анализ товаров), XYZ-анализ (анализ стабильности спроса), сегментирование продуктов и т. д. Отслеживайте популярные мировые тренды, чтобы вовремя модернизировать ассортимент и внедрять актуальные новинки. К слову, иногда достаточно просто поменять цвет фасадов кухни, чтобы получить более трендовую и востребованную потребителем модель. Ключевую роль в ритейле сегодня играет создание уникального торгового формата, в котором приятно выбирать и действительно хочется покупать. Когда мебельный магазин не похож на склад, из которого ты мечтаешь поскорее выбраться, а является вдохновляющим пространством, которое побуждает в него не раз вернуться и рекомендовать к посещению своим знакомым. Именно такие магазины создаем мы в REKANA совместно с нашими клиентами».

Как и во всем, в покупке мебели через интернет есть масса минусов. Один существенный минус, как мне кажется, заключается в том, что на картинке изделие в большинстве случаев выглядит интересней, ярче, лучше, как и многое, чем на самом деле, ведь картинка готовится, чтобы привлечь внимание покупателя. Боюсь, что при любом раскладе, даже если привозят посмотреть покупателю фасад или образцы тканей, клиент покупает «кота в мешке». И вероятность разочарования намного выше.

К тому же то самое пресловутое удовольствие от процесса покупки, когда клиент общается с продавцом, выбирает, а затем здесь же в кафе с супругом или с супругой в приятной обстановке обсуждает или отмечает покупку.

Если мы говорим об экономии времени для клиента в процессе выбора, то это во многих случаях заблуждение, потому что в интернете можно выбирать нужный комплект мебели намного дольше.

Многие сайты по продаже мебели, как маркетплейсы, так и интернет-магазины, имеют несовершенную неудобную систему поиска и фильтров параметров изделия. На многих сайтах не продуманы отдельные детали, которые важны. Так, на Hoff попыталась найти недорогую двуспальную кровать с подъемным механизмом — отлично, но логично, что к кровати нужны комплектные тумбочки и комод, а вот с поиском этого уже хуже. Ниже в рубрике «с этим товаром берут» разные тумбочки совершенно другого цвета и к этому изделию не подходят. Возможно, коллекций с таким названием несколько. Возможно, я в чем-то не разобралась, но ведь для потребителя все должно быть просто и понятно.

Также предполагаю, что компании при продаже через маркетплейсы сталкиваются с трудностями в вопросах транспортировки, доставки, установки. Роман

Ершов высказал мнение, что каждая компания, которая хочет работать на этом рынке, должна стать интернет-компанией. Я считаю, что те, кто начинали работать как интернет-компания в продажах мебели, и товар для реализации онлайн продумывали и подбирали соответствующий — который удобен в доставке и быстр и прост в сборке, а также фото продукта будет создавать представление, максимально близкое к реальности.

Естественно, с изменением спроса и каналов продаж будет меняться и ассортимент. Хотя в корне менять ассортиментный портфель пока никто не кинулся — планово готовятся новинки, отрабатываются новые направления, но кардинально поменять проверенные линейки и модели — дело рисковое и далеко не всегда оправданное.

«Да, ассортимент будем менять, — говорит Сергей Петренко. — *Мы планируем выходить на рынок европейской части России, а это немного иной ассортимент, иная логистика, иные партнеры».*

Юрий Кокорин, директор Торгового Дома Аллоджио

«В ассортиментной политике, — рассказывает Юрий Кокорин, — мы всегда руководствуемся принципом «усиливай сильное и пробуй новое». То же самое делаем и сейчас. В последнее время больше, чем обычно, уделяем внимание продукции, подходящей для интернет-продаж».

Юрий Аркадьевич Выховский сообщает, что ассортиментная линейка будет обновляться: «Скоро анонсируем новые модели. Следите за новостями».

Мебельный холдинг «Ангстрем» буквально на днях представил новую лаконичную коллекцию мебели «Эффекто» в стиле минимализм с элементами лофта и эко-стиля.

«Заметная тенденция последних лет сформировалась среди потребителей — люди хотят окружать себя стильной, неброской, функциональной, экологичной мебелью. Они стали подходить к своему выбору осознанно», — отмечают в компании.

Елена Бардина уже упоминала о важности «держать руку на пульсе» и отслеживать мировые, европейские и российские тенденции — как потребительского поведения, так и в области интерьерной моды и предметного дизайна. Что еще можно добавить? *«Если говорить о сегодняшней ситуации, то мы увидели и почувствовали на себе, как изменилось само понятие дома и его роль в жизни человека. По сути сегодня ДОМ = убежище от внешнего турбулентного мира и здесь нам хочется достичь максимального комфорта, уюта и гармонии.*

Вирус, безусловно, явился катализатором данной тенденции, и именно сейчас люди еще более активно и фокусно сосредоточились на обустройстве собственного жилища. Ведь теперь оно становится не только местом проживания, но и работы, а также зачастую и тем пространством, где возможно реализовать свое хобби либо заниматься спортом.

Поэтому сейчас наблюдается повышенный спрос на мебель для работы дома — столы, стулья, стеллажи + все для обустройства домашнего кабинета (шкафы под книги, документы, технику и пр.). Также на пике спроса все, что касается зонирования домашнего пространства — стеллажи, ширмы. Очень популярны малые функциональные формы и, в принципе, вся функциональная мебель — встроенный в диван поворотный журнальный столик, встроенные в мягкую мебель розетки и разъемы для зарядки гаджетов и др. Огромный интерес вызывает все, что касается внутреннего озеленения, домашнего садоводства — это вообще сейчас глобальный тренд (если у нас нет возможности часто бывать на природе, то природу мы «приносим» в дом). Применительно к мебельному бизнесу, думаю, можно говорить о потенциальном спросе на мебель для домашних растений — различных этажерках, интересных кашпо, специальных полках, стеллажах под озеленение, которые помогут человеку разбить свой домашний мини-сад.

Безусловно, сейчас очень популярна мебель outdoor — для дачи, сада, но используемая в качестве домашней мебели внутри квартир и на лоджиях, балконах (кстати, многие на изоляции активно занимались обустройством именно этой зоны и делают это до сих пор).

Мебельщики могут взять на вооружение этот тренд и начать готовить ассортимент к следующей весне. Почему нет?

На мой взгляд, во главе угла сейчас стоит продукт. Время копирования друг друга, когда ты заходишь в торговый центр и видишь на подиумах абсолютно одинаковые модели, только в разных обивках (а иногда и в одинаковых), стремительно проходит. Продукт становится основным двигателем, который помогает бизнесу развиваться. Поэтому очень важно держать руку на пульсе и отслеживать то, что происходит на мировом и российском рынке, в дизайне интерьеров, промышленном дизайне, архитектуре жилых пространств, на рынке материалов, механизмов, технологий, предметов декора и др. — чтобы производить продукт, который будет выделять вас на рынке. И, конечно, не забывать про функциональность и эргономику».

За столь недолгий, но насыщенный событиями пандемийный период во многих компаниях произошли различные довольно значимые изменения.

На фабрике «Милана» прошла оптимизация по персоналу, смена приоритетов развития и рынка сбыта.

В «Аллоджио мебель» научились полноценно работать дистанционно, смогли выделить дополнительное время на обучение персонала, проанализировали экспозиции собственных салонов и перестроили их.

«Пандемия помогла нам усовершенствовать многие внутренние процессы, уделить внимание деталям и проанализировать, как сделать нашего клиента еще более счастливым.

Любой кризис — это всегда возможности», — отмечает Выховский Юрий Аркадьевич.

В такое сложное время всегда найдутся компании, которые выйдут из кризисной ситуации победителями, но и всегда будут те, кто потеряет свои позиции или уйдет с рынка вообще.

«Сегодня станет лучшим тот, кто к этому стремится, — говорит Сергей Петренко, — *тот, кто прикладывает все усилия для развития себя как компании, как*

Сергей Петренко, коммерческий директор фабрики Милана

бренда, как производителя. Сейчас себя чувствуют хорошо те компании, которые вкладывались в онлайн-сервис и в продукт. Я считаю, что данные направления будут основополагающими в ближайшее время.

Также сейчас все больше молодых и амбициозных предпринимателей создают мебельные компании, и они начинают активно развиваться и расти, предлагая современный продукт, современные решения, развивают современные рынки сбыта и системы продвижения».

«Очевидно, что существенный рост доли рынка покажут интернет-проекты, — отмечает Юрий Кокорин, — *особенно крупные, с именем, передовыми технологиями и отлаженными процессами.*

Рынок покинут, как и при любом кризисе, наименее гибкие, не готовые меняться, а лишь пытающиеся переждать».

Юрий Аркадьевич Выховский уверен, что те, кто не был готов к изменениям и не имел финансовой «подушки», уйдут с рынка, а более гибкие и крупные игроки останутся.

Елена Бардина считает, что с рынка уйдут, в первую очередь, совсем неповоротливые компании: *«Возможно, что под такой риск попадут достаточно крупные бизнесы, которые не умеют быстро и гибко реагировать на изменения, происходящие в мире и в стране, бизнесы с большой немобильной бюрократической системой управления. Те же компании, которые могут оперативно отвечать на вызовы времени и потребности потребителя, выживут. И не просто выживут, а начнут активно развиваться.*

Конечно же, мебельщикам следует обратить внимание на маркетплейсы, подумать над сотрудничеством и посмотреть, какой продукт можно туда интегрировать — исходя из цены, качества, внутренних бизнес-процессов, возможностей логистики и, что особенно важно, ресурсов для оперативной работы с рекламациями».

Сегодня важно не только то, как поменялась работа компаний, а то, как изменился сам покупатель, ведь от этого зависят и ассортимент, и продажи.

«Наша компания уже прошла не один кризис и можно отметить, что поведение покупателя в такие периоды меняется примерно одинаково, — замечает Юрий Кокорин. — *Люди тяжелее расстаются с деньгами и хотят получить максимум за свои кровные. Это приводит к более детальному изучению рынка с их стороны в поиске наиболее выгодного варианта. Меньше будет спонтанных покупок. Кроме того, идет явное перетекание покупателей в интернет, в том числе и людей старшего поколения, которых раньше там практически не было. Большинство офлайн-покупок также будут начинаться в интернете с изучения вариантов мебели и продавцов».*

«Потребитель постоянно меняется, как и все вокруг нас, — считает Сергей Петренко, — *он становится все более требовательным, все более грамотным, ему уже мало самого продукта, он хочет сервиса, который предвосхищает его ожидания. Он хочет жить здесь и сейчас, он не готов тратить свое время на поиски и принятия решений».*

Выховский Юрий Аркадьевич, генеральный директор компании LORENA кухни:

«На мой взгляд, потребительские предпочтения по отношению к товарам длительного пользования не сильно изменятся. При покупке кухни покупатель, так или иначе, хочет испытать свою будущую кухню в реальных условиях на примерах образцов, представленных в салонах».

«Если говорить о потребителе, — отмечает Елена Бардина, — *то он с каждым годом становится всё более информированным и подкованным в том, что касается моды, трендов, материалов, становится очень требовательным к сервису. К примеру, факт долгого ожидания отклика на запрос или заявку на сайте очень негативно сказывается на репутации бренда, и, скорее всего, в таких случаях потребитель будет выбирать другую, более оперативную компанию. Помимо коммуникаций, человеку нужно обеспечить удобство выбора: зайдя на сайт, клиент не должен мучиться со сложными названиями коллекций, трудными фильтрами в отборе, искать преимущества продукта. Цена сейчас и в дальнейшем будет иметь большое значение, потому как нет никаких предпосылок к тому, что наше население с точки зрения доходов начнет жить лучше.*

Однако помимо цены, у продукта должна быть ценность — именно за нее люди готовы платить больше даже в условиях ограниченного бюджета. Ценность выражается в отлаженном сервисе компании, который работает на опережение, в уникальности продукта, в транслируемых брендом ценностях, в философии и миссии компании («почему мы, для кого работаем и что предлагаем»). Соотношение «цена + качество + дизайн + бренд» — вот какой баланс будет всё более важен при выборе того или иного производителя. Актуальный дизайн мы видим сегодня даже в бюджетном сегменте — ведь у нас есть ИКЕА, есть divan.ru и многие другие компании, которые своими интерьерными решениями воспитывают у потребителей чувство вкуса и стиля. Поэтому компаниям так важно предложить клиентам тот продукт, который удовлетворит его потребности по всем этим пунктам».

Мне кажется немаловажной составляющей получение потребителем удовольствия как от купленного изделия, так и от самого процесса покупки. А для этого надо знать своего потребителя, формировать актуальный трендовый ассортимент, правильно выстраивать систему продаж и организацию бизнес-процессов.

Светлана Ширяева

ФАСАДЫ и СТОЛЕШНИЦЫ

Фасады
Столешницы
Мебельные детали

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

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

Комплект декоративных элементов
9 Серии

ТОМСКИЕ МЕБЕЛЬНЫЕ ФАСАДЫ

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

пластики и пленки

Профессиональные материалы ведущих брендов
для мебельной промышленности, дизайна интерьеров и строительства

Приглашаем к сотрудничеству дилеров!

пластики и пленки
www.plastics-foils.ru

ГК «Пластики и Пленки» — лидер на рынке РФ по комплексному снабжению предприятий мебельной, дверной и строительной промышленности пластиками HPL и акриловыми (ПММА), пленками ПВХ/ПЭТ, кромками ABS, клеевыми, лакокрасочными и абразивными материалами.

КЛЕЕВЫЕ СИСТЕМЫ
www.eks-msk.ru

Lemark
Melatone
FineVinyl
Huadong
LG Hausys Authorized Distributor
valresa

Декоративный пластик HPL
Акриловый пластик
Кромка ABS

Пленки ПВХ и ПЭТ
для мембранно-вакуумного прессования, каширования и окутывания

Лакокрасочные материалы VALRESA (Испания)
для профессиональной отделки

Клеи для пластика, кромки и пленки
ПВА, ЭВА расплавы, реактивный ПУР для окутывания, клей для мембранно-вакуумного прессования и другие клеи для мебельного производства

Клеи контактные Wakol (Германия)
для производства мягкой мебели и матрасов

Абразивные материалы
«Сегмент-Абразив»

MERITIN&CO
WAKOL
neoflex
AkzoNobel
WAKOL
СЕГМЕНТ-АБРАЗИВ ЗАВОД ШЛИФОВАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

+7 (495) 646-13-04 доб. 710

Филиал в Новосибирске:
г. Новосибирск, ул. Долинная, д. 2Г

+7 (495) 646-13-04

Москва, головной офис: г. Москва, Павелецкая набережная, дом 2, строение 1 БЦ «Loft Ville»

ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ
для производства мебели

IT–ТЕХНОЛОГИИ

Станки
Инструмент
IT–технологии

ЭЛСИ ПРОИЗВОДСТВО ФРЕЗ ПО ДЕРЕВУ

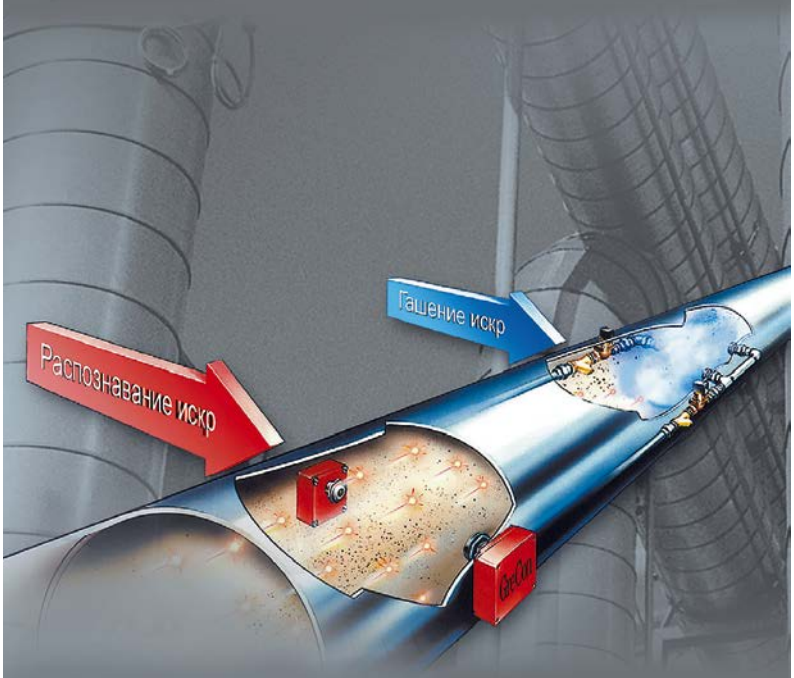
ИЗГОТОВЛЕНИЕ насадных и концевых фрез со сменными твёрдосплавнымии HSS ножами для качественной деревообработки

ПРОФИЛИРОВАНИЕ твёрдосплавных и HSS ножей

ОТПРАВКА фрез и запчастей транспортными компаниями и почтой

Россия, Владимирская обл.,г.Муром, ул. Энергетиков, д. 1-Б
Тел.: +7(49234)34647, моб.: +7 (920) 9201215 (WhatsApp, Viber)
e-mail: elsi@elsifr.ru www.elsifr.ru

ГАСИТЕ ПОКА НЕ ЗАГОРЕЛОСЬ!



Филиал в РФ и странах СНГ
117418, г. Москва,
ул.Новочеремушкинская, д. 61
Тел. +7 499 128-87-97
Факс +7 499 128-94-39
Эл. почта: info@grecon.ru

GreCon
www.grecon.ru

GRIGGIO CENTRE

ООО «Гриджио Центр»
125493, г. Москва, ул. Флотская, д. 5, корп. А, оф. 608
Тел.: **+7 (495) 544-54-20**. Факс: **+7 (495) 544-54-21**
E-mail: info@griggio.ru, **www.griggio.ru**

COSMEC TECHNOLOGY S.R.L.

ОБРАБАТЫВАЮЩИЕ ЦЕНТРЫ С ЧПУ

- **60-ЛЕТНИЙ ОПЫТ РАБОТЫ В ОБЛАСТИ ОБРАБОТКИ СПЕЦМАТЕРИАЛОВ**
- **БОЛЕЕ 1000 ЦЕНТРОВ УСПЕШНО РАБОТАЮТ ПО ВСЕМУ МИРУ**
- **ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПОД ЗАДАЧУ ПРОИЗВОДСТВА**
- **ВЫСОЧАЙШЕЕ КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ • ПАКЕТ CAD-CAM**

IDEA 30L/36L/30P BOX/ 36P BOX

CONQUEST 255/515/715

FOX 13/16/22

SMART 30

• **ON-LINE поддержка** • **Удалённая диагностика** • **Обучение и пусконаладка**

БАЗИС

БАЗИС Мебельщик

БАЗИС Раскрой

БАЗИС Упаковка

БАЗИС Шкаф

БАЗИС Смета

БАЗИС ЧПУ

БАЗИС Склад

БАЗИС Салон

Обновления системы БАЗИС 11 смотрите на сайте

+7 (496) 623-09-90

www.bazissoft.ru

«БАЗИС-ЦЕНТР» — ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ КОМПАНИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ НАШЕМУ ИЗДАНИЮ МИХАИЛА ФЕДОРОВА, ТЕХНИЧЕСКОГО ДИРЕКТОРА ООО «БАЗИС–ЦЕНТР»

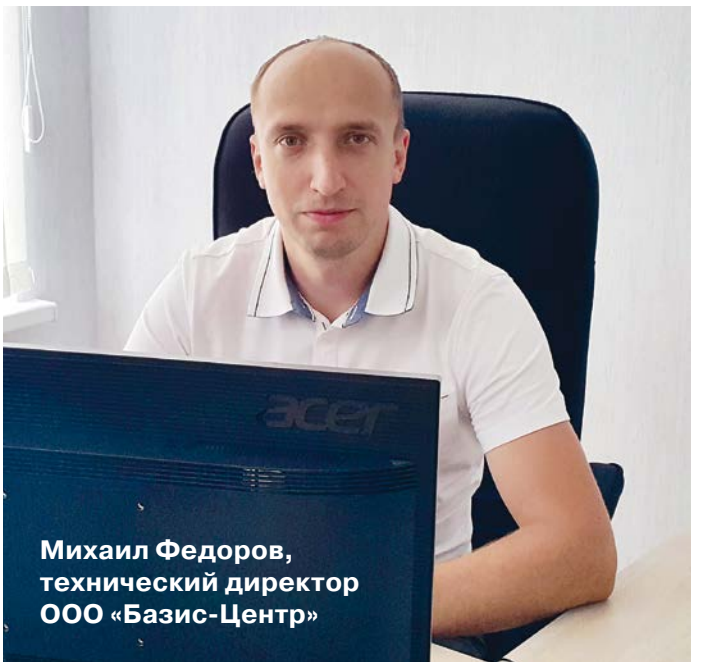
К каким изменениям в работе компании привели ограничения, вызванные пандемией? Использовали в работе в этот период какие-либо диджитал-инструменты?

Резкое изменение условий работы предприятий, вызванное пандемией, не привело к каким-то серьезным ограничениям в работе нашей компании. Дело в том, что еще несколько лет назад мы начали разворачивать частную облачную инфраструктуру для взаимодействия как между сотрудниками, так и с нашими пользователями. В результате к началу введения ограничений в компании была отлажена и уже больше года функционировала соответствующая электронная среда. Это позволило организовать перевод сотрудников на удаленный режим работы в течение одного рабочего дня. Программисты забрали домой свои компьютеры, а менеджерам и другим специалистам не пришлось делать даже этого. Системные администраторы быстро перенастроили всё программное обеспечение, и работа продолжилась в штатном режиме.

Во время самоизоляции в отделе разработки программного обеспечения ежедневно проходили оперативные онлайн-совещания по подготовке очередного обновления системы БАЗИС 11, и оно было выпущено точно в установленный срок.

Практически не изменилась работа менеджеров и специалистов группы технической поддержки, которые продолжили работать в том же режиме. Тот факт, что они находились при этом дома, многие пользователи даже не заметили. Дело в том, что абсолютное большинство вопросов по работе с системой решается через облачный сервис, который называется личным кабинетом. Есть строго регламентированное время реакции на запросы пользователей, которое выполняется в обязательном порядке, а это не зависит от того, где работает специалист.

Во время пандемии было организовано пять ранее запланированных видеоконференций с наиболее активными пользователями. Их цель — собрать мнения



Михаил Федоров, технический директор ООО «Базис-Центр»

и предложения мебельщиков относительно всех модулей системы, а также выслушать пожелания о необходимости разработки новых модулей. К настоящему моменту результаты конференций проанализированы, и на их основе разрабатывается план развития системы на 5 лет с детализацией по годам.

Что касается каких-то дополнительных диджитал-инструментов, то необходимости в них в связи с новыми условиями работы не возникло. Все, что требуется для эффективной удаленной работы, было сделано ранее.

В отделе программных разработок уже несколько лет используется облачная система контроля и управления версиями. Как в компании вносятся изменения в программы? У программиста есть четкий перечень того, что он должен сделать к моменту выхода очередного релиза. В соответствии с ним он дорабатывает свои программы, проводит самотестирование и затем синхронизирует изменения с облачным храни-

лищем исходных кодов. После этого автоматически строится новый вариант дорабатываемого модуля, и запускается процесс его тестирования. Тестировщик, который является специалистом-мебельщиком, выполняет пакет тестовых заданий. Если все проходит нормально, доработка закрывается, в противном же случае она возвращается программисту с необходимыми комментариями. Реального общения программиста с тестировщиком не требуется — все взаимодействие между ними идет исключительно через облако.

С менеджерами аналогично: вся необходимая для их работы информация находится в облачной базе данных. Инструменты диджитал-маркетинга были основными в их работе и до пандемии. Режим ограничений разве что немного сместил акценты, связанные с применением тех или иных методов. Более востребованным оказался социальный маркетинг, значительно активнее стали применять UX-технологии (User expirience — буквально, опыт пользователя). Суть их в том, что потенциальным пользователям на определенных условиях предоставляется возможность получения бесплатного доступа ко всем модулям системы для оценки ее функциональности и удобства работы. Не забываем и о SEO-продвижении.

Как видите, и до введения ограничений работа компании уже была во многом облачной. Естественно, переход на удаленную работу не вызвал никаких сокращений персонала или заработной платы. Более того, в это время мы приняли на работу двух новых специалистов. Так что компания работает и развивается в штатном режиме не зависимо от внешних условий.

В чем изменились запросы со стороны производителей мебели?

Здесь могу отметить одну тенденцию, которая проявилась еще до пандемии, а сейчас стала устойчивой и отчетливой — это переход пользователей в сервис БАЗИС-Онлайн, а также перевод лицензий с физических ключей на виртуальные ключи.

БАЗИС-Онлайн — это, прежде всего, быстрый и удобный доступ к самым новым версиям всех модулей системы. Нашими специалистами разработана уникальная технология повременного удаленного лицензирования локальных копий. Суть ее в том, что физическая часть системы защиты программ (USB-ключи) пользователям не передается. Она размещается на серверах компании, а пользователям открывается доступ к ней через Интернет. Нагрузка на сеть при этом минимальна, и для нормальной работы системы вполне достаточно недорогого 3G-модема. Эта разработка позволила решить все проблемы удаленного лицензирования, которые до настоящего времени сдерживают массовое использование облачных САПР многими разработчиками. Кроме того, БАЗИС-Онлайн оптимизирует затраты мебельщиков на закупку компьютерной техники, что очень важно в условиях торможения экономики.

Пользователи, у которых есть надежный Интернет канал, все чаще переходят на виртуальные ключи. Это те же самые ключи защиты от несанкционированного использования, только размещенные на серверах компании. Работа, естественно, происходит в БАЗИС-Онлайн. Данная услуга позволила нашим пользователям перевести сотрудников на удаленный режим работы с минимальными затратами и ограничениями.

Одним из последних в структуре БАЗИСа появился сервис БАЗИС-Облако. Расскажите, какие значимые изменения произошли за последнее время в работе данного сервиса.

Сервис БАЗИС-Облако является не только самым молодым, но и самым быстро развивающимся модулем в системе БАЗИС. Это наше ноу-хау. Мы смогли разработать аппаратно-программную платформу построения единого облачного информационного пространства, объединяющего мебельное производство, дизайнерские, конструкторские, технологические, логистические и управленческие службы, мебельные салоны и клиентов. О ней можно говорить долго, поэтому скажу только о двух сервисах.

Наибольшую динамику спроса демонстрирует коммерческий раскрой. Это сервис для тех мебельных предприятий, которые хотят добиться максимальной загрузки установленного у них высокопроизводительного станочного оборудования за счет обработки сторонних заказов, или для предприятий, работающих по технологии «производство как услуга». Он легко встраивается в сайт компании, после чего любой желающий, будь то дизайнерское бюро или домашний мастер, могут разместить свои заказы на изготовление деталей мебельного изделия на оборудовании компании.

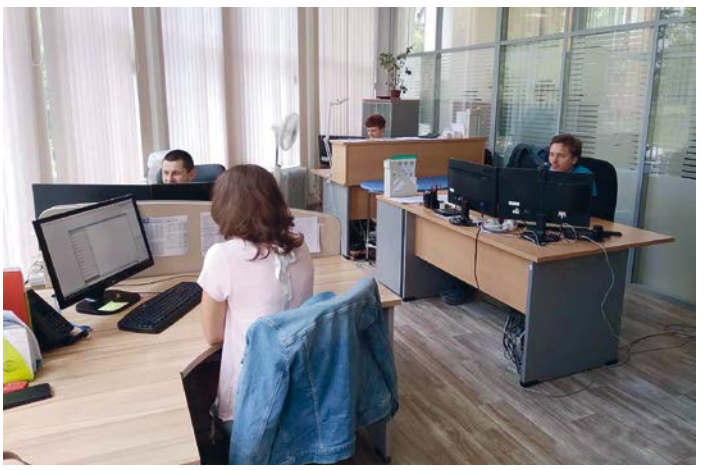
В сервисе есть административная и клиентская части. В первой из них специалисты предприятия настраивают сервис на возможности своих станков, технологические процессы производства и применяемые формы документов. Помимо этого, в административной части выполняется управление и мониторинг заказов и клиентов.

Клиентская часть — это, естественно, инструмент клиента. Здесь он может быстро и удобно ввести данные о заказываемых деталях, узнать стоимость материалов и работы, одним словом, решить все свои задачи. Хочу отметить два принципиальных момента. Во-первых, клиент может быть абсолютно уверен, что его заказ будет выполнен, поскольку заказы, не соответствующие технологическим возможностям предприятия, просто не будут приняты. Во-вторых, если клиент создал модель изделия в системе БАЗИС, то ему достаточно только загрузить ее.

В новом релизе сервиса коммерческого раскроя добавилась возможность оформления доставки заказа и приобретения необходимой фурнитуры. В ближайшей перспективе этот сервис станет открытым виртуальным мебельным предприятием, функционирующим на базе реального производства.

Совсем недавно в нашем облаке появился новый сервис – WebViewer. Он дает возможность прямо в браузере на компьютере или в смартфоне просматривать трехмерные модели изделий и интерьеров, созданные в системе БАЗИС. В этом плане его возможности ничем не отличаются от возможностей модуля БАЗИС-Мебельщик. Вы можете рассматривать сцену в любых ракурсах, вращать ее, приближать или удалять, выдвигать ящики, открывать дверцы и делать многое другое.

Немало интересного появилось и в других сервисах, ведь, как я сказал в начале, БАЗИС-Облако — одно из стратегических направлений развития компании.



Что нового интересного разработали для клиентов в этом году? Чем будете удивлять?

Понимаете, сейчас «Базис-Центр» вышел на уровень компании по производству программного обеспечения для автоматизации мебельных предприятий. Это уже не 3-4 программиста, которые «тянут» всю систему, а команда, в которой над каждым модулем работает отдельная группа специалистов. Обновления системы мы выпускаем один раз в два месяца. Сложите вместе эти два фактора, и вы поймете, что для представления всех новинок, появившихся в системе в этом году, потребуется, как минимум, половина объема журнала. Так что, скажу только о нескольких наиболее интересных вещах, появившихся в текущей версии.

Если вы работаете с фурнитурой Hettich, то теперь можете загружать ее непосредственно с сайта производителя. Она будет автоматически преобразовываться в формат системы БАЗИС с уже установленными присадочными отверстиями.

Для предприятий, сотрудничающих с компанией BLUM, также хорошая новость – организовано прямое взаимодействие с их сайтом. В конфигураторе корпусов вы создаете изделие с полками, ящиками, фасадами и фурнитурой, т. е. используете все самые современные решения от BLUM. После этого выполняете экспорт в систему БАЗИС и работаете с созданными моделями уже в модуле БАЗИС-Мебельщик: редактируете, создаете чертежи, раскраиваете материалы и так далее. Они абсолютно идентичны тем моделям, которые создаются в нем «с нуля».

По просьбам мебельщиков в июльском обновлении появилась возможность построения местных разрезов и сечений.

Естественно, это далеко не все новинки, поскольку только в июльском обновлении их 79 штук. А впереди уже сентябрьское обновление, в котором тоже будет, чем удивить мебельщиков.

Работаете ли вы в области управления производством?

В области управления мы не просто работаем, у нас создано отдельное направление, возглавил которое человек, более 15-ти лет руководивший крупным мебельным производством. На одном из осенних мероприятий мы анонсируем наше интегрированное решение по автоматизации всего мебельного предприятия.

Сохраняя интригу, скажу только о двух нюансах. Первый – решение разработано на платформе «1С Предприятие». Это наша принципиальная позиция. По сути, в области автоматизации финансово-экономических задач и разных уровней управления есть два варианта выбора: решения от 1С и прочие решения, которые в совокупности занимают несколько процентов российского рынка. Что выбрать, каждый решает сам, но вспоминается один реальный случай. Знакомый бухгалтер, естественно, до этого работающий с 1С, устроился на работу в компанию, где по воле руководства была установлена другая система. Чем был обусловлен выбор – неизвестно, но проблем он породил выше крыши. В компании-разработчике доморощенной системы трудилось 3 специалиста, поэтому оперативное отслеживание изменений законодательства отсутствовало, консультации только у разработчиков, поскольку других таких оригиналов в ближайшей округе не было, все доработки опять же через разработчиков, а их всего трое, и так далее. В итоге после полутора лет мучений компания перешла на 1С, и абсолютное большинство проблем испарилось.

Согласитесь, если вам нужно офисное программное обеспечение, то вы покупаете Microsoft Office или что-то максимально совместимое с ним, а не ищете какие-то другие разработки и, тем более, не заказываете уникальную программу. В управлении производством ситуация аналогичная: де факто 1С сегодня является стандартом.

Второй нюанс. Поскольку это решение от компании «Базис-Центр», то оно максимально интегри-

ровано с другими модулями. По сути, этой осенью в мебельной отрасли появится первая универсальная платформа для интеграции всех бизнес-процессов предприятия на единой информационной основе.

Сейчас период, когда многие компании экономят. В Сети нашла немало бесплатных предложений «крякнутых» последних версий БАЗИСа. Что можете сказать о работе ломаных вариантов?

Ломаные варианты любых программ – это всегда большие риски в работе и имиджевые потери. Общаясь с мебельщиками, мы собрали целую коллекцию вариантов приобретения ломаных БАЗИСов. Здесь и покупка за немалые деньги бесплатной демо-версии, и некорректная работа различных команд, и покупка «древних» версий, но самое страшное — это приобретение программ с вшитыми вирусами. Справедливости ради скажу, что встречаются мебельщики, которые уже много лет работают на ломаных версиях и принципиально не хотят легализоваться. Что тут сказать? Недавно прочитал у Екатерины Великой: «Меня обворовывают так же, как и других, но это хороший знак и показывает, что есть что воровать». До определенного момента нас это сильно беспокоило, и мы принимали ответные меры, вплоть до судебных дел.

Однако с появлением сервиса БАЗИС-Онлайн у мебельщиков просто исчезла необходимость использования ломаных версий. Теперь за очень небольшие деньги можно вполне легально работать с любой конфигурацией системы БАЗИС, причем, всегда с ее текущей версией. И не надо задумываться об обновлениях, поскольку все решается автоматически. Все честно и официально, да и имидж компании не страдает. В нашей практике были случаи, когда компании выходили на зарубежный рынок или участвовали в тендерах, и у них требовали подтверждение законности использования программного обеспечения.

Вообще, в сервисе БАЗИС-Онлайн можно работать и абсолютно бесплатно, если в смету заказа заложить стоимость работы в нем. Эта сумма столь мала, что практически не скажется на цене отдельного заказа. Дарю идею мебельщикам.

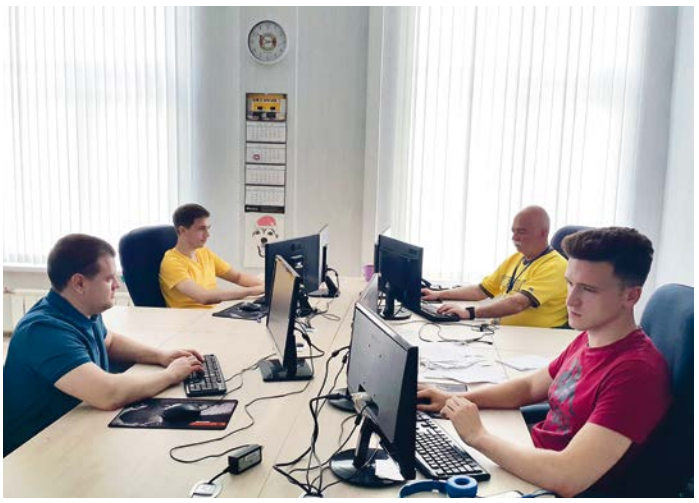
Планируете сейчас и в дальнейшем участвовать в выставочных мероприятиях?

Мы традиционно участвуем во всех знаковых выставках на всей территории СНГ. Главное, чтобы они стали проходить. Планируем продолжить и новый формат общения с мебельщиками, хорошо зарекомендовавший себя в прошлые годы. Я имею в виду региональные семинары, проводимые совместно с поставщиками станочного оборудования и фурнитуры на базе высших учебных заведений и мебельных предприятий. Они объединены в две серии: весеннюю и осеннюю. В последнее время интерес к участию в них проявляют поставщики упаковочного оборудования, оборудования для облицовывания панелей и погонажных изделий, систем аспирации и даже банки со своими лизинговыми программами.

Традиционные места встречи — Казань, Екатеринбург, Воронеж. В этом году, к сожалению, по известным причинам весенняя серия сократилась до семинара в Казани, в котором участвовало более 400 мебельщиков. На осень планируем, если позволит ситуация, Воронеж, Красноярск, Екатеринбург и Санкт-Петербург.

Что можете пожелать в это непростое время клиентам и партнерам?

Сегодня в непростой ситуации оказались все — и мебельщики, и мы, как разработчики программного обеспечения для них. Тем не менее, рискну проявить определенный оптимизм.



Во-первых, майский апокалиптический прогноз Ассоциации мебельных и деревообрабатывающих предприятий России о банкротстве до 70% предприятий к июлю не сбылся и, надеюсь, не сбудется (https://tass.ru/ekonomika/8450493).

Во-вторых, спад продаж, безусловно, есть, но мебельщики активно осваивают новые каналы связи с клиентами, организуют мобильные службы замеров, практикуют адресные предложения, одним словом, адаптируются к реалиям жизни.

И, наконец, самый значимый с моей точки зрения аргумент: продажи программного обеспечения сократились весьма незначительно. Это значит, что мебельная отрасль жива, и я хочу пожелать мебельщикам начинать или продолжать автоматизацию своих предприятий от принятия заказов до отправления изделий клиентам. У компании «Базис-Центр» для этого есть все и по доступным ценам.

Мое пожелание партнерам — всемерно помогать нашим клиентам на всем пути автоматизации, постоянно улучшать качество своего обслуживания и добиваться укрепления своих позиций на рынке.

Беседовала Светлана Ширяева

ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

Кухни
Диваны
Стили
Тренды

МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА ВЕСТА

Ведущий производитель корпусной мебели в Западно-Сибирском регионе

Приглашаем Вас к сотрудничеству!

Готовые и модульные кухонные гарнитуры

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

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

• персональный подход
• гибкая система скидок • низкие цены

Принимаем заказы на серийное изготовление корпусной мебели

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

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

Торговый Дом Меридиан

Торговый дом МЕРИДИАН — это качество, проверенное временем!

ЗВЕЗДЕ ДИЗАЙНА МАТТЕО ТУНУ — 68!

Matteo Thun (Матео Тун) родился в Больцано, 17 июня 1952 году. Учился в академии Зальцбурга и Оскара Кокошки, а затем закончил факультет архитектуры во Флоренции.

Он сотрудничал с Ettore Sottsass в течение нескольких лет и участвовал в организации Memphis group. Это движение, которое внесло свой неповторимый вклад в историю дизайна последних лет. в 1981 году. В возрасте 29 лет стал сооснователем легендарной дизайн-группы «Мемфис». В 1984 году Тун покинул это объединение, открыл собственное бюро Studio Matteo Thun в Милане и был креативным директором в Swatch.

«Я не дизайнер, я — архитектор, работающий в больших и малых масштабах. Я всегда работаю под девизом «от ложки до города»: от малых масштабов, пусть даже ложки, к большим городам. Мой принцип архитектурного дизайна был заложен еще в пятидесятые годы на основе миланских традиций, в основе которых такие личности, как Ачилле Кастильоне и мой давний Партнер Этторе Сторосс», — говорит о себе Маттео Тун (Matteo Thun).

Маттео Тун известен на весь мир своими архитектурными проектами, получил широкое признание как дизайнер интерьеров. Работы Туна в области промышленного дизайна отмечены множеством престижных наград.

Особенно внимательно он относится к вопросам балланса и естественности в отношениях между людьми и природой. Он выиграл итальянский Compasso d'Oro Industrial Design Award трижды. Matteo является членом престижного Королевского института британских Архитекторов.

Многие свои работы Тун создает в соавторстве с испанским архитектором Антонио Родригесом (Antonio Rodriguez). Бурная дизайнерская и архитек-

Мраморная ванна Duo в деревянном обрамлении, Neutra

турная деятельность не мешает академической работе: маэстро Маттео Тун преподает, читает лекции, ведет мастер-классы, активно выставляется как художник и создает монографии.

Ведущие фабрики охотно обращаются к Маттео Туну с предложением о сотрудничестве. Каждая спроектированная им модель становится настоящим дизайнерским хитом, принося производителю коммерческий успех.

Среди его клиентов числятся более 100 знаменитых фабрик, компаний, фондов и институций. Одним

Настенный радиатор Serie T с отделением для хранения, Antrax

Смеситель из коллекции Savoir, Zucchetti

Тун спроектировал сковородки и ножи, другим — часы и очки, третьим возвел резорты и кондоминиумы, четвертым оформил офисы и т. д. Понимая все упреки, которые может вызывать такой универсализм, в одном из интервью Тун назвал себя шлюхой, в другом — менеджером жизненного цикла.

«Соттсасс был последним из поколения дизайнеров, которые могли себе позволить целостный подход. Он и Акилле Кастильони были настоящими архитекторами. Раньше они хотели знать, что вы будете делать с гранитом и со сланцем, какая разница между лиственницей и березой, между стеклом из Мурано и из Богемии. Очень логичный подход для архитектора, ведь каждый день мы сталкиваемся с большим кругом проблем и надо найти новый путь. Мне нравится решать комплексные задачи: я действую как архитектор, дизайнер интерьеров, световик, ландшафтник, эксперт по графическому дизайну, коммуникациям и маркетингу. Универсальность — философия нашей студии, ведь мы предлагаем клиенту комплексный проект», — говорит Тун.

Ванны, смесители, разнообразное сантехническое оборудование — особая любовь дизайнера Маттео Туна. За долгую карьеру им разработаны десятки блестящих моделей для самых известных фабрик дизайнерской сантехники Италии, Германии и других стран. Большинство его работ отмечены самыми престижными наградами за дизайн.

В этой сфере дизайнер Тун чувствует себе уверенно. И находит отклик и одобрение как потребителей, так и профессионалов. Линейка саун для немецкой компании Klafs получила награду Plus X Award в номинации «Лучший продукт 2015/2016». Для Fantini автор создал линейку смесителеей Nice, которая была показана на стенде компании, а также представлена инсталляцией Happy Water в миланском шоу-руме бренда — яркие цветные модели призваны по замыслу автора привнести в ванную комнату сексуальность. Nice — не первая совместная работа с Fantini. Пару лет назад увидела

Ванна Ofur , дерево, Rapsel

свет коллекция смесителей Lamé, эргономичные формы которой созданы на основе вычислений французского математика Габриэля Ламе (1795-1870).

Кредо Маттео Туна — Carpe diem («Лови день») — и, надо отдать ему должное, «день» он «ловит» блестяще. У Туна вряд ли найдется набор специфических приемов, которые различит глаз профессионала. Для обывателя его портфолио — ряд разных зданий, интерьеров и предметов, достаточно нейтральных по стилю, чтобы сразу заподозрить одну руку. Все продукты и интерьеры минималистичны, ненавязчиво интересны по материалам и созданы с пиететом к природе. Его проект трех жилых домов в Милане «Вертикальные сады» обошел мировую прессу как передовая «зеленая» архитектура. В его ванных, стеллажах и столах есть попытки европейца постичь буддийскую

Серия сантехники Gentle для ванной и душевой, Dornbracht

Садовая мебель из коллекции Allaperto, Ethimo

«простоту и пустоту». «Все мои проекты — зеркала, в которых отражаются гении места. Будь то озеро Гарда или пески Дубая».

Маттео Тун рано осознал перспективы «зеленого» дизайна, одним из первых включил в свой вокабуляр слова «экология», «устойчивое развитие» (sustainability), причем подчеркивал, что эти понятия требуют широкого осмысления и не сводятся лишь к техническим параметрам и нормативным предписаниям. А также придумал термин «Экотектура»,

Серия сантехники Gentle для ванной и душевой, Dornbracht

которым определил исповедуемую им философию. Последние годы Туну особенно близки темы велнеса, близости к воде, культа тела. Он продолжает заниматься проектированием мебели, светильников, ковров, но сегмент ванных комнат и спа, похоже, является теперь точно приоритетным.

Тун умеет спроектировать дизайнерский «хит» — успешный, популярный продукт. Например, унитаз с функцией биде для швейцарского бренда Axent — Axent One удостоен четырех наград: Design Plus, Red Dot, Iconic Award Немецкого совета по дизайну и, наконец, iF Design Award. Возможно, это не предел.

У фирмы Matteo Thun & Partners разнообразная деятельность и обширные планы.

Коллекция керамики от бренда Matteo Thun Atelier, основанного дизайнером под собственным именем в 2015 году

Коллекция мягкой мебели Tantisassi, Rossi di Albizzate

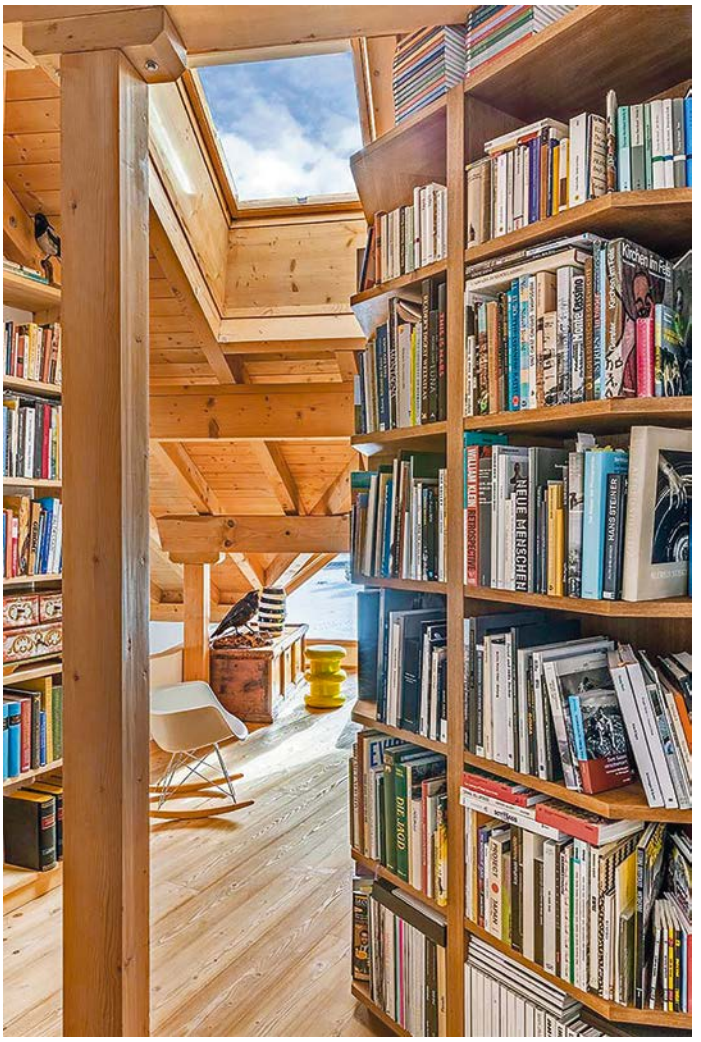
Matteo Thun + Partners — это многокультурная студия архитектуры и дизайна со штаб-квартирой в Милане и филиалами в Шанхае. Компания работает на международном уровне и разрабатывает проекты от гостиничного и жилого, штаб-квартиры, розничного и городского дизайна, а также генерального планирования с 1980 года.

Глубокое уважение к душе места и чувствительный подход к индивидуальности бренда является ключевым для команды из 70 архитекторов, дизайнеров интерьера, продуктов и графики, которые работают от микро до макро, являются междисциплинарными и высококвалифицированными в управлении сложными проектами. Их работа сосредоточена на эстетической долговечности, технологическом долговечности и будущем сроке службы зданий и изделий.

Сохраняя чуткий подход к видению клиента, студия верит в доверие и долгосрочные отношения. В поисках перемен, не отказываясь от традиционных ценностей, команды работают в соответствии с тенденциями отрасли. Подлинная креативность и постоянный поиск технологически инновационных решений так же важны, как и опыт работы с гибкими бюджетами и расчетом затрат.

Специализируясь на различных сегментах гостеприимства, уделяя особое внимание проектам роскошных отелей и резиденций с характером, Matteo

Ludus Magnus Luxury Residences, Рим. Проект Matteo Thun & Partners



БИБЛИОТЕКА СДЕЛАНА НА ЗАКАЗ ПЛОТНИКОМ ИЗ ДОЛИНЫ. КНИЖНЫЕ ПОЛКИ ДОПОЛНЕНЫ МЕБЕЛЬЮ, НАПРИМЕР, СТУЛОМ RAR ЧЕТЫ ИМЗ, ПРОИЗВОДСТВО — VITRA

Thun + Partners предлагает индивидуальные и готовые концепции, включая архитектуру, интерьеры и концепции освещения. Работа компании основана на эстетической и технологической долговечности с верой в здоровый образ жизни. Гость (лат: Hospes) и благополучие находятся в центре проектов Matteo Thun & Partners. Это также определяет проекты студии в области здравоохранения, в которых отношения между пациентами и их физической средой являются отправной точкой.

Архитектура и дизайн интерьера Matteo Thun + Partners — это результат глубокого диалога между перспективой клиента, местоположением, его жителями и культурой.

Маттео Туну недавно исполнилесь 68 лет, но никто не осмелится намекнуть ему о возрасте. У архитектора и сегодня в избытке сил и рабочих контрактов. Восстанавливать силы Тун отправляется в Южный Тироль, где у них с женой Сьюзен дом. «Мы с женой очень любим гулять по лесу вместе с нашей Тони, джек-рассел-терьером. Природа — это возрождение. Мегаполисы дарят вдохновение по разным причинам, но когда я чувствую, что мне нужно восстановление, горы — лучший способ перезарядиться», — рассказывает архитектор итальянскому изданию Living.

Дом Маттео Туна в Энгадине, в Южном Тироле, лишен излишеств, но заполнен светом и цветом, а из огромных окон открывается головокружительный вид на заснеженные вершины Швейцарских Альп.

Свой дом в горах семейство Тун купили еще в 1990-х годах — потому что влюбились в великолепный вид на долину и маленькую церквушку, которую видно из окон. Свежий воздух и запах леса, спокойствие и тишина, наконец, яркая сменяемость времен года — это совсем не похоже на миланскую жизнь.

Сам дом — буйство света, который проникает в каждую комнату, и окрестных видов, обрамленных золотыми рамами окон и желтыми шторами. Деревянный паркет застелен яркими, цвета спелой смородины, коврами. Мягкая мебель, преимущественно с бархатной обивкой, еще больше «раскрашивает» пространство. На белых стенах чередуются абстрактная живопись и фотографии. Большая часть пространства отдана под книги: деревянную библиотеку

НА ПОЛКАХ – КЕРАМИКА ЭТТОРЕ СОТТСАССА И ПРЕДМЕТЫ ИЗ СТЕКЛА АВТОРСТВА САМОГО ТУНА

делали на заказ, причем всю работу выполняли местные плотники.

Память о «Мемфисе» воплощает собой и небольшая экспозиция керамики Этторе Соттсасса, перемешанная с бутылками Маттео Туна для Venini и его же синими вазами для Tiffany & Co. Композицию дополняет архитектурная консоль парижского дизайнера Эрве ван дер Стратен.

По материалам интернет-изданий

В ГОСТИНОЙ: ЗОЛОТИСТО-ЖЕЛТЫЕ ШТОРЫ RUBELLI И КРЕСЛА, ОБИТЫЕ ТКАНЬЮ DEDAR. НА СТАРИННОМ СТОЛЕ — ГРАФИН YALI И ВАЗА EN SOIE. НА СТЕНЕ РАБОТА ХУДОЖНИКА ФАБИАНА МАРТИ

НА ФОТОГРАФИИ — СКАЛЫ КАПРИ, УВЕКОВЕЧЕННЫЕ ФРАНСУА ХАЛАРОМ. ЛЮСТРА И ВИНТАЖНЫЕ КОВРЫ. ФОТОГРАФИЯ НА СТЕНЕ СЛЕВА — ПИТЕР ФРЕЙЗЕР

ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

События
и экспозиции
мебельной отрасли

Екатеринбург

15-18 сентября 2020

Стратегический партнер по деловой программе:

REKAND
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

МВК УРАЛ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ-УРАЛ

ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ

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

НЕДЕЛЯ ОТРАСЛЕВЫХ ВЫСТАВОК

GRAND EXPO URAL

180 компаний-участниц,
более 10 стран мира,
6000 профессиональных посетителей

grandexpoural.com

Международная специализированная выставка машин, оборудования и технологий для лесной и деревообрабатывающей промышленности

LESPROM-URAL

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,

24 – 27 августа
АРХ МОСКВА — 2020
Москва, Гостиный двор, ул. Ильинка, д. 4
Международная выставка архитектуры и дизайна
www.archmoscow.ru

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

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

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

24 – 26 сентября 2020 г.
ДАЛЬЭКСПОМЕБЕЛЬ. ФУРНИТУРА. ИНТЕРЬЕР — 2020. ТЕХНОДРЕВ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК — 2020
Хабаровск, Хабаровская международная ярмарка
Выставка мебели и комплектующих для ее производства
www.khabexpo.ru

30 сентября – 02 октября 2020 г.
ЭКСПОДРЕВ — 2020
Красноярск, МВДЦ «Сибирь», ВК «Красноярская ярмарка»
Деревообрабатывающая специализированная выставка
www.krasfair.ru

3 – 6 октября 2020 г.
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА — 2020
Белгород, ВК «Белэкспоцентр»
Межрегиональная специализированная выставка
www.belexpocentr.ru

06 – 08 октября 2020 г.
ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ И LESPROM-URAL PROFESSIONAL — 2020
Екатеринбург, ЦМТ «Екатеринбург»
Ведущая в Уральском регионе международная специализированная выставка мебели, оборудования, комплектующих и технологий для её производства.
www.expoural.com

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

14 – 17 октября
МЕБЕЛЬ И ИНТЕРЬЕР — 2020
ЛЕС И ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2020
Алматы, Казахстан, ВЦ «Атакент»
Ведущие казахстанские проекты, посвященные мебельной и деревообрабатывающей промышленности
www.mebelexpo.kz

5 – 17 октября
МВМК — 2020
Ялта, Крым, Хрустальный зал отеля «Ялта-интурист»
Специализированная выставка мебели и дизайна
www.expocrimea.com

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

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

И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА на 2020 г.

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

18 – 24 января 2021 г.
IMM COLOGNE – 2021, КЁЛЬН, ГЕРМАНИЯ
Международная выставка мебели
www.imm-cologne.com

26 – 31 января 2021 г.
I MOB – 2021. ISTANBUL FURNITURE FAIR
Турция, Стамбул
Международная выставка мебели
www.cnrimob.com

16 – 19 февраля 2021 г.
SIBBUILD — 2021. FORUM RUSSIA — 2021
Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»
Международная строительно-интерьерная выставка в Сибири
www.novosibexpo.ru

30 марта – 02 апреля 2021 г.
MOSBUILD – 2021
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
Международная выставка строительных и отделочных материалов
www.mosbuild.com

07 – 10 апреля 2021 г.
UMIDS — 2021
Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»
Международная выставка мебели, материалов, комплектующих и оборудования для деревообрабатывающего и мебельного производства
www.umids.ru

13 – 18 апреля 2021 г.
ISALONI — 2021
Италия, Милан, Fiera Milano
Международная выставка мебели, дизайна, освещения
www.salonemilano.it

13 – 15 апреля 2021 г.
MEBELEXPO UZBEKISTAN — 2021
Узбекистан, Ташкент, НВК «УзЭкспоцентр»
Международная выставка «Мебель и технологии производства»
www.mebelexpo.uz

13 – 15 апреля 2021 г.
МЕБЕЛЬ. & ИНТЕРЬЕР – 2021
Минск, Белоруссия, ВУП «Экспофорум»
Международная выставка мебели и интерьера
www.expoforum.by

15 – 18 апреля 2021 г.
СВОЙ ДОМ — 2021
Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»
Выставка инженерного оборудования и материалов для строительства и обустройства коттеджа или загородного дома
www.sibhouseexpo.ru

21 – 24 апреля 2021 г.
IZBUSHKA! СТРОИТЕЛЬСТВО. ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2021
Челябинск, ДС «Юность»
Выставка о коттеджном строительстве, мебели и деревообработке
www.uralbuild.com

27 – 29 мая 2021 г.
КРЫМ. МЕБЕЛЬ. ИНТЕРЬЕР — 2021
Крым, Симферополь, «Форум. Крымские выставки»
Специализированная выставка мебели, фурнитуры и комплектующих
www.expoforum.biz

07 – 10 июня 2021 г.
МИР СТЕКЛА — 2021
Москва, Экспоцентр
Международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудывания для изготовления и обработки стекла
www.mirstekla-expo.ru

ВЫСТАВКИ ОТРАСЛИ — НАША БОЛЬ, НАШЕ ПЕРЕЖИВАНИЕ, НАША ПРОБЛЕМА СЕГОДНЯ

Любая выставка — процесс долгой тщательной подготовки как для экспонентов, так и для организаторов, который начинается практически уже за год. Пандемия закрыла весной практически все выставочные проекты, начиная с апреля. Многие перенесли проведение проектов на более поздний срок, в основном, на июнь или август, и все мы были какое-то время уверены, что это реально, и что проекты состоятся. Но время шло, сроки сдвигались все дальше, а затем многие выставки переносились на следующий год. Любой перенос сопряжен со стороны участников частичными потерями затрат на билеты, гостиницы, образцы, каталоги и сложными переговорами по оплаченным деньгам за участие и площади. Для выставок — это и сложные, подчас, тяжелые переговоры с клиентами, серьезные потери по уже потраченным на организацию мероприятия финансам, проблемы по организации мероприятия на следующий год. Запланированные посещения зарубежных выставок и, как водится, совмещение их с собственным небольшим отпуском для многих вылились в потерю затрат и на то, и на другое.

Так весной был запланирован приличный объем как российских, так и зарубежных мероприятий для мебельной и деревообрабатывающей отраслей.

Из зарубежных выставок, плавно двигая сроки, на следующий год перенесли итальянскую выставку дизайна ISaloni в Милане, MebelExpo Uzbekistan в Ташкенте; с июня месяца Мебель и интерьер в Казахстане (Алматы) переместилась на 14-17 октября 2020 года, ситуация там пока не располагает к проведению массовых мероприятий, но время до октября еще есть, и мы ждем эту выставку; крупнейшая в Азии мебельная выставка готовой мебели и компонентов для мебели CIFF, проходившая ежегодно в 2 фазы в Китае в Гуанчжоу, перенесена на июль текущего года и уже на следующей неделе с 27 июля начнет работу, правда, 2 фазы будут объединены в одну. Абсолютно же без проблем в стандартном режиме прошли в этом году январские выставки — мебельная Imm Cologne в Кёльне, Германия и I Mob в Стамбуле, Турция.

В России на 2021 год ушла сразу выставка MosBuild, видимо, решив, что перенос на ближайшее время такого мероприятия невозможен, да и зарубежные гости точно в ближайшее время приехать не смогут. Выставка активно ведет себя в онлайн-формате и готовится к мероприятию в следующем году. Именно мебельная выставка весны — это, конечно, UMIDS, которую практически в последний момент организаторам пришлось с первой недели апреля перенести сначала на первые числа июня, а затем на конец августа. Мероприятие было практически готово и со стороны организаторов, и со стороны экспонентов, поэтому в конце августа все ее очень ждали и, в общем-то никто не сомневался, что выставка состоится. Но время шло, а запрет на проведение массовых мероприятий в Краснодарском крае все продляли и продляли, въезд для зарубежных гостей тоже пока закрыт. Когда режим в крае продлили до 3 августа, стало понятно, что все под большим вопросом. 22 июля организаторы разослали письма с сообщением о переносе выставки на следующий год. ДальЭкспоМебель и Технодрев Дальний Восток в Хабаровске, запланированные на 21-23 мая, ушли на 24-26 сентября. А выставка «Мир стекла» с 8-11 июня была перенесена на 7-10 июня 2021 года. Также выставка в Крыму в Симферополе «Форум Крымские выставки» с конца мая также перешла на 2021 год.

Теперь с нетерпением ждем информации по осенним выставкам. Причин, по которым могут не состояться те или иные выставки осенью, несколько: в отдельных городах так и не разрешат или запретят снова массовые мероприятия; не разберут и заморозят до конца года коечный фонд; не выставятся зарубежные компании, так как не смогут приехать, а они составляют весомую часть экспозиций; не выставятся российские экспоненты, у которых из-за пандемии поменялись планы, и выставка не соберется в привычном формате и так далее. Зарубежные выставки, запланированные на осень, ушли на 2021 год. Sicam, проходившая традиционно в октябре в Италии в Порденоне, пройдет в те же сроки в 2021 году. Выставка оборудования Xilexpo переносилась с мая дважды, последний раз — на ноябрь, но в итоге будет проводиться по графику уже в 2022 году. Лишь выставка «Мебельный форум» в Белоруссии в Минске пройдет в запланированные сроки без всяких переносов. Возможно, прижелании российские мебельщики смогут ее посетить.

Из российских мероприятий Эксподрев в Красноярске с 1 сентября перенеслась на 30 сентября-2 октября, о чем недавно сообщили организаторы. Международная выставка СибЭкспоЦентра по деревообработке и лесозаготовке SibWoodExpo 2020 в Братске состоится по графику с 9 по 11 сентября. Сентябрьская выставка текстиля Heimtextil Russia была перенесена на аналогичные даты 2021 года, но буквально на днях организаторы объявили, что 15-17 сентября в даты выставки пройдет мероприятие в альтернативном digital-формате. Обещается доступ 24/7 все 3 дня выставки + работа платформы в качестве каталога экспонентов на протяжении года после выставки.

Диджитал-форматы выставок становятся сегодня новой формой знакомства и общения в онлайне. Насколько это продуктивно и насколько жизнеспособно, будет видно. Но ведь компании при таком раскладе, как мне кажется, должны получать довольно много новых контактов, а пообщаться в онлайне с теми, кого знаешь, можно и без участия в проекте. Другое дело, если площадка предложит интересный и насыщенный контент: он, конечно, не заменит офлайн-фор-

мат, но тоже предложит участникам и посетителям много нового и пройдет продуктивно. Мне видится, что онлайн-активности хороши для выставок в промежутке между их проведением: можно знакомить с компаниями, их топ-менеджментом, рассказывать о том, чем компании занимаются, тогда посетитель на ряд экспозиций будет идти целенаправленно. Можно среди посетителей таких онлайн-мероприятий разыгрывать квадратные метры незастроенной площади на выставке, в общем, постоянно быть на связи с потенциальной аудиторией, и, возможно, кто-то из посетителей станет экспонентом. Для выставок это очень интересный инструмент, но он, конечно, офлайн-выставку не заменит.

Сентябрьские даты выставок «Экспомебель Урал» и «Леспром Урал» перешли на 6-8 октября и поменяли площадку. Ни для кого не секрет, что в «Екатеринбург Экспо» стоит коечный фонд, и проведение мероприятий там пока недоступно. Выставка, спустя много лет, в этом году возвращается на старую площадку в ЦМТЕ. То, что здесь можно разместить не любую экспозицию, — это факт. Но место всегда было очень удобным для посещения — можно каждый день приезжать в процессе рабочего дня на 1,5-2 часа, что должно заметно поднять посещаемость выставки, что и нужно экспонентам. Так что надеемся, что все состоится и в лучшем виде.

Хрустальный зал отеля «Ялта-интурист» примет выставку МВМК в Ялте в Крыму в запланированные даты. Выставка небольшая, но заметная для тех, кто хочет расширить свое присутствие в Крыму.

В остальном мы с нетерпением ждем осенние профильные выставки в «Экспоцентре» в Москве и с огромным вниманием следим за тем, когда освободят самую значимую для мебельщиков выставочную площадку, и выдохнут все — и организаторы, и экспоненты, и постоянные посетители. Уже в сентябре, а кто-то и в августе, начинают готовиться к выставке «Мебель» — главному мероприятию отрасли. Я уже не говорю про «Лесдревмаш», который в октябре, и надо успеть подготовиться. Надеюсь, что те, кто ре-

шает вопрос об освобождении объектов выставочной индустрии от коечного фонда, понимают, насколько важны выставочные мероприятия для различных отраслей, и насколько вся прилежащая к «Экспоцентру» инфраструктура зависит от посетителей и экспонентов выставок. Думаю, что «Афимол» и прилежащие гостиницы, бары и кафе заметно потеряют в выручке. «Экспоцентр» с нетерпением ждет постановление об освобождении от коечного фонда своих выставочных площадей, ждем и мы.

Если говорить о выставочной весне 2021, то она получается в связи с переносами настолько насыщенной, что непонятно, как мебельщики, которые, безусловно, считают значимым для себя успеть и посетить, и выставиться и на российских, и на зарубежных выставках. В январе Imm Cologne 2021 будет проходить параллельно с Living Kitchen, что интересно многим. Надеюсь, что РЭЦ поддержит российских экспонентов, и будет финансирование участия российских компаний в этой выставке. Теперь масштабная ISaloni в середине апреля, где будут представлены разделы «Кухни» и «Ванные комнаты», что всегда вызывало интерес наших мебельщиков. Только здесь можно увидеть готовые дизайнерские решения, которые задают тон в дизайне на весь год. Пока непонятно, на какие даты в 2021 году будет назначена китайская CIFF в Гуанчжоу, которая проходит сейчас в июле, но традиционно ежегодно проводилась в конце марта. И, конечно, в мае то, что пропустить нельзя, — Interzum, проходящий в 2 года раз, в Кельне в Германии.

На 26-29 апреля 2021 года перенеслась выставка в Узбекистане: на нее была запланирована экспозиция российских мебельщиков, которую поддерживал РЭЦ; но уже при первом переносе выставки на август было объявлено, что финансирования не будет; надеюсь, что в 2021 году поддержка состоится, как и было запланировано изначально, тогда и мы в ней смогли бы поучаствовать.

Кроме всего, традиционно проходящие весной российские выставки, которые не состоялись весной, перенесли свои мероприятия на традиционные ежегодные сроки, так что весенняя выставочная программа обещает быть очень насыщенной.

И, конечно, очень надеюсь, что удастся поделиться планами и обсудить события 2020 года в ноябре на выставке «Мебель» в Москве.

На нашем сайте и в журнале мы практически по горячим следам обновляем информацию по выставкам. На сегодня мы предлагаем текущий график российских и зарубежных выставок на осень 2020 — весну 2021. А обо всех изменениях сообщаем в Инстаграм, Телеграм-канале, в других социальных сетях и на сайте.

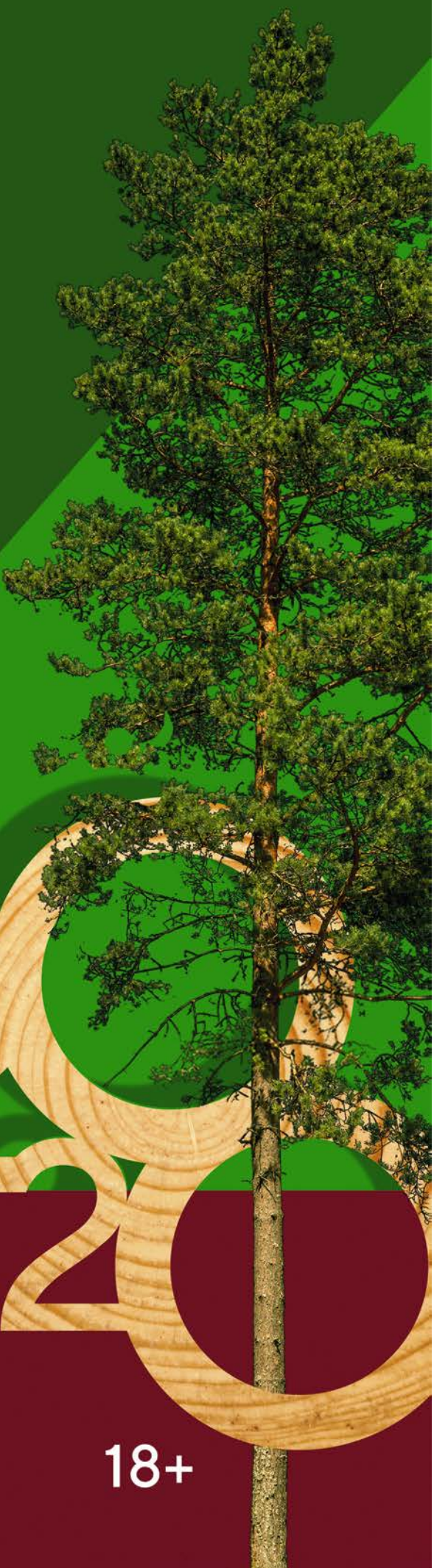
Светлана Ширяева

9/11 СЕНТЯБРЯ

XXVII СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

SibWood Expo

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



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

WWW.SIBEXPO.RU

СибЭкспоЦентр

18+

7-9 октября 2020

Минеральные Воды
МВЦ «МинводыЭКСПО»

Мебель & Декор

Выставка мебели и предметов интерьера

Организатор

Международная Выставочная Компания

+7 (861) 200-12-50
+7 (861) 200-12-70
mebel-decor@mvk.ru

Забронируйте стенд

www.mebelmv.ru

ОСЕННИЕ ОТРАСЛЕВЫЕ ВЫСТАВКИ 2020 EXPO-URAL

Екатеринбург
6-8 октября 2020

grandexpoural.com

LESPROM-URAL

---

www.expoural.com

10-12 сентября 2020 Екатеринбург

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ

ДЕРЕВО + Дом. Коттедж. Дача

ЛАНДШАФТная архитектура и дизайн
БЛАГОУСТРОЙСТВО и озеленение

Стратегические партнеры:

Департамент лесного хозяйства по УФО
Уральский союз лесопромышленников
Уральский государственный лесотехнический университет

Место проведения:

ДИЗАЙН-ЦЕНТР
Екатеринбург, ул. Горького 4а

Организатор выставки:

МВК УРАЛ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ-УРАЛ

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАНИЯ

БЕСПЛАТНО

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

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

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

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

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2020 году

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

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

ТРЕБОВАНИЯ к размещению материалов и размеры рекламных модулей

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

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

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

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

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

ЦВЕТ

(включено поле под обрез)

Обложка — 223*303
1/1 — 213*303 верт.
1/2 — 213*150 гориз.
1/2 — 303*105 верт.
1/4 — 105*150 верт.

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

Для справки:

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

ЗАЯВКА ДЛЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК СИБИРИ»

НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АДРЕС ДЛЯ КУРЬЕРСКОЙ ДОСТАВКИ

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕЛЕФОН

ФАКС

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

ПЕРИОД ПОДПИСКИ

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

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

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

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК СИБИРИ» БЕСПЛАТНО

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

ПРИМИТЕ УЧАСТИЕ!

Разгрузка / погрузка оборудования за счет организатора*

ЛЕС ДРЕВ МАШ

www.lesdrevmash-expo.ru

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

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке:

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

EUMABOIS Woodworking Technology Made in Europe

ЦЕНТРЛЕСЭКСПО

12+ Реклама

19 – 22 октября 2020

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

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

Kronodesign®

Trends 20/21
CITY VIBES

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

Kronodesign® App

Download on the App Store

Google play

kronospan

kronospan-express.com