

BIULETYN INFORMACYJNY
OGÓLNOPOLSKA IZBA GOSPODARCZA PRODUCENTÓW MEBLI

MEBLE NEWS NEWS NEWS



GALA
COLLEZIONE

Empirex...

Fot. Gala Collezione / Milan

W NUMERZE

WYWIAD

Trudna sytuacja na rynku materiałów dla meblarstwa / [str. 4](#)

STATYSTYKA

Pomimo dobrych wyników, nie maleje skala problemów dla polskiego meblarstwa / [str. 6](#)

INFORMACJE

To dopiero początek / [str. 8](#)

„Jesteśmy dyrektorami generalnymi własnych firm Ja Sp. z o.o.” / [str. 9](#)

Przyszłość należy do dobrze zarządzanych marek / [str. 10](#)

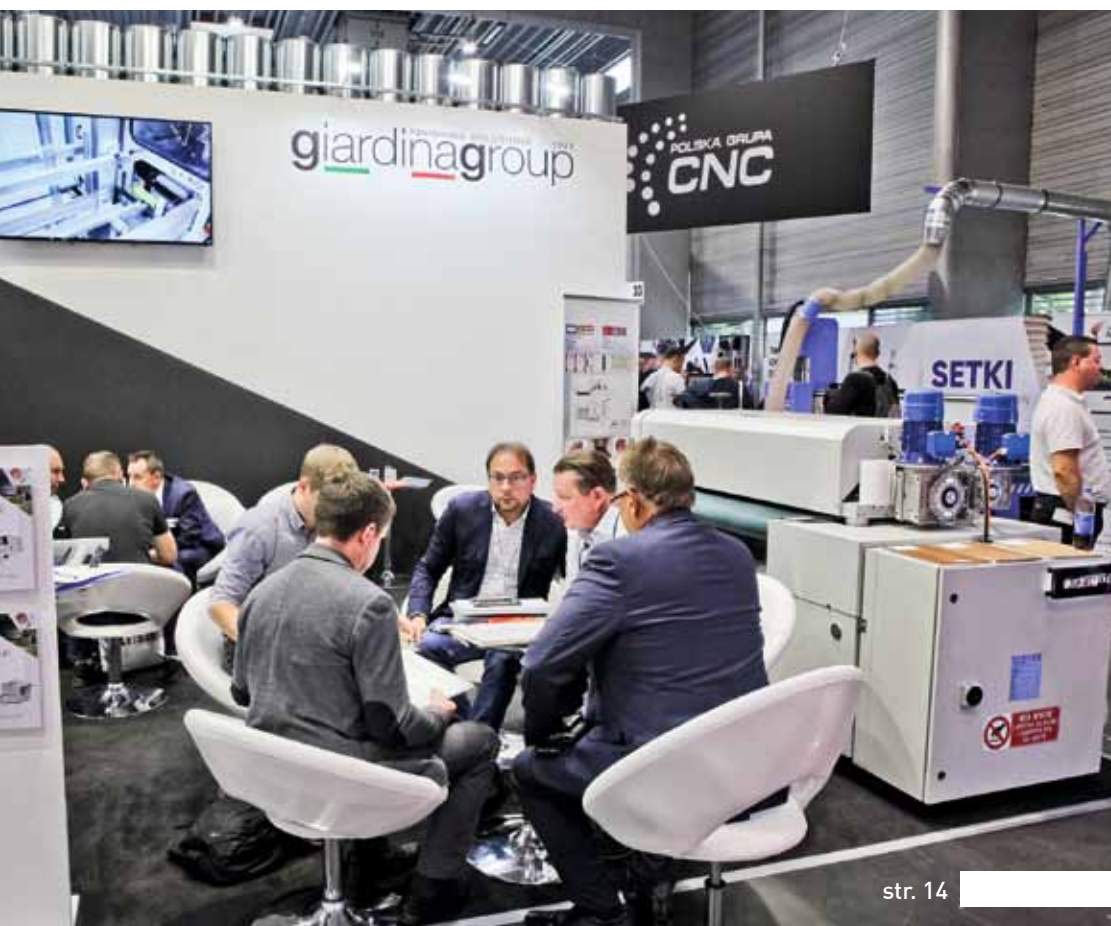
Zostań menadżerem transformacji cyfrowej / [str. 12](#)

Monitoring legislacyjny branży meblarskiej / [str. 13](#)

WYDARZENIA

Targi DREMA 2021 – bezpiecznie i w tradycyjnej formie / [str. 14](#)

Polskie meble w Dubaju / [str. 16](#)



str. 14



Ul. Obywatelska 26/2a

02-409 Warszawa

Tel.: 22 245 19 20

www.oigpm.org.pl [1]

www.meble.org.pl [2]

oigpm@oigpm.org.pl

Prezes

Jan Sznaka

Wiceprezesa

Ewa Ratajczak

Piotr Wójcik

Wydawca:



INWESTOR
wydawnictwo

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53

531 71 77, 531 30 23

www.wydawnictwoinwestor.pl

info@wydawnictwoinwestor.pl

Prezes

Zbigniew Owsiak

Wiceprezes

Rafat Sidor

Redakcja

Małgorzata Gackowska

na podstawie materiałów OIGPM

Korekta

Sylwia Wojtanowska

Dział DTP

Katarzyna Łukowicz

Redakcja Meblarstwo - Komponenty i Technologie

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53, 531 71 77

531 30 23

www.meblarstwo24.pl



JÓZEF SZYSZKA,
DYREKTOR TARGÓW
MEBLE POLSKA I MEBLE JESIEŃ

Szanowni Państwo,

Za nami MEBLE POLSKA Edycja Specjalna. Specjalna głównie ze względu na formę. Po raz pierwszy, z uwagi na obostrzenia wynikające z zagrożenia epidemicznego, zamiast w pawilonach, producenci mebli spotykali się z kupcami online. Ale to wydarzenie było wyjątkowe także z innego powodu – w kampanii promocyjnej postawiliśmy na całkiem nowe rynki.

Chcieliśmy dotrzeć do kupców meblowych, którzy nie mieli dotąd okazji odwiedzić poznańskich targów. Wyszliśmy z założenia, że spotkania online to dla naszych wystawców dobra okazja do znalezienia nowych klientów i poszerzenia dotychczasowych rynków zbytu. W efekcie w wydarzeniu wzięło udział 1002 uczestników z 44 krajów, a udział uczestników z zagranicy wyniósł aż 55 proc. Cieszy nas szczególnie obecność handlowców z tak odległych i ważnych rynków dla rozwoju eksportu polskich mebli, jak Arabia Saudyjska, Hongkong, Indie, Indonezja, Izrael, Kanada, Katar, Kazachstan, Kenia, Meksyk, Mongolia, Stany Zjednoczone, Tunezja, Turcja czy Zjednoczone Emiraty Arabskie.

Biznesowym spotkaniom online przedstawicieli branży meblarskiej i wyposażenia wnętrz towarzyszył bogaty program wydarzeń na wirtualnej scenie wydarzenia, którego współorganizatorem była Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli. W ciągu czterech dni wystąpiło na niej blisko 40 prelegentów i panelistów z Polski i z zagranicy.

Wszyscy pytają jednak, kiedy wreszcie branża będzie miała okazję spotkać się na żywo. Już wkrótce! Po wakacjach zapraszamy na Jesienne Kontrakcje Meblowe MEBLE JESIEŃ. Wydarzenie ma się odbywać od 31 sierpnia do 3 września 2021 r. w klasycznej formule ekspozycji w pawilonach. Wychodzimy naprzeciw firmom, którym zależało na prezentacji kupcom swojej aktualnej oferty podczas tradycyjnych targów, jakich w pierwszej połowie roku ze względów epidemicznych nie udało się zorganizować. I już dziś rozpoczynamy przygotowania do kolejnej edycji targów MEBLE POLSKA, które – mamy nadzieję – w lutym przyszłego roku znów zgromadzą w Poznaniu tysiące kupców z całego świata.

TRUDNA SYTUACJA NA RYNKU MATERIAŁÓW DLA MEBLARSTWA

Od początku pandemii Covid-19 drożeją wszystkie podstawowe surowce i komponenty służące do produkcji mebli. Branża doskwiera nie tylko skalą, ale też tempo wzrostu. O tym, czy podwyżki cen i brak dostępności niektórych surowców i komponentów mogą przesądzać o opłacalności produkcji, mówi Robert Mosiński, członek zarządu w firmie IMS SOFA.

◉ Z ROBERTEM MOSIŃSKIM ROZMAWIA MAŁGORZATA GACKOWSKA

Meble News: Od grudnia zeszłego roku próbuję – bezskutecznie, kupić nowy rower. Jestem w stałym kontakcie z kilkoma sprzedawcami, którzy bezradnie rozkładają ręce i powtarzają, że z powodu pandemii dostawy części są tak niestabilne, że właściwie rowery są dostępne w znikomych ilościach. Czy problem z ograniczoną dostępnością komponentów spędza sen z powiek również polskim producentom mebli?

Robert Mosiński: Branża meblarska nie jest aż tak uzależniona od komponentów pochodzących z Azji jak np. rowerowa, więc nie są to aż tak duże opóźnienia, ale trzeba powiedzieć jasno, że od miesięcy mamy do czynienia z kryzysem na rynku materiałów. Problem istnieje zarówno z dostępnością, jak też z gwałtownie rosnącymi cenami. Nasi klienci w tej chwili czekają na swoje zamówienie dwu-, trzy-, a nawet czterokrotnie dłużej niż przed pandemią.

Meble News: Czego najbardziej brakuje?

R.M.: Podczas pierwszej fazy pandemii Covid-19, która uderzyła w Azję, brakowało tkanin obiciowych, okuć. Transport kontenerowy między Azją a Europą praktycznie zamarł. Gdy tylko wirus rozprzestrzenił się w Europie, problemy z dostawami materiałów zaczęły dotyczyć pozostałych materiałów, tj. pianek poliuretanowych, materiałów drewnopochodnych, opakowań, okuć. Wpływ na to ma wiele czynników, wśród nich możemy wymienić postoje u naszych dostawców czy problemy z transportem, ale też i związane ze zmianą naszych zachowań czy stylu życia, np. zwiększona podaż na opakowania poprzez wzrost sprzedaży on-line. Innym ciekawym zjawiskiem jest



Pianka tapicerska stanowi około 10 proc. kosztów mebla tapicerowanego, a wzrost jej ceny o 40-50 proc. przekłada się na utratę 5 proc. rentowności produkcji. W wielu przypadkach może oznaczać to produkcję deficytową, zwłaszcza dla firm produkujących meble z segmentu ekonomicznego.





Od września 2020 r. do kwietnia 2021 r. cena płyt drewnopochodnych MDF zwiększyła się o ponad 70 proc., a tylko w tym roku – o 50 proc. Cena MDF może przesądzać o opłacalności produkcji.



także deficyt związków chemicznych wykorzystywanych do produkcji pianek, a pozyskiwanych przy produkcji paliw lotniczych.

Meble News: Jak mniemam, w związku z ograniczoną dostępnością surowców i komponentów meblowych, ich ceny wzrosły. O jakich podwyżkach mówimy?

R.M.: Jeśli powiem tylko o wzroście ceny pianki rzędu 120-130 proc. i płyty wiórowej na poziomie 100-120 proc., to w sposób pełnoprawny możemy powiedzieć o kryzysie cenowym.

Meble News: Czy w związku z tym istnieje zagrożenie dla polskich producentów mebli w kwestii wyhamowania produkcji? Czy brak dostępności niektórych komponentów lub ich ograniczona ilość są już odczuwalne przez fabryki? Czy wpływa to choćby na wydłużenie czasu realizacji Waszych zamówień?

R.M.: Mówimy tu o ograniczonej dostępności, opóźnieniach w dostawach, ale chyba najgorsze w tym wszystkim są nieprzewidywalność i zmiany w planach dostaw z dnia na dzień. Planowanie długoczy średniookresowe traci sens. Nie ma dnia, abym nie otrzymywał z obszarów zakupów czy produkcji informacji dotyczących zakłóceń bądź przestoju. Sytuacja wymaga dużej elastyczności i umiejętności szybkiego podejmowania decyzji – co ważne – również, a może przede wszystkim przez managerów średniego szczebla.

Meble News: Czy w związku z podwyżką cen podstawowych komponentów, jak choćby płyty MDF czy pianki tapicerskie, producenci mebli będą przenosić te podwyżki na klienta końcowego? Czy można się spodziewać wzrostu cen mebli?

R.M.: Trzeba tu powiedzieć, że w przypadku mebli tapicerowanych koszty materiałowe osiągają w niektórych przypadkach nawet 70 proc. Jeśli dodamy do tego, iż EBIT na poziomie 10 proc. to wynik tylko nielicznych firm i większość pracuje na poziomie niższym nawet w przedziale 0-5 proc., to nie ma tu innego wyjścia jak podwyżki cen produktów lub zamknięcie nierentownych kanałów. Podwyżek nie tylko należy się spodziewać. To już się dzieje od stycznia, i są to w procentach podwyżki rzędów dwucyfrowych. Jest to sytuacja bez precedensu, trudna do zaakceptowania przez naszych dystrybutorów, i trzeba powiedzieć jasno: jeśli tego wspólnie nie przeprowadzimy w miarę sprawnie, to dla wielu firm będzie to „być albo nie być”.

Meble News: Jak sytuacja na rynku komponentów meblowych i surowców wpływa na konkurencyjność polskiego meblarstwa? Jakie problemy rodzi?

R.M.: Zauważamy, że wzrost cen niektórych materiałów, takich jak np. pianka, jest wyższy niż w innych częściach Europy. Musimy więc monitorować to zjawisko i próbować w jakiś sposób przeciwdziałać. Spodziewamy się też presji wynagrodzeniowej, spowodowanej jedną z najwyższych w Europie inflacji, która według ostatnich raportów przekracza 5 proc. Czynniki te powodują bardzo wysoki koszt produkcji, który rośnie szybciej niż nasz wzrost efektywności operacyjnej. Tani produkt z Polski kończy się, przegrywamy nie tylko z Chinami, ale również w Europie, z takimi krajami, jak Bośnia, Ukraina, Albania i Rumunia. Receptą jest konkurowanie nie tylko ceną, ale przede wszystkim jakością, designem, customizacją, większą funkcjonalnością, terminami dostaw, serwisem posprzedażnym itp.

Meble News: Czy według Państwa jest to sytuacja przejściowa? Jak długo może trwać taki stan rzeczy? Czy jest możliwy powrót do równowagi na rynku dostawców komponentów dla meblarstwa?

R.M.: W czasie pandemii prognozowanie czegokolwiek jest bardzo trudne, szczególnie w dłuższej perspektywie. Nie mamy żadnych sygnałów ani przesłanek, aby miało się cokolwiek stabilizować w najbliższych miesiącach. Do tego od jesieni zaczynamy „wysoki sezon” i co za tym idzie – zwiększoną konsumpcję materiałów. Nie spodziewałbym się większej stabilizacji do końca roku. O ile możemy założyć poprawę w dostępności materiałów, o tyle ceny w niewielkim stopniu powrócą do tych sprzed pandemii.


Meble News: Co w sytuacji, kiedy ceny surowców i komponentów nadal będą rosnąć? Czy jest jakaś alternatywa?

R.M.: Rynek bardzo skonsolidowany niektórych komponentów, takich jak pianka czy płyta, spotyka się z dość rozproszonym rynkiem producentów mebli. Poza kilkoma dużymi firmami, mamy do czynienia z setkami średnich i małych przedsiębiorstw. Trudno na takim rynku o równowagę, więc destabilizacje i duże zmiany cenowe mają miejsce teraz, ale pewnie będą i w przyszłości. Oczywiście szukamy alternatywnych dostawców materiałów, kupując je z Rosji, Białorusi czy Ukrainy, ale nie są to na dziś dla nas stabilne i pewne źródła. Konsolidujemy też nasze zakupy, wraz z naszymi podwykonawcami, w celu poprawy swojej pozycji zakupowej. Uważam, że takie zbliżenie czy poszerzenie współpracy jest również możliwe pomiędzy producentami mebli w obszarze działania na rynku materiałów. Cieszę się, że OIGPM podejmuje działania zmierzające do stworzenia platformy do dyskusji w tym trudnym temacie.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.

POMIMO DOBRYCH WYNIKÓW, NIE MALEJE SKALA PROBLEMÓW DLA POLSKIEGO MEBLARSTWA

Rok 2020 nazywany jest w branży meblarskiej tsunami i rollercoasterem. Sektor meblarski został zmuszony do zaadaptowania się do nowej sytuacji gospodarczej, wahań rynkowych, wynikających z wprowadzonych na całym świecie obostrzeń. Pomimo tych zmian polskie meblarstwo obroniło się, w roku 2020 ustanawiając kolejny rekord w wartości sprzedanej mebli – 50,6 mld zł w stosunku do 50,5 mld zł w 2019. Wynik ten jest imponujący, gdyż w roku 2020 w Unii Europejskiej odnotowano spadek produkcji w wysokości około 8 proc.

 JOANNA GRUSZCZYŃSKA, MENEDŻER DS. KLUCZOWYCH KLIENTÓW,
OGÓLNOPOLSKA IZBA GOSPODARZA PRODUCENTÓW MEBLI

Branża meblarska boryka się z kolejnymi problemami. Końcówka zeszłego roku oceniona była jako dobra. Aktualnie producenci mebli alarmują na temat palącego problemu – zaopatrzenia i sprzedaży. Dostawcy komponentów nie nadążają z ich produkcją, zaś ich ceny znacząco się podniosły, przez co rynek został uzależniony od dostępności materiałów. Ich brak oraz zawyżona cena ostatecznie skutkować będzie podniesieniem cen mebli. Tylko jak to wpłynie na sytuację, skoro w Polsce większość firm wciąż konkuruje ceną? Od lat bolączką branży są coraz większe koszty związane z produkcją mebli. Dotychczas mówiono na temat podniesienia kosztów energii, płacy minimalnej, obostrzeń wynikających z pandemii. O trudnościach w zdobywaniu materiałów niezbędnych do produkcji mebli informują firmy mikro, małe, średnie oraz duże, co oznacza, że problem ten jest powszechny i dotyka producentów niezależnie od skali ich działalności.

Z danych opublikowanych przez Główny Urząd Statystyczny, dotyczących wolumenu produkcji półproduktów, możemy wnioskować, że zestawiając ze sobą cztery pierwsze miesiące roku 2021 i 2020, w przypadku większości grup półproduktów odnotowany został wzrost produkcji.

Co ważne, meblarze wciąż alarmują, że na rynku doskwiera brak płyt drewnopochodnych, które są podstawowym surowcem, służącym do produkcji mebli. Ich cena wzrosła o około 100 proc., zaś cena drewna

o około 50-60 proc. Trudnością jest nie tylko poziom wzrostu ceny, ale także samo tempo jej wzrostu. Przykładowo od września 2020 r. do kwietnia 2021 r. cena płyt drewnopochodnych wzrosła aż o 70 proc. Jest to kluczowy problem, gdyż cena płyty MDF ściśle koreluje z opłacalnością produkcji mebli. Pewne koszty możliwe są do przeniesienia na klienta, jednak tylko do pewnego poziomu. Niemniej palącym problemem jest wzrost cen pianek tapicerskich aż o 130 proc. oraz brak jej dostępności na rynku. Wciąż rosną także ceny okuć, tkanin, jak i samych materiałów, służących do pakowania mebli.

Z danych opublikowanych przez Główny Urząd Statystyczny, dotyczących wolumenu produkcji mebli, możemy wnioskować, że zestawiając ze sobą cztery pierwsze miesiące 2021 i 2020 r., w przypadku większości grup mebli odnotowany został wzrost na korzyść bieżącego roku. Jednak w związku z luzowaniem obostrzeń meblarze alarmują, iż dobra koniunktura może nie trwać już długo. Aktualnie ludzie są jeszcze zamknięci w domach, co wiąże się z remontami i wymianą mebli. Jednak luzowanie obostrzeń, spadek zachorowań na koronawirusa, rosnąca liczba osób zaszczepionych oraz zbliżający się okres wakacyjny, wiążą się z tym, że nasi klienci „wyjdą z domu”. Wyjadą na wakacje, zaś pieniądze, które dotychczas przeznaczali na np. wymianę mebli, z powrotem inwestować będą w szeroko rozumianą rozrywkę. Pytaniem jest, kiedy nadejdzie ten moment i kiedy branża odczuje pierwsze straty.

WOLUMEN PRODUKCJI PÓŁPRODUKTÓW:

Półprodukt	Jednostka miary	Rok	Miesiące												
			I-XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Tarcica ogółem	dam ³	2020	3 139	251	259	267	208	251	268	278	239	274	273	280	261
		2021		247	255	316	293								
Tarcica iglasta	dam ³	2020	2 833	226	233	240	186	227	243	254	218	246	245	253	235
		2021		224	232	289	269								
Tarcica liściasta	dam ³	2020	306	25,2	26,2	26,6	22,0	24,6	24,2	24,6	20,5	27,6	28,3	26,1	26,8
		2021		23,1	22,5	26,6	24,0								
Sklejka, płyty fornirowane i podobne	dam ³	2020	11 403	974	930	951	664	838	952	970	1 009	1 043	1 071	1 012	991
		2021		1 002	898	1 081	1 121								
w tym:															
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna lub materiałów drewnopochodnych	dam ³	2020	6 210	525	488	526	365	487	534	505	544	574	594	541	527
		2021		541	466	588	626								
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	2020	681 889	61 716	60 439	58 525	30 135	40 014	55 327	62 333	59 789	62 553	65 407	62 691	62 946
		2021		61 450	57 099	65 579	64 939								
	dam ³	2020	4 737	411	406	385	262	320	385	430	426	426	432	431	425
		2021		420	392	445	448								
Okleiny	tys. m ²	2020	15 739	1 233	1 385	1 544	1 223	1 123	1 415	1 483	760	1 318	1 412	1 434	1 409
		2021		1 238	1 501	1 596	1 627								

WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI:

WYROBY	j.m.	rok	Miesiące												
			I-XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Meble do siedzenia o konstrukcji głównie drewnianej	tys. szt.	2020	15 862	1 457	1 429	1 232	670	1 030	1 275	1 275	1 341	1 571	1 633	1 540	1 318
		2021		1 187	1 463	1 590	1 437								
w tym:															
Meble do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania	tys. szt.	2020	2 508	233	220	195	84,4	161	205	207	216	247	253	228	236
		2021		216	228	235	219								
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. szt.	2020	4 185	365	395	357	179	292	328	369	365	394	408	369	337
		2021		325	329	410	293								
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	2020	6 535	565	525	542	170	436	531	572	616	654	663	625	624
		2021		546	616	734	541								
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach sypialnych i salonach	tys. szt.	2020	31 596	2 782	2 791	2 420	646	1 827	2 415	2 981	2 790	3 257	3 365	3 375	2 903
		2021		3 503	3 496	4 235	3 513								

JUBILEUSZ 25-LECIA OGÓLNOPOLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ PRODUCENTÓW MEBLI

TO DOPIERO POCZĄTEK

Dokładnie w 1996 r., w Poznaniu Walne Zgromadzenie Członków Założycieli podjęło uchwałę w sprawie powołania Izby, a kolejne lata przyniosły szybki i dynamiczny rozwój zarówno OIGPM, jak i branży meblarskiej. Należy pamiętać, iż 25-lecie OIGPM to tak naprawdę celebrowanie 25 ostatnich lat ciągłego rozwoju polskiej branży meblarskiej i firm z jej otoczenia. Należy także pamiętać, że gdyby nie te firmy, to Izba nie miałaby racji bytu.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Obecnie Izba posiada swoje biuro w Warszawie, a swoją działalność prowadzi na terenie całego kraju oraz współpracuje z międzynarodowym środowiskiem meblarskim. Rozpoznawalna jest jako platforma porozumienia pomiędzy branżą meblarską, którą reprezentuje, a wszystkimi podmiotami, które chciałyby nawiązać współpracę z naszym sektorem, włączając w to między innymi stronę rządową, świat nauki czy firmy z naszego otoczenia.

Okragły jubileusz 25-lecia założenia OIGPM jest niezwykłym świętem i ważnym wydarzeniem. Jest okazją do dokonania oceny dotychczasowych działań oraz sukcesów, ale także impulsem do podejmowania kolejnych działań i realizacji dalekosiężnych planów.

Wiedza, jakość, profesjonalizm, renoma – do tych celów dążą wszystkie polskie oraz zagraniczne stowarzyszenia i szczęśliwie większość z nich osiąga powyższe cele. Co ważne, OIGPM dołącza do grona izb, które szczytują się doświadczeniem sięgającym już 25 lat. Niestety, założyciele, pracownicy oraz przyjaciele branży meblarskiej, w wyniku panującej pandemii wywołanej przez koronawirusa SARS-CoV-2, nie mogli się spotkać podczas uroczystej Gali, która stanowiłaby punkt kulminacyjny świętowania naszego 25-lecia.

Możliwe jest jednak zaprezentowanie na łamach biuletynu OIGPM naszych największych osiągnięć sięgających już 25 lat.

Wśród sukcesów osiągniętych przez OIGPM na przestrzeni lat, warte wyróżnienia jest między innymi wpisanie meblarstwa na listy 19 inteligentnych spe-



W CIĄGU TYCH 25 LAT OIGPM ZORGANIZOWAŁA SETKI SZKOLEŃ, WEBINARÓW I KONFERENCJI CIĘSZĄCYCH SIĘ ZAINTERESOWANIEM PRZEDSTAWICIELI BRANŻY MEBLARSKIEJ. FOT. MAŁGORZATA GACKOWSKA



OGÓLNOPOLSKI KONGRES MEBLARSKI WPISAŁ SIĘ NA STAŁE W KALENDARZ NAJWAŻNIEJSZYCH KRAJOWYCH WYDARZEŃ BRANŻOWYCH. FOT. MAŁGORZATA GACKOWSKA

cializacji oraz 12 branż objętych programem wsparcia promocji międzynarodowej, realizowanej przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu oraz przedsiębiorstwa meblarskie. Powyższe stworzyło ogromne możliwości dla przedsiębiorców zarówno w sferze pozyskiwania dofinansowania promocji swoich firm, jak i pozyskania środków na rozwój prac B+R.

Ponadto Izba zaangażowana była w realizację tzw. Programu Flagowego Polskie Meble, którego celem jest „stymulowanie rozwoju wzornictwa przemysłowego i tworzenia silnych polskich marek, wykorzystujących nowoczesne technologie i ekowzornictwo”. Dzięki realizacji powyższego programu administracja państwowa została zobligowana do tworzenia dogodnych warunków rozwoju branży.

Co ważne, Izba od lat czynnie uczestniczy także w działaniach na rzecz rozwoju targów Meble Polska i Drema oraz ściśle współpracuje z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi.

Należy także wspomnieć, iż Izba od lat realizuje projekty przy wsparciu UE, które znacząco wspierają edukację osób pracujących w sektorach meblarskich oraz pokrewnych. Dzięki podejmowanej współpracy Izba zdobyła wiele kontaktów z jednostkami z sektora meblarskiego, z organizacjami branżowymi i ośrodkami targowymi działającymi w Europie, jak i poza jej granicami.

Wartym przypomnienia wydarzeniem dla naszej branży jest powstanie pierwszego polskiego showroomu z ofertą 7 polskich marek na największych targach

meblowych w USA, w High Point w Karolinie Północnej, co otworzyło nowe, ogromne możliwości dla Polski.

Na kartach historii polskiego meblarstwa zapisał się także Ogólnopolski Kongres Meblarski, którego hasło przewodnie brzmi: „Polskie Meble – Konkurencyjna Polska” oraz przyjęte z niezwykłym zainteresowaniem i entuzjazmem „Spotkania kobiet związanych z branżą meblarską”.

Przez te lata OIGPM wypracowała sobie silną pozycję reprezentanta branżowego w instytucjach rządowych i samorządowych. W trudnym czasie pandemii byliśmy jedną z niewielu organizacji branżowych, która w kilkudziesięciu spotkaniach z ministrami odpowiedzialnymi za rozwój polskiej gospodarki stale konsultowała akty prawne i przedstawiała bieżącą sytuację w naszym sektorze. Jednym z sukcesów prac zespołu było utrzymywanie otwartych sklepów meblo-

wych tak długo, jak to było możliwe – czym byliśmy swoistym wzorem i wyjątkiem w Unii Europejskiej.

W ciągu tych 25 lat nasza Izba dostarczyła swoim członkom tysiące informacji ważnych dla ich rozwoju, funkcjonowania i konkurencyjności na rynkach europejskich i światowych. Zorganizowaliśmy setki szkoleń, webinarów i konferencji. Z coraz większym powodzeniem kojarzymy klientów na meble z polskimi producentami mebli, kreujemy kierunki promocji eksportu, wywieramy wpływ na zmiany polskiego prawa, aby było coraz bardziej przyjazne polskim firmom. Powyższe to zaledwie niewielki wycinek naszej działalności. Mając nadzieję na powrót do „normalności”, liczymy, że spotkamy się z Państwem we wrześniu na targach DREMA w Poznaniu i że wspólnie będziemy świętować sukcesy polskiej branży meblarskiej.

SPOTKANIE KOBIEC BRANŻY MEBLARSKIEJ

„JESTEŚMY DYREKTORAMI GENERALNYMI WŁASNYCH FIRM JA SP. Z O.O.”

Wielkimi krokami zbliżają się wrześniowe targi DREMA, które odbędą się na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. W tym roku podczas wystawy spotkamy się między innymi już po raz trzeci w ramach „Spotkania kobiet”.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Tegoroczne hasło brzmi: „Marka własna kluczem do sukcesu”. Podczas naszego wydarzenia zorganizowany zostanie warsztat poświęcony budowaniu marki osobistej. Tematyka wydarzenia jest niezwykle aktualna, gdyż marka własna pozwala nam się wyróżnić i pozostać w pamięci innych ludzi. W naszej branży pracują panie, które budują ją już od wielu lat, ale spotykamy się także z kobietami, które dotychczas nie poświęciły temu zagadnieniu odpowiedniej uwagi.

Głównym celem naszego spotkania jest przekazanie paniom pracującym w branży meblarskiej umiejętności w zakresie tworzenia marki własnej, tak aby odnosić sukces w biznesie, pracy, ale i w życiu osobistym. Ze szkolenia warsztatowego skorzystają najbardziej kobiety biznesu meblarskiego, którym zależy na rozwoju silnych, osobistych marek dla dobra własnego i swoich firm.

Uczestniczące w spotkaniu kobiety lepiej poznają siebie, w tym swoje silne i słabe strony, wartości i cele, by stworzyć markę osobistą, która jest autentyczna, wyjątkowa i daje innym ich najlepsze „JA”. Ponadto kobiety zyskują wiedzę, jak być marką premium w pracy i biznesie, jak też w relacjach osobistych. Dowiedzą się, w jaki sposób marka ich firmy zyska na ich personalnym brandzie. Panie skutecznie wykorzystują narzędzia komunikacji, by dotrzeć z przekazem swojej marki do tych, na których najbardziej im zależy. Stworzą swój indywidualny plan budowania marki oraz nauczą się ją pielęgnować i rozwijać.

Dlaczego jest to takie ważne? Tom Peters tłumaczy nam to w obrazowy sposób: „Bez względu na to, ile mamy lat, jakie zajmujemy stanowisko i w jakiej branży pracujemy, wszyscy musimy sobie uświadomić, jak ważny jest branding. Jesteśmy dyrektorami generalnymi własnych firm Ja Sp. z o.o.(...). We współczesnym świecie biznesu naszym najważniejszym zadaniem jest promowanie marki „Ty”. (...) Ty jesteś marką. To Ty kierujesz swoją marką... Musisz zacząć

myśleć o sobie inaczej. Nie jesteś „pracownikiem”, nie „należysz” do żadnej organizacji na stałe, nie określa Cię opis Twojego stanowiska, nie sprowadzasz się tylko do niego. (...) Stanowisko dyrektora generalnego firmy Ja Sp. z o.o. zobowiązuje Cię do rozwijania samego siebie, promowania siebie i podejmowania działań, które zapewnią Ci zainteresowanie rynku”.

Szczegóły dotyczące wydarzenia już wkrótce!



PODczas tegorocznego „Spotkania kobiet” panie będą rozmawiać i praktykować tematykę związaną z budowaniem własnej marki.
FOT. MAŁGORZATA GACKOWSKA

Z ŻYCIA BRANŻY

PRZYSZŁOŚĆ NALEŻY DO DOBRZE ZARZĄDZANYCH MAREK

Mimo wielu różnorodnych problemów, które dotyczą dziś branżę meblarską, spółka Complet Chmielewscy, właściciel marki produktowej COMPLET FURNITURE, odnotowuje w ostatnim czasie intensywny rozwój. Warto dodać, że firma obchodzi w bieżącym roku jubileusz 30-lecia swojej działalności, co tym bardziej skłania do pewnych podsumowań i wyznaczania planów na przyszłość.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW COMPLET CHMIELEWSCY SP.J.

Firma datuje swoje początki w 1989 r., jednak na początku głównym przedmiotem jej działalności było szycie odzieży – konfekcji damsko-męskiej. Po zdobyciu pierwszych doświadczeń wolnorynkowych, dwa lata później spółka zmieniła profil produkcji na meble tapicerowane, z powodzeniem realizując sprzedaż krajową. Mimo to, po kilku latach, wraz z wejściem w nowe milenium, spółka rozpoczęła współpracę z pierwszymi dużymi klientami zagranicznymi, którą z sukcesem realizuje do dziś.

Kamienie milowe, czyli najważniejsze etapy rozwoju

Jedną z najważniejszych zmian dla firmy było całkowite przekierowanie produkcji na rynki zagraniczne. Ekspansja działalności eksportowej przyczyniła się do szerokiego rozwoju oferty spółki. Różne rynki zbytu to systematyczne podążanie za nowościami, trendami, to konieczność budowania przewagi konkurencyjnej i sprostania wielu odmiennym wymaganiom. Innym ważnym czynnikiem wpływającym na rozwój firmy były kilkukrot-



MOTTEM MARKI JEST „IT'S NOT JUST FURNITURE. IT'S A LIFESTYLE”. COMPLET FURNITURE TWORZY Z PASJĄ I Z MIŁOŚCI DO PIĘKNA NIEZWYKLE KOMFORTOWE I STYLWNE MEBLE. COMPLET FURNITURE TO NIE TYLKO MEBLE, TO STYL ŻYCIA. FOT. COMPLET CHMIELEWSCY



COMPLET FURNITURE TO MARKA OFERUJĄCA PIĘKNE I TRWAŁE MEBLE TAPICEROWANE, BĘDĄCE EFEKTEM UMIEJĘTNOŚCI DOŚWIADCZONYCH RZEMIEŚLNİKÓW, KTÓRYM UDAŁO SIĘ POŁĄCZYĆ FUNKCJONALNOŚĆ Z ATRAKCYJNYM WIZUALNIE DESIGNEM. GŁÓWNA PRZEWAGĄ KONKURENCYJNĄ MARKI JEST BARDZO DOBRA JAKOŚĆ PRODUKTÓW W STOSUNKU DO OFEROWANEJ CENY. FOT. COMPLET CHMIELEWSKY

ne zmiany w zarządzie spółki. Jako firma rodzinna, spółka przechodziła kilka zmian organizacyjno-prawnych. Najważniejsza do tej pory sukcesja nastąpiła na przełomie 2016 i 2017 r., kiedy główne stery w firmie przejął Robert Chmielewski, syn założycieli spółki.

Wcześniej, bo w 2013 r., po trzyletnich przygotowaniach związanych z rozszerzeniem produkcji, zostało podpisane bardzo ważne porozumienie o utworzeniu nowego podmiotu o międzynarodowym współdziale. W ten sposób 8 lat temu powstała „spółka córka” Bovelli Bedding, zarządzana przez starszą córkę Danielę i jej męża Michaela, która na co dzień zajmuje się produkcją łóżek kontynentalnych.

Nie sposób pominąć w tym miejscu ważnej zmiany, jaką było wybudowanie w roku 2016 nowej fabryki w Myślicinie k. Gniezna. Zmiana siedziby, konsolidacja produkcji w jednym miejscu, inwestycje w nowoczesny park maszynowy – to wszystko wpłynęło na dalszy rozwój spółki, pozyskanie nowych klientów oraz kolejną dywersyfikację działalności.

Dobra jakość broni się sama

Meble od COMPLET FURNITURE charakteryzuje bardzo dobra relacja jakości do ceny. Firma nie stawia na ilość i najniższą cenę swoich produktów, lecz na ich wysoką jakość. Holistyczne podejście marki do takich wartości, jak rzetelność, społeczna odpowiedzialność biznesu, uczciwość wobec partnerów biznesowych czy dbałość o kadrę pracowniczą to najważniejsze wartości budujące jej tożsamość.

W celu budowania lepszej rozpoznawalności marki w ostatnim czasie został przeprowadzony jej rebranding, powstało nowe logo, które ma być wyznacznikiem podążania za aktualnymi trendami oraz topowym wzornictwem przemysłowym. Mottem marki jest „It's not just furniture. It's a lifestyle”. Jak przyznają jej twórcy – to nie są tylko meble, to styl życia, to pasja, którą chętnie dzielą się z klientami.

Nadążanie za zmianami – kompetencją przyszłości

Na początku 2020 r. spółka opracowała strategię marketingową, która ma być realizowana w najbliższych latach. Misją jest wzrost rozpoznawalności marki Complet Furniture, oferującej polskie produkty, wytwarzane zgodnie z zasadami poszanowania środowiska naturalnego. Ten cel ma być zrealizowany poprzez dywersyfikację obszarów działalności, efektywną sprzedaż produktów na rynku polskim (ponownie), a także poprzez wejście na nowe rynki zagraniczne.

Wszystkie podejmowane przez spółkę w ostatnim czasie działania, takie

jak współpraca z architektami i uczelniami wyższymi, rebranding, uruchomienie własnego sklepu internetowego, kreowanie i objęcie ochroną prawną nowych wzorów mebli, zgłaszanie autorskich projektów do konkursów branżowych, intensyfikacja działań reklamowo-wizerunkowych, wspieranie wartościowych projektów o zasięgu ogólnopolskim oraz działalność charytatywna, to konkretne obszary aktywności firmy w najbliższych latach. Dodatkowo, spółka postanowiła wprowadzić do swojego portfolio dwie kolejne marki produktowe, a jesienią tego roku planowane jest uruchomienie w stolicy Wielkopolski Inkubatora Kreatywności. Inkubator ma być nowatorską przestrzenią aktywności projektowo-aranżacyjnej, współtworzonej z dwoma poznańskimi uczelniami wyższymi. Będzie to z pewnością nowatorski pomysł biznesowy COMPLET FURNITURE, będący odpowiedzią na kluczowe zmiany zachodzące w branży wyposażenia wnętrza.



JAKO FIRMA RODZINNA, SPÓŁKA PRZECHODZIŁA KILKA ZMIAN ORGANIZACYJNO-PRAWNYCH. NAJWAŻNIEJSZA DO TEJ PORY SUKCESJA NASTĄPIŁA NA PRZEŁOMIE 2016 I 2017 R., KIEDY GŁÓWNE STERY W FIRMIE PRZEJĄŁ ROBERT CHMIELEWSKI, SYN ZAŁOŻYCIELI SPÓŁKI. FOT. COMPLET CHMIELEWSKY

EDUKACJA

ZOSTAŃ MENADŻEREM TRANSFORMACJI CYFROWEJ



Erasmus+

Partnerzy projektu DITRAMA UE otworzyli rejestrację na szkolenie „Menadżer ds. Transformacji Cyfrowej (DTM) branży meblarskiej”. Jest to kompletne i interaktywne szkolenie online, które uczestnicy mogą bezpłatnie odbywać od połowy kwietnia 2021 r.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Szkolenie „Menadżer ds. Transformacji Cyfrowej (DTM) branży meblarskiej” jest dostępne w 7 językach (angielskim, francuskim, włoskim, polskim, portugalskim, rumuńskim i hiszpańskim). W przypadku bezpłatnego kursu DITRAMA dostępna jest tylko ograniczona liczba miejsc. Rejestracja pozwala na zapewnienie sobie miejsca oraz bezpośrednie wsparcie ze strony krajowych wykładowców i ekspertów podczas szkolenia.

Cyfrowa i ekologiczna transformacja, czyli transformacja bliźniacza, będzie miała ogromny wpływ na sektor meblarski w Unii Europejskiej w nadchodzących latach i dekadach. Menadżerowie ds. Transformacji Cyfrowej będą odpowiedzialni za wdrażanie transformacji cyfrowej w firmach w sposób integralny. Specjalista ten powinien posiadać wiedzę i umiejętności techniczne, technologiczną i zarządzającą,

wizję ich rozmieszczenia w sektorze oraz umiejętności przekrojowe w zakresie zarządzania zmianą. Wszystko to na różnym poziomie obejmuje szkolenie DITRAMA.

Kompletny kurs składa się ze 100 mikrofilmów szkoleniowych pogrupowanych w 10 rozdziałów (4 techniczne i 6 krzyżowych), które

GRUPY DOCELOWE:

- Profesjonaliści z sektora meblarskiego, studenci i osoby bezrobotne.
- Przedsiębiorstwa meblarskie przeprowadzające proces transformacji cyfrowej lub mające zamiar ją rozpocząć.
- Kontynuowanie dostawców prowadzących szkolenia zawodowe i instytucji szkolnictwa wyższego.
- Europejskie Federacje Sektora (UEA, EFIC i EFBWW).
- Narodowe i regionalne stowarzyszenia zraszające firmy meblarskie.
- Regionalne i narodowe organy EU-28 z regulowanymi funkcjami.
- Wybrani interesariusze.

TRANSFORMACJA CYFROWA

Uważa się, że przyjęcie nowych technologii Przemysłu 4.0 jest jednym z kluczowych motorów zmian w tym i następnych latach dla europejskiego przemysłu wraz z gospodarką o obiegu zamkniętym.

Dzięki masowo potężnej i zglobalizowanej gospodarce przemysł produkcji mebli z drewna zaoferuje spersonalizowane, inteligentne produkty i usługi oparte na cyfrowych systemach produkcji dostarczanych przez zasobooszczędne i zrównoważone gałęzie przemysłu, przy wystarczającej liczbie talentów i umiejętności cyfryzacji zapewniających konkurencyjną transformację branży.

Szereg nowych technologii oferuje transformujące potencjały biznesowe, zarówno pod względem produktów, jak i procesów produkcyjnych, dla firm, które potrafią je właściwie wykorzystać i adaptować. Większa transformacja może wynikać z posiadanego efektu połączenia kilku nowych technologii.

Większość tych technologii może być wykorzystywana przez MŚP i duże przedsiębiorstwa, dzięki czemu będzie to odpowiednie dla znaczącej części europejskiego przemysłu meblarskiego.

obejmują zarówno aspekty strategiczne, jak i praktyczne, i mogą być realizowane w całości lub wybierając interesujące nas wideo. Pełna lista rozdziałów to:

- 1) Technologia cyfrowa – eksploracja współczesnych technologii wschodzących i potencjalnie przełomowych.
- 2) Technologia cyfrowa – inżynieria i produkcja.
- 3) Technologia cyfrowa – symulacja i AR / VR.
- 4) Technologia cyfrowa – dane i bezpieczeństwo.
- 5) Innowacje i transformacja cyfrowa.
- 6) Przywództwo w transformacji cyfrowej.
- 7) Komunikacja w transformacji cyfrowej.
- 8) Ludzie w ramach transformacji cyfrowej.
- 9) Jakość, ryzyko i bezpieczeństwo w transformacji cyfrowej.
- 10) Społeczny i środowiskowy wpływ cyfryzacji.
- 11) Projekt końcowy (opcjonalnie).

Kurs trwa 70 godzin, a po zdaniu odpowiednich testów na koniec każdej jednostki uczestnik otrzymuje certyfikat DITRAMA, potwierdzający ukończenie kursu.

Zarejestrowani uczestnicy będą mieli dostęp do wszystkich treści szkolenia. W zamian za bezpłatny udział w kursie, uczestnicy są zobowiązani do wypełnienia trzech krótkich ankiet ewaluacyjnych, które pomogą udoskonalić kurs – na początku, w środku i na koniec kursu.

Nie przegap okazji zostania DTM swojej firmy i uzyskaj bezpłatny dostęp do kursu internetowego „Menadżer ds. Transformacji cyfrowej branży meblarskiej”, który jest już dostępny na stronie www.ditrama.eu.

Jeśli chcesz wziąć udział w szkoleniu, zapraszamy do kontaktu: oigpm@oigpm.org.pl

PRAWO

MONITORING LEGISLACYJNY BRANŻY MEBLARSKIEJ

W aktualnie złożonym otoczeniu rynkowym, na które wciąż ma wpływ pandemia wywołana koronawirusem, branża meblarska musi odnajdywać się w nowej, nieznanej dotychczas rzeczywistości gospodarczej. Branża została zmuszona do przeorganizowania swojego życia biznesowego, dostosowując się do nowych modeli konsumpcji czy zmian nawyków wśród klientów. W związku z powyższym niezwykle ważne są kompleksowe oraz skuteczne rozwiązania, a jednym z takich rozwiązań jest dostęp do informacji.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

W obliczu tej rzeczywistości, OIGPM wraz z kancelarią Domański Zakrzewski Palinka sp. k. planuje uruchomić monitoring legislacyjny. Znajomość otaczających nas (wciąż zmieniających się) regulacji prawnych zdaje się być czynnikiem niezbędnym i umożliwiającym dalszy rozwój firm oraz osiągnięcie przez nie sukcesów.

W 2021 r. w życie weszło wiele nowych regulacji prawnych, które bezpośrednio dotyczą firm meblarskich. Bieżący rok przyniesie ma także wiele kolejnych zmian w prawie. Dotychczas zmiany te dotyczyły między innymi: nowego prawa zamówień publicznych, zmiany stawki płacy minimalnej, przepisów dotyczących kodeksu cywilnego i ustawy dotyczącej prawa konsumenta, które przyznało przedsiębiorcom prawa konsumentów w relacjach z innymi przedsiębiorcami czy nowelizacji ustawy dotyczącej przeciwdziałania opóźnieniom w transakcjach handlowych. Zmieniało się w tym czasie także prawo podatkowe czy związane z ochroną środowiska. Już wkrótce OIGPM wraz z kancelarią DZP uruchomi monitoring le-

gislacyjny dla branży meblarskiej, który obejmować będzie bieżące śledzenie:

- prac legislacyjnych prowadzonych przez Radę Ministrów, Sejm i Senat RP w zakresie projektów ustaw i rozporządzeń zawierających przepisy krajowe,
- prac legislacyjnych prowadzonych przez instytucje Unii Europejskiej w zakresie projektów dyrektyw i rozporządzeń zawierających przepisy wspólnotowe, które mogą wpłynąć na prowadzoną przez przedsiębiorców działalność.

W ramach usług monitoringu legislacyjnego OIGPM będzie dystrybuować odpłatnie w formie elektronicznej miesięczny raport z monitoringu, zawierający zestawienie informacji o zidentyfikowanych projektach ustaw i rozporządzeń, które dotyczyć będą bezpośrednio naszej branży. Wszystkich zainteresowanych powyższym monitoringiem prosimy o bezpośredni kontakt z Biurem Izby.

DREMA 2021

TARGI DREMA 2021 – BEZPIECZNIE I W TRADYCYJNEJ FORMULE

Siłą targów DREMA było i jest kreowanie przestrzeni spotkań na żywo i prezentacji najnowszych technologii dla przemysłu drzewnego i meblarskiego. Testowanie maszyn i linii technologicznych, możliwość dotknięcia i zobaczenia złożonych mechanizmów, porównania oferty różnych wystawców, czas na negocjacje – specyfiki DREMA nie sposób przenieść na dostępne narzędzia online.

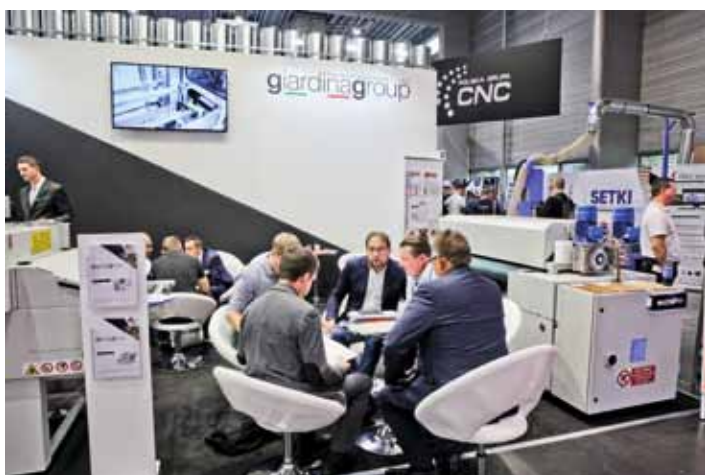
 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW GRUPY MTP

– Potrzeba spotkań na żywo, docierająca do nas ze wszystkich stron, bardzo pozytywny odbiór ubiegłorocznej edycji oraz wyjątkowość projektu, jakim są targi DREMA, sprawia, że edycja 2021 odbędzie się w tradycyjnej formule, z zastosowaniem wszystkich zasad bezpieczeństwa – mówi Andrzej Półrolniczak, dyrektor Międzynarodowych Targów Maszyn, Narzędzi i Komponentów dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego DREMA. Podobnie jak w ubiegłym roku, przygotowania do targów DREMA nabierają rozpędu. Wiatru w żagle dodała organizatorom decyzja rządu o odrośnięciu branży targowej. Od 6 czerwca organizacja targów jest możliwa pod warunkiem, że na 1 osobę przypadnie 15 m² powierzchni pomieszczenia. Lista wystawców sukcesywnie się powiększa, swój udział potwierdziła

już lub zadeklarowała większość wystawców z edycji 2020, jednak na pełen katalog wystawców przyjdzie nam jeszcze poczekać. W ubiegłym roku sytuacja wielu firm wyklarowała się dopiero w czasie wakacji. Niemniej luzowanie obostrzeń, stała wrześniowa data, przeniesienie targów Ligna na 2023 rok, rosnąca liczba osób zaszczepionych i podnosząca się odporność zbiorowa pozwalają optymistycznie planować największe święto branży drzewnej i meblarskiej w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej.

Coś więcej niż targi

W programie targów nie zabraknie części merytorycznej oraz specjalnych stref pokazowych: DREMA Dzieciom, DREMA Tools, DREMA



MOŻLIWOŚĆ SPOTKAŃ FACE TO FACE, PROWADZENIA NEGOCJACJI BIZNESOWYCH CZY WRESZCIE KULUAROWYCH ROZMÓW Z PARTNERAMI Z BRANŻY – NA TO WSZYSCY CZEKAJĄ Z WIELKĄ NIECIERPLIWOŚCIĄ. Fot. GRUPA MTP

Hobby, DREMA Design, Innowacyjna Kuchnia, Tapicernia 4.0, Polygon Umiejętności. Będą też wydarzenia cykliczne, takie jak cieszące się ogromnym zainteresowaniem Spotkanie Kobiet Branży Meblarskiej – organizowane przez Ogólnopolską Izbę Gospodarczą Producentów Mebli po raz trzeci, czy Mistrzostwa Polski we Wbijaniu Gwoździ, które w tym roku odbędą się po raz dwudziesty. Przez cztery dni targów będzie można podziwiać prace nadesłane na konkurs dla młodzieży „Wyczarowane z drewna”. W tym roku po raz pierwszy na targach DREMA zostaną pokazane prace nadesłane na konkurs „Zbuduj rower z drewna”, którego organizatorem jest Studenckie Koło Naukowe Technologów Drewna Wydziału Leśnego i Technologii Drewna Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.

Sytuacja na rynku nie pozostawia złudzeń, przyspieszenie automatyzacji i cyfryzacji zakładów produkcyjnych to dziś dla wielu firm kwestia: być albo nie być. Dlatego też Przemysł 4.0 to nieodłączny temat DREMY. W program tegorocznej edycji wpisują się nieodzownie obchody stulecia powstania Międzynarodowych Targów Poznańskich, które rozpoczynają się 28 maja i potrwać do połowy 2022 r. Targi DREMA nieprzerwanie współtworzą historię poznańskich targów od ponad czterdziestu lat, a udział w tej wyjątkowej edycji zdarza się raz na sto lat.

Bezpiecznie

Choć sytuacja epidemiczna znacznie się poprawiła, to organizatorzy DREMY nie zapominają o szczególnych środkach bezpieczeństwa. Standardy wyznaczone poprzednio przez Głównego Inspektora Sanitarnego i władze państwowe, a więc m.in. sprzedaż biletów wyłącznie w formie online, bezdotykowy pomiar temperatury, zapewnienie odpowiedniej przestrzeni przypadającej na jednego uczestnika, ankiety epidemiczne czy limit osób przebywających jednocześnie w jednym pomieszczeniu zostaną utrzymane tak długo, jak będzie to konieczne.

– Jesteśmy przygotowani na spełnienie dotychczasowych i wprowadzenie nowych zaleceń, aby w przestrzeni targowej zarówno wystawcy, zwiedzający, jak i pracownicy obsługi czuli się bezpiecznie. Ubiegłoroczna edycja, która odbywała się w znacznie trudniejszych warunkach epidemicznych, dowiodła, że dzięki dobremu przygotowaniu oraz współpracy z partnerami i wystawcami jesteśmy w stanie zorganizować bezpieczne wydarzenie dla dużej publiczności – deklaruje Andrzej Półroliczak.

W 2020 r. z listy największych międzynarodowych wystaw maszyn do drewna odbyły się tylko dwie: WMF w Szanghaju i DREMA w Poznaniu. Mimo bardzo trudnych warunków, dużej niepewności, która towarzyszyła organizatorom niemal do końca, ubiegłoroczna edycja targów DREMA zakończyła się sukcesem. W ostatnim dniu targów Jürgen Köppl, prezydent EUMABOIS, inaugurując Kongres EUMABOIS, gratulował targom DREMA organizacji bezpiecznych i udanych targów w tym trudnym okresie.

– Przez całe targi zbieraliśmy bardzo pozytywny feedback od wystawców, aż 98 proc. zadeklarowało wówczas udział w DREMIE 2021. Wiele firm, które w ubiegłym roku wycofały się w ostatniej chwili, przyznało, że żałowały tej decyzji. Udział w targach zyskuje w obecnych czasach na znaczeniu, a prestiż związany z jubileuszem stulecia Międzynarodowych Targów Poznańskich trudno będzie przyćmić, dlatego serdecznie zapraszam na najważniejsze święto branży drzewnej i meblarskiej – dodaje dyrektor targów DREMA. – V Ogólnopolskiemu Kongresowi Meblarskiemu towarzyszyło przesłanie: „Gdy wieją wichry zmian, jedni budują mury, inni budują wiatraki”. Organizatorzy targów DREMA konsekwentnie wykorzystują wichry zmian do budowania przestrzeni, która pomoże wykorzystać obecne warunki do umocnienia i rozwoju polskiej branży drzewnej i meblarskiej.



TESTOWANIE MASZYN I LINII TECHNOLOGICZNYCH, MOŻLIWOŚĆ DOTKNIĘCIA I ZOBACZENIA ZŁOŻONYCH MECHANIZMÓW, PORÓWNANIA OFERTY RÓŻNYCH WYSTAWCÓW – TO GŁÓWNE ZAŁOŻENIA TARGÓW DREMA, KTÓRYCH NIE SPOŚÓB PRZENIEŚĆ DO SIECI. FOT. GRUPA MTP

INDEX DUBAJ 2021

POLSKIE MEBLE W DUBAJU

W dniach 31 maja - 2 czerwca 2021 r. odbyły się targi Index, The Hotel Show Dubai, Workspace i The Leisure Show Sports and Resorts, które stanowiły pierwszy mocny akcent promocji polskiej branży meblarskiej w 2021 r. na targach zagranicznych. Wydarzenie to uznawane jest za największe spotkanie projektantów i handlowców na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Wśród dużej liczby wystawców tegorocznej edycji The Hotel Show Dubai i Index znalazła się silna reprezentacja polskich firm – było ich bowiem blisko 50. Co ważne, Polska wystawiła swoje stoisko narodowe, na którym obecna była Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli, reprezentowana przez dyrektora Biura OIGPM Michała Strzeleckiego, który udzielał powyższej inicjatywie wsparcia merytorycznego. Polskie stoisko narodowe pełniło rolę przestrzeni networkingowej, dedykowanej polskim producentom mebli oraz przedsiębiorcom, którzy nie posiadali własnych stoisk. Przez całe targi dystrybuowane tam były materiały informacyjne dotyczące polskich firm, a w trakcie ich trwania odbyliśmy ponad 40 spotkań, głównie z klientami zainteresowanymi współpracą z polskimi firmami meblarskimi. Polscy wystawcy mebli w 2019 r. zrobili na targach w Dubaju furorę, co przyniosło się na nawiązanie poważnych relacji biznesowych. W związku z trwającą pandemią targi w roku 2020 zostały odwołane. W latach 2017-2018 Polska plasowała się na piątym miejscu pod względem importu mebli

do ZEA, zajmowała miejsce za Chinami, Włochami, Niemcami oraz USA. W roku 2019 awansowała na trzecie miejsce, pozostając już tylko za Chinami i Włochami.

– Od 20 lat The Hotel Show Dubai i Index kreują zmiany w branży meblarskiej. Był to już mój drugi udział w największym wydarzeniu targowym poświęconym meblom na Bliskim Wschodzie. Ofertę targów oceniam jako atrakcyjną, o czym świadczy ogromna liczba zwiedzających, jak i firm z Polski. Reprezentując OIGPM, ale również szeroko rozumianą branżę meblarską, nawiązaliśmy ciekawe kontakty z firmami mogącymi już w niedługim czasie odegrać ważną rolę w rozwoju eksportu polskich mebli do krajów arabskich. Wśród zwiedzających przeważali hotelarze, handlowcy, projektanci, osoby poszukujące inspiracji. Znakomitym narzędziem promocyjnym wykorzystywanym w rozmowach był Katalog Eksportowy Polskiej Branży Meblarskiej, który wydaje nasza Izba – mówi Michał Strzelecki.



POLSKIE STOISKO NARODOWE PODCZAS TARGÓW INDEX DUBAJ 2021 SKUPIAŁO UWAGĘ GOŚCI Z BLISKIEGO WSCHODU, ZAINTERESOWANYCH WSPÓŁPRACĄ Z POLSKIMI PRODUCENTAMI MEBLI. FOT. OIGPM