

# MEBLE NEWS NEWS NEWS



# W NUMERZE

## STATYSTYKA

Meble tapicerowane branżową lokomotywą / **str. 106**

## INFORMACJE

Na pierwszym miejscu branża meblarska / **str. 108**

Spójny wizerunek / **str. 110**

Dlaczego warto mieć certyfikat FSC i PEFC? / **str. 112**

## WYDARZENIA

Rewolucyjna trzecia odłona / **str. 114**

SOFAB jesienią / **str. 118**



OGÓLNOPOLSKA IZBA  
GOSPODARCZA  
PRODUCENTÓW MEBLI

04-028 WARSZAWA

al. Stanów Zjednoczonych 51, pokój 614

tel. 022/517 78 39

fax 022/517 77 19

www.oigpm.org.pl

www.mebble.org.pl

oigpm@oigpm.org.pl

### Prezes

Jacek Twaróg

### Wiceprezesa

Maciej Formanowicz

Tadeusz Respondek

### Wydawca:

WYDAWNICTWO  
INWESTOR 

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 058/531 27 53

531 71 77, 531 30 23

www.wydawnictwoinvestor.pl

info@wydawnictwoinvestor.pl

### Prezes

Zbigniew Owskiak

### Wiceprezes

Rafat Sidor

### Redakcja

Katarzyna Orlikowska

na podstawie materiałów OIGPM

### Korekta

Ewa Buczek

### Dział DTP

Katarzyna Łukowicz

### Redakcja Meblarstwo Komponenty i Technologie

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 058/531 27 53, 531 71 77

531 30 23

www.meblarstwo24.pl

Fot. na okładce: SITAG



PIOTR WÓJCIK  
WICEPREZES DS. SPRZEDAŻY I MARKETINGU  
WÓJCIK FABRYKA MEBLI SP. Z O.O.

---

## SZANOWNI PAŃSTWO!

---

Rok 2011 jest kolejnym okresem niepewności w branży meblarskiej. Spowolnienie gospodarcze na świecie w różnym stopniu dotyka poszczególne rynki i firmy. Mimo sygnałów poprawy koniunktury, np. z rynku niemieckiego, konsumpcja mebli w najlepszym wypadku stabilizuje się, a na niektórych rynkach pozostaje na poziomie niższym niż w roku poprzednim. W połączeniu z rosnącymi kosztami surowców, przede wszystkim płyt drewnopochodnych oraz energii, taki stan rzeczy nie napawa optymizmem i trudno jest przewidzieć, w jakim kierunku podąży sprzedaż mebli i kondycja polskich przedsiębiorstw meblarskich w tym i kolejnym roku. Dodatkowo wyższe koszty życia wpłyną na zwiększenie kosztów pracy. Wszystkie te czynniki wpływają na dynamiczny wzrost cen mebli, co przekłada się negatywnie na ich sprzedaż. W tym miejscu muszę zaznaczyć, że podwyżki cen są z trudem akceptowane przez handel. W takiej atmosferze i realiach rynkowych firmom z branży meblarskiej nie jest łatwo podejmować decyzje o inwestycjach i rozwoju, dlatego obecnie możemy obserwować sytuację nerwowego wyczekiwania na to, co wydarzy się szczególnie w drugiej połowie roku 2011.

Pozytywnym aspektem panującej od 2009 roku sytuacji jest wiele zabiegów restrukturyzacyjnych i optymalizacyjnych przeprowadzonych przez firmy meblarskie w Polsce. Powinno się to przełożyć na lepsze wyniki i większą konkurencyjność tychże firm w sytuacji zdecydowanego wzrostu popytu na meble w Polsce i Europie. Życzę wszystkim, aby ten czas nadszedł jak najszybciej.

RYNEK MEBLI TAPICEROWANYCH

# MEBLE TAPICEROWANE BRANŻOWĄ LOKOMOTYWĄ

Nastroje w branży są dalekie od jednoznacznych. Badanie koniunktury ukazuje pesymizm menedżerów. Z drugiej zaś strony dane o produkcji tapicerki są znakomite.

 TOMASZ WIKTORSKI, MICHAŁ STRZELECKI

Ogólny klimat koniunktury w przetwórstwie przemysłowym oceniany jest w maju korzystnie – ocena +4. Jest to wynik analogiczny do poprzedniego miesiąca, ale gorszy niż w 2010 roku, kiedy wynosił +7. Oznacza to, że obecnie mniejszy odsetek firm oczekuje poprawy sytuacji gospodarczej niż rok wcześniej, jest to częściowo zrozumiałe, mając na uwadze trudną sytuację wielu firm po roku 2009. Wskaźnik klimatu koniunktury utrzymuje tendencję rosnącą od stycznia br., kiedy przyjął wartość -2, ale pomiędzy kwietniem i majem jego dynamika wyraźnie stopniała. Najlepsze oceny sytuacji w przemyśle formułowali menedżerowie firm dużych – ocena +20, zbliżone do przeciętnej oceny kierownictwo firm średnich (+6), a najgorsze przedstawiciele firm małych (-5).

## Przemysł, handel, konsumenci

Na podstawie badania przeprowadzonego przez GUS sytuacja w branży meblarskiej prezentuje się jednak zdecydowanie gorzej. Praktycznie wszystkie formułowane oceny przyjęły wartości ujemne. Negatywnie oceniana jest sytuacja bieżąca w maju w odniesieniu do portfela zamówień (-16), wielkości produkcji (-17), możliwości regulowania bieżących zobowiązań (-15) i należności (-1), a także powiększa się nadal stan zapasów (-11). Oczekiwania krótkoterminowe też nie roją dobrze. Spodziewane jest ograniczenie zatrudnienia (-8), wzrost cen mebli (+4,2), ograniczenie portfela zamówień (-10), wielkości produkcji (-9) oraz możliwości regulowania zobowiązań (-13)<sup>1</sup>.

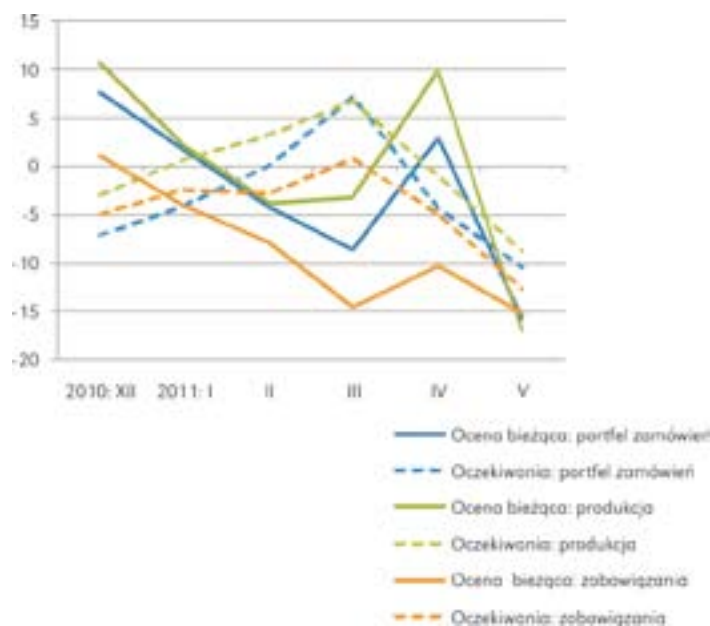
Ocena koniunktury w handlu jest pozytywna i wynosiła w maju 2011 +2 (w kwietniu +3). Najwyższe oceny wystawiali przedsiębiorcy z branży włókno, odzież, obuwie. Pomimo ogólnej pozytywnej oceny sprzedaży, negatywne oceny pochodziły w większości z branży artykułów gospodarstwa domowego. Wszystkie jednostki handlowe (według klas wielkości oraz branż) zgłaszają trudności w regulowaniu zobowiązań. Wszystkie branże, oprócz „artykuły gospodarstwa domowego”, zgłaszają wzrost cen bieżących artykułów, ale zapasy towarów utrzymują się według oceny ankietowanych na zbyt wysokim poziomie. Oceny na przyszłość są głównie pozytywne, choć mniej optymistyczne niż w kwietniu. Wszyscy spodziewają się wzrostu cen, zatrudnienie ogółem powinno utrzymywać się na stabilnym poziomie, sytuacja gospodarcza i sprzedaż powinny się poprawić, niemniej mogą się zwiększyć trudności w regulowaniu zobowiązań.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej w maju poprawił się nieznacznie w stosunku do kwietnia +0,4 i ukształtował na poziomie -26,4. Jest to jednak wartość zdecydowanie niższa niż przed rokiem, bo aż o 14 punktów. Od ostatniego wydania biuletynu informacyjnego opisywany wskaźnik osiągnął minimum w marcu, po czym stopniowo rośnie. Obecne oceny są zbliżone do ocen formułowanych w pierwszej połowie 2009 roku. Podobnie wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej w maju był wyższy o 2,1 niż w kwietniu 2011 i wyniósł -27,7. W przypadku wskaźnika wyprzedzającego, również w marcu 2011 odnotowano okresowe minimum. Tak jak w dla BWUK, ocena majowa była o 9,7 punktu niższa niż przed rokiem.

## Produkcja mebli

Spośród raportowanych przez GUS czterech grup mebli, po czterech miesiącach 2011 roku dwie grupy notują wyraźne wzrosty wolumenu produkcji, a mianowicie meble do siedzenia przekształcalne w miejsca

OCENY KONIUNKTURY GOSPODARCZEJ W BRANŻY MEBLARSKIEJ (NA PODSTAWIE GUS)



do spania – +18,8% r/r oraz meble drewniane w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach +6,9%. Inaczej meble drewniane stosowane w kuchni oraz meble drewniane stosowane w sypialni – tu obserwujemy odpowiednio 2,9% oraz 1,1% spadku wielkości wolumenu. W przypadku płyt wiórowych, w okresie styczeń-kwiecień zanotowano 4,6% wzrostu wolumenu produkcji, natomiast w odniesieniu do płyt pilśniowych 10,1%, a sklejek 6,7%. Spada natomiast wielkość produkcji oklein o 12,4% r/r.

Wyniki finansowe przemysłu zostały opublikowane przez GUS na koniec kwietnia br. Łączna wartość produkcji sprzedanej firm o zatrudnieniu powyżej 9 osób wyniosła według GUS 23,609 mld zł. Było to o 5,1% mniej niż w roku 2009. Wskazuje to na korektę w dół wyniku finansowego branży z 2009 roku o około 370 mln złotych, porównując bezpośrednio dane publikowane przed rokiem spadek wynosiłby 6,5%. Trzeba pamiętać, że de facto przyczyną spadku była opisywana poprzednio zmiana klasyfikacji statystycznej. Niemniej dane kwartalne wskazują na stopniowe poprawianie wyniku, kwartał po kwartale, a było to, przypomnijmy, -10% po dwóch kwartałach i -8% po trzech kwartałach.

### Zatrudnienie i wynagrodzenia

Na koniec 2010 roku w branży znajdowało zatrudnienie 128,7 tysiąca osób, co wskazuje na przyrost o jeden tysiąc osób w porównaniu do poprzedniego kwartału, ale jednocześnie wciąż jest to 1,2 tysiąca osób mniej niż na koniec 2009 roku. Zatrudnienie w porównaniu do trzeciego kwartału 2010 roku wzrastało zarówno w podmiotach dużych i średnich (o 600 osób) jak i w podmiotach małych (o 400 osób). Przeciętne wynagrodzenie na koniec roku 2010 wyniosło 2448,46 zł, co stanowiło 1,5% wzrostu kwartał do kwartału oraz 3,2% r/r. Przeciętne wynagrodzenie w przetwórstwie przemysłowym wynosiło w tym czasie 3147,26 zł i było o 5,3% wyższe w porównaniu do 2009 roku.

### Handel zagraniczny

Dane o handlu zagranicznym przytoczone są na podstawie Eurostat<sup>1</sup>, ponieważ dane krajowe wciąż nie są udostępnione. Zwykle publikacja danych rocznych odbywa się w lipcu lub sierpniu. Analiza danych

### WYNIKI WYMIANY HANDLOWEJ POLSKIEJ BRANŻY MEBLARSKIEJ W 2010 ROKU

Kierunek wymiany handlowej	2010 mln PLN	2009=100	mln EUR	2009=100	mln USD	2009=100
eksport	22070,3	1,036	5525	1,123	7318,5	1,071
import	3468,3	0,942	868	1,020	1150,1	0,973

### WYNIKI FIRM MEBLARSKICH W 2010 ROKU

Produkcja sprzedana firm według klas wielkości	2010 w mln PLN	2009 w mln PLN	2009=100
Firmy duże, średnie i małe	23608,6	25247,4	0,935
Firmy duże i średnie	19554,6	21216,1	0,922
Firmy małe	4054,0	4031,3	1,006

### ZATRUDNIENIE W FIRMACH MEBLARSKICH

Zatrudnienie w firmach meblarskich według klas wielkości	2010 w tys. osób	2009 w tys. osób	2009=100
Firmy duże, średnie i małe	128,7	129,9	0,99
Firmy duże i średnie	103,3	106,5	0,97
Firmy małe	25,4	23,4	1,09

o eksporcie odbywa się według klasyfikacji CN, gdzie w grupie 94 zawierają się oprócz mebli z grupy 31 PKWiU również fotele do samolotów i samochodów, meble medyczne, śpiwory, materiały pościelowe. Dane odnośnie tych produktów zostały wyłączone z analizy.

Eksport mebli z Polski w 2010 roku wyniósł według danych Eurostat 5,5 mld euro, co stanowiło wzrost o 12,3% w stosunku do wyników analogicznej grupy produktów w 2009 roku (również na podstawie danych Eurostat). Wynik z 2010 roku przeliczony na złotówki był już tylko o 3,6% lepszy od poprzedniego. Dane w dolarach wskazują na wzrost o 7,1% r/r.

Import liczony w walutach obcych był wyższy niż rok wcześniej i wyniósł 868 mln euro, co stanowi 2% wzrost r/r. Po przeliczeniu na złotówki notuje się 5,8% spadku wartości importu, natomiast w dolarach amerykańskich spadek wynosi 2,7% r/r.

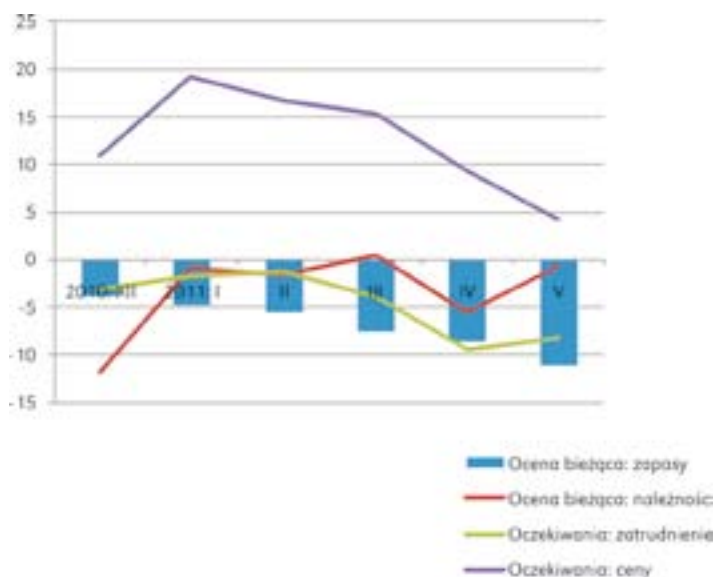
Pomimo pesymizmu menedżerów, wstępne dane w euro o eksporcie w styczniu i lutym wskazują na kontynuację ścieżki rozwoju. Szacuje się, że w euro eksport liczony r/r wzrósł w tym czasie ponad 13%, a w masie eksportowanych mebli o 10%. Jeżeli branży nie pogrążą ceny surowców i półfabrykatów, a złotówka nie umocni się zbyt do końca roku, to rok 2011 powinien być zaliczony do udanych.

### Post scriptum

W kontekście budowania marki polskich firm meblarskich i walki o większą wartość dodaną do produkcji warto rozejrzeć się w Europie Południowej nad możliwością przejęcia tamtejszych firm.

<sup>1</sup> Formułowane oceny są saldem odpowiedzi pozytywnych i negatywnych. W badaniu biorą udział wszystkie przedsiębiorstwa duże oraz 10% przedsiębiorstw małych i średnich losowanych proporcjonalnie z każdego działu PKD przetwórstwa przemysłowego. Oceny udzielane są w formie: negatywna, neutralna, pozytywna.

OCENY KONIUNKTURY GOSPODARCZEJ W BRANŻY MEBLARSKIEJ CZ. 2 (NA PODSTAWIE GUS)



PODSUMOWANIE DZIAŁAŃ OIGPM W 2010 ROKU

# NA PIERWSZYM MIEJSCU BRANŻA MEBLARSKA

OIGPM od 18 lat bierze czynny udział w rozwoju polskiej branży meblarskiej oraz aktywnym promowaniu polskich mebli w kraju i na świecie. Jakie działania podjęta i jakie zrealizowała w 2010 roku?

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Do najważniejszych działań OIGPM w roku 2010 należy kontynuacja współpracy z Ministerstwem Gospodarki, Ministerstwem Ochrony Środowiska, Lasami Państwowymi oraz Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości. Tu należy przede wszystkim zaznaczyć działania rozpoczęte już w roku 2008, gdy Izba wystąpiła do dyrektora sekretariatu Ministerstwa Gospodarki w sprawie wdrożenia Działania 6.5 POIG dotyczącego promocji polskiej gospodarki. W wystąpieniu zgłoszono oficjalnie branżę meblarską do projektów promocyjnych objętych powyższym Działaniem. Już na początku 2009 roku Izba przekazała na ręce naczelnika Wydziału Promocji Gospodarki propozycje działań promujących polskie meblarstwo w ramach Działania 6.5. Pod koniec 2009 roku powołana została również grupa robocza w celu opiniowania proponowanych działań promocyjnych i uzgadniania wspólnego dla branży stanowiska. W skład grupy roboczej weszli: Jacek Twaróg – prezes OIGPM, Maciej Formanowicz – wiceprezes OIGPM, Tadeusz Respondek – wiceprezes OIGPM, Michał Balcerkiewicz – członek rady OIGPM, Władysław Strykowski – członek rady OIGPM, Wojciech Gieburowski – prezes Kolekcji Mebli Klose, Jan Szynaka – prezes Szynaka Meble, Janusz Mikołajczyk – prezes Fabryki Mebli Biurowych Mikomax, Marek Adamowicz – dyrektor Biura Izby.

15 stycznia 2010 roku Ministerstwo Gospodarki ogłosiło nabór wniosków pt. „Szukamy polskich specjalności eksportowych”. Do dnia 26 lutego 2010 roku należało przygotować wniosek – zgłoszenie branży do objęcia pomocą w ramach Działania 6.5 POIG. Biuro Izby przygotowało i złożyło w MG w dniu 25 lutego 2010 roku komplet dokumentacji.

17 września 2010 roku Ministerstwo Gospodarki ogłosiło wybór 15 branż, które mają być objęte wsparciem w związku z realizacją „Branżowych Programów Promocji” w ramach Poddziałania 6.5.1 oraz 6.5.2 POIG. Dokument został przyjęty przez kierownictwo MG 15 września 2010 roku. Wśród wybranych 15 branż na pierwszym miejscu znalazła się branża meblarska.

W dniu 17 listopada 2010 roku sformalizowana została współpraca pomiędzy OIGPM a firmą DGA (firma consultingowa). Podpisane zostało porozumienie partnerskie, którego celem jest opracowanie i wspólna realizacja Branżowego Programu Promocji dla branży meblarskiej.

15 lutego 2011 roku na stronach Ministerstwa Gospodarki ukazał się komunikat zachęcający przedsiębiorców, organizacje biznesowe oraz instytucje naukowe do wskazania najbardziej efektywnych narzędzi promocji oraz perspektywicznych rynków do promocji branż i grup produktowo-usługowych. Zgłoszenia należało złożyć w kancelarii MG do 23 lutego 2011 roku. Biuro Izby razem z firmą DGA przygotowało odpowiedź na powyższy komunikat i złożyło ją w MG 22 lutego 2011 roku.

Obecnie Ministerstwo Gospodarki (stan na dzień 24 maja 2011 roku) przygotowuje się do ogłoszenia przetargów na opracowanie i przeprowadzenie Branżowych Programów Promocji.

## Konferencje, seminaria i szkolenia

Poza organizacją w 2010 roku licznych konferencji, takich jak „Polskie Meble w marketingu narodowym” czy „Międzynarodowa promocja polskiej branży meblarskiej”, OIGPM działała prężnie na polskich targach branżowych. Podczas targów MEBLE POLSKA 2010 oraz FURNICA 2010 w Poznaniu Izba na swoich stoiskach zrealizowała kilka spotkań z przedstawicielami różnych zagranicznych organizacji, między innymi z przedstawicielami targów IMM z Kolonii oraz ZOW z Turcji, a także z przedstawicielami CISIL.

Na targach MEBLE POLSKA 2010 i FURNICA 2010 Biuro Izby zorganizowało szereg seminariów branżowych. Ponadto Izba wzięła aktywny udział w czwartej edycji Forum Gospodarczego POLWOOD 2010. Podczas targów FURNICA na stoisku Izby prezentowano również tematykę informacyjno-edukacyjną w formie prezentacji filmowej adresowanej do odwiedzających. W sumie w roku 2010 roku Izba była organizatorem oraz współorganizatorem dziesięciu krajowych seminariów oraz konferencji.

## Kontakty zagraniczne

W roku 2010 Izba podtrzymywała swoje kontakty z Europejską Organizacją Meblarską (UEA) oraz Światową Konfederacją Meblarzy (WFC), a także innymi krajowymi organizacjami branżowymi zrzeszonymi w UEA. Podczas spotkań (między innymi w Kolonii w styczniu 2010 oraz w Bukareszcie we wrześniu 2010) i dyskusji poruszano wiele istotnych spraw – od budżetu UEA począwszy, poprzez sprawozdanie z działalności UEA w 2009 roku, aż do spraw związanych z działaniami na rzecz rozwoju konkurencyjności branży meblarskiej na poziomie europejskim. Podobnie jak w latach poprzednich poruszany też był niejednokrotnie problem importu tanich mebli z Chin na rynek europejski.

## Promocja eksportu

W 2010 roku OIGPM kontynuowała współpracę z Departamentem Funduszy Europejskich oraz Departamentem Instrumentów Wsparcia w Ministerstwie Gospodarki celem pozyskiwania środków na dofinansowanie działalności w zakresie promocji realizowanego przez członków Izby eksportu mebli. Współpraca polegała na kontaktach bezpośrednich z przedstawicielami MG oraz na wymianie korespondencji. Kontakty te dotyczyły w głównej mierze Działania 6.5 POIG (omówionych wcześniej).



W SUMIE W ROKU 2010 ROKU IZBA BYŁA ORGANIZATOREM ORAZ WSPÓLORGANIZATOREM 10 KRAJOWYCH SEMINARIÓW ORAZ KONFERENCJI. FOT. OIGPM



W październiku 2010 roku odbyło się spotkanie z Bożeną Czają – wiceprezes zarządu ds. finansowych i współpracy regionalnej Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych. Spotkanie dotyczyło projektu Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej w ramach działania 1.4 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej. Program ten realizowany jest przez długoterminowe i spójne działania komunikacyjne, których rezultatem będzie systematyczny wzrost konkurencyjności gospodarczej i atrakcyjności obszaru, tzn. firm, produktów, usług, kapitału, miast, miejsc. Projekt Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej obejmuje swoim zasięgiem pięć województw Polski Wschodniej (woj.: lubelskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie) i jest pierwszym tego typu projektem, który swym zasięgiem obejmie jednocześnie wszystkie województwa makroregionu oraz zaprezentuje potencjał gospodarczy całego obszaru, a tym samym wpłynie na wzrost zainteresowania potencjalnych przedsiębiorców możliwościami gospodarczymi województw Polski Wschodniej. Głównym celem Programu jest wzrost zainteresowania ofertą gospodarczą pięciu województw, a tym samym przyspieszenie tempa rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju, co stanowi cel strategiczny Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej. Projekt będzie realizowany w latach 2009-2015.

### Wydawnictwa

W listopadzie 2010 roku ukazało się opracowanie przygotowane przez Izbę pt. „Zagraniczne rynki meblarskie”. Jest to kontynuacja wcześniejszych edycji tego opracowania, które stanowi zbiór materiałów i analiz dotyczących zagranicznych rynków meblarskich przygotowywanych przez OIGPM oraz jednostki dydaktyczno-badawcze. Materiał ten zawiera liczne dane, które mogą być przydatne w pracach nad poprawą konkurencyjności oraz uzupełnianiem przyjętych strategii rozwoju firm meblarskich, a także instytucji współpracujących lub pracujących dla przemysłu meblarskiego.

Ponadto w styczniu 2010 roku Izba przygotowała i wydała opracowanie pt. „Polskie Meble Outlook 2010”. Raport poświęcony polskiej branży meblarskiej wydany został w języku polskim oraz angielskim. Opracowanie to trafiło do producentów mebli, a także do firm pracujących na rzecz bran-

ży meblarskiej. Dystrybucja opracowania odbywała się głównie (zgodnie z umową pomiędzy OIGPM a MTP) na targach MEBLE POLSKA 2010, a także za pośrednictwem poczty. Raport został przygotowany w formie kompletnych, syntetycznych i aktualnych informacji o branży, co pozwoliło na zaprezentowanie polskiej branży meblarskiej. W opracowaniu tym poruszone zostały między innymi takie tematy, jak: meble – polski przemysł narodowy, miejsce polskiej branży meblarskiej na arenie międzynarodowej, wyniki polskiej branży meblarskiej na podstawie danych statystycznych za lata 2008 oraz 2009, sukces eksportowy polskich mebli, kondycja i perspektywy rozwoju polskiego przemysłu meblarskiego, itp.

### Działania na rzecz zdobycia dotacji

Oprócz pomyslnych działań w sprawie dotyczących promocji polskiej gospodarki (działania 6.5 POIG) w dniu 16 marca 2010 roku Biuro Izby złożyło do Ministerstwa Gospodarki wniosek o dofinansowanie konferencji pt. „Perspektywy eksportu polskich mebli na rynek chiński w kontekście potencjału polskiej branży meblarskiej”. Wniosek został rozpatrzony pozytywnie i została podpisana stosowna umowa z Ministerstwem Gospodarki.

Ponadto, 31 marca 2010 roku Biuro Izby złożyło do Ministerstwa Gospodarki wniosek o udzielenie dotacji w ramach projektu „Wsparcie udziału organizacji przedsiębiorców w pracach międzynarodowych grup lub organizacji branżowych”. W ramach powyższego projektu uzyskaliśmy dofinansowanie przeznaczone na pokrycie składki członkowskiej za rok 2010, jaką OIGPM płaci do Europejskiej Organizacji Meblarskiej UEA. Dotacja pokrywa sto procent wysokości składki (2500 euro).

14 października Biuro Izby złożyło do Ministerstwa Gospodarki wniosek o dofinansowanie przedsięwzięcia wydawniczego pt. „Zagraniczne rynki meblarskie”. Wniosek Izby został rozpatrzony pozytywnie i została podpisana stosowna umowa z Ministerstwem Gospodarki.

W 2010 roku na mocy decyzji Rady Izby w poczet członków oraz kandydatów na członków Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej przyjęto łącznie cztery firmy, w tym: Komfort Collection, Allmax Seris, Domczar, Starpol Biuroserwis.

SITAG FORMY SIEDZENIA

## SPÓJNY WIZERUNEK

Markę buduje się latami. Wie o tym SITAG Formy Siedzenia – firma wyróżniająca się na rynku dbałością o każdy detal wizerunkowego przekazu. Inwestycja w nową siedzibę, będąca skutkiem dynamicznego rozwoju firmy, wzrostu sprzedaży i możliwości produkcyjnych, to także kolejny krok w budowaniu spójnego wizerunku marki. Wyzwanie szczególnie istotne, gdy wyznacznikami są najwyższa jakość i doskonały design.

OPRACOWAŁA KATARZYNA ORLIKOWSKA

Liczący niemal 50 lat szwajcarski koncern SITAG AG to producent foteli i krzeseł biurowych, będących symbolem ergonomii i dobrego designu. Swoją misję firma definiuje w kilku postawionych przed sobą zadaniach: nieustającej, krytycznej obserwacji ewolucji przestrzeni pracy, dynamiki rozwoju adekwatnej do wciąż przyspieszającego tempa życia oraz inspirowania użytkowników swoich produktów do wyrażania własnej osobowości. Polski partner firmy – SITAG Formy Siedzenia pozostaje wierny tym zasadom, które od lat, niezmiennie znajdują swoje odbicie w sposobie zarządzania firmą, a od niedawna w architektonicznej formie nowej siedziby. Wyzwanie, jakie w ostatnim czasie postawiła sobie dr Anna Vonhausen – członek zarządu i dyrektor kreatywna marki – to stworzenie naturalnego tła dla produktów i prezentacja wartości stojących za budowaną od lat marką.

### Użytkowe dzieła sztuki

Nowa siedziba SITAG Formy Siedzenia powstała w Swarzędzu – Łowęcinnie. Intensywne prace budowlane zajęły 10 miesięcy. Nowoczesny i funkcjonalny budynek o modernistycznej architekturze dzięki zastosowaniu szlachetnych materiałów i nowoczesnych rozwiązań technicznych to wizytówka godna foteli SITAG. Harmonijne proste linie, przemyślane proporcje horyzontalnych podziałów, szlachetne surowe materiały, takie jak beton, szkło, żywice, wreszcie achromatyczna paleta barw stworzyły tło dla właściwej dekoracji – zmieniającej się kolekcji krzeseł i foteli produkowanych przez firmę. Meble i przedmioty umieszczone w ascetycznych wnętrzach trzech kondygnacji biurowca porzuciły funkcję rzeczy codziennego użytku, urastając do rangi użytkowych dzieł sztuki.

Kolekcję SITAG można podejrzeć jeszcze przed wejściem do budynku za sprawą witryn odkrywających zlokalizowany na parterze show room. Uniwersalne białe wnętrza przypominają przestrzenie współczesnych galerii. Jego strukturę i charakter determinują wyłącznie zmieniające się ekspozycje – krzesła najnowszych serii prezentowane na prostych podestach, opisane na elastycznym systemie umieszczonych na ścianie grafik-puzzli, nawiązujących wprost do systemu identyfikacji marki.

### Piętro I i sala konferencyjna

Poziom wyżej te same produkty sprawdzane są w praktyce. Na pierwszym piętrze umieszczone zostały biura poszczególnych członków zespołu firmy. Krzesła i pufy, wybrane indywidualnie przez użytkowników określają odrębną tożsamość każdego z pomieszczeń.

Łącznikiem spajającym biura jest otwarta przestrzeń z wysokim stołem

i miękkimi pufami. To kawiarnia, biblioteka i przestrzeń wymiany myśli w jednym. Powierzchnia, która w pierwotnym założeniu miała stanowić miejsce dla relaksu, stała się nieoficjalną salą konferencyjną. To w niej, niejako przy okazji – pijąc kawę i jedząc posiłek – wymieniane są ważne dla funkcjonowania firmy informacje. Wreszcie tutaj rodzą się pomysły. Zestaw puf SITI projektu Anny Vonhausen, wdrożony na potrzeby wyposażenia siedziby, cieszy się ogromnym zainteresowaniem gości odwiedzających firmę, choć dopiero wkrótce wejdzie do oferty handlowej SITAG.

### Poziom III

Poziom trzeci obrazuje dynamiczny rozwój przedsiębiorstwa – to kondygnacja traktowana inwestycyjnie, czekająca na nowych pracowników i nowe funkcje. Tymczasem ta surowa, całkowicie otwarta przestrzeń zafunkcjonowała pod nazwą SITAG CLUB, raz po raz stając się gospodarzem niecodziennych wydarzeń – sesji fitness, imprez integracyjnych i szkoleń.

Nowa siedziba SITAG Formy Siedzenia to kwintesencja współczesnych tendencji w projektowaniu przestrzeni pracy. Dokonano tu trudnej sztuki godzenia wizerunkowych aspiracji marki z potrzebami czysto ludzkiej natury.



NOWA SIEDZIBA SITAG FORMY SIEDZENIA POWSTAŁA W SWARZĘDZU – ŁOWĘCINIE. INTENSYWNE PRACE BUDOWLANE ZAJĘŁY 10 MIESIĘCY.

FOT. SITAG



SITI TO ZESTAW PUF I STOLIKÓW, KTÓRY ZRODZIŁ SIĘ Z POTRZEBY UZUPEŁNIENIA PRZESTRZENI W NOWEJ SIEDZIBIE SITAG.  
FOT. SITAG



**ROZMOWA  
Z ANNĄ VONHAUSEN,  
CZŁONKIEM ZARZĄDU  
I DYREKTOREM KREATYWNYM  
MARKI SITAG**



**Meble News: Jest Pani autorką kolekcji SITAG PREMIUM. Co ją wyróżnia?**

**A.V.:** Niecodzienną kolekcję foteli biurowych zaprezentowaliśmy po raz pierwszy dwa lata temu. Miks, powstały z połączenia doskonałego technicznie szwajcarskiego designu z polską grafiką użytkową, miał być naszą odpowiedzią na pytanie o tożsamość miejsc, architektury i przedmiotów. Kolekcja SITAG PREMIUM wpisując się w ten trend pokazała znaczenie, jakie w światową sztukę, kulturę i design wnosi polska grafika użytkowa. Pozwoliła nam również zakomunikować naszą indywidualność, tym samym zachęcić do odwagi w poszukiwaniu oryginalnych rozwiązań dzięki wykorzystaniu druku cyfrowego. Tak też się stało – powstały prestiżowe realizacje wykorzystujące customizowane fotele do stworzenia wyjątkowych sal konferencyjnych i gabinetów.

**Meble News: Czym z kolei charakteryzują się fotele SITI i WOODI, które także Pani zaprojektowała, i które lada moment wejdą do oferty handlowej SITAG?**

**A.V.:** WOODI to fotel recepcyjno-konferencyjny. Cel, jaki sobie postawiłam, to stworzenie futurystycznej formy przy użyciu tradycyjnego materiału, tak aby powstało coś, co wpisze się w wizerunek marki – wyrazisty design i szlachetne materiały. Z kolei SITI to zestaw puf i stolików, który zrodził się w mojej głowie z potrzeby uzupełnienia przestrzeni – na początku tej najbliższej – open space w nowej siedzibie. Podobnie jak coraz częściej w wielu miejscach pracy i u nas znalazła się otwarta przestrzeń, która wymagała wypełnienia w mniej formalny, ale wizerunkowy sposób.

**Meble News: Z myślą o jakiej grupie odbiorców one powstały?**

**A.V.:** Oba powstały z myślą o klientach chcących zakomunikować swoją otwartość, troskę o wygodę klienta, ale i odrzucenie naśladownictwa, odważne patrzenie w przyszłość. To produkty przyciągające wzrok i klientów.

**Meble News: Na czym skupia Pani największą uwagę w swoich projektach?**

**A.V.:** Na aktualnych potrzebach – projekt powstaje po to, aby je zaspokoić.

Siedziba SITAG to „garnitur skrojony na miarę” – opakowanie dla marki, nowe produkty to odpowiedź na zapytania klientów i potrzeby rynku.

**Meble News: Jakie trendy obecnie obserwuje Pani w segmencie mebli do siedzenia?**

**A.V.:** Udoskonalanie ergonomii jest naturalnym procesem. Powstają różne „filozofie siedzenia”, ale nie możemy mówić o nich w kategoriach trendów. Jako producent, ale i wyznaczająca trendy marka, patrzymy na zachodzące zjawiska szerzej – chcemy zwrócić uwagę na indywidualizację osobistej przestrzeni, definiowanie jej poprzez własną energię i emocje. Należy zwrócić uwagę na fakt, iż to w personalizacji produktów leży dziś nasza europejska konkurencyjna przewaga.

Założeniem tkwiącym u podstawy niedawno rozstrzygniętego konkursu „Wyraź swoje wnętrze” było pokazanie, jakie to proste, że każdy może mieć swój indywidualny wzór i stworzyć za jego pomocą własne wnętrze. Konkurs adresowany był więc do wszystkich, aby wziąć w nim udział wystarczyło wymyślić wzór wyrażający własną osobowość i umieścić w kadrze fotela za pomocą dostępnej na naszej stronie aplikacji. Za interesowanie konkursem, czego wyrazem było 1329 nadesłanych prac w ciągu dwóch miesięcy, pokazało, że z pomocą odpowiedniego narzędzia odważnych nie brakuje, a projektować każdy może.

**Meble News: Dziękuję za rozmowę.**



WOODI TO FOTEL RECEPCYJNO-KONFERENCYJNY. CHARAKTERYZUJE GO FUTURYSTYCZNA FORMA I UŻYCIEM TRADYCYJNEGO MATERIAŁU. FOT. SITAG

CERTYFIKACJA PRODUKTÓW

# DLACZEGO WARTO MIEĆ CERTYFIKAT FSC I PEFC?

Posiadanie certyfikatów takich jak FSC® (Forest Stewardship Council) lub PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes) zwiększa szanse na atrakcyjną współpracę z odbiorcami zagranicznymi i krajowymi zarówno dla producentów mebli i komponentów jak i firm handlowych.

JOANNA CHODKOWSKA,  
ASYSTENT DS. CERTYFIKACJI NEPCON



Z aktualnych statystyk wynika, iż większość polskich producentów mebli lub komponentów eksportuje swoje produkty, w związku z czym Polska jest jednym z największych eksporterów oraz dostawcą mebli na świecie. Dodatkowo wartość zagranicznej sprzedaży z roku na rok rośnie, zatem biorąc pod uwagę szybki rozwój polskiego przemysłu można przypuszczać, iż wzrost ten będzie się utrzymywał, a tym samym coraz więcej polskich producentów będzie eksportować swoje produkty.

Współpraca z zagranicznymi odbiorcami stawia jednak przed polskimi

producentami i firmami handlowymi wysokie oczekiwania. Produkty oprócz tego, iż muszą spełniać wiele standardów jakości, dodatkowo powinny posiadać certyfikaty świadczące o pochodzeniu produktu, takie jak FSC lub PEFC.

Z doświadczenia naszej jednostki certyfikującej NEPCON Sp. z o.o. wiemy, iż ponad 70 procent polskich przedsiębiorców decyduje się na certyfikację właśnie ze względu na współpracę z zagranicznymi odbiorcami, którzy jako warunek nawiązania współpracy podają konieczność posiadania certyfikatu FSC i/lub PEFC.

## O co w tym wszystkim chodzi?

Certyfikacja FSC i PEFC CoC (Chain of Custody – Kontrola Pochodzenia Produktu) daje możliwość sprawdzenia źródła pochodzenia materiału, z którego dany produkt został wykonany. Wszystkie firmy uczestniczące w procesie obróbki i handlu drewnem muszą posiadać odpowiedni certyfikat kontroli pochodzenia produktu (CoC) FSC lub PEFC aby możliwa



HAANS LIFESTYLE BV – FIRMA UZYSKAŁA CERTYFIKAT FSC W PROGRAMIE SMARTWOOD ORGANIZACJI RAINFOREST ALLIANCE WE WSPÓŁPRACY Z NEPCON. FOT. HAANS LIFESTYLE BV

była sprzedaż finalnego produktu jako certyfikowanego i oznaczenie go odpowiednio etykietą FSC lub PEFC.

Etykieta FSC na produkcie świadczy o tym, że materiał z jakiego został wykonany produkt pochodzi z dobrze zarządzanych lasów lub innych odpowiedzialnych źródeł. Firmy posiadające certyfikat, wchodzące w skład łańcucha produkcyjnego wspomagają gospodarkę leśną, która chroni przyrodę, respektuje wartości społeczne miejscowej ludności oraz jest prowadzona zgodnie z zasadami ekonomicznymi. W związku z tym, iż klienci finalni coraz częściej poszukują produktów ekologicznych, które posiadają certyfikaty takie jak FSC i PEFC, odbiorcy półproduktów lub produktów gotowych kładą tak duży nacisk na producentów. W efekcie również na polskim rynku coraz częściej można znaleźć produkty oznaczone znakami ekologicznymi. Fakt posiadania certyfikatów jest również bardzo istotny przy przygotowywaniu specyfikacji produktów do dokumentacji przetargowych. W wielu przypadkach jest to powód wyboru danej oferty, gdyż firmy chcąc udowodnić, iż przyczyniają się do ochrony środowiska, poszukują właśnie takich certyfikowanych produktów.

### Jak zdobyć certyfikat FSC i/lub PEFC?

- 1 etap – zgłoszenie się do jednostki certyfikującej
- 2 etap – dokładna analiza ofert, sprawdzenie wiarygodności jednostki certyfikującej
- 3 etap – wybór oferty i podpisanie umowy na audit certyfikacyjny z wybraną jednostką certyfikującą
- 4 etap – wdrożenie systemu FSC i /lub PEFC w firmie zgodnie ze standardami
- 5 etap – audit certyfikacyjny
- 6 etap – dopełnienie formalności i uzyskanie certyfikatu.



MEBLOMET SPÓŁDZIELNIA PRACY – FIRMA UZYSKAŁA CERTYFIKAT FSC W PROGRAMIE SMARTWOOD ORGANIZACJI RAINFOREST ALLIANCE WE WSPÓŁPRACY Z NEPCON. FOT. MEBLOMET SPÓŁDZIELNIA PRACY

arena DESIGN 2011

## REWOLUCYJNA TRZECIA ODSŁONA

Za nami trzecia edycja arena DESIGN 2011, wydarzenia dedykowanego tematyce współczesnego wzornictwa przemysłowego i architektury. Piękno i funkcjonalność wcielone w przedmioty i obiekty architektoniczne były przez cztery dni inspiracją dla 7,5 tysiąca osób, które odwiedziły wydarzenie. Po raz kolejny arena DESIGN stała się platformą dla międzykulturowego dialogu o designie i architekturze oraz poszerzyła świadomość o ich znaczeniu dla biznesu.

 MARTA SIEK

Niezapomnianym przeżyciem podczas arenaDESIGN były wystąpienia gości specjalnych oraz prelegentów, którzy po raz pierwszy gościli w Polsce. Publiczność mogła wysłuchać wykładów naszych gości specjalnych, m.in. światowej sławy architekta Wolfa D. Prixa, jednego z głównych przedstawicieli dekonstruktywizmu w architekturze, obok Zahy Hadid, Franka O'Ghery'ego i Daniela Libeskinda. Projekty biura COOP HIMMELB(L)AU, którego jest współzałożycielem, można spotkać na całym świecie. Nie sposób w tym miejscu nie wymienić najbardziej znanych realizacji, do których należą: Musee des Confluences w Lyonie, Wiel-

kie Muzeum Egipskie w Kairze, Akron Art Museum w Ohio, Akademia Sztuk Pięknych w Monachium, wschodni pawilon Museum Groningen w Holandii, BMW Welt w Monachium i Europejski Bank Centralny we Frankfurcie. Kolejnym gościem był projektant Werner Aisslinger, którego działalność obejmuje szerokie spektrum inicjatyw eksperymentalnych i artystycznych, m.in. w dziedzinie wzornictwa przemysłowego i architektury. Jego entuzjastyczne podejście do najnowocześniejszych technologii przyczyniło się do wprowadzenia nowych materiałów i technik do wzornictwa produktu. Aisslinger projektuje meble dla Cappellini, Zanot-



PROTOTYP KRZESŁA, REALIZACJA STUDENTA WYDZIAŁU ARCHITEKTURY POLITECHNIKI POZNAŃSKIEJ - STREFA EDUKACJA. FOT. MAREK BAJON



PROTOTYP FOTEŁA OBROTOWEGO, REALIZACJA STUDENTA WYDZIAŁU ARCHITEKTURY POLITECHNIKI POZNAŃSKIEJ - STREFA EDUKACJA. FOT. MAREK BAJON

ta, Magis, Porro i Vitra, a w dziedzinie wzornictwa produktu i architektury dla takich marek, jak Interlübke, Mercedes-Benz, Adidas, IC-Berlin, Marc'ó Polo, Bombay Sapphire, FSB, Thonet, Flötotto, Berker, Hugo Boss czy Younicos. Gościem trzeciego dnia arena DESIGN był jeden z najważniejszych niemieckich projektantów wzornictwa przemysłowego ostatnich dziesięcioleci, prof. dr Hartmut Esslinger, założyciel frog design, które zatrudnia około 550 strategów, projektantów i technologów w dziewięciu studiach na całym świecie. frog design jest czołową i osiąającą największe sukcesy na świecie agencją designu strategicznego. Od 37 lat Esslinger współpracuje z najbardziej renomowanymi globalnymi firmami. Dopomógł takim firmom, jak Sony, Apple, Louis Vuitton, SAP i Lufthansa w wykorzystaniu ich wiedzy, technologii i przedsiębiorczości w celu stworzenia marek o zasięgu globalnym.

### Rewolucja materiałowa

Program wydarzenia arena DESIGN poruszał także najważniejsze w tej chwili dla środowiska projektantów i architektów na całym świecie tematy, jak procesy innowacyjne oraz wykorzystanie nowych materiałów do realizacji produktów i podwyższenia ich wartości rynkowej czy rozwój kariery projektanta. Rewolucja materiałowa i zrównoważony rozwój były głównymi tematami drugiego dnia wydarzenia poruszonymi przez Saschę Petersa (HAUTE INNOVATION), Karstena Bleymehla (Material ConneXion), Jana Boelena (Centrum Artystyczne Z33). Podczas trzeciego dnia słuchacze poznali kwintesencję informacji o ścieżkach rozwoju kariery projektanta wzornictwa dzięki wykładowi wygłoszonemu przez Beatę Bochińską (Instytut Wzornictwa Przemysłowego) oraz zaznajomili się z najmodniejszymi trendami w architekturze i designie, przedstawionymi przez Vincenta Grégoire (NellyRodi).

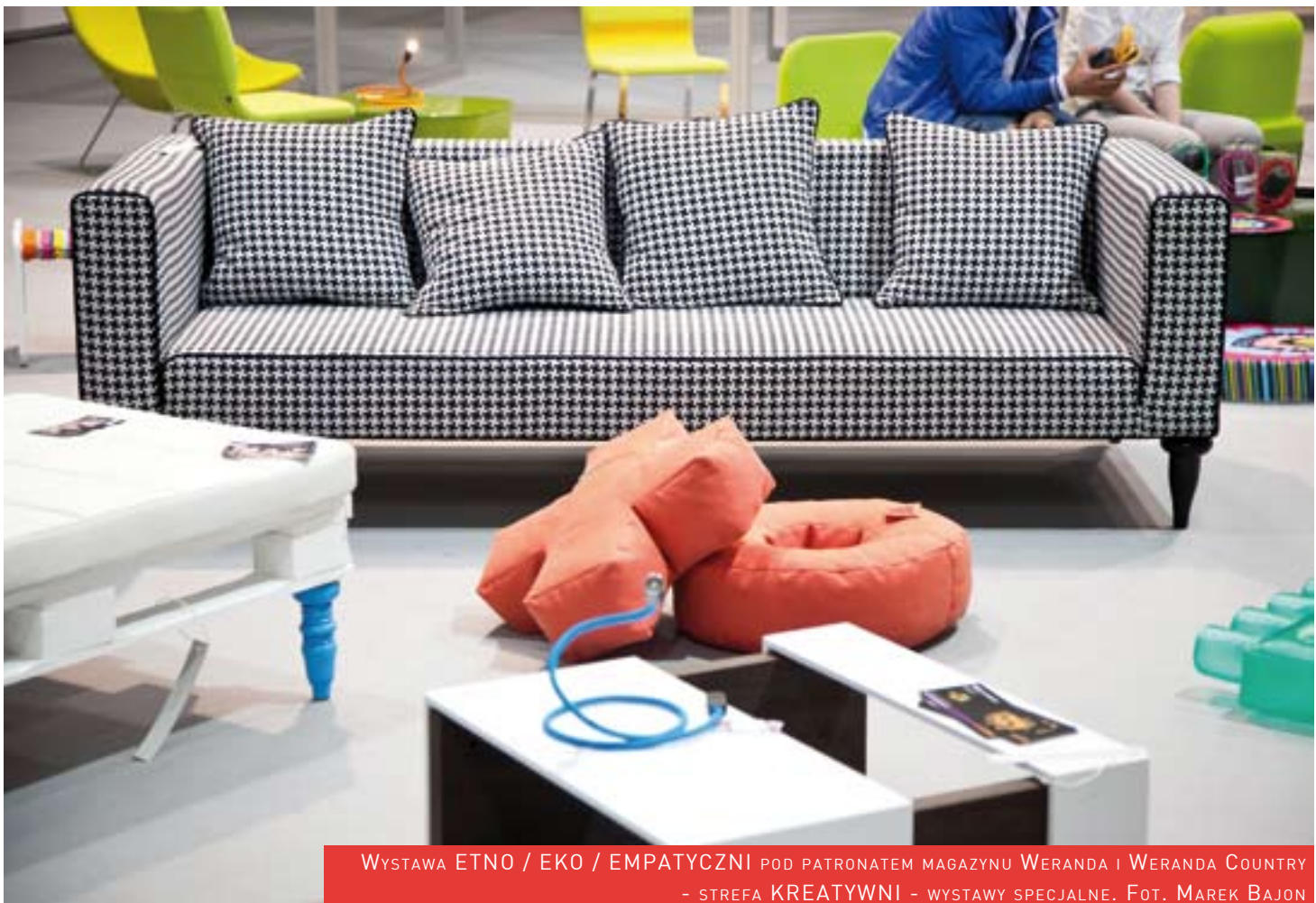
### Wystawy specjalne tylko w Poznaniu

Zwiedzający mogli też obejrzeć wiele wyjątkowych wystaw. Na arena DESIGN zaprezentowane zostały realizacje naszych gości specjalnych: fotograficzna wystawa najwybitniejszych projektów architektonicznych COOP HIMMELB(L)AU Wolfa D. Prixa, a także oryginalna instalacja oraz realizacje Wernera Aisslingera.

W inspirujący sposób przestrzeń wypełniła firma Rosenthal, która zaprezentowała po raz pierwszy w Polsce dwie wystawy specjalne: „50 lat Rosenthal Studio-Line, 50 lat designu” (50 unikatowych wazonów, zaprojektowanych przez znanych designerów, m. in.: Waltera Gropiusa, Tapio Wirkkala, Björna Wiinblada, Jaspera Morrisona, Marcela Wandersa i Patricia Urquiola) oraz „Homage Philip Rosenthal” (16 limitowanych obiektów, które po śmierci Filipa Rosenthala w 2001 roku powstały w hołdzie dla tego wybitnego człowieka, według projektów m. in.: Björna Wiinblada, Marcello Morandiego, Otmara Alta czy Günthera Grassa). Wyjątkową prezentacją była wystawa Alessi – Włoskiej Fabryki Designu, której motywem przewodnim były forma oraz użytkowa funkcja produktów tej marki.

Przekrój wieloletnich realizacji naszego polskiego projektanta Tomasza Augustyniaka można było podziwiać na jego autorskiej wystawie DESIGNER ROKU 2010, zorganizowanej przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego.

Zwiedzający mogli również obejrzeć wystawy: design gabinetów stomatologicznych, zorganizowany przez magazyn Dobre Wnętrze oraz Dental Depot Wasio, przedmioty zaprojektowane przez młodych projektantów ETNO / EKO / EMPATYCZNI pod patronatem magazynu Weranda i Weranda Country, a także projekty graficzne zaprezentowane przez Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej.



WYSTAWA ETNO / EKO / EMPATYCZNI POD PATRONATEM MAGAZYNU WERANDA I WERANDA COUNTRY  
- STREFA KREATYWNI - WYSTAWY SPECJALNE. FOT. MAREK BAJON

### future generation 2011 – pierwsza edycja konkursu dla młodych

Młodzi adepci wzornictwa przemysłowego i architektury po raz pierwszy mieli okazję uczestniczyć w konkursie future generation, którego zwycięzców poznaliśmy również w trakcie wydarzenia. Zadaniem uczestników konkursu future generation było opracowanie wizjonerskiej koncepcji dowolnie wybranego, niezrealizowanego do tej pory produktu lub obiektu architektonicznego wokół tematu formy przyszłości.

Organizatorem konkursu były Międzynarodowe Targi Poznańskie, natomiast współorganizatorem a zarazem fundatorem wszystkich nagród Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego.

Jury pod przewodnictwem Wojciecha Małolepszego (prezesa Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych) przyznało główną nagrodę w wysokości 25 tys. złotych Piotrowi Górskiemu z Elbląga, autorowi projektu długopisu dla niepełnosprawnych Just Pen.

Dwa równorzędne wyróżnienia o wartości 5 tysięcy złotych jury przyznało Katarzynie Borkowskiej z Siedlec za projekt kompletu porcelany do picia herbaty Practea oraz Pawłowi Garusowi z Poznania za projekt obiektu architektonicznego Pawilon Wody.

Nagroda specjalna Marszałka Województwa Wielkopolskiego przyznana została Michałowi Bartkowiakowi z Poznania za projekt „Drzwi w Każdą Stronę”. Laureat tej nagrody weźmie udział w największych targach meblowych na świecie - Salone Internazionale del Mobile 2012 w Mediolanie.

### Strefy arena DESIGN

Podczas arena DESIGN można było także zapoznać się w strefie WIEDZA z publikacjami dotyczącymi szeroko rozumianego designu – były wśród nich pozycje z zakresu wzornictwa przemysłowego, architektury, typografii, reklamy czy trendów we wzornictwie, architekturze i modzie.

W strefie KREATYWNI instytucje, organizacje i stowarzyszenia zadbały o dostępność niezbędnych dla projektantów i architektów materiałów merytorycznych, przedstawiających programy wspierające rozwój designu a także ochronę prawa autorskiego oraz pozyskania środków wspierających ich działalność. W strefie KREATYWNI profesjonalści można było zapoznać się z inspirującymi realizacjami oraz przykładami profesjonalnego wzornictwa w wykonaniu doświadczonych i uznanych projektantów form przemysłowych. Natomiast strefa KREATYWNI młode pokolenie zaprezentowała nowe kreatywne rozwiązania projektowe dla otaczających nas przedmiotów, urządzeń i obiektów. W ramach ekspozycji arena DESIGN w strefie EDUKACJA zaprezentowały swój bogaty dorobek zarówno uczelnie artystyczne i techniczne z całej Polski, jak i Uniwersytet Anadolu z Turcji. Przestrzeń tę wypełniły stoiska oraz wystawy prac studentów z kierunków: wzornictwo przemysłowe i architektura. Przegląd projektów studenckich oraz najlepszych prac dyplomowych był okazją do zapoznania się z ofertą, potencjałem i osiągnięciami szkolnictwa wyższego.

### Poznań żyje designem

Tradycyjnie jak co roku, wydarzeniu arena DESIGN towarzyszyła strefa Miasto żyje designem.

Księgarnia Bookarest, Café Art Rosenthal, Galeria Domino, Galeria Wnętrza, Iker, Ipnotic Concept Store, kino Muza, Galeria Noti, Muzeum Narodowe w Poznaniu, fundacja SPOT., Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu i Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu to tylko niektórzy z gospodarzy wydarzeń w ramach akcji Miasto żyje designem.

W ostatnim dniu areny DESIGN, dnia 28 maja, na ulicach Poznania została rozegrana gra miejska POZNAJ DESIGN – pierwsza w Polsce gra miejska o tematyce wzornictwa przemysłowego i architektury. Do potyczki stanęło 30 drużyn, które rywalizowały ze sobą na ulicach mia-



- WERNER AISSLINGER - PROJEKTANT, STUDIO AISSLINGER, BERLIN/ NIEMCY  
- GOŚĆ SPECJALNY ARENA DESIGN. FOT. MAREK BAJON

sta, a także w miejscach związanych z wzornictwem przemysłowym. Podczas rozgrywek przydało się nie tylko szczęście w rzutach olbrzymimi kośćmi do gry, lecz także spryt, spostrzegawczość, znajomość tematyki designu i duch gry zespołowej. W atmosferze wspaniałej zabawy „zespoły” osób w różnym wieku, krok po kroku zbliżały się do finału, który został rozstrzygnięty w scenerii areny DESIGN, w pawilonie 3 na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Oprócz autorskich koszulek „gra miejska POZNAJ DESIGN” finalistom przyznano, zgodnie z mottem konkursu designerskie produkty ufundowane przez firmy IKER, NOTI, galerię DOMINO i Ipnotic, a organizator arena DESIGN – Międzynarodowe Targi Poznańskie ufundowały bilety na koncert Ingolfa Wundera.

### Targi Designu moodFORM

Wydarzeniu arena DESIGN już po raz drugi towarzyszyły Targi Designu moodFORM. Przestrzeń dedykowana tematyce wzornictwa i architektury oraz wyjątkowa publiczność złożona wyłącznie ze świadomych konsumentów designu, oferowały unikatową formę prezentacji i promocji produktów wyróżniających się innowacyjnością, funkcjonalnością, niebanalną estetyką i wysoką jakością wykonania.

Targi Designu moodFORM stanowią biznesowe dopełnienie wydarzenia arena DESIGN. Wspólnie tworzą unikatowy kompleks wystaw łączący funkcje biznesowe i edukacyjne, promując design jako jeden z najistotniejszych czynników innowacji oraz budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw.

*Współorganizatorami wydarzenia arena DESIGN 2011 byli: Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego i Miasto Poznań. Wydarzenie objęło patronatem honorowym: minister gospodarki oraz minister nauki i szkolnictwa wyższego.*

### TOP DESIGN AWARD 2011 – LAUREACI KONKURSU

arena DESIGN stała się po raz trzeci miejscem promocji najlepszego designu. Nominacji do drugiego etapu konkursu dokonało jury pod przewodnictwem Janusza Kaniewskiego (Kaniewski Design) w dniu 20 kwietnia 2011 roku.

Nominowane produkty mogliśmy obejrzeć na wystawie TOP DESIGN, gdzie pierwszego dnia wydarzenia międzynarodowe jury pod przewodnictwem Wernera Aisslingera (Studio Aisslinger) wyróżniło prestiżowymi nagrodami TOP DESIGN award 2011 doskonale wzorniczo produkty w pięciu grupach tematycznych:

1. w grupie tematycznej PRZESTRZEŃ DOMOWA – kolekcja Young Space (producent: MEBLE VOX Sp. z o.o. S.K.A., projekt: Marta Krupińska)
2. w grupie tematycznej PRZESTRZEŃ BIUROWA – fotel obrotowy mPosition (producent: PROFIm Sp. z o.o., projekt: Studio 1:1 – Jarosław Szymański)
3. w grupie tematycznej ŁAZIENKA–WELLNESS - umywalka WEGA (producent: MARMORIN Sp. z o.o., projekt: Marmorin Design Studio)
4. w grupie tematycznej AKCESORIA MEBLOWE I WYPOSAŻENIE WNĘTRZ – ceramiczne kratki wentylacyjne (producent: Manufaktura Ceramiczna Krystyna Kaszuba-Waławek, projekt: arch. Krystyna Kaszuba-Waławek)
5. w grupie tematycznej NARZĘDZIA – szpachla 2k (producent: Flügger Sp. z o.o., projekt: Flügger R&D Tools)



WYSTAWA REALIZACJI STUDENTÓW UNIWERSYTETU ARTYSTYCZNEGO W POZNANIU – STREFA EDUKACJA.  
FOT. MAREK BAJON

## MIĘDZYNARODOWE TARGI MATERIAŁÓW OBICIOWYCH I KOMPONENTÓW DO PRODUKCJI MEBLI TAPICEROWANYCH

# SOFAB JESIENIĄ

Międzynarodowe Targi Materiałów Obiciowych i Komponentów do Produkcji Mebli Tapicerowanych SoFab odbędą się w dniach 15 – 17 listopada 2011 roku na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Impreza ta to doskonała okazja do zapoznania się z najnowszymi trendami ze świata tekstyliów, tkanin obiciowych i komponentów do produkcji mebli tapicerowanych.

 KATARZYNA ŁUŻNIAK

– Organizowane przez nas targi oprócz promocji nowości rynkowych są platformą wymiany poglądów na temat proponowanych wzorów oraz koncepcji funkcjonalnych – mówi Hanna Ochnik-Pawłowska, dyrektor projektu SoFab.

Niewątpliwym atutem listopadowej imprezy jest nowoczesna infrastruktura oraz specjalne pakiety uczestnictwa dla gości targowych, które obejmują darmowy wstęp, bezpłatny katalog oraz możliwość nieodpłatnego korzystania z punktów cateringowych Rest&Meet. Ponadto organizator targów – MTP – proponuje wystawcom pakietową ofertę uczestnictwa w imprezie wraz z dodatkowymi usługami reklamowymi.

Ekspozycja targów SoFab zlokalizowana będzie w nowoczesnym pawilonie nr 15, w którym przestronne wnętrza wyposażone w odpowiednią infrastrukturę z pewnością zwiększą komfort udziału w targach.

Targom SoFab towarzyszyć będzie Forum Trendów – Trend Design 2012, które poprowadzi dr Marek Borowiński. Trend Design 2012 to platforma łącząca na targach producentów, handlowców, projektantów i technologów. Na specjalnej przestrzeni zostaną zaprezentowane najnowsze trendy w tkaninach obiciowych na rok 2012. Podczas Forum Trendów 2012 zostaną przedstawione najnowsze rozwiązania w tkaninach obiciowych i dekoracyjnych w ujęciu wnętrza

i prognozy kolorystyczne. Będzie możliwość uzyskania rzetelnej i fachowej informacji o nowościach z Europy i świata z sektora tkanin obiciowych.

Podczas forum odbędzie się cykl wykładów branżowych. Wykłady dotyczyć będą najnowszych trendów w tkaninach obiciowych, komunikacji z klientem w branży meblowej, sposobów ściągnięcia klientów do salonów meblowych.

Będzie można wziąć także udział w prezentacjach o e-sprzedaży w branży tkanin obiciowych i dekoracyjnych oraz na temat systemów zarządzania produkcją.

Wszystkie firmy biorące udział w pierwszej edycji targów SoFab otrzymają Certyfikat Założyciela.

Dla firm, które nadesłają zgłoszenie swojego uczestnictwa do dnia 30 czerwca 2011, MTP przygotowały preferencyjne ceny najmu powierzchni.

Ponadto w organizację targów SoFab zaangażuje się również Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli. Trwają obecnie szczegółowe uzgodnienia pomiędzy MTP a OIGPM, dotyczące zakresu przedsięwzięć organizowanych przez Izbę na powyższych targach. Szczegółowy program wydarzeń przedstawimy we wrześniowym wydaniu biuletynu Izby.



WYSTAWCOM ORGANIZATOR TARGÓW SOFAB ZAPEWNIĄ MODUŁOWĄ ZABUDOWĘ STOISKA. FOT. MTP



EKSPOZYCJA TARGÓW SOFAB ZLOKALIZOWANA BĘDZIE W NOWOCZESNYM PAWILONIE NR 15. FOT. MTP