



BIULETYN INFORMACYJNY
OGÓLNOPOLSKA IZBA GOSPODARCZA PRODUCENTÓW MEBLI



MEBLE NEWS NEWS NEWS



Gazeta przemysłu Drzewnego

„Gazeta Przemysłu Drzewnego”
ukazuje się nakładem 20 tysięcy
egzemplarzy!

„Gazeta Przemysłu Drzewnego”
czytana jest przez największych
polskich przedsiębiorców przemysłu
drzewnego i meblarskiego!



„Gazeta Przemysłu Drzewnego”
to każdego miesiąca co najmniej
64 strony najważniejszych informacji
dla branży drzewnej oraz dodatków
tematycznych.

Atuty

ISSN 1732-4071

Nr 47480 | kwiecień | 2007

Nakład 20 000 egz.

MEDIA BRANŻOWE | Numer 1 w Polsce!

Wszędzie tam, gdzie przerabia się drewno



REDAKCJA

„Gazeta Przemysłu Drzewnego” to lektura obowiązkowa dla wszystkich, którzy związani są z przemysłem drzewnym. Przejrzysz się do zwiększenia świadomości osób pracujących w branży na temat aktualnej sytuacji produkcyjnej, wykorzystania surowca, zastosowania jak najbardziej efektywnych technologii, organizacji produkcji, uwrażliwienia planowania i zarządzania. Nowy nr dotyka tematów, jak zawsze istotnych dla przedsiębiorców branży drzewnej i meblarskiej.

„Gazeta Przemysłu Drzewnego” umożliwia wymianę informacji pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynku branży drzewnej na temat dostępnych technologii, surowców, komponentów; na bieżąco informuje o najważniejszych wydarzeniach gospodarczych, politycznych i prawnych, mających znaczenie dla przedsiębiorców. Prezentuje najnowsze technologie, maszyny i narzędzia, umożliwiając czytelnikom zapoznać się z aktualną ofertą polskich i zagranicznych producentów. Bieżąco i ogólnie informuje się o GFD (Gazeta Przemysłu Drzewnego) jest jedyną branżą, która ma swój własny portal internetowy.

Opinie, Gospodarka, Wydarzenia, Finanse i zarządzanie, Prawo, Nauka, Produkcja, Temat z bliska, Technika, Technologia, Ciężka robota, Ogłoszenia drobne, Dział Temat z bliska, który stanowi odrębny temat w każdym numerze, prezentuje szczegółowe wybrane zagadnienie, na przykład przyrządzenie maszyn, ostrzenie i regenerację narzędzi i wiele innych.

„Gazeta Przemysłu Drzewnego” Wydawnictwa Inwestor łączy na rynku wydawniczym już trzy wieście lat. Działając zgodnie z własną misją, która jest zrozumienia i najpełniejszego wsparzenia dla branży drzewnej i meblarskiej w Polsce oraz

przyjęciu lidera na branżowym rynku wydawniczym. Udział w realizacji tak ważnej misji daje także ogromną satysfakcję, która mobilizuje do jeszcze efektywniejszej współpracy.

Umianie i szacunek, które „Gazeta Przemysłu Drzewnego” zdobyła na detrychaczowe środowisko i za osiągnięcia, porównują swój plany na przyszłość i dają gwarancję powodzenia kolejnych projektów. Pomyślny potencjał i możliwości firmy są podstawą do dalszego rozwoju i bezwzględnie planujemy i realizujemy.

Więcej informacji

- **Informacja:** „Gazeta Przemysłu Drzewnego” gwarantuje skuteczną przepływ informacji pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynku branży drzewnej.
- **Nowe technologie:** Prezentuje najnowsze technologie, maszyny i narzędzia polskich i zagranicznych producentów.
- **W każdym zakładzie:** Dotyczymy do największych i najmniejszych, przedsiębiorstw z branży.
- **Wymiana poglądów:** Stworzono pole do wymiany poglądów pomiędzy naukowcami a praktykami.
- **Polityka i gospodarka:** Dotyczymy informacje z dziedziny polityki, gospodarki, ekonomii i prawa.
- **Doświadczenia:** Jesteśmy z Wami już 13 lat.
- **Targi:** Działając „Gazeta Przemysłu Drzewnego” odnosi się także podziękować wszystkim ważnym wydarzeniom w branży drzewnej.
- **Temat z bliska:** Każde wydanie miesięcznika „Gazeta Przemysłu Drzewnego” jest wyjątkowo i zawiera informacje z branży, które nie są dostępne w innych publikacjach.


WYDAWNICTWO
INWESTOR

WWW.WYDAWNICTWOINWESTOR.PL

Meblarstwo
KOMPONENTY | TECHNOLOGIE

Gazeta przemysłu Drzewnego

portal **Drzewny.pl**



MICHAŁ BALCERKIEWICZ
PREZES ZARZĄDU
FABRYKA MEBLI BALMA SA

Zbliżamy się dużymi krokami do końca drugiego kwartału 2010 r. Można już stwierdzić, że potwierdzają się prognozy o bardzo powolnym wychodzeniu z kryzysu. Gospodarka światowa co kilka tygodni wstrząsana jest nowymi falami nerwowości. Budżety najbogatszych krajów strefy euro, zadłużone do granic wytrzymałości, coraz trudniej łątać. Nie pomaga to europejskiej walucie, a na rządach wymuszane są działania, które powinny być zrealizowane już przed laty. Te wahania nastrojów z pewnością nie pomagają polskiej gospodarce. Część z wydarzeń ma skutki realne, np. zmienność kursu naszej waluty. Ostatnie zawirowania wokół greckiego budżetu oraz niepewność co do perspektyw dla gospodarek południowej Europy znacząco wpłynęły na opłacalność wymiany międzynarodowej. Przy tego typu wydarzeniach nie sprawdzają się modele prognostyczne, a opinie i trendy wyznaczane przez analityków z dnia na dzień tracą ważność.

Niekorzystne informacje w skali makro niosą również, moim zdaniem, poważniejsze skutki emocjonalne. Cały czas w gospodarce jest „mentalność kryzysowa”, która przekłada się na ostrożność inwestorów, weryfikowanie planów rozwojowych oraz budżetów. Tę kryzysową zachowawczość trudniej pokonać, trudniej wyzwolić optymizm i planować, zakładając pozytywny rozwój wydarzeń.

Całą sytuację wzmacnia jeszcze to, że żyjemy w świecie mediów i informacji. Jesteśmy atakowani tysiącami tytułów, często diametralnie różnych pomiędzy rankiem a popołudniem tego samego dnia. Pomimo że realnie nic się nie zmienia, a jutro dzisiejszy news nic już nie znaczy, ma to wpływ na to, jak i o czym myślimy.

Z punktu widzenia branży meblarskiej, skutki tej „postkryzysowej” sytuacji są różne. Ile rozmów i głosów, tyle jest różnych opinii o aktualnej sytuacji firm produkujących meble. Reprezentuję firmę działającą na rynku kontraktowym, więc jest mi najłatwiej wypowiadać się z tej perspektywy. Wśród przedsiębiorstw dostarczających produkty i usługi w ramach b2b przeważają opinie, że wolumen zamówień zwiększa się bardzo powoli. Trudno przecenić tu znaczenie właśnie sfery emocji. Decyzje są odwlekane, przekładane i weryfikowane.

W tej z wolna ruszającej do przodu gospodarce, będąc jedną nogą jeszcze w kryzysie, warto myśleć odważnie i do przodu. Pamiętam słowa jednego z moich profesorów, który w czasie absolutorium mówił, że kryzys nigdy nie dotyka wszystkich i w jednym czasie, a zawsze jest miejsce dla najlepszych produktów, firm i ludzi.

Myślę, że to cenna myśl i warto o niej pamiętać szczególnie teraz, gdy ożywienie będzie otwierać przed naszymi firmami nowe możliwości i perspektywy.

W NUMERZE



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.meble.org.pl

oigpm@oigpm.org.pl

Prezes

Jacek Twaróg

Wiceprezesi

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 Owsiak

Wiceprezes

Rafał 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: Kler

OKO I UCHO

KLER na targach iSaloni 2010 w Mediolanie / **str. 5**

KLER C280 FANFARA / **str. 5**

Zapraszamy do odwiedzenia nowego salonu firmowego Kler w Poznaniu / **str. 6**

MegaMeble Galeria Diamentowa – firma Klose zaprasza do nowego studia w Lublinie / **str. 6**

KL Desing na Targach Mebli i Wyposażenia Wnętrz Nabytok a Bywanie w Nitrze / **str. 6**

Konkurs „Pokaż swoje wnętrze” rozstrzygnięty / **str. 7**

Osiemnaste urodziny marki Nowy Styl / **str. 7**

STATYSTYKA

Wskazana jest wzmożona czujność / **str. 8**

RYNEK

Gdyby nie IKEA / **str. 10**

WYWIAD

Partnerstwo w wygodnym życiu / **str. 12**

INFORMACJE

Systemy FSC i PEFC, czyli „Zielono mi” / **str. 14**

Assistance w komplecie z meblami / **str. 18**

PREZENTACJA

Przeszło sto lat tradycji / **str. 20**

WYDARZENIA

OIGPM na poznańskich targach / **str. 22**

KLER NA TARGACH ISALONI 2010 W MEDIOLANIE

KLER SA po raz kolejny zaprezentował nową kolekcję mebli podczas najbardziej prestiżowej wystawy mebli na świecie – Salone Internazionale del Mobile 2010.

Tegoroczne międzynarodowe targi mebli w Mediolanie odbyły się w dniach 14-19 kwietnia. Na powierzchni 150 tys. metrów kwadratowych zaprezentowało się 1370 wystawców, w tym tylko 290 zagranicznych. Osiągnięcia polskiej branży meblarskiej prezentowali zaledwie dwaj wystawcy, wśród nich firma KLER SA, która w Salone Internazionale del Mobile wzięła udział już po raz szósty.

W tym roku Kler na stoisku o powierzchni 140 metrów kwadratowych zaprezentował sześć premierowych kolekcji mebli wypoczynkowych autorstwa międzynarodowego zespołu projektowego. Prezentowane modele należą do nowoczesnej linii produktów Kler. Spośród obszernych i komfortowych zestawów wyrafinowaną formą i skromnymi gabarytami wyróżniał się program CANONE / D160.

CANONE to kompozycja prostych, geometrycznych form o horyzontalnym układzie. Ale to tylko jedno, statyczne oblicze tego mebla. Dzięki technicznym rozwiązaniom pozwalającym regulować poduchy oparcia



i podłokietników nie tylko można dostosować mebel do ergonomicznych wymagań użytkownika, ale także nadać mu dynamicznych kształtów poprzez wprowadzenie w jego sylwetkę kierunków ukośnych. Mebel przez to kojarzyć się może z rozwijającym skrzydła ptakiem szykującym się do lotu. Niezależna regulacja segmentów oparcia i podłokietników zapewnia każdemu użytkownikowi swobodę wyboru własnego komfortu. Całość tego zgrabnego mebla poderwana jest z ziemi dzięki delikatnym płozom z chromowanej rurki zamkniętej na kształt meandra.

Dzięki niewielkim gabarytom, wysmakowanej formie i mobilności funkcjonalnej mebel może znaleźć nabywców wśród dynamicznych ludzi.

Stoisko Kler to nie tylko nowe kolekcje mebli – to również nowa oferta pokryć tapicerskich: skóry o kamiennej barwie, tkaniny o srebrzystym blasku, które w zestawieniu z czernią stoiska emanowały tajemniczością. Klimat zaskakującego spektaklu tworzyło również ponadnaturalnych wymiarów zdjęcie, przedstawiające scenkę rodzajową przy stole. Stanowiło ono pomost pomiędzy stoiskiem Klera a towarzyszącą targom wystawą prac pod tytułem „Wszystcy do stołu”.

Jak co roku, mediolańskie targi stały się okazją do spotkań i wymiany doświadczeń ze stałymi kontrahentami oraz do nawiązania nowych kontaktów handlowych. Stoisko Klera odwiedziło również wielu projektantów wnętrz, także z Polski.



KLER C280 FANFARA

Program Kler C280 FANFARA to zestaw modułów do swobodnej konfiguracji. Każdy z elementów składa się z masywnego cokołu, siedziska oraz regulowanego oparcia bazowego i luźnej poduszki będącej oparciem właściwym. Budując zestaw jako skrajne moduły, mamy do dyspozycji elementy z podłokietnikiem lub z podłokietnikiem i przedłużonym siedziskiem typu szezlong. W zestawie do wyboru znajdziemy również element narożny, fotel oraz taboret, co znacznie wzbogaca możliwości wykorzystania mebla. Taboret może w swoim wnętrzu kryć pościel, a w zestawieniu z sofą rozszerzy jej funkcjonalność o okazjonalne spanie. Jako elementy podnoszące komfort użytkownika producent proponuje dodatkowe poduszki podłokietnikowe oraz zagłówki, polecane szczególnie do współpracy z elementem szezlongowym mebla. Zastosowany w oparciach jak i podłokietnikach 3-stopniowy mechanizm regulacji kąta położenia sygnalizuje dużą dbałość producenta o zasady ergonomii, a mobilne poduszki pozwolą dostosować obszar wypoczynku do indywidualnych upodobań klientów. Wzorniczko mebel nawiązuje do tak modnych obecnie oتمان w nowoczesnym wydaniu. Jego modułowość możemy dodatkowo podkreślić dobierając odważne wzory tkanin



tapicerskich. Zaoblonie bryły składające się na mebel podparte są tylko delikatnymi metalowymi narożnymi płozami, co podkreśla stabilność zestawu, któremu z pewnością możemy zaufać.

Klient decyduje zarówno o wyborze rodzaju obicia, barwie skóry (z ponad 100 kolorów, według próbnika firmowego KLER) lub tkaniny (300 kolorów i wzorów), jak i o doborze elementów w zestawie.

ZAPRASZAMY DO ODWIEDZENIA NOWEGO SALONU FIRMOWEGO KLER W POZNANIU

Na początku maja br. firma Kler SA otworzyła nowy salon firmowy w Poznaniu. Placówka ta jest niedużą, 325-metrową galerią znajdującą się w centrum miasta – przy Alei Solidarności 34, będącej miejscem typowo „wnętrzarskim”, gdzie znajdują się liczne sklepy z branży wyposażenia wnętrz. Salon w Poznaniu został zaprojektowany zgodnie z najnowszymi standardami firmy. Jest tam prezentowana kompleksowa oferta marki Kler a także meble włoskich partnerów handlowych, wśród nich Calligaris, Alf Uno, Ciacci, Floryda. Kierunkiem aranżacji w tej placówce jest pokazanie szerokiej gamy produktów Premium i Top Premium linii nowoczesnej a także pełnej aranżacji nowoczesnych mebli skrzyniowych, wykonanych w myśl najnowszych trendów.

W tym poznańskim salonie zobaczyć można starannie dobrane kompozycje stylistyczne, gotowe propozycje i rozwiązania pełnych aranżacji, dzięki czemu klient może znaleźć inspirację dla własnego wnętrza. Całość uzupełniona jest bogatą ofertą dekoracji z kolekcji Piogia Decorativa – wysokiej jakości dywanami, lampami, ceramiką, szkłem, elementami dekoracyjnymi z metalu, drewna.



MEGAMEBLE GALERIA DIAMENTOWA – FIRMA KLOSE ZAPRASZA DO NOWEGO STUDIA W LUBLINIE

Diamentowa 2 w Lublinie to nowy adres na mapie salonów partnerskich Kolekcji Mebli Klose. W ofercie galerii znajdziemy niezwykle bogaty wyrób mebli sygnowanych marką Klose – propozycji do salonu, jadalni oraz gabinetów. MegaMeble Galeria Diamentowa stawia na różnicowanie oferty, tak by spełnić oczekiwania klientów poszukujących rozwiązań aranżacyjnych dostosowanych do ich indywidualnych potrzeb. Dlatego wśród jej propozycji znajdziemy kolekcje marki Klose o zróżnicowanej stylistyce wzorniczej – minimalistyczne meble z nowoczesnego zestawu Lifeline i sztuczne bryły z inspirowanej włoskim stylem linii Rafael, a także proste kształty mebli z kolekcji Duo czy Lanao i oryginalnie łączące drewno i akryl meble Multiform. Pokazane na ekspozycji gotowe projekty przestrzeni livingowej oraz gabinetu pozwalają kupującym wyobrazić sobie, jak poszczególne rozwiązania aranżacyjne będą się prezentować w przestrzeniach własnego domu.

W przypadku jakichkolwiek pytań czy wątpliwości pomocą służą reprezentanci marki Klose: Paweł Kolasa, Piotr Strzeńiewski i Angelika Gromaszek-Sidorczak.



MegaMeble Galeria Diamentowa, ul. Diamentowa 2, Lublin
Godziny otwarcia:

poniedziałek - piątek: 11.00 - 19.00, sobota: 10.00 - 16.00, niedziela: 11.00 - 16.00



KL DESING NA TARGACH MEBLI I WYPOSAŻENIA WNĘTRZ NABYTOK A BYWANIE W NITRZE

W dniach 10-14 marca w Nitrze na Słowacji odbyły się międzynarodowe targi mebli i wyposażenia wnętrz. Uczestniczyła w nich firma KL Design – długoletni partner Kolekcji Mebli Klose. Tegoroczna edycja targów była okazją do zaprezentowania rozwiązań livingowych z nowoczesnych linii Lifeline i Multiform. Designerskie wzornictwo obu nowoczesnych programów cieszyło się

ogromnym powodzeniem wśród gości odwiedzających stoisko KL Design. Zainteresowanie wzbudziła również inspirowana włoskim wzornictwem kolekcja Rafael. Na uwagę zasługuje również fakt, iż zaprezentowane na ekspozycji propozycje przyciągnęły liczne grono zwiedzających, w szczególności młodych małżeństw poszukujących idealnych rozwiązań do swojego domu.

KONKURS „POKAŻ SWOJE WNĘTRZE” ROZSTRZYGNIĘTY

Rozstrzygnięty został wspólny konkurs firmy Nowy Styl i portalu Archimania.pl. Decyzją jury pierwsze miejsce przyznane zostało Martynie Trepce. Drugie miejsce zdobył głosami Internautów Krzysztof Ziółkowski.

Konkurs był wspólną inicjatywą portalu Archimania.pl oraz firmy Nowy Styl i miał za zadanie promocję polskiego designu w zakresie aranżacji biurowych. Zadaniem uczestników było przygotowanie wizualizacji wnętrza biurowego przy wykorzystaniu krzeseł i mebli marki Nowy Styl. Organizatorzy otrzymali sześć zgłoszeń, z których każde prezentowało nieco inne podejście do zagadnienia. Duża funkcjonalność prezentowanych aranżacji i ogromna fantazja projektantów bardzo mile zaskoczyły jury.

Laureatką konkursu została Martyna Trepka, której projekt maksymalnie wykorzystuje ograniczoną powierzchnię biura. Wykorzystane krzesła Intrata Operative podkreślają ergonomiczny charakter aranżacji. Nagrodą dla Martyny Trepki był fotel Intrata Manager. Głosami internautów drugą nagrodę zdobył Krzysztof Ziółkowski za swoją aranżację, również wykorzystującą krzesła Intrata Operative. Dominującą cechą projektu była



w tym przypadku mobilność – wnętrze zaprojektowane przez zdobywcę drugiego miejsca jest elastyczne i daje się łatwo dostosować do aktualnych potrzeb pracowników. Krzysztof Ziółkowski będzie mógł przekonać się o wszystkich zaletach używanego przez siebie w aranżacji modelu 3D, gdyż nagrodą dla niego jest właśnie krzesło Intrata Operative.



OSIEMNASTE URODZINY MARKI NOWY STYL

28 maja 2010 roku Nowy Styl, najstarsza marka w portfolio Nowy Styl Group, kończy osiemnaście lat. Takie święto jest znakomitą okazją, aby przypomnieć barwną historię krośnieńskiej firmy. Imponują nie tylko lata obecności na rynkach, ale przede wszystkim to, co przez te lata udało się osiągnąć. Z firmy, która zaczynała w byłym magazynie nawozów sztucznych w Państwowym Ośrodku Maszynowym w Jedliczu, stała się prężnym międzynarodowym przedsiębiorstwem, eksportującym swoje

wyroby do ponad 60 krajów świata. W 1992 roku bracia Krzanowscy osobiście odwiedzali swoim czerwonym polonezem potencjalnych klientów wraz z wszystkimi trzema oferowanymi modelami krzeseł. Obecnie oferta Nowy Styl liczy ponad 200 linii wzorniczych w ponad 100 tapicerkach. W związku z tak miłą okazją, marka Nowy Styl przygotowała okolicznościową prezentację multimedialną, którą obejrzeć można na stronie <http://www.nowystyl.com/18/>.



WSKAZANA JEST WZMOŻONA CZUJNOŚĆ

Pod koniec kwietnia Główny Urząd Statystyczny opublikował opracowanie pt. „Wyniki i nakłady przemysłu w 2009 roku”. Potwierdzone zostały w nim przewidywania odnośnie wyników przemysłu meblarskiego osiągniętych w 2009 roku.

⊙ MICHAŁ STRZELECKI, TOMASZ WIKTORSKI

Produkcja sprzedana firm meblarskich zatrudniających powyżej 10 osób (łącznie podmioty małe, średnie i duże) wyniosła według GUS 25 mld 247 mln złotych i była to wartość o 2,6 % niższa niż w roku 2008. Dla porównania, w przemyśle ogółem zanotowano spadek o 3,2% a w przetwórstwie przemysłowym o 2,7%. Wartość produkcji sprzedanej branży meblarskiej z roku 2008 trudno jest zweryfikować ze względu na wielokrotnie wspomnianą zmianę klasyfikacji PKD i brak porównywalnych danych (w 2008 roku meble raportowane były łącznie „artykuły różne, gdzie indziej niesklasyfikowane”). Można jedynie wspomnieć, że w publikacji „Wyniki i nakłady przemysłu w 2008 roku” wartość produkcji sprzedanej dla firm średnich i dużych (czyli zatrudniających od 50 osób wzwyż) określono na 21 mld 289,7 mln, co w kontekście obecnie prezentowanych danych jest wartością zaniżoną blisko o 900 mln złotych. Faktem jest, że GUS nie koryguje danych z publikacji kwartalnych. GUS zanotował spadek wartości produkcji w firmach dużych i średnich o 4,3% oraz wzrost wartości produkcji firm małych o 7,4%. Jako duże i średnie sklasyfikowano 476 podmiotów, o 21 więcej niż kwartał wcześniej, ale aż o 81 mniej niż rok wcześniej.

Ograniczenie zatrudnienia

Zatrudnienie w branży meblarskiej na koniec 2009 roku ustabilizowało się w porównaniu do poprzedniego kwartału i wyniosło

129,9 tys. osób (wzrost o 100 osób). W porównaniu do stanu rok wcześniej spadek wyniósł blisko 10 tys. osób, czyli 6,8%. Względnie stabilnie prezentuje się poziom zatrudnienia w firmach małych wzrost zatrudnienia o 400 osób r/r. Jest to prawdopodobnie wynik porównywalnego przekwalifikowania firm małych na mikro oraz firm średnich na małe w związku z ograniczeniem zatrudnienia w całej branży. Danych odnośnie firm mikro GUS nie podaje. W przemyśle meblarskim ograniczenie zatrudnienia było większe niż w przemyśle ogółem, gdzie zatrudnienie zmalało o 5,5%, natomiast w przetwórstwie przemysłowym o 6,7%.

Wynagrodzenia wzrosły w ciągu roku o 4,1% do wartości 2371,40 zł brutto. Wynagrodzenia w firmach dużych i średnich były wyższe niż przeciętnie w branży i wynosiły 2401,77 zł brutto. Natomiast ich tempo wzrostu było porównywalne jak w całej branży. W przemyśle ogółem wynagrodzenia rosły szybciej, tj. o 4,9% do wartości 3 315,98 zł, natomiast w samym przetwórstwie przemysłowym wolniej niż w meblarstwie tj. o 3,9% do wartości 2 988,63 zł.

Dane dotyczące eksportu i importu mebli w 2009 roku nie były zamknięte w momencie opracowywania niniejszego materiału, wobec czego pozostaje jedynie zaprezentować dane szacunkowe.

Wyniki nie nastroją optymistycznie

Przemoczony wpływ na wyniki handlu zagranicznego w 2009 roku miały kursy walut. Średnioroczny kurs wymiany złotych na euro

PRODUKCJA SPRZEDANA BRANŻY MEBLARSKIEJ

	2009	2008	2008
	mIn PLN	2008=100	mIn PLN
Firmy od 10 osób	25247,4	97,4	25 921,36
Firmy od 50 osób	21216,1	95,7	22 169,38
Firmy od 10 do 49 osób	4031,3	107,4	3752,0

ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ

	2009	2008	2008
	tyś. osób	2008=100	tyś. osób
Firmy od 10 osób	129,9	93,2	139,4
Firmy od 50 osób	106,5	91,5	116,4
Firmy od 10 do 49 osób	23,4	101,8	23,0

wzrósł aż o 23%, tj. z 3,5166 PLN/EUR w roku 2008 do 4,3273 w roku 2009. Dzięki temu zniwelowany zostanie 15,5% spadek eksportu (liczony w euro), aż do 4% wzrostu wartości w złotych. Podobnie oczekiwane 13,5% spadku wartości importu (w euro) przerodzi się we wzrost o ponad 6% wzrostu wartości w krajowej walucie.

Publikacja pt. „Produkcja ważniejszych wyrobów przemysłowych” przynosi informacje o wolumenie wyprodukowanych mebli i innych materiałów branży drzewnej. W okresie pierwszych czterech miesięcy 2010 roku wyprodukowano o ponad 6% mniej sklejek niż rok wcześniej. Dużo większy spadek dotyczył oklein, których wyprodukowano aż o 22% mniej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Podobną ilość jak w pierwszych czterech miesiącach roku 2009 wyprodukowano płyt wiórowych. Wzrost zanotowano natomiast w przypadku płyt pilśniowych, których w omawianym okresie wyprodukowano o 20% więcej niż rok wcześniej.

Na podstawie wcześniej przytoczonej publikacji GUS dostajemy również informacje o wolumenie produkcji wybranych grup mebli i dynamice produkcji. Wyniki nie nastrajają optymistycznie. Wśród czterech raportowanych grup wzrost odnotowano tylko w przypadku mebli do siedzenia przekształcalnych w miejsca do spania. Tu wzrost r/r po czterech miesiącach 2010 wyniósł ponad 13%. Spadek blisko 7% obserwujemy w przypadku drewnianych mebli do jadalni i salonu, blisko o 11% zmalała produkcja mebli drewnianych do sypialni i aż o 27% mebli kuchennych.

Bieżąca koniunktura

Ogólny wskaźnik klimatu koniunktury w przetwórstwie przemysłowym wyniósł w maju +7 wobec +10 w kwietniu. Od stycznia ubiegłego roku obserwujemy systematyczną i wyraźną poprawę tego wskaźnika. Teraz poprawę sytuacji sygnalizowało 22% przedsiębiorstw, pogorszenie zaś 15%. Pozytywne saldo jest zasługą przede wszystkim ocen menedżerów z firm dużych – 16% ocen pozytywnych. Kadra firm średnich oceniała sytuację bardziej powściągliwie – 1% ocen pozytywnych. W gronie firm małych więcej firm oceniało sytuację negatywnie niż pozytywnie – łącznie ocena wyniosła minus 8%. Wśród różnych branż meblarze znaleźli się w grupie, która najbardziej negatywnie oceniała swoją sytuację. Dotyczyło to zarówno ograniczania portfela zamówień, ograniczania wielkości produkcji jak i trudności w regulowaniu bieżących zobowiązań finansowych. Przewidywania na przyszłość menedżerów przemysłu meblarskiego są również pesymistyczne. Spodziewane jest dalsze ograniczanie portfela zamówień i ograniczanie produkcji oraz powiększenie trudności w regulowaniu zobowiązań finansowych, a także spadek cen. Zatrudnienie w branży nie powinno się w najbliższym czasie istotnie zmieniać.

Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w handlu wyniósł w maju 2010 roku plus 2%. Podobnie jak w przetwórstwie przemysłowym, oceny pozytywne pochodziły z podmiotów dużych i średnich, natomiast negatywne z podmiotów małych i mikro. Od stycznia 2010 7% firm zmieniło ocenę z negatywnej na pozytywną. Dla branży „Art. gosp. domowego” w maju 2010 wskaźnik określono na minus 2%, podczas gdy w styczniu wynosił on jeszcze plus 2%. W tym przypadku 4% firm zmieniło ocenę z pozytywnej na negatywną.

Niepokojące jest również to, że trend tego wskaźnika jest negatywny od 2007 roku. Handlowcy branży artykułów gospodarstwa domowego sygnalizowali spadek sprzedaży, trudności w regulowaniu zobowiązań i spadek cen, a także nadmiar zapasów. Na przyszłość ten dział handlu prognozuje poprawę sytuacji ekonomicznej, chociaż jednocześnie spodziewa się ograniczenia sprzedaży i spadku cen. Handlowcy branży artykułów gospodarstwa domowego nie spodziewają się większych trudności w regulowaniu zobowiązań. Handlowcy ogółem wśród barier rozwojowych podawali najczęściej konkurencję na rynku (55% odpowiedzi), koszty zatrudnienia (50%) i dopiero na trzecim miejscu niedostateczny popyt (49%). Istotną barierą są również wysokie obciążenia na rzecz budżetu (43% odpowiedzi). Kolejne bariery uzyskały mniej niż 20% odpowiedzi.

W maju, podobnie jak w kwietniu i marcu, zaobserwowano poprawę nastrojów konsumenckich społeczeństwa. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) -12,3 %, wzrósł o 2,4% w porównaniu do wartości miesiąc wcześniej, o 6,6% w porównaniu do wartości sprzed pół roku i o 12% do wartości obserwowanej rok wcześniej. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) - 18% wzrósł w ciągu miesiąca o 2,5% oraz o 8,9% w ciągu pół roku i o 16,8% w okresie ostatniego roku.

W komunikacie GUS stwierdzono, że skala skłonności konsumentów do zwiększania zakupów towarów konsumpcyjnych daje podstawy do utrzymania pozytywnej dynamiki konsumpcji indywidualnej.

Sygnaly płynące z rynku są więc niejednoznaczne, z jednej strony optymizm konsumentów, z drugiej trudności handlowców i pesymizm producentów. Na rynku międzynarodowym jest podobnie, ożywienie wróciło do Europy ale jest bardzo kruche. Problemy gospodarcze Grecji mogą mieć reperkusje dla całego kontynentu i wielu ekonomistów obawia się powrotu recesji. Objawem jest choćby huśtawka cen walut i kursu EUR/PLN. Na chwilę obecną najlepszą sytuację mają chyba eksporterzy realizujący kontrakty w dolarach amerykańskich. Po pierwsze dolar umocnił się, a po drugie nie słychać, aby USA miały być ponownie zagrożone recesją. Wzmoczona czujność jest jednak dla wszystkich wskazana.

WYMIANA ZAGRANICZNA PRZEMYSŁU MEBLARSKIEGO W LATACH 2005-2010

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009*	2010**
Wartość eksportu w mln EUR	4 447,9	5 001,2	5 646,7	5 938,1	5018	5520
Wartość eksportu w mln PLN	17 904	19 480	21 361	20 882	21 714	21 803
Wartość importu w mln EUR	628,1	785,6	989,7	1 127,5	975,4	985,154
Wartość importu w mln PLN	2528,3	3060	3744,0	3965	4221,14	3891,36
Średnioroczny kurs euro wg NBP	4,0254	3,8951	3,7829	3,5166	4,3273	3,9500

* Dane szacunkowe ** prognoza

GDYBY NIE IKEA

Współpraca ze Szwecją w zakresie mebli rozwija się dynamicznie od czasów pierwszych dostaw mebli dla IKEA w latach 60. i 70. ubiegłego wieku. Ingvar Kamprad wielokrotnie twierdził, że gdyby nie polskie meble, IKEA nie przetrwałaby bojkotu, jaki ogłosili producenci szwedzcy.

⊙ MAREK ADAMOWICZ, MICHAŁ STRZELECKI, TOMASZ WIKTORSKI

Dziś Polska jest drugim po Chinach dostawcą mebli do IKEA, choć sama IKEA już nie znajduje się w Szwecji. W rodzinnych stronach Kamprada pozostało jedynie biuro projektowe koncernu.

Wszystkie trzy podstawowe wartości charakteryzujące rynek meblarski w Szwecji są do siebie zbliżone. Wartość produkcji wynosi ok. 1,8 mld euro, eksport i import po około 1,7 mld euro. W sumie rynek krajowy w cenach producentów również można oszacować na 1,7-1,8 mld euro.

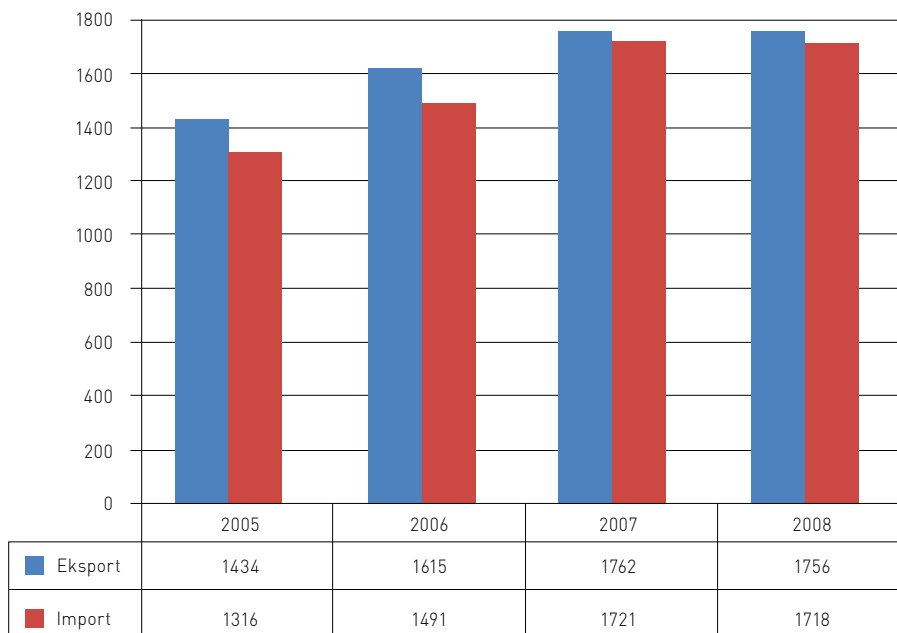
W Szwecji główną imprezą targowo-wystawienniczą są lutowe targi mebli w Sztokholmie.

Kryzys

Kryzys ekonomiczny nie ominął również Szwecji. PKB począwszy od czwartego kwartału 2008 notuje spadki od 5 do 7 proc. co kwartał (dane za pierwsze półrocze 2009, według Eurostat). Sytuacja ta odbija się również na wydatkach prywatnych, które są od czterech kwartałów coraz niższe, a spadki sięgają 3 proc. na kwartał (liczone rok do roku).

Bezrobocie w Szwecji jest niższe niż średnia unijna i wynosi 6,7 proc. Na podobnym poziomie utrzymywało się ono na przestrzeni kilku ostatnich lat. W 2007 roku koszty robocizny w Szwecji należały do jednych z najwyższych w Unii Europejskiej, bo aż 33,30 euro. Wyższe wynagrodzenia wypłacane są jedynie w Danii.

WYKRES 1. EKSPORT I IMPORT MEBLI W SZWECJI



Współpraca z Polską

Szwecja jest piątym w rankingu odbiorcą polskich produktów meblowych, a eksport mebli do tego kraju wzrastał w całym omawianym okresie (tabela 1). Znaczenie Szwecji było zmienne. W 2005 roku był to czwarty rynek eksportowy, natomiast w 2006 roku jego znaczenie spadło o dwie pozycje na szóste miejsce, ale w 2007 i 2008 odnotowano z kolei poprawę o jedną pozycję w rankingu odbiorców polskich mebli. Import mebli ze Szwecji do Polski został w niniejszym opracowaniu pominięty ze względu na jego nieznaczny udział w rynku. W eksporcie mebli do Szwecji zbliżony udział (20-25 proc.) zachowują elementy meblowe, meble tapicerowane i meble do jadalni i salonu. Znaczenie tych pozycji systematycznie maleje na rzecz materacy, których udział w wywozie w latach 2005-2008 zwiększył się z 8 do 18 proc. Kolejne miejsce zajmują meble sypialniane, które również podwoiły swój udział w eksporcie (z 3 do 6 proc.). Relatywny eksport mebli biurowych zmalał w 2008 roku do 5,2 proc. z 5,9 proc. w roku poprzednim. Wcześniej obserwowano dla tej grupy wzrosty. Duży spadek na znaczeniu odnotowano w przypadku foteli i krzeseł (z 4 do 1,6 proc.), a ponownie wzrost w przypadku mebli kuchennych (z 0,4

do 1,1 proc.). Meble pozostałe stanowiły niewielki odsetek sprzedaży (ok. 0,5 proc.).

Szwecja:

Język urzędowy: szwedzki

Powierzchnia całkowita: (54. na świecie) 449 964 km²

Liczba ludności (2008 rok) całkowita: 9 196 227

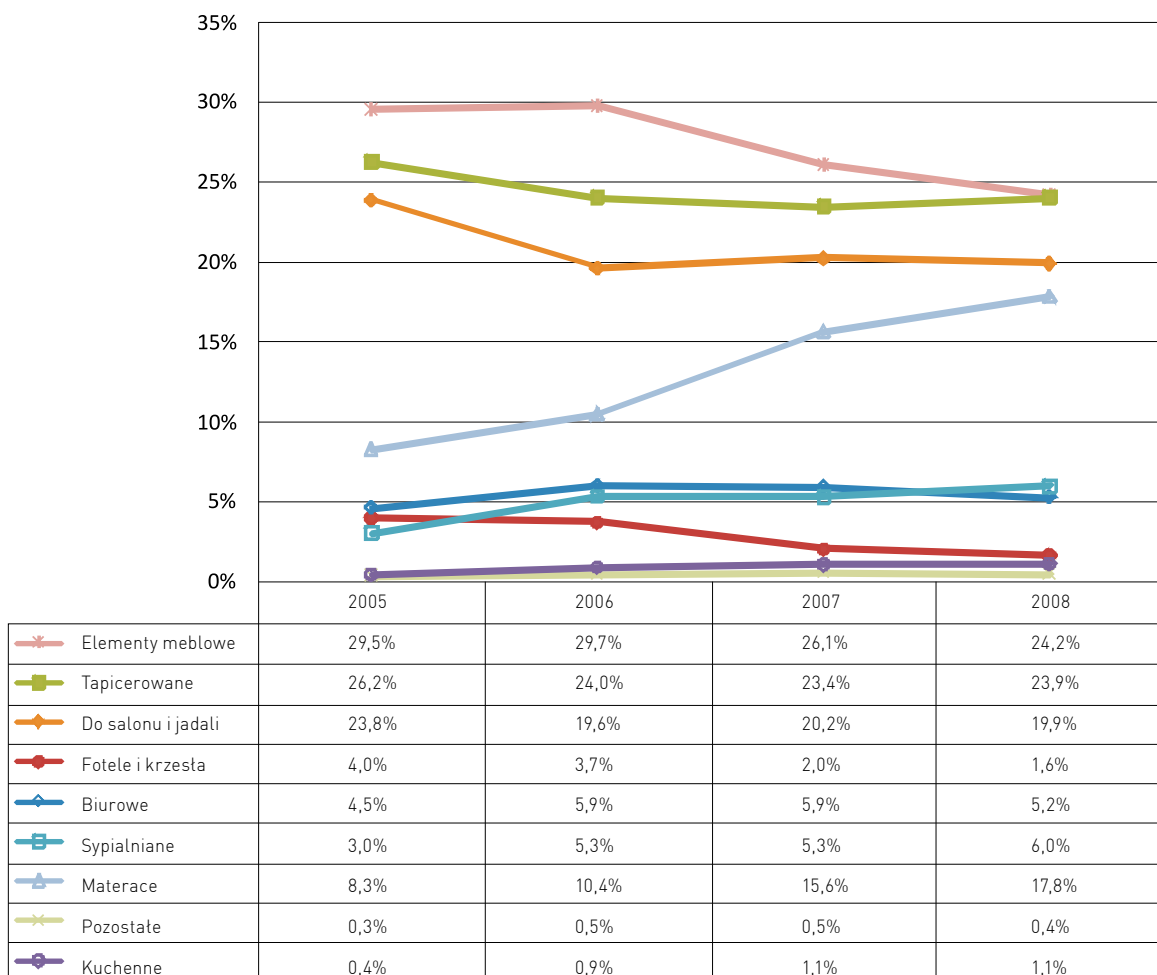
PKB (2008; PPP) całkowite: 351,83 mld USD, na osobę 38 157 USD

Jednostka monetarna 1 korona szwedzka = 100 öre (SEK)

TABELA 1. EKSPORT MEBLI Z POLSKI DO SZWECJI W LATACH 2005-2008. OPRACOWANIE WŁASNE NA PODSTAWIE EUROSTAT, NBP

	2005	2006	2007	2008
Wartość w mln EUR	219,9	243,3	288,2	306,8
Wartość w mln PLN	885,4	947,7	1090,2	1078,8
Średnioroczny kurs walut PLN/EUR wg NBP	4,0254	3,8951	3,7829	3,5166
Udział w eksporcie mebli ogółem	5,1%	5,1%	5,4%	5,4%

WYKRES 2. ZMIANY STRUKTURY EKSPORTU MEBLI Z POLSKI DO SZWECJI W LATACH 2005 - 2008. OPRACOWANIE WŁASNE NA PODSTAWIE EUROSTAT



PARTNERSTWO W WYGODNYM ŻYCIU

Rozmowa z Wojciechem Gątkiewiczem, prezesem firmy Pfleiderer, która od 2009 roku jest członkiem Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli.

 KATARZYNA ORLIKOWSKA

Meble News: Pfleiderer to jeden z największych producentów materiałów drewnopochodnych. Czy w ostatnim czasie wprowadził na rynek nowe produkty, które mogą zainteresować producentów mebli?

Wojciech Gątkiewicz: Pfleiderer jako jeden z kluczowych graczy wśród dostawców dla przemysłu meblowego i wyposażenia wnętrz, uważnie obserwuje zmiany zachodzące na polskim i światowym rynku. Istotne dla nas są zarówno oczekiwania klientów jak i panujące aktualnie na rynku trendy w zakresie designu i wzornictwa użytkowego. W wyniku prac nad rozwojem oferty dla meblarstwa, w tym roku wprowadziliśmy kilka niezwykle interesujących rozwiązań wzorniczych. Głównym założeniem przy tworzeniu nowej kolekcji był uniwersalizm oraz spójność kolorystyczna. Dzięki takim rozwiązaniom Pfleiderer wpisuje się w bardzo popularną obecnie w dekoratorstwie tendencję łączenia stylistycznego pomieszczeń. Ciekawym uzupełnieniem dotychczasowego portfela produktowego jest z pewnością przygotowana specjalnie dla Pfleiderera kolekcja laminatów HPL Dupopala. Jesteśmy pewni, że doskonale walory użytkowe oraz bogata paleta wzornicza naszych HPL-i będą inspiracją zarówno dla firm meblowych, poszukujących nowoczesnych i trwałych materiałów, jak i - a może przede wszystkim - architektów i projektantów obiektów użyteczności publicznej, takich jak hotele, banki, restauracje itp. oraz wnętrz mieszkalnych.

Meble News: Co Pana zdaniem stanowi o sile grupy Pfleiderer i umiejętności budowania długotrwałych relacji zarówno z klientem bezpośrednim jak i docelowym użytkownikiem produktu?

W.G.: Sukces firmy tkwi w budowaniu długotrwałych relacji biznesowych, co leży u podstaw przyjętej i konsekwentnie realizowanej filozofii prowadzenia biznesu pod tytułem „Partnerstwo w wygodnym życiu”. Przekłada się to na relacje zarówno z klientem bezpośrednim jak i docelowym użytkownikiem produktu. W aspekcie biznesowym to dążenie do zdobycia i utrzymania pełnego zaufania klienta i osiągnięcia maksymalnego profesjonalizmu na wszystkich poziomach współpracy. Nie bez znaczenia jest również szerokość oferowanego portfela produktów oraz jego stałe doskonalenie w kontekście zmieniających się gustów i potrzeb różnych segmen-

tów. Chciałbym w tym miejscu podkreślić również korzystne położenie geograficzne zakładów produkcyjnych Grupy w relacji do obszarów skupiających najwięcej producentów mebli. Profesjonalną obsługę tysięcy średnich i mniejszych firm meblowych oraz zakładów stolarskich, jak również klientów indywidualnych, od kilku lat gwarantują firmy handlowe należące do naszej autoryzowanej sieci Pfleiderer Partner.

Meble News: W jaki sposób Pfleiderer dba o ekologiczne aspekty technologii wytwarzanych produktów?

W.G.: Motto The Fascination of Wood z jednej strony wytycza nam obszar rozwoju produktu jako pochodnego drewna, z drugiej natomiast wyznacza ramy owego rozwoju w poszanowaniu środowiska naturalnego i jego zasobów. Działania proekologiczne Grupy realizowane są na kilku płaszczyznach. Po pierwsze, dokonujemy inwestycji w urządzenia do redukcji emisji, niejednokrotnie jesteśmy liderem tych wdrożeń. Po drugie, ciągle pracujemy nad poprawą struktury spalanych paliw, odchodząc od paliw kopalnych i wysokoemisyjnych. Wszelkie efekty naszych działań podlegają monitoringowi niezależnych instytucji jak np. WIOŚ. Jednocześnie w ramach systemu ISO 9001 posiadamy także procedury i instrukcje regulujące zarządzanie aspektami środowiskowymi. Last but not least - od czterech lat jesteśmy poddawani weryfikacji przez firmy audytorskie w zakresie emisji CO₂. Równoległe ciągle rozwijamy nasze produkty, dzięki czemu nasze wyroby spełniają najbardziej restrykcyjne normy stawiane tego typu produktom na świecie, np. CARB, F****.

Meble News: Ceny płyt drewnopochodnych tak samo jak ceny drewna w Polsce rosną z dnia na dzień. Czy wobec tego faktu produkcja polskich meblarzy może być Pana zdaniem ciągle konkurencyjna cenowo w stosunku do zachodnioeuropejskich producentów?

W.G.: Pragnę zwrócić uwagę, iż wzrost cen jest obserwowany nie tylko w Polsce. Jego dynamika w krajach Europy Zachodniej jest jeszcze wyższa niż u nas. Z drugiej strony, nie należy przeceniać roli ceny w budowie przewagi konkurencyjnej. Chcąc efektywnie konkurować na rynku polskim czy szerzej europejskim należy pamiętać, że obok ceny istotną rolę odgrywają również inne parametry, jak jakość wyro-



Wojciech Gątkiewicz: „Chcąc efektywnie konkurować na rynku polskim czy szerzej europejskim należy pamiętać, że obok ceny istotną rolę odgrywają również inne parametry, takie jak jakość wyrobu, zaawansowanie technologiczne, serwis, elastyczność czy dostępność oferty. Często niedocenianym chociaż istotnym, zwłaszcza dla bardziej wymagających grup klientów, jest aspekt wzornictwa.”



bu, zaawansowanie technologiczne, serwis, elastyczność czy dostępność oferty. Często niedocenianym chociaż istotnym, zwłaszcza dla bardziej wymagających grup klientów, jest aspekt wzornictwa.

Meble News: Czy Pfeleiderer odczuł bądź odczuwał skutki spowolnienia gospodarki? Jakże są Pana rokowania dotyczące przyszłości branży meblarskiej w Polsce?

W.G.: Grupa Pfeleiderer Grajewo SA również odczuła skutki spowolnienia gospodarki. Na naszą działalność istotny wpływ miały przede wszystkim dwa kluczowe czynniki. Po pierwsze, spowolnienie gospodarcze na strategicznych rynkach dla polskich mebli. Po drugie, nie-

zwykle długa i mroźna zima, która przyczyniła się do zdecydowanie trudniejszych warunków produkcyjnych, a także skutecznie zniechęciła klientów do zakupów - mocno przesuwając w czasie plany, prace remontowe, wykończeniowe. Z opóźnieniem wystartowało również wiele nowych inwestycji budowlanych. Składane prognozy zarówno przez dużych producentów mebli jak również małe i średnie firmy meblarskie na drugie półrocze przynoszą nutę optymizmu. Na tej podstawie szacujemy naszą sprzedaż co najmniej na poziomie z analogicznego okresu roku ubiegłego.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.

SYSTEMY FSC I PEFC, CZYLI „ZIELONO MI”

Prezentujemy pierwszą część artykułu dotyczącą certyfikacji, w którym m.in. opisujemy systemy FSC i PEFC, korzyści płynące z ich wdrożenia oraz odpowiadamy na kluczowe pytanie: dlaczego warto się certyfikować?

 IZABELA STRZECHA, INSPEKTOR SYSTEMLÓW JAKOŚCI W JEDNOSTCE CERTYFIKUJĄCEJ Z CONTROL UNION POLAND

W ostatnim czasie coraz ważniejszym elementem wyboru produktu przez klienta staje się „odpowiedzialne” czy też „zrównoważone” podejście producenta do zagadnień gospodarki leśnej. Coraz bardziej świadomi społeczeństwo, ekologicznie jak i środowiskowo konsumenci poszukują produktów gwarantujących poszanowanie dóbr natury, środowiska oraz warunków pracy każdego człowieka, czyli tzw. „zielonych” produktów. Wymóg certyfikacji bardzo często stawiają przed producentem również jego odbiorcy, jakimi są duże sieci handlowe, np. IKEA czy Castorama, które chcą być widziane przez finalnego odbiorcę jako promujące produkty powstające z poszanowaniem środowiska naturalnego.

Na świecie istnieje kilka systemów certyfikacji gospodarki leśnej oraz wyrobów drewnianych/drewnopochodnych. Pozostaje tylko pytanie: który system wybrać? Zdecydowanie największy zasięg mają dwa systemy: Forest Stewardship Council (FSC) oraz Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC).

FSC w kilku słowach

Forest Stewardship Council to międzynarodowa organizacja skupiająca instytucje, zajmujące się ochroną przyrody i gospodarką leśną, a także związki zawodowe, właściciele lasów, firmy przetwórstwa drzewnego i osoby prywatne. FSC to najstarszy, działający od 1993 roku system certyfikacji lasów, oparty o jednolite na całym świecie wymogi składające się z 10 zasad i 56 Kryteriów Prawidłowej Gospodarki Leśnej. Celem działalności tej organizacji jest popularyzacja sposobu prowadzenia gospodarki leśnej, która na zasadach równorzędnych uwzględnia aspekty ekonomiczne, przyrodnicze oraz społeczne lasów i leśnictwa na całym świecie. W ciągu 17 lat udało się nakłonić właścicieli i zarządców ponad 132 milionów hektarów lasów na świecie do gospodarowania zgodnie ze standardami FSC. Dzięki temu, każdego dnia na światowe rynki trafiają produkty oznakowane logo FSC.

FSC wyróżnia dwa etapy certyfikacji: Certyfikat Prawidłowej Gospodarki Leśnej dla obszarów leśnych (Forest Management Certificate – tzw. FSC FM) oraz Certyfikat Łańcucha Kontroli Pochodzenia Produktu dla firm przemysłu drzewnego (Chain of Custody – tzw. FSC CoC).

Certyfikat Prawidłowej Gospodarki Leśnej FSC – Forest Stewardship Council – posiada wsparcie największych organizacji zajmujących się ochroną środowiska na świecie, jak np. WWF. Certyfikacja lasów i produktów leśnych jest całkowicie dobrowolna – tak naprawdę to my, konsumenci, kre-

jemy popyt na produkty, które poprzez swoje pochodzenie mogą chronić zasoby przyrodnicze i leśne na całym świecie.

Certyfikacja Kontroli Pochodzenia Produktu daje gwarancję, że produkty wytwarzane są zgodnie z wymaganiami standardu FSC oraz że nie ma takiego etapu produkcji produktu drewnianego czy drewnopochodnego, który pozostaje niecertyfikowany. Łańcuch produkcji odnosi się do wszystkich etapów, jakie przechodzą produkty od momentu wywiezienia z lasu aż do klienta finalnego, wliczając w to wszelkie następujące po sobie procesy przetarcia, przetwórstwa, transformacji, produkcji oraz dystrybucji tego produktu.

Certyfikacja Chain Of Custody (Łańcucha Kontroli Pochodzenia Produktu) prowadzona jest na podstawie wymagań i wytycznych zawartych w odpowiednim standardzie. Standard FSC CoC zawiera m.in. wymagania odnośnie dokumentacji pochodzenia zakupionych towarów, sposobu ich fakturowania, możliwości wewnętrznego identyfikowania certyfikowanych materiałów, sposobu oddzielenia produkcji i magazynów produktów certyfikowanych od niecertyfikowanych, wytyczne odnośnie sposobu prowadzenia zapisu ze sprzedaży, jak i zakupu certyfikowanych materiałów.

W jaki sposób można uzyskać certyfikat FSC?

Najpierw należy skontaktować się z jedną z czterech jednostek certyfikujących lub z FSC-Polska oraz podać podstawowe dane o firmie ubiegającej się o certyfikat. Następnie jednostka certyfikująca zapoznaje się z podanymi informacjami i następnie podejmuje decyzję o możliwości lub braku możliwości audytowania firmy. Jeśli organizacja może zostać poddana certyfikacji – następuje wstępna wycena kosztów audytu. Po tym następuje podpisanie umowy zaakceptowanej przez obie strony. Następnie firma musi wdrożyć wytyczne systemu FSC CoC i ustalana jest również data audytu. Kwalifikowany audytor przeprowadza audyt w firmie, po czym następuje przygotowanie raportu z audytu i określenie występowania ewentualnych niezgodności. Jeśli stwierdzone jest występowanie jakichkolwiek niezgodności, muszą one zostać zamknięte zanim może zostać wydany certyfikat. Na zamknięcie niezgodności wyznaczone są ramy czasowe.

Po tym następuje podjęcie przez jednostkę decyzji pozytywnej lub negatywnej o wydaniu certyfikatu. Jeśli decyzja certyfikacyjna jest pozytywna, w dniu wydania certyfikatu następuje wprowadzenie danych certyfikowanej firmy do globalnej bazy firm posiadających produkty certyfikowane FSC.

Pozostaje jedynie podpisanie Licensee Agreement na korzystanie z możliwości stosowania logo FSC na certyfikowanych produktach.

Powołując się na dane liczbowe odnośnie ilości wydanych certyfikatów FSC CoC, stan na 30 kwietnia 2010 (źródło www.fsc-info.org) przedstawia się następująco: 17 246 wydanych certyfikatów na świecie, w tym 509 certyfikatów FSC CoC wydanych w Polsce.

Etykietowanie produktów

Każda firma posiadająca ważny certyfikat FSC ma prawo do stosowania logo FSC na swoich produktach. Wyróżnia się trzy sposoby etykietowania produktów, w zależności od ich kategorii: etykieta „FSC 100%” – surowcem pierwotnym jest tylko drewno z certyfikatem FSC (tzw. FSC Pure); etykieta „FSC Mixed Sources (FSC Surowce Mieszane)” – przyznawany jest producentom, którzy wykorzystują surowce mieszane: posiadające certyfikat FSC oraz te bez certyfikatu, ale pochodzące z kontrolowanych źródeł; etykieta „FSC Recycled (FSC Pochodzący z Recyklingu)” - surowcem jest certyfikowany przez FSC materiał odzyskiwany.

PEFC jako instytucja parasolowa

Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes, czyli w skrócie PEFC, jest niezależną, pozarządową organizacją typu non-profit, utworzoną w celu wspierania zasad zrównoważonej gospodarki leśnej, za pomocą systemu zgodności z wymaganiami PEFC poprzez niezależne jednostki kontrolne. PEFC pełni funkcję międzynarodowej organizacji parasolowej, której celem jest ocena i wzajemne uznawanie krajowych systemów certyfikacji leśnej. Z tego względu certyfikacja PEFC jest prowadzona wedle standardów krajowych, akredytowanych przez PEFC. Obecnie wiele krajów opracowało własne standardy certyfikacji leśnej zgodnej z zasadami PEFC. Certyfikacja PEFC umożliwia wprowadzenie na rynek produktów pochodzących z drewna certyfikowanego według standardów PEFC. By móc sprzedawać produkty oznaczone jako certyfikowane przez

PEFC, zarządzający lasami muszą uzyskać certyfikat gospodarki leśnej, zaś przedsiębiorstwa biorące udział w procesie przetwarzania drewna i handlu nim muszą uzyskać certyfikat kontroli pochodzenia produktu. Ponadto, wszystkie certyfikowane jednostki muszą zwrócić się o wydanie licencji na stosowanie logo PEFC (analogicznie jak w przypadku certyfikacji wedle standardów FSC).

W sumie ponad 220 milionów hektarów lasów, w ponad 20 krajach, poddane zostało certyfikacji zgodnie ze standardami PEFC, bądź certyfikacja ta odbyła się zgodnie ze standardami krajowych systemów certyfikacji, które uzyskały akredytację PEFC. Dzięki temu, PEFC stał się największym światowym systemem certyfikacji, jeśli chodzi o rozmiar certyfikowanego obszaru, przy uwzględnieniu krajowych systemów PEFC oraz innych krajowych systemów certyfikacji.

PEFC działa przekrojowo poprzez cały łańcuch dostaw leśnych w celu promocji dobrych praktyk w lasach oraz w celu zapewnienia, że zarówno drewno jak i niedrewniane produkty leśne są otrzymywane w zgodzie z najwyższymi standardami ekologicznymi, socjalnymi oraz etycznymi. Za pomocą swojej Eko-etykiety klienci są w stanie zidentyfikować produkty otrzymane z lasów gospodarowanych zgodnie z zasadami „zrównoważenia”.

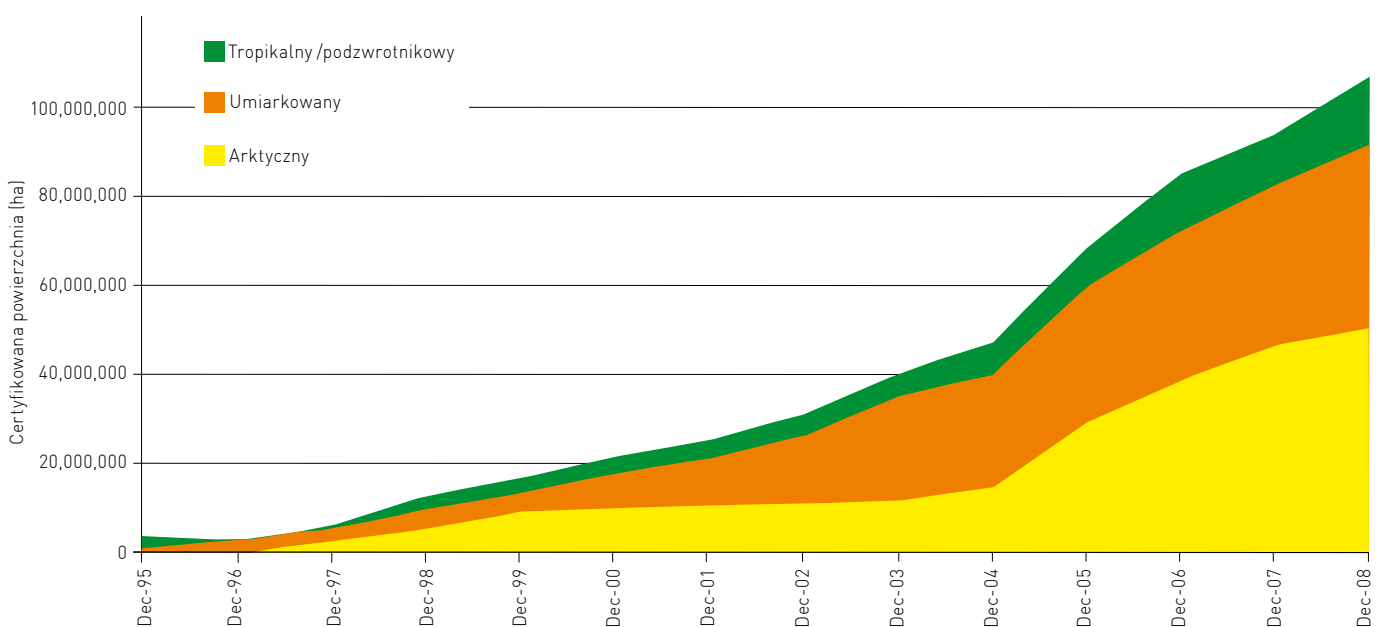
Który certyfikat wybrać?

Zapewne niejedna osoba zadaje sobie pytanie: w takim razie, jaki certyfikat wybrać? Niestety, FSC oraz PEFC wzajemnie się nie uznają. Dlatego też trzeba albo zdecydować się na jeden z nich lub wdrożyć i certyfikować oddzielnie oba systemy. Jednakże należy pamiętać o tym, że etykietując certyfikowany produkt możemy powołać się jedynie na jeden z systemów, nie można powoływać się na oba jednocześnie (oba logo nie mogą być razem umieszczane na produkcie).

W Polsce wciąż bardziej popularnym jest system certyfikacji według zasad FSC. Wszystkie 16 Regionalnych Dyrekcji Lasów Państwowych posiada w tym momencie certyfikaty FSC FM/CoC, co niezmiernie ułatwia certyfi-

WYKRES 1. WZROST POWIERZCHNI LASÓW CERTYFIKOWANYCH WG STANDARDU FSC FM NA PRZESTRZENI LAT

[ŹRÓDŁO: WWW.FSC.ORG]



kację Łańcucha Pochodzenia Produktu. O wyborze systemu do certyfikacji decyduje bardzo często rynek docelowy: jeśli jest to rynek krajowy, prawdopodobnie częściej producenci decydują się na certyfikację FSC. Jeśli natomiast odbiorcą produktu jest już np. klient we Francji, Niemczech czy Włoszech – to wtedy może pojawić się dużo więcej przesłanek ku certyfikacji w zgodzie z wytycznymi PEFC. W dzisiejszych czasach najczęściej to właśnie finalny odbiorca decyduje. Dlatego warto, by producent uzgodnił ze swoimi odbiorcami, jaki system preferują, oraz by sprawdził, który z systemów cieszy się większą popularnością na rynku docelowym.

Czy warto? Oczywiście, że tak!

Jest wiele przesłanek mówiących o tym, że naprawdę warto! Po pierwsze – każde przedsiębiorstwo, które ignoruje zasady „zrównoważonego” czy też „odpowiedzialnego” zarządzania zasobami naturalnymi, postrzegane jest jako instytucja o wyjątkowo słabej i niestabilnej pozycji na rynku.

Po drugie – w dzisiejszych czasach klienci poszukują dóbr wysokiej jakości, ale jakości, która może być odniesiona nie tylko do fizyczności zakupionego produktu, ale również wysokiej jakości środowiskowej. Certyfikacja FSC/PEFC jest właśnie potwierdzeniem tej wysokiej jakości środowiskowej produktów.

Zarówno zarządca lasu, przedsiębiorca jak i nabywca produktu mają pewność, że nie przyczyniają się do niszczenia środowiska naturalnego, łamania praw pracowników, nielegalnego wykorzystania zasobów naturalnych czy ubożenia bioróżnorodności ekosystemów leśnych.

Poza tym, coraz więcej producentów szuka partnerów, posiadających ugruntowaną pozycję na rynku i „dobrze” odbieranych: certyfikacja FSC/PEFC jest ważnym czynnikiem wyróżniającym firmę na konkurencyjnym rynku. Certyfikację można przełożyć w czasie na zwiększoną liczbę kontraktów i/lub klientów. Posiadanie certyfikatu zgodności z wytycznymi FSC/PEFC w znaczący sposób podnosi prestiż przedsiębiorstwa na rynku czy to lokalnym, krajowym, ale również i zagranicznym.

Co więcej, certyfikacja może okazać się pomocna w trakcie starania się o dotację na inwestycję.

Słowo podsumowania

Zainteresowanie certyfikacją wciąż rośnie. Związane jest to bardzo często ze wzrastającą świadomością ekologiczną producentów, jak i odbiorców: taka certyfikacja jest potwierdzeniem, że można przyczynić się do promowania

Jak już zostało wcześniej wspomniane, FSC FM działa w oparciu o 10 Zasad i 56 Kryteriów Dobrej Gospodarki Leśnej. Fundamentalne Zasady FSC dotyczą (źródło: www.fsc.pl):

- przestrzegania regulacji prawnych obowiązujących w danym kraju;
- przestrzegania praw własności do terenów leśnych;
- przestrzegania praw ludności rdzennej;
- przestrzegania zasad współpracy z lokalną ludnością i praw pracowników;
- racjonalnego czerpania korzyści z lasów;
- ochrony przyrody i bioróżnorodności leśnej;
- zakresu planów gospodarczych;
- monitoringu poszczególnych elementów i oceny gospodarki leśnej;
- ochrony lasów o szczególnej wartości;
- gospodarki na plantacjach.

Ponadto FSC jako jedyne stawia wysokie wymagania ekologiczne (źródło: www.fsc.org):

- ochrona lasów i środowiska naturalnego;
- ochrona martwego drewna jak i rzadkich gatunków fauny i flory;
- zakaz stosowania wysoko niebezpiecznych pestycydów;
- wykluczenie stosowania organizmów modyfikowanych genetycznie z upraw leśnych;
- szacunek dla ludności rdzennej;
- FSC kontroluje wszystkie certyfikowane jednostki przynajmniej raz do roku, jeśli stwierdzony jest brak zgodności z wymaganiami FSC, odbierany jest certyfikat!

W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji na temat Polskich Standardów Dobrej Gospodarki Leśnej najlepiej jest zapoznać się z obszernymi informacjami zamieszczonymi na ten temat na stronie internetowej Grupy Roboczej FSC Polska: www.fsc.pl

PEFC w liczbach (www.pefc.org):

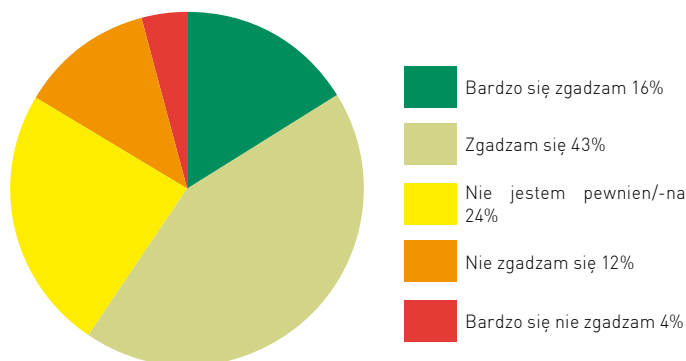
Ponad 220 milionów hektarów lasów certyfikowanych na świecie, w Polsce w chwili obecnej – 0 ha.

6707 wydanych certyfikatów CoC – w skali światowej, w Polsce w chwili obecnej – 28 firm posiada certyfikat PEFC.

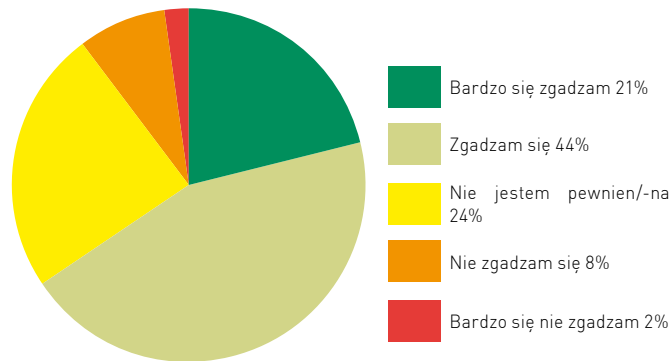
WYKRES 2. KORZYŚCI PŁYNĄCE Z CERTYFIKACJI FSC

– WYNIKI ANKIETY PRZEPROWADZONEJ WŚRÓD OBECNYCH POSIADACZY CERTYFIKATÓW FSC: (ŹRÓDŁO: [WWW.FSC.ORG](http://www.fsc.org))

Certyfikacja FSC powoduje wzrost sprzedaży wśród obecnie posiadanych klientów?



Certyfikacja FSC otwiera dostęp na nowe rynki?



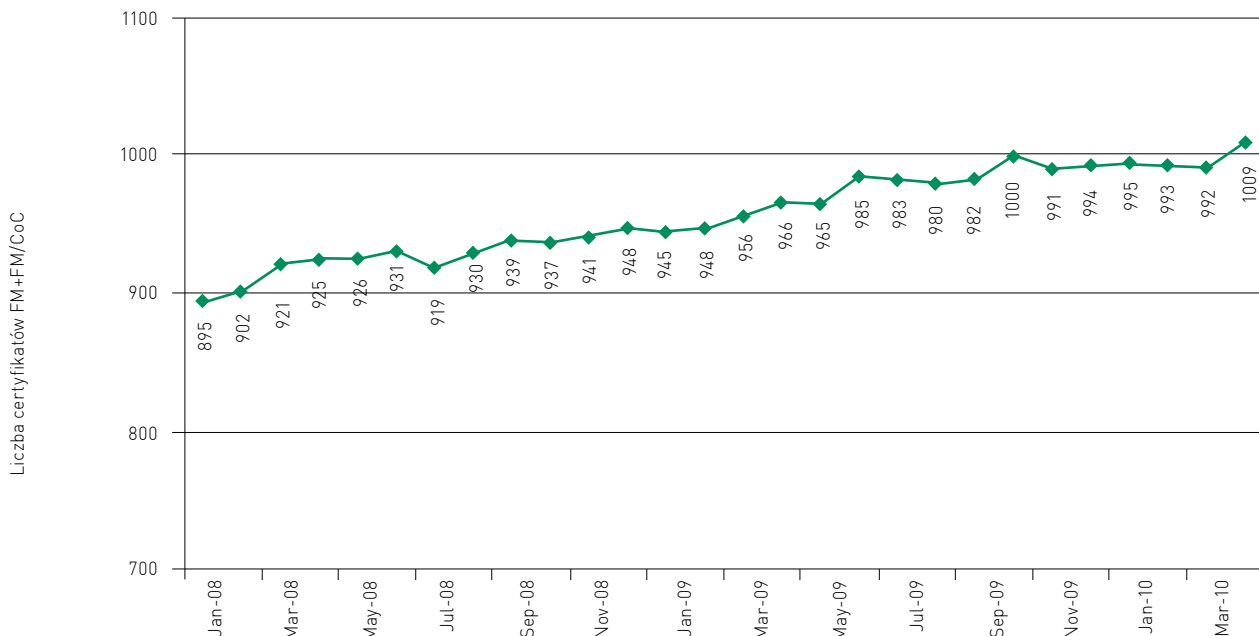
dobrej gospodarki zasobami leśnymi. Badania konsumentów dowodzą, że już w latach 90. ponad 80 proc. konsumentów deklaruje chęć zakupu tzw. „zielonych” produktów – czyli takich, które nie przyczyniają się do zubożenia środowiska naturalnego. W przypadku drewna, taką możliwość daje właśnie znak FSC czy też PEFC.

Każdy przedsiębiorczy człowiek w dzisiejszych czasach zdaje sobie sprawę z faktu, jak ważna jest obecnie zasada „odpowiedzialnego” oraz „zrównoważonego” podejścia do zarządzania zasobami naturalnymi. Posiadanie certyfikatu czy to FSC, czy PEFC staje się obecnie już tak naprawdę standardową

procedurą dla firm, które chcą się liczyć na rynku. Nawet jeśli właściciel czy przedsiębiorca w danej chwili sam nie odczuwa potrzeby certyfikacji, to posiadanie takiego certyfikatu kontroli pochodzenia produktu wymusi na nim wcześniej czy później finalny odbiorca bądź też rynek docelowy produktu (np. kraj Europy Zachodniej). Na pewno jest wiele przesłanek ku temu, aby podjąć decyzję o certyfikacji – im wcześniej, tym lepiej dla nas wszystkich.

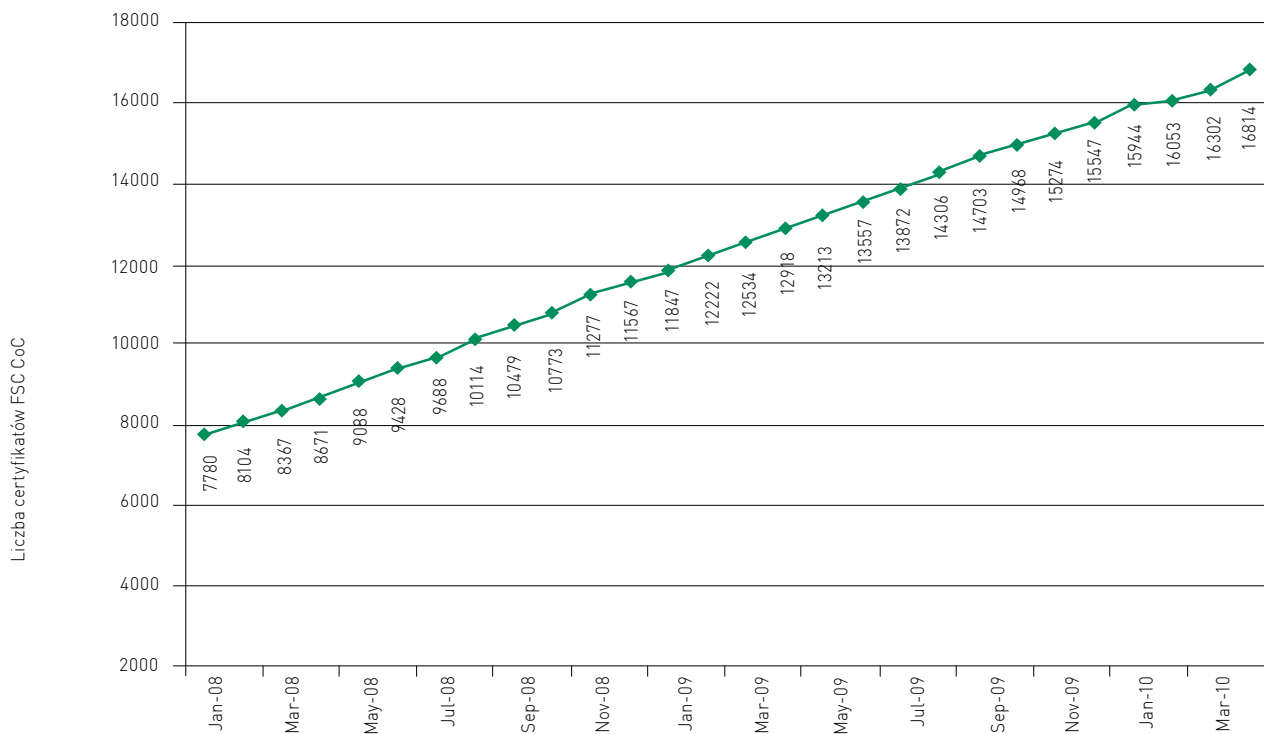
Ewentualne pytania odnośnie programów FSC i/lub PEFC można kierować na adres e-mail: istrzecha@controlunion.com

WYKRES 3. WZROST LICZBY CERTYFIKATÓW FSC FM + FM/COC OD 2008 R. (ŹRÓDŁO: WWW.FSC.ORG)



WYKRES 4. WZROST LICZBY WYDANYCH CERTYFIKATÓW KONTROLI POCHODZENIA PRODUKTU FSC COC OD 2008 R.

(ŹRÓDŁO: WWW.FSC.ORG)



PAKIET ASSISTANCE DLA BRANŻY MEBLARSKIEJ

ASSISTANCE W KOMPLECIE Z MEBLAMI

Na konkurencyjnym rynku meblarskim elementem decydującym o zdobyciu przewagi coraz częściej są usługi dodatkowe. Standardem stał się już transport czy montaż mebli. Nowością są jednak usługi assistance. Pierwszy pakiet dedykowany producentom i dystrybutorom mebli wprowadził właśnie Mondial Assistance, lider rynku assistance. Znalazły się w nim takie usługi jak np. casco na meble.

 RAFAŁ MROZOWSKI, MONDIAL ASSISTANCE

Assistance to rodzaj dobrowolnego ubezpieczenia, które polega na udzieleniu gwarancji pomocy niezależnie od miejsca, czasu i sytuacji. W Polsce pojawiło się kilkanaście lat temu. Dostępny wtedy był tylko jeden rodzaj usług tego typu – assistance komunikacyjne, stanowiące uzupełnienie najdroższych polis OC. Obecnie do wyboru są m. in.: pomoc w domu, pomoc w prowadzeniu biznesu, czy np. assistance medyczne. Stanowią one najczęściej dodatek do innych produktów finansowych, takich jak ubezpieczenia mieszkań, karty kredytowe czy konta bankowe. Wykorzystywane są także jako uzupełnienie dóbr materialnych – obecnie już nie tylko tych luksusowych. Można je uzyskać w komplecie z samochodami czy np. sprzętem RTV/AGD.

Assistance znaczy pomoc

Rosnąca popularność assistance sprawia, że konsumenci oczekują ich obecności na coraz to nowych rynkach. Usługi assistance będące już standardem m. in. w sektorze motoryzacyjnym, wykraczają poza tradycyjne rynki i powoli coraz wyraźniejszym trendem staje się dodawanie ich np. w branży nowych technologii. Poszczególni dystrybutorzy, tacy jak sieć Komputronik czy PrimaKomp, do każdego zakupu sprzętu elektronicznego oferują już możliwość wykupienia ubezpieczenia „casco” wraz z usługami assistance. Podobne zjawisko wkrótce stanie się udziałem także innych rynków.

Na popularność usług assistance wpływa ich specyficzny charakter. Idealnie komponują się z różnorodnymi produktami i usługami. Pozwalają na wzbudzenie zainteresowania klientów i przeniesienie pozytywnych skojarzeń związanych z pomocą na sam produkt. Nie bez znaczenia jest też ich prestiżowy charakter, wysoka jakość oraz znaczna wartość świadczonej pomocy. Dlatego doskonale sprawdzają się jako sposób na wyróżnienie się na rynku i zwiększenie sprzedaży produktów, do których zostały dodane. Zostało to wykorzystane przez wiele firm z branż dotkniętych skutkami kryzysu gospodarczego, m. in. przez banki, ubezpieczycieli czy firmy motoryzacyjne, które zastosowały assistance jako dźwignię pozwalającą utrzymać lub zwiększyć sprzedaż nawet w czasie, kiedy cały rynek notował spadki.



RAFAŁ MROZOWSKI
z MONDIAL ASSISTANCE

Meble jak samochód?

Assistance na polskim rynku meblarskim jest nowością. Od kilku tygodni producentom i dystrybutorom mebli udostępnił je Mondial Assistance. Pakiet assistance dla branży meblarskiej jest ewenementem nie tylko pod względem charakterystyki partnerów, ale także zakresu usług. Dopasowano go bowiem do potrzeb i specyfiki tego rynku, dodając nowe, sprofilowane pod kątem branży produkty, np. casco dla mebli czy odszkodowanie w razie niekorzystania z produktu spowodowanego hospitalizacją. W sumie w skład pakietu mogą wchodzić m. in.:

- pomoc specjalistów RTV/AGD – czyli usługa gwarantująca organizację i pokrycie kosztów wizyty specjalisty, który usunie usterkę w sprzęcie domowym (RTV/AGD), a jeśli naprawa na miejscu nie będzie możliwa – organizację i pokrycie kosztów transportu sprzętu do i z punktu naprawczego;
- pomoc fachowca: ślusarza, hydraulika, elektryka, szklarza, stolarza, dekarza, technika urządzeń grzewczych itp.;
- usługa ekipy sprzątającej po szkodziu;
- odszkodowanie w przypadku niemożności korzystania z zakupionego artykułu wyposażenia wnętrz z powodu hospitalizacji;
- zwrot kosztów organizacji czasu wolnego (biletów wstępu do klubów fitness, na basen, do kina, teatru lub do sal koncertowych) w przypadku awarii wody lub prądu;
- casco na meble – ewenement na polskim rynku. Gwarantuje na-

bywcy mebli odszkodowanie w razie zniszczenia lub uszkodzenia mechanicznego nieobjętego gwarancją producenta;

- przedłużona gwarancja na sprzęt domowy na okres 12 miesięcy lub dłużej od chwili wygaśnięcia gwarancji producenta.

Nieprzypadkowo pakiet usług assistance dla branży meblarskiej wdrożono akurat teraz – w warunkach podnoszenia się po kryzysie polskiej gospodarki. Producenci i dystrybutorzy mebli dotkliwie odczuli skutki stagnacji. Mniejsza sprzedaż wywołana ograniczeniem popytu na rynkach starej Unii przełożyła się na gorsze wyniki wielu firm. Szansą dla nich jest właśnie assistance, które pozwala na wyróżnienie produktu na rynku i zwiększenie sprzedaży.

Pierwsze kroki z assistance

Droga do udostępnienia assistance swoim klientom jest krótka. Składa się z trzech kroków: zapytania do firmy assistance, wyboru zakresu oraz opracowania Ogólnych Warunków Ubezpieczenia (OWU).

Decydującym elementem przy podejmowaniu decyzji wbrew pozorom nie jest wielkość firmy, ale wolumen sprzedaży. Determinuje on rentowność projektu dla obu zaangażowanych firm, a zwłaszcza wpływa na zakres produktów oferowanych w ramach pakietu. Im większy portfel tym niższa cena pakietu nawet przy szerokim wachlarzu świadczeń. W przypadku małego kręgu odbiorców, partnerzy często decydują się na wąsko profilowane rozwiązania. Dla znaczącego portfela klientów wprowadzane są natomiast produkty do tej pory niedostępne na rynku.

Assistance oferowane jest przede wszystkim w kanale B2B2C, co oznacza, że firma assistance udostępnia je swoim partnerom biznesowym, a ci – pod własnym szyldem oferują je klientom. Realizacją usług, takich jak np. organizacja pomocy specjalisty czy naprawy RTV, zajmuje się Mondial Assistance. Taki model pozwala maksymalizować korzyści dla firm dodających assistance do swoich produktów poprzez promocję ich marki, budowanie przywiązania klientów oraz generowanie pozytywnych skojarzeń związanych z pomocą.

Zastrzeżenie dotyczące stwierdzeń o charakterze przyszłym:

Niektóre ze stwierdzeń zawartych tutaj mogą dotyczyć oczekiwań związanych z przyszłością i innych stwierdzeń wybiegających w przyszłość, a opartych na obecnej wiedzy i założeniach zarządu, a także mogą zawierać znane i nieznanne ryzyka i niewiadome, które mogą spowodować, że faktyczne wyniki, kształt realizacji lub zdarzenia będą się znacząco różnić od wyrażonych w tych stwierdzeniach lub domniemyanych na ich podstawie. Oprócz stwierdzeń, których kontekst wskazuje na ich przyszły charakter, słowa „może, będzie, powinien, oczekuje, planuje, zamierza, przewiduje, wierzy, szacuje, przepowiada, potencjalny i kontynuacja” oraz podobne słowa i wyrażenia oznaczają przyszły charakter stwierdzenia. Faktyczne wyniki, kształt realizacji lub zdarzenia mogą się znacząco różnić od wyrażonych w takich stwierdzeniach w szczególności z powodu (i) ogólnej sytuacji ekonomicznej, w szczególności dotyczącej warunków ekonomicznych w zakresie głównej działalności i głównych rynków Allianz Group, (ii) zachowania rynków finansowych, w tym rynków wschodzących, (iii) częstotliwości i dotkliwości szkód objętych ubezpieczeniem, (iv) poziomu i tendencji w zakresie umieralności i patologiczności, (v) poziomu utrzymywania się, (vi) stopnia zaległości kre-

dytowych, (vii) stóp procentowych, (viii) kursu wymiany walut, w tym kurs wymiany EUR – USD, (ix) zmian poziomu konkurencji, (x) zmian w prawie i regulacjach, w tym konwergencji monetarnej oraz Europejskiej Unii Walutowej, (xi) zmian w politykach banków centralnych i/lub rządów państw obcych, (xii) wpływu przejęć, w tym dotyczących kwestii związanych z integracją, (xiii) środków restrukturyzacyjnych oraz (xiv) ogólnych czynników związanych z konkurencyjnością, w każdym przypadku na skalę lokalną, regionalną, ogólnokrajową i globalną. Wystąpienie wielu z tych czynników może być bardziej prawdopodobne lub ich efekt bardziej wyraźny w wyniku działań o charakterze terrorystycznym i ich konsekwencji. Brak konieczności aktualizacji. Spółka nie zobowiązuje się do aktualizowania zawartych tu informacji

Rodzaje assistance:

- Assistance w podróży – pomoc w razie utraty bagażu, powrót do kraju, organizacja hotelu, organizacja pomocy medycznej za granicą, poszukiwanie i ratownictwo w górach i na morzu, organizacja pomocy prawnej, pomoc w razie zaginięcia, kradzieży lub uszkodzenia dokumentów podróży, itd.
- Assistance medyczne – wizyta lekarska, pomoc psychologa, dostawa lekarstw do domu, infolinia medyczna, asystent medyczny, organizacja rehabilitacji, powtórna opinia medyczna, itd.
- Home assistance - np. organizacja sprzątanía, opieki nad dziećmi, interwencja specjalisty – ślusarza, hydraulika, informatyka, opieka nad zwierzętami domowymi, pomoc w organizacji ślubu, itd.
- Assistance samochodowe - kontrola przedsprzedażna, wstępna likwidacja szkody, pomoc drogowa, pojazd zastępczy, kierowca zastępczy, dostarczenie paliwa i części, itd.
- Infolinie – Baby assistance (dla kobiet w ciąży), remontowo-budowlana, agrolinia, Twój dom i ogród, IT, podróże, medyczna, itd.
- Biznes assistance – pomoc w zatrudnieniu pracownika zastępczego, infolinia prawna, marketingowa, HR, organizacja zastępstwa w podróży służbowej, itd.
- Concierge – osobisty asystent

Mondial Assistance pracuje między innymi dla następujących Marek: Allianz, Aviva, PZU SA, Pekao SA, Alior Bank, Citibank, Toyota, Lexus, Volvo, Komputronik.

Grupa Mondial Assistance: interwencja co dwie sekundy w każdym miejscu świata

Jesteśmy międzynarodowym liderem rynku assistance, ubezpieczeń turystycznych i osobistej opieki. Z usług Grupy, świadczonych na wszystkich kontynentach, korzysta 250 milionów ludzi, tj. 4 proc. światowej populacji. To część naszego know-how, które uzupełnia doświadczenie blisko 20 lat istnienia w Polsce. Od lat pracujemy na sukces wielu znanych firm – również tych największych.

www.mondial-assistance.com, www.mondial-assistance.pl

BIALSKIE MEBLE SP. Z O.O.

PRZESZŁO STO LAT TRADYCJI

Od dnia 18. 04. 2005 r. działa nowa spółka o nazwie „Bialskie Meble Sp. z o.o.”, której głównym udziałowcem są Zakłady Meblarskie MEBLOTAP SA w Chełmie. Firma ta jest liczącym się w kraju producentem mebli tapicerowanych, działającym na rynku meblarskim od 1989 r.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW BIALSKICH FABRYK MEBLI

Początki istnienia Bialskich Fabryk Mebli w Białej Podlaskiej datują się od 1869 roku. Wtedy to Henryk i Bernard Raabe, wywodzący się z rodziny francuskich przemysłowców i handlowców, założyli w Białej Podlaskiej niewielką fabrykę drewnianych szyćtów do obuwia. Potocznie nazywano ją fabryką Raabego. W dalszych latach działalności fabryka podjęła produkcję kopyt szewskich. Wyroby sprzedawano na rynek krajowy i eksportowano do carskiej Rosji oraz do Turcji. W początkach XX wieku fabryka Raabego była jednym z większych i znanych zakładów przemysłu drzewnego w Polsce, zatrudniając ponad 500 pracowników. Kres świetności i rozwoju fabryki położył wybuch I wojny światowej w 1914 roku. Wojska rosyjskie cofające się na wschód wywoziły część maszyn i urządzeń fabrycznych, a pozostałe obiekty fabryki podpaliły i zniszczyły. Po odzyskaniu niepodległości w 1918 r. dawni właściciele fabryki odbudowali ją prawie od fundamentów. Nowe maszyny sprowadzone z Niemiec obsługiwały rynek lokalny i krajowy w zakresie tartacznictwa. Bezpośrednio przed wybuchem II wojny światowej fabryka przeżywała okres rozkwitu i prosperity.

Działania wojenne 1939 roku oszczędziły fabrykę Raabego. Po wkroczeniu wojsk niemieckich fabryka przeszła pod zarządek niemieckiej administracji gospodarczej. Wytwarzano w niej w tym czasie dawne, tradycyjne wyroby oraz różnego rodzaju opakowania dla niemieckiego przemysłu zbrojeniowego.

Niezwłocznie po wyzwoleniu podjęto inicjatywę uruchomienia zakładu i przystąpienia do produkcji. I tak kolejno działalność podjęły: tartak, szyćciarnia, kopyciarnia i szcztokarnia.

W końcu produkcja mebli

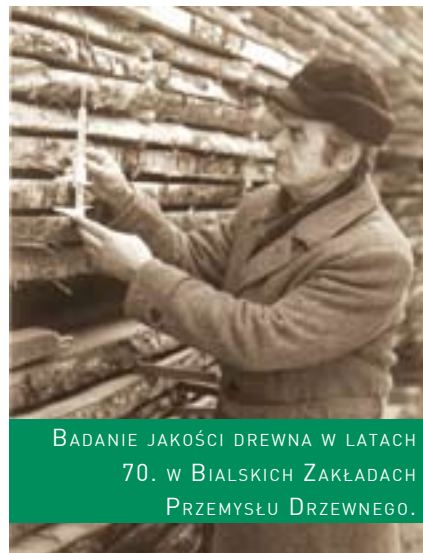
Od roku 1951 rozpoczęło się poszukiwanie nowych rynków zbytu, doskonalenie i dostosowywanie produkcji do potrzeb odbiorców krajowych i zagranicznych. W roku 1962 podjęto produkcję mebli. To właśnie w latach 60. nastąpił znaczny rozwój zakładu. W roku 1962 Bialskie Zakłady Przemysłu Drzewnego zatrudniały już około 800 pracowników. Rozwijała się i wzrastała produkcja wyrobów przeznaczonych na eksport, w tym krzeseł składanych (ogrodowych) oraz innych mebli szkieletowych, które wysyłano do USA, Wielkiej Brytanii, Austrii, Szwajcarii i krajów skandynawskich.

W latach 70. i 80. XX wieku kadre kwalifikowanych pracowników uzupełniano i powiększono absolwentami przyzakładowej szkoły zawodowej, szkolącej młodzież w zawodzie stolarz meblowy od 1970 roku.

Lata 1990-1994 to okres dostosowywania przedsiębiorstwa do wymogów gospodarki rynkowej. W tym okresie nastąpiły największe zmiany w zakresie asortymentu produkcji i struktury sprzedaży. Produkcję zdominowały wyroby przeznaczone na eksport, głównie do Niemiec.



BRYGADA ZAKŁADU W LATACH 50. XX WIEKU. NA PIERWSZYM PLANIE WIDĄC KOPYTY
OBUWNICZE – ÓWCZESNY GŁÓWNY PRODUKT FABRYKI RAABEGO.



BADANIE JAKOŚCI DREWNA W LATACH
70. W BIALSKICH ZAKŁADACH
PRZEMYSŁU DRZEWNEGO.

29 marca 1994 roku nastąpiło przekształcenie przedsiębiorstwa państwowego w jednoosobową Spółkę Akcyjną Skarbu Państwa. Bialfam SA jako firma z wieloletnimi tradycjami starała się wychodzić naprzeciw potrzebom rynku, wdrażając do produkcji ciągle nowe wzory. Produkowane w tym czasie wyroby „Bolonia” i „Kwant” zostały wyróżnione przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego nagrodą „Dobry wzór 98”. 14 stycznia 1999 roku Bialfam SA otrzymały Certyfikat Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001.

Załamanie i odrodzenie

W czerwcu 2001 roku Bialfam SA włączono do Grupy Swarzędz. W tym czasie nastąpiło całkowite załamanie pozycji spółki na rynku krajowym. 9 lutego 2005 roku ogłoszono upadłość Bialskich Fabryk Mebli SA. Ostatnim dniem pracy dla większości załogi był 31 marca 2005 roku.

Od 18 czerwca 2005 roku została utworzona nowa spółka o nazwie „Bialskie Meble Sp. z o.o.”, której głównym udziałowcem są Zakłady Meblarskie MEBLOTAP SA w Chełmie. Firma ta to liczący się w kraju producent mebli tapicerowanych, działający na rynku meblarskim od 1989 r. W strategii rozwoju od dłuższego czasu jednym z najważniejszych celów było rozszerzenie asortymentu o tzw. meble twarde. Brak pełnej oferty był uważany za słabą stronę, szczególnie w prestiżowym i rentownym segmencie mebli hotelowych. Natomiast w produkcji mebli twardej od zawsze specjalizował się Bialfam. Było to głównym powodem zainteresowania się upadłą firmą z Białej Podlaskiej. Zatrudnienie w spółce znalazło ponad 200 osób, w większości byłych pracowników Bialskich Fabryk Mebli SA, stanowiących doświadczoną i dobrze przygotowaną kadrę. Spółka kontynuuje produkcję mebli skrzyniowych i szkieletowych, wykonywanych z dużym udziałem drewna i oklein naturalnych oraz płyt laminowanych. W ofercie handlowej znajdują się zestawy pokojowe, narożne, witryny, stoły, krzesła oraz meble dziecięce.

Odbiorcami produkowanych mebli są zarówno duże sieci handlowe w Niemczech, Anglii, Austrii jak również klienci na rynku krajowym. Oferta krajowa składa się z trzech kolekcji – dwóch nowoczesnych, jednej stylowej oraz zestawów stołowych. Wykonane są z drewna dębowego, bukowego, olchowego, w różnych wybarwieniach, głównie

ciemnych. Na rynku krajowym meble sprzedawane są pod marką Meblotap. Od kilku lat meble prezentowane są na targach meblowych w Ostródzie na stoisku Meblotapu.

W ostatnim czasie firma rozpoczęła proces wymiany istniejącego parku maszynowego na zmodernizowany z wykorzystaniem środków z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.

Nowe maszyny, bardziej wydajne i energooszczędne, wpłyną na redukcję kosztów produkcji i zwiększą szansę na pozyskanie nowych rynków zbytu. Oprócz rozszerzania współpracy z klientami zagranicznymi, firma zamierza rozwijać ofertę krajową poprzez rozbudowanie oferty oraz sieci dystrybucji.



JADALNIA ROSSINI.



SALON ROSSINI Z SZAFKAMI RTV.



SYPIALNIA ROSSINI.

TARGI FURNICA 2010

OIGPM NA POZNAŃSKICH TARGACH

W dniach 13-16 kwietnia 2010 roku w Poznaniu odbyła się kolejna edycja targów FURNICA 2010. Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli aktywnie uczestniczyła w powyższym przedsięwzięciu.

OPRACOWANIE OIGPM

Program wydarzeń przygotowanych na powyższe targi przedstawiał się wyjątkowo interesująco:

- **Forum Gospodarcze Polskiego Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego POLWOOD** (IV edycja) organizowane przez Wydawnictwo INWESTOR oraz Zarząd Międzynarodowych Targów Poznańskich. OIGPM była jednym z partnerów merytorycznych tego przedsięwzięcia;

- **seminarium pt. „Perspektywy eksportu polskich mebli na rynek chiński w kontekście potencjału polskiej branży meblarskiej”** – prowadzone przez Tomasza Wiktorskiego;

- **seminarium pt. „Potencjał podaży polskiej branży meblarskiej, ze szczególnym uwzględnieniem mebli tapicerowanych”** – spotkanie to zostało przygotowane przez przedstawicieli OIGPM na podstawie badań desk research. W trakcie seminarium poruszona została tematyka dotycząca potencjału podaży polskiej branży meblarskiej, potencjału podaży sektora mebli tapicerowanych, prognozy na rok 2010, itp.;

- **Fabryka Mebli na Żywo** – tym razem organizatorzy zaprezentowali na żywo proces produkcyjny mebli tapicerowanych. Produkcja mebli tapicerowanych znacząco różni się od typowych dla obróbki drewna litego czy obróbki płyty wiórowej procesów technologicznych pod

względem wyzwań stojących przed projektantami i konstruktorami, dlatego tym bardziej warto było zobaczyć tę unikalną na skalę europejską przestrzeń. Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli była partnerem branżowym powyższego przedsięwzięcia;

- **podczas targów FURNICA, na stoisku Izby** odbyło się także wiele wydarzeń, między innymi: wywiady oraz briefingi prasowe z dziennikarzami znanych i wpływowych czasopism, w tym z Rzeczpospolitą oraz prasą branżową. Ponadto naszym celem było stworzenie na stoisku OIGPM swoistego otwartego forum dyskusyjnego, gdzie przy jednym stole konferencyjnym mogli zasiąść meblarze oraz producenci materiałów i akcesoriów meblowych. Dyskusje przy tym stole głównie dotyczyły bieżącej sytuacji w branży meblarskiej;

- **podczas targów na stoisku Izby** prezentowaliśmy również tematykę informacyjno-edukacyjną w formie prezentacji filmowej adresowanej do odwiedzających targi – pracowników firm meblarskich, firm produkujących materiały i akcesoria meblowe, hurtowni, a także pracowników sklepów meblowych.

Już dziś proponujemy wpisać do kalendarza wyjazd na następną edycję targów FURNICA. Do zobaczenia w Poznaniu.





CZEGO SZUKAJĄ
STOLARZE W INTERNECIE?

d o w i e d z s i ę n a www.drzewny.pl

Meblarstwo

KOMPONENTY I TECHNOLOGIE

FOLIA
3D
DO OKLEINOWANIA FRONTÓW MDF



NOWY GRACZ

NA POLSKIM RYNKU

ART DECOR

www.artdecor-folie.pl

JUŻ W LIPCU TEMAT Z BLISKA
Produkcja mebli biurowych

W numerze lipcowym zaprezentujemy najnowsze rozwiązania techniczne oraz najnowocześniejsze komponenty i technologie do produkcji mebli biurowych.